

Маркетинговое исследование потребителей образовательных услуг регионального вуза

Прядко Светлана Николаевна

Гарипова Александра Валерьевна

Аннотация: актуальность исследования определяется значительной трансформацией, происходящей в системе высшего профессионального образования, связанной с изменениями социального, экономического и даже структурного и институционального характера. Современные вузы являются активными участниками рыночных отношений, находятся в жесткой конкурентной среде не только в условиях национального, но и глобального рынка образовательных услуг. Все это заставляет использовать новые, в том числе маркетинговые, подходы к реализации деятельности вуза. В статье обосновывается необходимость более детального исследования удовлетворенности потребителей образовательными услугами вуза. Объектом исследования выступил Белгородский государственный национальный исследовательский университет, занимающий высокие позиции в российских и международных рейтингах. Методом исследования удовлетворенности потребителей образовательных услуг вуза выступил онлайн опрос, проведенный при помощи сервиса Google-формы. Результаты проведенного исследования обладают научной новизной, так как удовлетворенность потребителей была оценена в совершенно новых условиях комбинированного онлайн и оффлайн обучения, проходящего во время пандемии COVID-19. В целом исследование показало высокий уровень удовлетворенности студентов качеством образовательных услуг исследуемого вуза.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Актуальность проблемы исследования определяется социально-экономическими и институциональными преобразованиями, происходящими в российской экономике в целом, и в практике управления компаниями и

организациями различных сфер деятельности. Одной из сфер, подвергающейся значительным инновациям является высшее образование. В своем традиционном понимании система высшего образования обеспечивает воспроизводство интеллектуального и культурного потенциала страны [3]. С позиции экономики и управления, высшее образование реализуется на рынке образовательных услуг, и, соответственно, вступает с сложную систему экономических отношений, связанных с конкурентоспособностью, клиентингом и другими параметрами рынка [5]. Ключевым показателем эффективности деятельности вуза, в данном контексте, становится удовлетворенность потребителей услуг вуза [4].

Удовлетворенность определяется как «оценка воспринимаемой разницы между предполагаемым и реальным образом продукта» [1]. То есть удовлетворенность образовательными услугами – это соответствие образовательных ожиданий и потребностей студента предоставляемым возможностям получения образования и его качеству. Изучение уровня удовлетворенности потребителей образовательными услугами является актуальным направлением, так как полученная информация может стать основой для развития университета, а также для поддержания конкурентного преимущества на рынке образовательных услуг.

Существуют различные подходы к формированию критериев удовлетворенности потребителей. В контексте высшего профессионального образования чаще всего выделяют следующие: качество образования, уровень материально-технической базы учебного процесса, компетентность преподавательского состава и другие [1]. Уровень материально-технической базы университета включает в себя такие компоненты как состояние учебных корпусов и аудиторий, предоставление качественного питания, работа библиотек, а также уровень проводимых культурно-развлекательных мероприятий.

Компетентность преподавательского состава имеет большое значение, так как получение образовательных услуг невозможно отделить от научно-

педагогических кадров университета [2]. Этот критерий состоит из квалификации преподавателя, наличия опыта практической работы и научной деятельности, добросовестного отношения и умения эффективно предоставлять информацию. Именно поэтому университет должен ответственно подходить к формированию преподавательского состава, стимулировать его качественную работу, а также давать творческую свободу при разработке научно-методического материала и его преподавания.

Таким образом, изучение удовлетворенности потребителей образовательными услугами очень актуально и необходимо для развития университета.

Методика и дизайн исследования. С целью выявления уровня удовлетворенности студентов образовательными услугами Белгородского государственного университета было проведено исследование, в котором приняли участие 68 студентов НИУ «БелГУ», из них 40 женщин и 28 мужчин. В качестве метода сбора информации было использовано анкетирование, проводимое с помощью Google-формы.

В задачи исследования входило определить уровень удовлетворенности студентов качеством образования в НИУ «БелГУ», оценить удовлетворенность такими составляющими учебного процесса, как качество преподавания, работа деканата и кафедры. При этом одной из главных задач являлось изучение удовлетворенности образовательной средой: материально-техническим оснащением учебных аудиторий, работой столовых, библиотек, спортивного комплекса.

Результаты исследования показали, что большинство студентов считают, что НИУ «БелГУ» дает качественное образование (77%) (рис. 1). При этом 85% респондентов удовлетворены тем, что получают образование в данном университете. Такое соотношение тех, кто считает, что НИУ «БелГУ» дает качественное образование и тех, кто удовлетворен получением образования в данном вузе, говорит о том, что студенты целенаправленно поступали в НИУ

«БелГУ», так как считают его достойным университетом с качественным образованием.

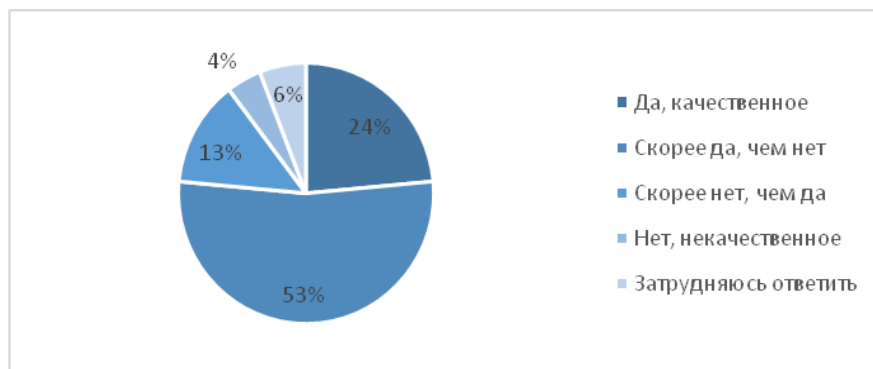


Рисунок 1 - Распределение ответов студентов на вопрос: «Как Вы считаете, НИУ «БелГУ» дает качественное образование или нет?»

Удовлетворенность образовательными услугами проявляется в удовлетворенности специальностью, на которой учится студент. Так, 79% студентов удовлетворены выбором специальности, на которой обучаются. При этом важно выявить готовность респондентов в будущем работать по данной специальности. Исходя из полученных данных, точно работать по специальности собираются 40% респондентов. Работать в смежной или близкой сфере по специальности планируют 29% студентов, а 19% не собираются работать по специальности, на которую учатся (рис. 2). Ответы на данные вопросы позволяют сделать вывод, что удовлетворенность выбором специальности связана с готовностью работать в этой сфере. Большая часть удовлетворенных выбором специальности (79%) готова в будущем работать по ней (69%) после окончания НИУ «БелГУ». Это говорит о том, что молодые люди ответственно подходят к выбору своей будущей профессии, нацелены на получение качественного образования по специальности и планируют работать по ней.

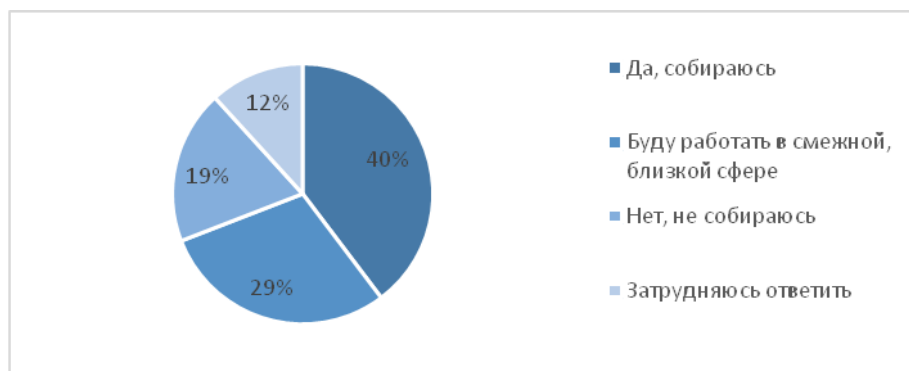


Рисунок 2 - Распределение ответов студентов на вопрос: «Собираетесь ли Вы работать по специальности, на которую сейчас учитесь, после окончания БелГУ?»

Для выявления удовлетворенности образовательными услугами студентам было предложено оценить составляющие учебного процесса по критериям по 5-бальной шкале. Так, качество преподавания в НИУ «БелГУ» в среднем оценивается студентами в 4 балла. Такие критерии как умение понятно и доступно изложить материал (4,0), объективность выставляемых оценок (4,2) и наличие опыта практической работы и научной деятельности (4,2) студенты оценили выше других. Это говорит о том, что преподаватели НИУ «БелГУ» хорошо объясняют лекционный и практический материал, объективно выставляют оценки на экзаменах и зачетах, а также имеют большой опыт в научной и практической деятельности.

Но стоит обратить внимание на такие критерии, как творческий подход к предмету (3,6) и использование новых педагогических технологий (3,5), которые оценены ниже других. Можно сделать вывод, что студентам не хватает творческого подхода от преподавателей, а также новых педагогических технологий. Соответственно, преподаватели должны обратить внимание на эти требования студентов, скорректировать подход к предмету и использованию новых технологий.

Одной из основных составляющих образовательных услуг является взаимодействие студентов с кафедрой и деканатом. Так, студенты удовлетворены работой кафедры и деканата, оценивают данный критерий на 4,1 балла. Респонденты отмечают доброжелательность сотрудников (4,3),

своевременность подготовки документов (4,1), а также график работы со студентами (4,1) и поощрение студенческих успехов (4,1). При этом студенты в целом удовлетворены графиком работы со студентами (4,1) и оперативностью информирования (4,0), учитывая текущую ситуацию с пандемией. Самую низкую оценку получил такой критерий, как удобство расписания (3,8).

Важной составляющей учебного процесса являются аудитории, ведь в них проходит обучение, и от их состояния и материально-технического обеспечения зависит его эффективность. Так, в аудитории должна быть нормальная температура и вентиляция, в ней должно быть чисто. Эти внешние факторы влияют на обучаемость и усвоение материала.

Студенты НИУ «БелГУ» оценили состояние и материально-техническое обеспечение аудиторий на 4 балла. Такие критерии, как количество рабочих мест (4,2) и просторность аудиторий (4,1), которые получили достаточно высокую оценку говорят о том, что аудитории НИУ «БелГУ» на любой из площадок являются просторными, имеют достаточное количество рабочих мест для обучения, которые в целом являются удобными (3,9). Самый высокий балл набрал критерий чистоты аудиторий (4,4), что говорит о высоком уровне обслуживания техническим персоналом.

При этом студенты отмечают, что в большинстве аудиторий есть современное компьютерное оборудование (4,0), однако скорость подключения к интернету оценивается ими в 3,5 балла, что говорит о необходимости усовершенствовать данный компонент.

Критерии, которые отвечают за оптимальную работу в аудитории, получили следующие баллы: акустика аудиторий (4,0), освещенность аудиторий (4,2), вентиляция аудиторий (3,7) и температура внутри аудиторий (3,8) (табл. 1). Таким образом, необходимо уделить особое внимание таким моментам в процессе обучения как вентиляция и температура в аудиториях. Ведь эти два критерия являются важными при проведении занятий.

Температура в аудиториях должна быть оптимальной, а также необходима хорошая вентиляция и приток свежего воздуха.

Таблица 1 - Распределение оценок студентов удовлетворенностью состоянием и материально-техническим обеспечением аудиторий

Критерий	Средняя оценка
1) Акустика аудиторий	4,0
2) Вентиляция аудиторий	3,7
3) Освещенность аудиторий	4,2
4) Просторность аудиторий	4,1
5) Удобство учебной мебели (столов, стульев и т.п.)	3,9
6) Наличие и современность компьютерного оборудования	4,0
7) Количество рабочих мест	4,2
8) Температура внутри аудиторий	3,8
9) Чистота аудиторий	4,4
10) Подключение к интернету, его скорость	3,5

Работу столовых и пунктов питания респонденты в среднем оценили на 4 балла. Меньше всего удовлетворенность по таким критериям как уровень цен (3,3) и качество приготовленных блюд (3,8), что говорит о том, что цена не соответствует качеству. При этом наличие горячего питания (3,9) и широта ассортимента (3,9) находятся на среднем уровне удовлетворенности.

Студенты наиболее удовлетворены такими составляющими, как внешний вид столовой, удобство мебели (4,2) и доброжелательность персонала (4,6) (табл. 2). Таким образом, в целом студенты удовлетворены состоянием столовых, соответствие санитарным нормам (4,1) и внешним видом, но качество питания необходимо улучшить.

При корреляции в зависимости от площадки обучения студенты социально-теологического факультета не удовлетворены работой столовой. Так, наличие горячего питания они оценили в 3,1 балла, а широту ассортимента в 2,9 балла. Это связано с тем, что столовая СТФ работает в форме буфета, в основном в ассортимент входят хлебобулочные изделия. К

тому же студенты СТФ не удовлетворены внешним видом столовой (3,3), что обусловлено ее несовременным дизайном. Студенты, обучающиеся на площадках старого и нового корпуса в целом удовлетворены работой столовых.

Таблица 2 - Распределение оценок студентов удовлетворенностью работой столовых и пунктов питания по площадкам обучения

Критерий	Новый корпус	Старый корпус	СТФ	Средняя оценка
1) Наличие горячего питания	4,3	4,1	3,1	3,9
2) Качество приготовленных блюд	4,2	3,6	3,3	3,8
3) Соответствие санитарным нормам	4,4	4,1	3,7	4,1
4) Уровень цен	4,0	3,6	3,5	3,3
5) Широта ассортимента	4,6	4,1	2,9	3,9
6) Внешний вид столовой, удобство мебели	4,8	4,6	3,3	4,2
7) Доброжелательность персонала	4,7	4,6	4,3	4,6

Такие составляющие учебного процесса как работа библиотеки и спортивного комплекса УСК Хоркиной, а также проводимые культурно развлекательные мероприятия в целом оцениваются студентами на 4,6 балла, что говорит о развитой деятельности университета в данных сферах.

Подводя итог, можно обозначить основные выводы. Студенты НИУ «БелГУ» считают, что университет дает качественное образование и удовлетворены тем, что получают образование в данном университете. При этом большинство респондентов удовлетворены выбором специальности и готовы работать по ней в будущем. Это говорит о том, что молодые люди хотят получать качественное образование в интересующей их сфере, поэтому осознанно выбрали НИУ «БелГУ» как университет для обучения.

Студенты НИУ «БелГУ» удовлетворены образовательным процессом и его составляющими. В целом они оценили образовательный процесс и среду на 4,1 балла из 5 возможных. При этом особое внимание следует уделить творческому подходу к предмету и использованию новых педагогических технологий со стороны преподавательского состава, так как данные критерии были оценены студентами ниже других, что говорит о необходимости работать над ними.

Работа деканата и кафедры оценивается студентами как удовлетворительная, что свидетельствует о выстраивании четкого и удобного взаимодействия между студентами и сотрудниками кафедры или деканата. Но следует обратить внимание на такую составляющую учебного процесса, как аудитории. Конкретно на температуру в аудиториях, также на подключение к интернету и его скорость. А на площадке обучения социально-теологического факультета следует уделить внимание акустике и вентиляции аудиторий, так как СТФ размещается в историческом здании, построенном в 1879 году. Плохая акустика является следствием высоких потолков, а толщина стен и расположение аудиторий на цокольном этаже являются причинами плохой вентиляции.

Такую составляющую учебной среды, как работа пунктов питания и столовых студенты в среднем оценили на 4,0 балла, но стоит обратить внимание на различие оценок студентов с разных площадок обучения. Так, наибольшая удовлетворенность работой столовых у студентов нового корпуса (4,4), у студентов старого корпуса – 4,1. Студенты СТФ оценивают работу столовой на 3,4 балла, что является низким показателем удовлетворенности. Поэтому руководству следует уделить внимание изменению внешнего вида столовой СТФ, организации горячего питания и расширению ассортимента столовой.

В заключение следует отметить, что знание удовлетворенности образовательными услугами помогает университету в развитии и совершенствовании образовательного процесса, а также позволяет наращивать конкурентное преимущество. НИУ «БелГУ» является активно развивающимся университетом, в котором обучается более 23 тысяч студентов. Чтобы удерживать и привлекать новых потребителей ему необходимо проводить маркетинговые исследования удовлетворенности потребителей и совершенствовать свою деятельность, исходя из результатов исследования.

Список использованной литературы:

1. Величко Н.Ю. Удовлетворенность потребителей образовательных услуг как источник конкурентного преимущества университета / Н.Ю. Величко // Гуманизация образования. 2015. №4. С. 69-74.
2. Жирнова Е.А. Удовлетворенность потребителей как показатель качества образовательной услуги // Решетневские чтения. 2014. №18. С. 251-254.
3. Полевая Н.М. Удовлетворенность качеством получаемых образовательных услуг (на примере опроса студентов-магистрантов экономического направления) // АНИ: педагогика и психология. 2017. №1. С. 159 -162.
4. Русанова А. А. Роль потребительского мониторинга удовлетворенности образовательными услугами в вузе // Дискуссия. 2012. №3. С. 82-89.
5. Тхориков Б.А. Методология индикативного управления организациями социальной сферы: проблемы целеполагания, метод TASKED // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2015. № 19 (216). С. 39-42.

УДК 339.138

Прядко С. В. - к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга Белгородского государственного национального исследовательского университета, Белгород, Россия.

E-mail: pryadko_s@bsu.edu.ru

Гарипова А. В. - студент кафедры социологии и организации работы с молодежью Белгородского государственного национального исследовательского университета, Белгород, Россия.

E-mail: asya.garipova96@mail.ru

Marketing research of consumers of educational services of a regional university

Pryadko S. - Ph.D., Associate Professor, Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia

Garipova A. - student of Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia

Annotation: The relevance of the study is determined by the significant transformation taking place in the system of higher professional education associated with changes in social, economic, and even structural and institutional nature. Modern universities are active participants in market relations, they are in a tough competitive environment not only in the national, but also in the global market of educational services. All this forces us to use new, including marketing, approaches to the implementation of the university's activities. The article substantiates the need for a more detailed study of consumer satisfaction with the educational services of the university. The object of the research is the Belgorod State National Research University, which occupies high positions in Russian and international rankings. The method of researching the satisfaction of consumers of educational services of the university was an online survey conducted using the Google form service. The results of the study are scientifically novel, as consumer satisfaction was assessed in a completely new environment of combined online and offline training taking place during the COVID-19 pandemic. In general, the study showed a high level of student satisfaction with the quality of educational services of the studied university.

Ключевые слова: удовлетворенность, качество образования, образовательные услуги, студенты, satisfaction, quality of education, educational services, students.