

Krijgt de student de aandacht die hij verdient?

Lean consumption in het onderwijs

De term 'lean management' is bij velen bekend. 'Lean consumption' is minder bekend. Bij lean consumption staat de beleving van dienstverlening centraal. Het gaat erom een win-winsituatie te creëren die zowel uit een klantvoordeel als een organisatievoordeel bestaat. Dit artikel gaat over toepassing hiervan in het hoger onderwijs.



Kwaliteit in het hoger onderwijs

Kwaliteit in het onderwijs staat van oudsher in de belangstelling. Nog vóórdat in 1900 de leerplicht was ingevoerd, waren er al onderwijsinspecteurs. Tegenwoordig heeft de Nederlandse overheid de Nederlands-Vlaamse Accreditatieorganisatie (NVAO) ingeschakeld om de kwaliteit van opleidingen in het hoger onderwijs te beoordelen. Voldoet men niet aan het accreditatiekader, dan kan dat problemen opleveren voor de opleiding, want daarmee stopt de financiering.

Naast overheidsaccreditaties vanuit de NVAO zijn er tevredenheidsonderzoeken die onderwijsinstellingen intern houden, maar ook de jaarlijkse enquêtes van opiniebladen, zoals Elsevier ('Thema studeren') en de Keuzegids Hoger Onderwijs. Daarnaast heeft een aantal onderwijsinstellingen besloten het INK-model te hanteren en processen in kaart te brengen. Procesverbeteringen zijn daarbij zowel gericht op de kwaliteit van ondersteuning (zoals beschikbaarheid van onderwijsmateriaal) als op verbetering van de onderwijsinhoudelijke kwaliteit (bijvoorbeeld door analyse van het curriculumontwikkelingsproces).

In minder dan 50 woorden

- Lean consumption creëert een win-winrelatie voor zowel klant als organisatie.
- Toepassing van lean consumption in het onderwijs brengt het proces van student én organisatie in kaart en verbetert de beleving.
- Koppeling van deze processen maakt de waardeestroom zichtbaar en wordt gebruikt voor herontwerp van beide processen.

Onderwijskarakteristieken

Onderwijsorganisaties hebben een aantal bijzondere karakteristieken. Er is een natuurlijke spanning tussen docenten en het management van onderwijsinstellingen. Docenten, die een sterke binding hebben met het lesgeven en het 'docentschap', hebben vaak zorgen over de 'kenniserosie'. In hun ogen gaat dit gepaard met zaken waar het management mee bezig is zoals 'competentiegericht onderwijs' en 'marktwerking'. Binnen veel onderwijsinstellingen kennen opleidingen een relatief hoge mate van autonomie. Dit is voor de ondersteunende afdelingen niet altijd gemakkelijk, omdat elke opleiding weer haar eigen eisen stelt. De ondersteunende afdelingen voelen zich soms gewalst tussen de botsende krachten van management en professionals. De schaalvergroting in het onderwijs veroorzaakt de problematiek van organisaties van het type 'massadienstverleners' (Gastelaars, 1997). Kwaliteitsdoelen zijn gelegen in het behalen van doorstroom van studenten. Het gevaar ligt erin dat dit type organisaties zichzelf hieronder verschuilt, terwijl andere zaken te weinig belicht worden en

de afnemer te anoniem wordt. Fricties van onderwijsinstellingen als massadienstverlener uit zich bijvoorbeeld in het beeld van 'de anonieme student', die het onderwijs aan de instelling consumeert, massacolleges volgt en het gevoel heeft niet ondersteund te worden in zijn studieloopbaan.

Noordegraaf (2007) stelt naar aanleiding van een aantal casestudies bij publieke organisaties dat deze organisaties met man en macht hun eigen leefwerelden proberen aan te pakken om aan de veranderende leefwereld van de burger tegemoet te komen. Die aanpakken kenmerken zich door normalisering, interne procedures en structuren. Ze hebben echter niet altijd het gewenste effect. Het inside-out denken heeft als valkuil 'navelstaren'. Ook in het hoger onderwijs wordt teveel nagedacht over wat de student wil zonder het hem zelf te vragen.

Het proces van de student vraagt aandacht

In de twintigste eeuw is een consumenteneconomie ontstaan. De nieuwe individuen zoeken betekenis, niet alleen veiligheid en comfort. Ze willen invloed hebben, zichzelf uitdrukken en participeren. Hiermee ontstaat een complexe, meer gedifferentieerde maatschappij. Er is behoefte om tijd goed te besteden, maar ook stress door alles tegelijk te willen. Mensen zijn op zoek naar steun van bedrijven die verder gaat dan alleen producten en diensten. Zij informeren zichzelf beter en eisen meer individuele en tijds-efficiënte behandeling van publieke voorzieningen zoals ziekenhuizen en scholen.

Ook naar het hoger onderwijs vertaald liggen hier betekenissen. De hedendaagse student heeft naast de studie de zorg om in zijn levensonderhoud te voorzien. Aandacht voor een effectieve tijdsbesteding van de student, door bijvoorbeeld het effectief inrichten van het onderwijsproces en het reduceren of faciliteren van wachttijden van de student, wordt zeer op prijs gesteld.

Zuboff en Maxmin (2004) spreken onder de noemer van 'support economy' over het aanreiken van waarde aan de klant, om deze te helpen bij zijn beslissingen te midden van de overvloed aan informatie. Het is van belang dat organisaties relaties aangaan met hun afnemers.

In het onderwijs is het toevoegen van waarde aan de student van belang. Deze maakt immers de afweging: 'Wat levert het onderwijs mij op en wat kost het mij?' Aanhangers van 'cognitieve theorieën' menen dat nagestreefde waarden consumptieve motieven en gedrag van mensen bepalen (Nijs, 2005). Deskundigen spreken ook wel over de waarde-economie in dit verband. Uiteraard zijn er ook theorieën over de vraag welke waarden in de toekomst belangrijker zullen worden. Anno 2007 zijn zaken als gemak, kwaliteit van het bestaan, gevoel van eigenwaarde en ontspanning belangrijk.

