

JAKOŚĆ USŁUG NAUCZANIA JĘZYKÓW OBCYCH

Małgorzata LOTKO

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny, Radom; m.lotko@uthrad.pl

Streszczenie: Celem opracowania była ocena poziomu jakości usług nauczania języków obcych. Badanie przeprowadzono metodą ankietową. Kwestionariusz ankiety składał się z dwóch części. Pierwszą stanowiły pytania metryczkowe, charakteryzujące uczniów, a drugą, merytoryczną, stanowiły atrybuty jakościowe usług nauczania języków obcych. Analiza wyników przeprowadzonego badania pozwala stwierdzić, że najniżej oceniono *wystrój pomieszczeń*, najwyżej zaś *kwalifikacje personelu*.

Słowa kluczowe: język obcy, usługi, nauczanie, jakość.

QUALITY OF FOREIGN LANGUAGE EDUCATIONAL SERVICES

Abstract: The purpose of this paper was the evaluation of the quality of foreign language educational services. The study was carried out with the use of a survey method. The questionnaire was composed of two parts. The first part consists of demographical questions characterizing students and the second part, the substantial one, encompasses quality attributes of foreign language education services. The analysis of the results of the study demonstrates that the decorations of the rooms were evaluated at the lowest level and the teachers qualifications were evaluated as the highest ones.

Keywords: foreign language, services, education, quality.

1. Wprowadzanie do problematyki usług nauczania języków obcych

Obecnie w procesie kształtowania gospodarki opartej na wiedzy bardzo ważną rolę odgrywa edukacja, szczególnie w zakresie nauczania języków obcych. W potocznym znaczeniu edukacja jest rozumiana jako synonim szkolnictwa, czyli systemu wyspecjalizowanych instytucji, których zadaniem jest transmisja wiedzy, kompetencji i umiejętności (Pateman, 2006). Celem edukacji są między innymi uczenie się przystosowania do życia w społeczeństwie oraz kształtowanie wolnego i osobistego sądu (Skubiak, 2013). Usługi

edukacyjne są specyficzną branżą polegającą na nauczaniu określonych treści zgodnie z przewidzianym programem określonym przez odpowiednie ministerstwo bądź też zawartym w umowie pomiędzy instytucją usługodawcy a usługobiorcą. Dotyczą one zarówno szkolnictwa, jak i nauki języków, kursów, szkoleń itp. Z uwagi na równoczesny proces świadczenia i konsumpcji niezwykle trudno jest przewidzieć efekt końcowy usług nauczania języków obcych. Rezultat, czyli stopień znajomości jest wypadkową zaplecza, metod oraz środków wykorzystywanych przez usługodawcę jak i zaangażowania, predyspozycji i chęci usługobiorców.

Współczesna dydaktyka języków obcych to niezwykle dynamicznie rozwijająca się dziedzina. Jest to związane ze stale zwiększającą się liczbą osób zainteresowanych opanowaniem w mniejszym lub większym stopniu, w różnym celu narzędzia komunikowania się z obcokrajowcami (Pawlak, Derenowski, i Wolski, 2009), pozyskiwania informacji, jak również podstawowego środka pracy. Wiedza – umiejętności lingwistyczne coraz częściej traktowane są jako towar, który jest przedmiotem wymiany na rynku. Konsumenci – uczniowie chcą otrzymać produkt dobrej jakości, szybko oraz w przystępnej cenie. Powoduje to nieustanne poszukiwanie nowych, bardziej efektywnych rozwiązań dydaktycznych, które powinny zaspokoić nabywców. Potraktowanie procesu nauczania języków obcych jako przedmiotu handlu spowodowało, że problematyka jakości wspomnianych usług nabrała szczególnego znaczenia. W związku ze stale rozwijającym się rynkiem w tym zakresie za cel opracowania przyjęto ocenę poziomu jakości usług nauczania języków obcych.

2. Jakość z perspektywy konsumenta

Jakość jest definiowana różnie, w zależności od poglądów podmiotu definiującego oraz potrzeb organizacji. Trudność w zdefiniowaniu pojęcia jakości wynika z wielu odcieni znaczeniowych, które uzyskuje ona w różnych kontekstach (Borucki, i Urbaniak, 1996).

We współczesnej teorii zarządzania jakością dominuje podejście kompromisowe, które dotyczy rozpatrywania jej w kategoriach technicznych, a równocześnie ekonomicznych. W tym ujęciu jakość jest nie tylko zespołem cech fizycznych charakteryzujących dany produkt czy usługę i odróżniających je od innych, ale także zdolnością do zaspokajania określonych potrzeb konsumentów. W obecnym otoczeniu, którego centralnym ogniwem jest klient, jego satysfakcja i oczekiwania stają się podstawową przesłanką do zapewniania i ciągłego doskonalenia jakości (Lotko, i Lotko, 2016).

Analiza literatury przedmiotu wskazuje, pomimo znacznej różnorodności definicji i poglądów na temat jakości, jeszcze jedną myśl wspólną, którą jest właśnie spełnienie oczekiwań klienta. W nurcie tym można wskazać definicje, zgodnie z którymi jakość to:

- zdatność do użytku, zadowolenie klienta (Juran, 1997),
- przewidywany stopień jednorodności i niezawodności, przy możliwie niskich kosztach i dopasowaniu do wymagań klienta (Deming, 1982),
- zgodność z wymaganiami (Crosby, 2004),
- dynamiczny stan związany z produktami, usługami ludźmi, procesami i środowiskiem, który spełnia lub przekracza oczekiwania klienta (Goetsch, Davis, 2000),
- spełnienie wymagań klienta (Oakland, 2004),
- ogół charakterystyk wyrobu lub usługi w sferze marketingu, projektowania, produkowania i obsługi, dzięki którym użytkowane wyroby i usługi spełniają oczekiwania klienta (Feigenbaum, 1992),
- stopień, w jakim zbiór inherentnych właściwości spełnia wymagania obiektu (PN-EN ISO 9000:2017).

Analiza przytoczonych definicji jakości wykazuje, że większość badaczy, którzy podejmują próbę jej interpretowania, podporządkowuje swoją definicję jakości wąsko określonym celom badawczym (Marczak, 2001). W aspekcie towaroznawczym i marketingowym, które stanowią punkt widzenia niniejszej pracy, szczególnie użyteczne wydają się być definicje związane ze spełnieniem wymagań klienta.

3. Metodyka badań

W tabeli 1 zaprezentowano procedurę przygotowania i przeprowadzenia badania empirycznego.

Tabela 1.

Procedura przygotowania i przeprowadzenia badania empirycznego

Lp.	Zadanie	Metody realizacji
1.	Dobór tematyki badawczej.	Analiza literatury.
2.	Dobór zmiennych różnicujących próbę badawczą oraz wybór zmiennych do badania w zakresie oceny jakości.	Analiza literatury oraz konsultacje z ekspertami z zakresu zarządzania jakością, badania pilotażowe.
3.	Przeprowadzenie badania empirycznego.	Badanie ankietowe, kwestionariusz ankiety dostarczany osobiście.
4.	Pomiar jakości usług.	Statystyczne opracowanie wyników badania empirycznego. Wielowymiarowa analiza danych: prezentacja danych w postaci wykresów, tabel, ich opisu i analizy.

Źródło: opracowanie własne.

Badanie przeprowadzono metodą ankietową. Część pierwszą kwestionariusza stanowiły pytania metryczkowe (6 pytań), stanowiące formalną charakterystykę respondentów. Część druga, merytoryczna, zawierała 10 cech charakteryzujących poziom jakości usług nauczania

języków obcych. Zebrane dane opracowano statystycznie z wykorzystaniem oprogramowania MS Excel. Badanie przeprowadzono w czerwcu 2018 roku.

Dobór próby miał charakter celowy. Badaniem objęto 105 osób korzystających z usług nauczania języków obcych. Liczebność próby można uznać za wystarczającą, biorąc pod uwagę fakt, że wielu badaczy w obszarze jakości i marketingu sugeruje wystarczalność łącznej próby już $n = 200$ nawet dla nawet znacznie bardziej złożonych niż proponowane tutaj narzędzi pomiarowych (Ford, Walker, i Churchill, 1975; Saxe, i Weitz, 1982), w tym po 40 badanych dla każdej kategorii usług (Parasuraman, Zeithaml, i Berry, 1985).

4. Dyskusja wyników badań

W tabeli 2 zaprezentowano strukturę próby badawczej.

Tabela 2.

Struktura próby badawczej

Kategoria		Odsetek badanych
Płeć		
	Kobiety	71
	Mężczyźni	29
Wiek		
	do 25 lat	63
	25-40 lat	25
	powyżej 40 lat	12
Wykształcenie		
	Podstawowe	2
	Średnie	44
	Wyższe	54
Średni miesięczny dochód netto		
	do 1000 zł	30
	1000-2000 zł	34
	2000-3000 zł	21
	powyżej 3000 zł	15
Język obcy		
	Angielski	54
	Francuski	5
	Niemiecki	23
	Rosyjski	18
Forma nauczania		
	Szkoła języków obcych	49
	Lekcje indywidualne	51

Źródło: opracowanie własne.

Analiza danych zawartych w tabeli 2 pozwala stwierdzić, że w badaniu wzięło udział 71% kobiet i 29% mężczyzn. 54% respondentów posiada wykształcenie wyższe. Średni miesięczny dochód w przedziale 1000-2000 złotych wskazało 34% ankietowanych. Język angielski doskonali 54% badanych co stanowi największy odsetek, kolejno wskazano języki

niemiecki (23%) oraz rosyjski (18%). Najmniejszy odsetek odpowiedzi dotyczył języka francuskiego – 5%. W przypadku formy nauczania języków obcych respondenci wskazali odpowiednio 49% i 51% dla szkół języków obcych oraz lekcji indywidualnych.

Ocenie poddano następujące atrybuty jakości usług:

1. wystrój pomieszczeń,
2. materiały informacyjne (dotyczące świadczonych usług),
3. wygląd personelu,
4. komunikacja z klientem,
5. podejście do klienta,
6. kwalifikacje personelu,
7. dostępność,
8. doświadczenie,
9. niezawodność,
10. reagowanie na zmiany.

W tabeli 3 zawarto ocenę atrybutów jakości usług nauczania języków obcych w podziale ze względu na zmienne metryczkowe.

Tabela 3.

Ocena atrybutów jakości usług w podziale ze względu na zmienne metryczkowe

Kategoria	Atrybuty jakości usług									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Płeć										
Kobiety	3,75	4,09	3,92	4,40	4,32	4,52	4,04	4,41	4,11	3,99
Mężczyźni	3,67	3,57	3,93	4,30	4,23	4,50	3,67	4,27	3,93	3,77
Wiek										
do 25 lat	3,68	4,02	3,89	4,36	4,24	4,52	4,11	4,30	3,98	3,79
25-40 lat	3,69	3,92	4,04	4,35	4,38	4,42	3,73	4,46	4,19	4,19
powyżej 40 lat	4,00	3,62	3,85	4,46	4,38	4,69	3,46	4,54	4,15	4,08
Wykształcenie										
Podstawowe	3,50	3,00	2,50	3,50	5,00	3,00	3,50	4,50	4,00	2,50
Średnie	3,67	3,83	3,96	4,26	4,15	4,35	4,07	4,35	3,91	3,70
Wyższe	3,77	4,07	3,95	4,49	4,39	4,70	3,84	4,39	4,18	4,16
Średni dochód netto										
do 1000zł	3,77	4,23	3,90	4,16	4,06	4,55	4,26	4,39	3,94	4,10
1000-2000zł	3,78	4,14	3,78	4,50	4,47	4,47	3,92	4,39	4,11	3,83
2000-3000zł	3,64	3,41	3,86	4,36	4,23	4,41	3,82	4,27	4,05	3,77
powyżej 3000zł	3,63	3,69	4,38	4,50	4,44	4,69	3,50	4,44	4,19	4,00
Język obcy										
Angielski	3,53	3,93	3,84	4,32	4,23	4,44	3,89	4,16	4,00	3,75
Francuski	4,00	3,40	3,80	4,60	5,00	5,00	4,00	4,80	4,60	3,80
Niemiecki	3,87	4,00	4,09	4,43	4,35	4,61	3,96	4,61	3,91	4,26
Rosyjski	4,05	4,05	4,00	4,42	4,26	4,53	4,05	4,68	4,32	4,05
Forma nauczania										
Szkoła języków obcych	3,90	4,22	3,94	4,31	4,29	4,51	3,86	4,37	3,96	3,94
Lecje indywidualne	3,56	3,69	3,91	4,43	4,30	4,52	4,00	4,37	4,15	3,91

W tabeli pogrubiono najniższe i najwyższe średnie wartości ocen każdego z atrybutów.

Źródło: opracowanie własne.

Analiza rozkładu odpowiedzi ze względu na kryterium płci pozwala stwierdzić, że najniżej oceniono *materiały informacyjne* (średnia odpowiedzi na poziomie 3,57 – mężczyźni), najwyżej *kwalifikacje personelu* (4,52 – kobiety, 4,50 – mężczyźni). Kolejną zmienną różnicującą wyniki badań był wiek respondentów. Zarówno najniższą (3,46 *dostępność*) jak i najwyższą (*kwalifikacje personelu* 4,69) ocenę odnotowano wśród ankietowanych w wieku powyżej 40 lat. W przypadku kolejnego kryterium osoby legitymujące się wykształceniem podstawowym wskazały najniższe (2,50 *wygląd personelu*, *reagowanie na zmiany*) i najwyższe (5,0 *podejście do klienta*) średnie oceny. Analiza rozkładu odpowiedzi ze względu na średni miesięczny dochód netto pozwala stwierdzić, że w tej grupie najniżej oceniono *materiały informacyjne* (3,41), najwyżej *kwalifikacje personelu* (4,69). Kolejnym analizowanym kryterium był język obcy, który doskonala respondentów. W tym przypadku również najniżej oceniono (3,40) *materiały informacyjne*, najwyżej *podejście do klienta* oraz *kwalifikacje personelu* (osoby, które uczą się języka francuskiego). Ostatnią analizowaną zmienną różnicującą próbę badawczą to forma nauczania języków obcych. W tej grupie respondenci uczęszczający na lekcje indywidualne najniżej ocenili *wystrój pomieszczeń* (3,56), najwyżej *kwalifikacje personelu* (4,52).

5. Podsumowanie

Obecnie w dobie silnej konkurencji satysfakcja i oczekiwania klientów stanowią podstawę do zapewniania i doskonalenia jakości świadczonych usług. Analiza wyników przeprowadzonego badania w zakresie oceny jakości usług nauczania języków obcych pozwala stwierdzić, że najniżej oceniono *wystrój pomieszczeń* (9 z 19 analizowanych kategorii w strukturze próby), najwyżej zaś *kwalifikacje personelu* (13 z 19 analizowanych kategorii w strukturze próby). Ankietowani legitymujący się wykształceniem podstawowym *wygląd personelu* oraz *reagowanie na zmiany* ocenili na poziomie 2,50 i była to nota najniższa. Wartości na poziomie 5 odnotowano dla zmiennych *podejście do klienta* (respondenci, którzy doskonala język francuski) oraz *kwalifikacje personelu* (osoby z wykształceniem podstawowym oraz ankietowani, którzy uczą się języka francuskiego).

Bibliografia

1. Borucki, W., i Urbaniak, M. (1996). Zdefiniować jakość. *Problemy Jakości*, 12.
2. Crosby, P.B. (1999). *Quality and Me. Lessons from an Evolving Life*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
3. Deming, W.E. (1982). *Quality, Productivity and Competitive Position*. Cambridge: MIT.
4. Feigenbaum, A.V. (1992). *Total Quality Control*. New York: McGraw-Hill.
5. Ford, N., Walker, O., and Churchill, G. (1975). Expectation-Specific Measures of the Intersender Conflict and Role Ambiguity Experienced by Industrial Salesmen. *Journal of Business Research*, 3.
6. Goetsch, D.L., and Davis, S.B. (2000). *Quality Management. Introduction to Total Quality Management for Production, Processing and Services*. Prentice-Hall, Inc.
7. Juran, A. (1997). *A Lifetime of Influence*. John Wiley & Sons, Inc.
8. Lotko, M., i Lotko, A. (2016). *Jakościowe kryteria doboru części zamiennych do samochodów osobowych*. Radom: Wydawnictwo ITeE-PIB.
9. Marczak, M. (2001). Jakość a użyteczność produktu. *Problemy Jakości*, 3.
10. Oakland, J.S. (2004). *Oakland Quality Management*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
11. Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49.
12. Pateman, T. (2006). Education. In W. Outhwaote (ed.), *The Blackwell Dictionary of Modern Social Thought*. Blackwell Publishing.
13. Pawlak, M., Dedenowski, M., i Wolski, B. (red.) (2009). *Problemy współczesnej dydaktyki języków obcych*. Poznań-Kalisz.
14. PN-EN ISO 9000:2015 (2016). *Systemy zarządzania jakością. Podstawy i terminologia*. Warszawa: PKN.
15. Saxe, R., and Weitz, B. (1982). The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople. *Journal of Marketing*, 19.
16. Skubiak, B. (2013). Edukacja jako czynnik wspierający rozwój gospodarczy. Implikacje dla Polski. *Studia Ekonomiczne – Współczesne Problemy Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 129.