

УДК 37.378.1

И. А. Шаповал

Возможности измерения субъективной удовлетворенности студента качеством образовательных услуг вуза

В статье освещаются основные аспекты предлагаемого метода измерения субъективной удовлетворенности студентов качеством образовательных услуг вуза в контексте перехода отечественного образования на персонафикацию обучающегося. Методологической базой выступают идеи интерпретации образовательных услуг как потребительского блага, отношений «потребитель услуги — производитель и продавец услуги в образовании» и психологии потребителя. Психологические основы теории субъективного качества жизни легли в основу модели измерения удовлетворенности качеством образовательных услуг в соответствии со стандартами высшего образования РФ и представлениями непосредственных потребителей. Предлагаемая автором методика направлена на решение ряда противоречий в оценке субъективной удовлетворенности образовательными услугами их прямыми потребителями. Применение методики позволяет варьировать временные этапы оценивания и получать соответствующие эмпирические данные о динамике удовлетворенности на разных этапах получения образования, учитывать ее субъективный характер и своевременно обнаруживать снижение потребностей в отдельных образовательных услугах.

Ключевые слова: образовательные услуги, потребители, субъективная удовлетворенность.

Гуманизация реформ отечественного высшего образования как тренд перехода на персонафикацию обучающегося — понимания им степени удовлетворенности образовательными услугами и осознания себя субъектом образовательных процессов — сопровождается асинхронией развития самого образования и социально-экономических, духовных и культурных ориентиров жизни личности обучающегося в формировании представлений о собственной позиции в образовании. В отношениях «потребитель услуги — производитель и продавец услуги» студент как потребитель:

- имеет право на выбор вуза, формы обучения, предоставление условий для обучения с учетом особенностей его психофизического развития и состояния здоровья и т.д.;
- обязан добросовестно осваивать образовательную программу, выполнять требования устава вуза, бережно относиться к имуществу образовательной организации и т.д.

В свою очередь вуз как производитель и продавец услуги в случае несоблюдения студентом его обязанностей может применять меры дисциплинарного взыскания. Таким образом, процесс предоставления образовательных услуг — это активное взаимодействие производителя и потребителя, так или иначе связанное с удовлетворенностью последнего, рождающейся на границе контакта личности и института образования и имеющей прежде всего психологический характер.

В то же время анализ предлагающегося инструментария для измерения субъективной удовлетворенности студента вуза качеством его образовательных услуг обнаруживает дефицит логически обоснованных анкет, отсутствие формул для расчета индексов удовлетворенности и общего интегрального показателя, методов диагностики и статистики, позволяющих выявить взаимосвязь и динамику развития отдельных показателей и провести глубокую оценку результатов [9]. Главной проблемой оказывается невозможность определения роли в формировании удовлетворенности обучающихся объективных (характер и объем услуг) и субъективных (потребности, представления и т.п.) факторов.

Актуальность настоящего исследования и его теоретическая и практическая значимость определяются рядом существенных противоречий.

© Шаповал И. А., 2016

1. Принципиальное противоречие заключается в том, что оценка качества услуг не тождественна удовлетворенности ими, что, как ни парадоксально, не учитывают системы измерителей удовлетворенности. На восприятие и оценку равным образом влияют когнитивные факторы предубеждения и опыта: не только то, что мы *ожидаем* увидеть, но и то, что *хотим* увидеть. Однако потребности если и изучаются в отношении образовательных услуг [1], то в отрыве от удовлетворенности ими.

2. Количество параметров оценки качества образовательных услуг должно соответствовать количеству самих услуг, мнения об объеме и содержании которых, а также времени оценивания неоднозначны. Так, в проектах NSSE (США), SEQ (Австралия) результаты обучения оценивают сами выпускники; в DLHE (Великобритания) и GDS (Австралия) приобретенные выпускниками общие и специальные компетенции оценивают в рамках изучения рынков труда и необходимости дообучения после окончания вуза [6; 18]. Такая оценка, однако, производится ретроспективно, т.е. запаздывает относительно актуальной потребности конкретного потребителя услуги. В процессе же потребления образовательных услуг обучающийся может оценить их качество по критериям [7]: материальной оснащенности, наличия инфраструктуры, качества профессорско-преподавательского состава, организации учебного процесса, помощи в трудоустройстве.

3. Обычно потребитель видится рациональным, осознавшим свои потребности, целенаправленно изучающим информацию о предметах и условиях их удовлетворения. Однако психология потребителя такова, что его удовлетворенность [12]: относится к объекту, который сравнивается либо с аналогичными объектами, либо с собственным стандартом и основывается на накопленном опыте; происходит как после покупки, так и после выбора, до выбора или даже в отсутствие покупки или выбора; в трех четвертях случаев имеет прежде всего эмоциональную природу¹.

4. Расхождение предложения и потребности в образовательных услугах: в вузовских анкетах и опросниках студентам, как правило, предлагается оценивать результативность обучения, собственно обучение, качество преподавания. Частными параметрами выступают актуальность полученных знаний; соответствие содержания курса ожиданиям и программе; новизна полученной информации; ее понятность и практическая ценность; использование различных методов; умение преподавателя наладить контакт с аудиторией и т.п. Однако эмпирически установленный рейтинг потребностей студентов в образовательных услугах вуза иначе расставляет приоритеты: например, первокурсники ориентируются прежде всего на социальный статус вуза (институт, академия, университет; государственный статус); выбранную профессию; организацию учебно-воспитательного процесса (соответствие ожиданий и удовлетворенности содержанием учебных предметов, технологиями их преподавания) [1].

5. Потребности динамичны в силу влияющих на них социальных, экономических и психологических тенденций, поэтому опросные методики, сконцентрированные на получении данных на момент опроса, часто оставляют без внимания всю важную информацию [12].

Разрешение изложенных противоречий требует разработки новых методов измерения удовлетворенности обучающихся качеством образовательных услуг в контексте их предоставления-потребления. Систематизируя сложившиеся представления о сущности

¹ Кроме того, прямой потребитель образовательных услуг, во-первых, не является их экспертом, что делает его оценки косвенными; во-вторых, сравнение им своих ожиданий качества перед потреблением услуги расходится с его восприятием в момент непосредственного потребления [4]; в-третьих, более или менее адекватно он сможет оценить результаты потребленных услуг только после завершения обучения.

образовательных услуг [2; 7; 9; 12; 16], мы ориентируемся на их понимание *как потребительского блага* для конкретных лиц [6]:

- как инвестиция в человеческий капитал образование — определенный «бонус» в трудовой жизни. Соответственно учебное заведение выбирается с перспективой последующего трудоустройства, оценки «окупаемости» более позднего начала получения доходов в связи с получением образования и т.д. Исследование факторов спроса на образовательные услуги вузов показывает по большей части прагматизм современной молодежи [3]: приоритетна статусная функция будущей специальности — возможность сделать карьеру, престиж, уровень доходов;

- как ценность само по себе образование безотносительно к потенциальным материальным выгодам: здесь на первом плане духовное и интеллектуальное развитие личности, повышение образовательного и культурного уровня независимо от требований потребителей рабочей силы. Целый ряд специальностей в вузах не гарантирует высоких доходов в будущем, но имеет высокие конкурсы;

- еще одна потребительская миссия современных университетов, по мнению З. Баумана [17]: быть временным убежищем в обществе безработицы и структурой, позволяющей молодым людям на несколько лет отложить момент истины, наступающий при встрече с жесткими реалиями рынка труда.

Анализ и обобщение существующих подходов к определению образовательных услуг позволяют выделить их основные стороны [15]:

- система знаний, информации, умений и навыков, удовлетворяющих разнообразные образовательные потребности личности, общества, государства;

- взаимодействие между производителем и потребителем в процессе оказания и приобретения этого специфического блага;

- процесс передачи определенной информации для усвоения с целью получения определенного результата;

- комплекс действий воспитательного и обучающего характера, направленный на удовлетворение потребностей индивида;

- деятельность образовательного учреждения по развитию интеллектуальных способностей обучающегося и формированию у него профессиональных качеств, реализуемых в дальнейшем в трудовой деятельности.

Сопутствующими образовательными услугами считаются те, что сопровождают процесс обучения и решают бытовые и культурные запросы потребителей (общепитание, медицинское обслуживание, спортивные центры, комбинат питания и др.).

Что касается образовательных стандартов, учебных планов, программ (а также сертификатов, лицензий, дипломов, информации об условиях, методах, формах обучения и т.п.), мнения о них как об услугах расходятся:

- с одной стороны, отмечается наличие у них всех характеристик образовательной услуги [11]: неосязаемость до момента потребления, неразрывная связь с источником (услуга не существует отдельно от вуза и его профессорско-преподавательского состава), одновременность оказания и потребления услуги, непостоянство качества даже при стандартизации процесса, невозможность хранения;

- с другой стороны, их наглядное представление (например, на сайтах вузов) потенциальному потребителю — по сути, реклама услуг данного вуза, повышающая их осязаемость и снижающая потребительский риск и неопределенность, поэтому ряд авторов предлагает считать все вышеназванное параметрами образовательных услуг.

Мы рассматриваем формирование компетенций обучающегося в их системном характере (знания, умения, навыки, опыт) как самостоятельную образовательную услугу

и как целенаправленный процесс, обеспечиваемый совокупностью других образовательных услуг, включая сопутствующие. Соответственно, структурирование *перечня образовательных услуг и параметров их оценки* с целью измерения удовлетворенности этими услугами прямыми потребителями опирается на содержание современных федеральных государственных стандартов высшего образования и требований к основным профессиональным образовательным программам бакалавриата¹.

В результате с помощью экспертной оценки профессорско-преподавательского состава вуза, службы менеджмента и самих обучающихся были выделены 10 услуг, каждая из которых оценивается по четырем параметрам (табл. 1).

Таблица 1

Бланк опросника «Оценка удовлетворенности студента качеством образовательных услуг вуза»

Услуга	Вопрос	Оценка
I. График учебного плана	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	1) продолжительностью семестров и каникул	
	2) продолжительностью и расписанием экзаменационных сессий	
	3) продолжительностью учебных занятий	
	4) расписанием учебных занятий	
	Какова оценка ваших требований к:	
	5) продолжительности семестров и каникул	
	6) продолжительности и расписанию экзаменационных сессий	
	7) продолжительности учебных занятий	
	8) расписанию учебных занятий	
II. Компетенции, формируемые в обучении	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	9) знаниями, полученными при изучении дисциплин	
	10) умениями, сформированными при изучении дисциплин	
	11) навыками, сформированными на данном этапе обучения	
	12) опытом профессиональной деятельности	
	Какова оценка ваших требований к:	
	13) знаниям, полученным при изучении дисциплин	
	14) умениям, сформированным при изучении дисциплин	
	15) навыкам, сформированным на данном этапе обучения	
	16) опыту профессиональной деятельности	
III. Качество учебных занятий	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	17) содержанием занятий	
	18) разнообразием видов работы	
	19) сотрудничеством с преподавателем	
	20) практической значимостью изучаемого материала	
	Какова оценка ваших требований к:	
	21) содержанию занятий	
	22) разнообразию видов работы	
	23) сотрудничеству с преподавателем	
	24) практической значимости изучаемого материала	

¹ Положение ФГБОУ ВО ОГПУ «Об основной профессиональной образовательной программе, реализуемой по Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования SMK-II-7.1.2-09:2015. URL: http://ospu.ru/userfiles/ufiles/document/smk_p7.1.209_2015_ob_opop_fgos_vo.pdf.

Услуга	Вопрос	Оценка
IV. Производственная практика	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	25) наличием возможности выбора базы практики	
	26) разнообразием и содержанием видов работ на практиках	
	27) взаимодействием с руководителем практики (при затруднениях)	
	28) содержанием и формой отчетов по практике	
	Какова оценка ваших требований к:	
	29) наличию возможности выбора базы практики	
	30) разнообразию и содержанию видов работ на практиках	
	31) взаимодействию с руководителем практики (при затруднениях)	
	32) содержанию и форме отчетов по практике	
V. НИР	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	33) организацией НИР в институте / на факультете	
	34) работой научных кружков	
	35) соответствием предлагаемой НИР вашим интересам	
	36) стимулированием НИР вузом	
	Какова оценка ваших требований к:	
	37) организации НИР в институте / на факультете	
	38) работе научных кружков	
	39) соответствию предлагаемой НИР вашим интересам	
	40) стимулированию НИР вузом	
VI. Информационно-образовательное обеспечение обучения	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	41) доступом к электронно-библиотечным системам	
	42) работой библиотеки	
	43) работой лабораторий	
	44) работой методического кабинета	
	Какова оценка ваших требований к:	
	45) доступу к электронно-библиотечным системам	
	46) работе библиотеки	
	47) работе лабораторий	
	48) работе методического кабинета	
VII. Информационно-образовательная (электронная) среда	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	49) доступом к рабочим программам и методическим материалам дисциплин	
	50) взаимодействием с преподавателем посредством сети Интернет	
	51) фиксацией результатов вашего обучения на сайте (дневники, портфолио)	
	52) информацией о расписании, новостях и т.д.	
	Какова оценка ваших требований к:	
	53) доступу к рабочим программам и методическим материалам дисциплин	
	54) взаимодействию с преподавателем посредством сети Интернет	
	55) фиксации результатов вашего обучения на сайте (дневники, портфолио)	
	56) информации о расписании, новостях и т.д.	

Услуга	Вопрос	Оценка
VIII. Материально-техническое обеспечение	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	57) компьютерным классом	
	58) оснащенностью аудиторий техническими средствами обучения	
	59) учебно-наглядными пособиями	
	60) количеством аудиторий для проведения занятий	
	Какова оценка ваших требований к:	
	61) компьютерному классу	
	62) оснащенности аудиторий техническими средствами обучения	
	63) учебно-наглядным пособиям	
	64) количеству аудиторий для проведения занятий	
IX. Социокультурная среда	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	65) деятельностью органов студенческого самоуправления	
	66) спортивной и физкультурно-оздоровительной работой	
	67) культурно-досуговой работой	
	68) работой по формированию активной гражданской позиции	
	Какова оценка ваших требований к:	
	69) деятельности органов студенческого самоуправления	
	70) спортивной и физкультурно-оздоровительной работе	
	71) культурно-досуговой работе	
	72) работе по формированию активной гражданской позиции	
X. Социальная поддержка студента	Какова оценка вашей удовлетворенности:	
	73) стипендией	
	74) социальными выплатами	
	75) соотношением цены-качества питания в столовой/буфете	
	76) соотношением цены-качества проживания в общежитии	
	Какова оценка ваших требований к:	
	77) стипендии	
	78) социальным выплатам	
	79) соотношению цены-качества питания в столовой/буфете	
	80) соотношению цены-качества проживания в общежитии	

Поиски решения проблемы измерения удовлетворенности качеством образовательных услуг осуществлялись в русле исследований феномена *качества жизни* (англ. quality of life, QOL; нем. Lebensqualität, LQ) — собирательного понятия, обозначающего количественный уровень и разнообразие тех материальных и духовных потребностей, которые способен удовлетворить человек в условиях определенного общества [5; 8; 11; 14]. Помимо здоровья, коммуникаций, психологического и социального статуса, свободы деятельности и выбора и т.д., параметрами качества жизни выступают уровень образования, доступ к культурному наследию, социальному, психологическому и профессиональному самоутверждению, что прямо связано с содержанием образовательных услуг.

В анализе оценок качества жизни необходим учет двух несовпадающих реальностей:
 - объективная определяется комбинацией нормативных и статистических характеристик оценки степени удовлетворения научно обоснованных потребностей и интересов людей;

- субъективная связана с индивидуальностью потребностей и интересов конкретного человека, отражающейся в его ощущениях, личных мнениях и оценках качества своей жизни, которые зависят от объективных, но жестко ими не детерминируются. Субъективно интерпретируя и типологизируя свои впечатления о мире, человек и благополучен субъективно: с одной стороны, он нуждается в позитивных чувствах, состояниях и самооценке; с другой — его рефлексивность и бенчмаркинг (сопоставление качеств жизни других людей или общностей между собой как способ определения собственного качества жизни) индивидуальны с точки зрения критичности [14].

Равновесие между потребностями и их удовлетворением, включая достижение значимых целей и результатов, определяется через получение удовольствия и избегание неудовольствия. Таким образом, наша удовлетворенность жизнью — это субъективное ощущение благополучия, сбалансированности в удовлетворении материальных, духовных, социальных потребностей. Для переживания субъективного благополучия важна полная вовлеченность человека с растворением в значимом для него деле и соприкосновение с сильными сторонами его личности, но вовсе не обязательны сильные чувства [5; 10; 13].

В трудах российских психологов (К. А. Абульханова, А. А. Давыдов, Е. Е. Давыдова, И. А. Джидарьян, А. Л. Журавлев, Г. М. Зараковский, В. А. Хащенко и др.) субъективное качество жизни близко «ощущаемому качеству жизни» А. Кемпбелла, Ф. Конверса, В. Роджерса, Н. Далки и др. — удовлетворенности человека своей жизнью, выраженной в уровне и степени реализации его потребностей. Формула оценки «ощущаемого качества жизни» выглядит следующим образом [10]:

$$I_i = \frac{\text{Оценка качества услуги}}{\text{Оценка уровня потребности}},$$

где I_i — индекс удовлетворенности i -й сферой жизни является функцией отношения реального статуса к желаемому состоянию, или производной оценки качества услуги и уровня потребности в ней.

Общий индекс качества жизни — $Q = f(I_1, I_2, \dots, I_n)$, где n — количество факторов (оцениваемых параметров) — определяется вычислением среднего значения от суммы оцениваемых услуг (сфер жизни).

Таким образом, **уровень удовлетворенности выявляется при расхождении между потребностями индивидов и уровнями их удовлетворения** — между реальным и желаемым.

Апробация опросника по измерению удовлетворенности обучающихся качеством образовательных услуг вуза была проведена нами в феврале 2016 г. на базе института педагогики и психологии (ИПиП) Оренбургского государственного педагогического университета среди обучающихся 1—4 курсов бакалавриата. Выборка опрошенных составила 191 человек, среди них:

- по направленности (профилю) Психология образования (далее ПО) обучаются 50 респондентов; Психология и социальная педагогика (ПСП) — 58; Специальное (дефектологическое) образование (СДО) — 83;

- по этапам обучения: 1-й курс — 54; 2-й — 48; 3-й — 50; 4-й — 39.

Опрос проводился в групповой форме, анонимно, в конце опросника предлагался отдельный вопрос «Какие образовательные услуги не учтены в анкете?» (ответов не получено).

Инструкция. Просим оценить качество предоставляемых вам образовательных услуг и ваши потребности в них по пятибалльной шкале: 1 — очень низкое, 2 — низкое, 3 — среднее, 4 — высокое, 5 — очень высокое. Если вы полностью не удовлетворены

данной услугой или у вас нет в ней потребности, оставьте соответствующую графу пустой.

Обработка полученных данных проводилась в 3 этапа.

По формуле Кемпбелла [10] рассчитывались индивидуальные соотношения соответствующих удовлетворенности и потребности. Индекс удовлетворенности вычислялся путем умножения результата на 100. Диапазон возможных оценок составляет от max 500 (удовлетворенность = 5; потребность = 1) до min 20 (удовлетворенность = 1; потребность = 5). Величина, равная 100, характеризует совпадение оценок потребности и удовлетворенности независимо от их количественной выраженности.

Среднегрупповые значения рассчитывались по двум основаниям: направленность и курс обучения.

Результаты потребностей и удовлетворенности ранжировались.

Анализ результатов эмпирического исследования

Вычисление *индексов удовлетворенности* показывает:

По направлениям обучения: диапазон индексов $I_{cp IIIuII}$ по 10 видам услуг составил 100 (НИР) — 76 (социальная поддержка) единиц. Среднегрупповые индексы по услугам в целом: СДО — 90 единиц; ПО — 87; ПСП — 96; ИПиП — 91. По отдельным услугам индексы представлены от 66 до 105 единиц.

По курсам обучения: по отдельным услугам диапазон индексов $I_{cp IIIuII}$ 101 (НИР) — 72 (социальная поддержка). Среднегрупповые индексы по услугам в целом: 1-й курс — 93; 2-й — 91; 3-й — 89; 4-й — 91 единица. По отдельным услугам диапазон индексов 71—103 единицы.

Итак, на первый взгляд картина довольно благополучная: в большинстве оценок качества образовательных услуг удовлетворенность не намного ниже потребности, а в ряде случаев и превосходит ее. Но мы не можем согласиться с мнением [4] о том, что высокое качество услуг коррелирует с максимальным совпадением ожидания (читай *потребности*) и восприятия потребителя, а превышение уровня ожиданий над потреблением — с недополучением услуги или ее низким качеством, с точки зрения потребителя. Для нас показатели, близкие к 100, равные или превышающие, означают либо не критичность респондентов, либо их «перекормленность» соответствующей услугой. Поясним свою позицию.

Исходя из 5-балльной системы, целесообразным считаем оценивать как оптимальный диапазон I_{cp} 90—95 единиц — между высокой и очень высокой оценками. В психологическом плане полная удовлетворенность услугой имеет два варианта последствий: 1) повышение требований к услуге и закономерное снижение оценки ее качества; 2) утрату актуальности услуги. Не случайно этимологически «удовлетворенность» восходит к древнерусскому «дов(ь)льгь творити» — довольно, вдоволь, достаточно делать, производить, давать, доставлять. Полное удовлетворение потребности в услуге делает саму услугу неактуальной!

С другой стороны, можно предположить, что подходы потребителей к образованию — получение профессии в соответствии с требованиями рынка труда; получение знаний и формирование навыков в соответствии со своими интересами; условия обучения и приятного времяпрепровождения; возможность получения престижного и конкурентоспособного диплома — и, соответственно, к оценке его качества «чистыми» бывают редко. Оценивая удовлетворенность каждой из совокупности образовательных услуг, потребитель иерархизирует их в соответствии со своей системой устремлений (целей), ожиданий, представлений о достойном его положении и степени реализации личных потребностей. Следовательно, степень удовлетворенности образовательными услугами не может и не должна быть однородной.

Таким образом, учет только индексов или оценок удовлетворенности не дает достоверных сведений о качестве услуги: один тот же индекс может включать количественно разные потребности и удовлетворенность. Так, при любом из соотношений 1/1, 2/2, 3/3 и т.д. индекс составит 100 единиц. Для получения достоверной картины необходимо рассмотреть потребности в образовательных услугах и удовлетворенность ими по отдельности и в их соотношении.

Необходимость сравнительного анализа потребностей в образовательных услугах и удовлетворенности ими обучающихся разных направлений образования обуславливается не только их содержанием. Важнее для трансформации потребностей обучающихся в образовательных услугах и удовлетворенности ими то, что каждое из направлений сопровождается отдельными выпускающими кафедрами и профессорско-преподавательскими составами, по-разному расставляющими приоритеты в оказании образовательных услуг и соответственно распределяющими свое внимание и усилия. Рассмотрим эмпирические результаты в таблице 2.

Таблица 2

Соотношение потребностей и удовлетворенности студентов образовательными услугами вуза (по направлениям обучения)

Услуга	Направления обучения							
	СДО		ПО		ПСП		ИПиП	
	П	У	П	У	П	У	П	У
1. График учебного процесса	3,9	3,3	4,2	3,6	4,1	4,2	4,1	3,7
2. Формируемые компетенции	4,2	3,9	4,4	3,8	4,1	4,0	4,2	3,9
3. Качество учебных занятий	4,2	3,9	4,5	3,9	4,1	4,0	4,3	3,9
4. Производственная практика	4,0	3,6	4,2	3,2	4,0	3,7	4,1	3,5
5. НИР	3,4	3,4	3,7	3,6	3,5	3,7	3,5	3,6
6. Информационно-образовательное обеспечение обучения	3,8	3,7	4,0	3,9	3,9	3,9	3,9	3,8
7. Информационно-образовательная среда	3,8	3,4	4,1	3,6	4,0	3,9	4,0	3,6
8. Материально-техническое обеспечение	4,0	3,4	4,4	3,8	4,0	3,6	4,1	3,6
9. Социокультурная среда	3,8	3,8	3,8	3,4	4,0	4,1	3,9	3,8
10. Социальная поддержка	3,8	2,5	4,0	2,6	3,7	3,1	3,8	2,7
<i>М</i>	3,9	3,5	4,1	3,5	3,9	3,8	4,0	3,6

Отметим самые общие закономерности и различия:

Средние оценки потребностей (3,4—3,9) по большинству услуг преобладают на направлении СДО (6 услуг), на втором месте — ПСП (3).

Средние оценки удовлетворенности (около 3,5 балла) характерны для СДО и ПО (9 из 10 услуг). Удовлетворенность ниже 3,5 балла концентрируется на СДО (5 из 10) и ПО (3 из 10). Самая высокая удовлетворенность — выше 4 баллов — отмечена на ПСП: график учебного процесса и социокультурная среда.

Самые значительные расхождения между потребностями и удовлетворенностью выявлены в группах ПО (1,4 балла по социальной поддержке и 1 балл по практике) и СДО (1,3 балла по социальной поддержке). Кроме того, существенные расхождения в 0,6 балла мы видим в оценках потребностей и удовлетворенности графиком учебного процесса (СДО и ПО), компетенциями, качеством занятий, информационно-образовательной средой (ПО), материально-техническим обеспечением (СДО) и социальной поддержкой (ПСП).

Статистическая обработка полученных результатов в оценках потребностей с помощью t-критерия Стьюдента несвязных выборок СДО, ПО и ПСП показала, что в ос-

новном полученные эмпирические значения находятся в зоне незначимости ($t = 0,6$ и $t = 1,9$) и только между группами СДО и ПО при $t = 2,2$ — в зоне неопределенности. Все результаты оценок удовлетворенности находятся в зоне незначимости ($t = 0,3; 2,1; 1,8$) во всех несвязных выборках.

Оценка различий величин средних значений потребностей и удовлетворенности в связанных выборках выявила значимые различия эмпирических значений в группах СДО ($t = 3,3$) и ПО ($t = 3,9$). Результаты ПСП оказались в зоне незначимости ($t = 1,1$).

Приведенные данные подтверждают первостепенное значение для потребностей обучающихся в образовательных услугах и удовлетворенности ими не столько образовательного учреждения, сколько конкретных производителей этих услуг. С другой стороны, как говорилось выше, удовлетворенность потребителя во многом зависит от опыта потребления, что требует анализа динамики оценок удовлетворенности по этапам обучения (табл. 3).

Таблица 3

Показатели динамики потребностей и удовлетворенности студентов образовательными услугами вуза по этапам обучения

Услуги	Курсы							
	I		II		III		IV	
	П	У	П	У	П	У	П	У
1. График учебного процесса	4,1	3,7	4,0	3,8	3,9	3,4	3,9	3,7
2. Формируемые компетенции	4,2	4,0	4,4	4,0	4,1	3,5	4,4	3,9
3. Качество учебных занятий	4,3	4,0	4,4	4,0	4,1	3,6	4,2	3,8
4. Производственная практика					3,8	3,1	4,3	3,8
5. НИР	3,3	3,3	4,0	4,1	3,5	3,5	3,2	3,2
6. Информационно-образовательное обеспечение обучения	3,8	3,9	4,2	3,9	3,8	3,7	3,8	3,8
7. Информационно-образовательная среда	3,8	3,6	4,1	3,7	3,8	3,4	3,9	3,5
8. Материально-техническое обеспечение	4,0	3,6	4,3	3,8	4,0	3,3	4,1	3,3
9. Социокультурная среда	3,8	3,8	4,1	4,0	3,7	3,4	3,6	3,7
10. Социальная поддержка	3,9	2,7	4,0	3,1	3,3	2,3	4,0	2,7
Средний балл	3,7	3,6	4,2	3,8	3,8	3,3	3,9	3,5
Стандартное отклонение σ	0,29	0,41	0,17	0,30	0,25	0,39	0,35	0,37

Анализ приведенных в таблице данных показывает:

Общая динамика потребностей в образовательных услугах представлена их видимым ростом от первого курса ко второму, затем на третьем курсе идет снижение, и его результаты в основном сохраняются на четвертом курсе. Самые низкие показатели потребностей мы видим на первом курсе (5 из 10), на третьем курсе их число увеличивается (7 из 10). Самые высокие оценки потребностей отмечаются на первом курсе в компетенциях и качестве занятий; на втором курсе к ним добавляется НИР; на четвертом — компетенции, качество занятий и практика. Таким образом, первый курс демонстрирует наибольшую разбалансированность потребностей в образовательных услугах, хотя на момент мониторинга адаптация должна была бы завершиться.

Самые высокие оценки удовлетворенности наблюдаются на первом курсе по услугам компетенции и качеству занятий, на втором курсе добавляется НИР, на четвертом — компетенции, качество занятий и практика. Самая низкая удовлетворенность (3,5 и ме-

нее) отмечается на первом курсе в НИР и социальной поддержке; на третьем курсе — в 8 услугах из 10 (за исключением качества занятий и информационно-образовательного обеспечения); на четвертом курсе — в 4 из 10. Обращают на себя внимание повышение критичности обучающихся на третьем курсе и ее сохранение на четвертом.

Благодаря подобному анализу можно не просто констатировать степень удовлетворенности услугой и ее составляющими, но и попытаться понять причины ее колебаний на разных этапах обучения: на первом курсе большое время отводится дисциплинам естественнонаучного и гуманитарного характера, часто мало связанным с избранной профессией, что может снижать удовлетворенность качеством занятий ко второму курсу; повышение оценок к третьему курсу можно объяснить погружением в профессию, а снижение к четвертому курсу — переориентацией на самостоятельную работу и накоплением опыта потребления данной услуги. (Разумеется, в формировании оценки участвует гораздо больше факторов, но анализ их потенциального влияния выходит за рамки статьи.)

Подверженность оценок удовлетворенности качеством образовательных услуг колебаниям можно объяснить и непостоянством самого качества, имеющим ряд причин [11; 15]: неотделимость услуг от исполнителя, их протяженность во времени, невозможность установления жестких стандартов на процесс и результат оказания услуги. Отмечается достаточно жесткая связь качества услуг с изменением квалификации персонала, материально-технической базы и других элементов учебного процесса. Любая замена преподавателя (и изменения его душевного и физического состояния) может изменить как результат оказания образовательной услуги, так и спрос на нее. Одновременность производства и потребления услуг требует от потребителя и наличия определенного набора качеств (базовое образование, индивидуальное восприятие материала, личностные особенности, способности и т. д.), и его обязательного активного участия в потреблении услуг. Кроме того, современные исследования психологии потребителя показывают, что его желания и потребности постоянно растут: чем больше товаров и услуг он открывает для себя, тем больше хочет иметь [12].

Как мы видим, важным фактором выступает накопление положительного и отрицательного опыта потребления услуг. Уровень притязаний, требований, ожиданий по отношению к образовательным услугам складывается и изменяется в опыте их потребления, и удовлетворенность потребителя во многом зависит от соответствия его установок и целей установкам и целям производителя услуг.

Обобщая результаты мониторинга, проранжируем оценки потребностей и их удовлетворенности по каждой услуге с целью выявления рейтинговых расхождений между ними.

Таблица 4

Ранги потребностей и удовлетворенности студентов образовательными услугами вуза

Ранги потребности	Услуги	Ранги удовлетворенности	$I_{\text{ср}}^{\text{ШШП}}$
I	Формируемые компетенции	I	91
II	Качество учебных занятий		92
III	Производственная практика	V	85
	Материально-техническое обеспечение	VII	88
IV	График учебного процесса	IV	92
V	Информационно-образовательное обеспечение обучения	II	98
	Информационно-образовательная среда	VI	91
VI	Социальная поддержка	VIII	72
VII	НИР	V	101
	Социокультурная среда	III	98

Мы видим: полное совпадение рангов потребностей и удовлетворенности обнаруживаются только по двум услугам из десяти (компетенциям и графику занятий). Условное совпадение наблюдается по качеству занятий и информационно-образовательной среде. В то же время чем ниже потребность в услуге — НИР, социокультурная среда, информационно-образовательное обеспечение (за исключением социальной поддержки), — тем выше индекс удовлетворенности (101, 98); услуги же с высокой потребностью (первые 3 ранга) имеют средневысокий индекс — 89 единиц.

Выводы

Оценка удовлетворенности потребителя качеством образовательных услуг является относительной и динамичной в силу влияния на нее потребностей и информированности потребителя, требований образовательной политики государства, качества услуг предоставленных и не тождественных им потребленных, являющихся продуктом интеграции труда педагогов и обучающихся. Подход к образовательным услугам как к сфере потребления ставит главный, по мнению З. Баумана [17], вопрос об адекватности потребителя — его способности использовать возникающие возможности, развивать желания «получать больше, чем ранее», не позволять установленным потребностям сделать новые ощущения избыточными или ограничить возможность понимать и испытывать их.

Очевидно, что менеджмент вуза нуждается в создании программы лояльности (loyalty) — положительного отношения потребителей ко всему, что касается производимых организацией продуктов и услуг. Лояльность базируется на чувстве удовлетворенности, поэтому задачами ее развития выступают [12]: 1) вовлечение потребителя в диалог, который позволит постоянно получать от него информацию; 2) создание базы данных и их качественная обработка; 3) разработка и сообщение предложения, максимально ориентированного на потребности потребителя; 4) выяснение его реакции на предложение и корректирование базы данных. Создание такой программы требует и управленческих решений, и участия психологов.

Представленный в статье опросник:

- решает задачи сбора информации от потребителей образовательных услуг о степени их востребованности и удовлетворенности ими, создания базы данных и их количественно-качественной обработки, включая методы статистики;

- потенциально вариативен: дает возможность структурам образовательной организации (отделам, кафедрам, факультетам) изменять в конкретном мониторинге перечень услуг и содержание их параметров для целенаправленного изучения потребностей и удовлетворенности интересующими их услугами.

Перспективами усовершенствования самого опросника и оптимизации работы с ним является проверка его валидности, диагностических и прогностических возможностей.

Список использованной литературы

1. Андриенко А. В. Удовлетворенность первокурсников процессом обучения в вузе [Электронный ресурс] // Медицина и образование в Сибири. 2007. № 1. URL: http://ngmu.ru/cozo/mos/article/text_full.php?id=96
2. Баталова О. С. Специфика образовательной услуги как основа маркетинговой политики вуза // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы междунар. науч. конф. (Москва, апрель 2011 г.). М. : РИОР, 2011. Т. 2. С. 7—12.
3. Беляева О. В. Анализ поведения потребителей услуг высшего профессионального образования [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2006. № 3. С. 36—37. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=308>.
4. Беляева О. В. Восприятие качества образовательных услуг потребителями [Электронный ресурс] // Международный журнал экспериментального образования. 2009. № 3. С. 61—62. URL: <http://expeducation.ru/ru/article/view?id=37>.

5. Бойцов Б. В., Кузнецов М. А., Элькин Г. И. Концепция качества жизни. М. : Академия проблем качества, 2007. 240 с.
6. Железов Б. В., Кудюкин П. М., Шувалова О. Р. Эффективность системы образования: взгляд потребителя образовательных услуг // Вопросы образования. 2009. № 2. С. 187—210.
7. Кузьмина Е. Е. Маркетинг образовательных услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Юрайт, 2014. 330 с.
8. Лига М. Б., Щеткина И. А. Качество жизни: социально-психологический подход [Электронный ресурс]. URL: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2011/Psihologia/12_88633.doc.htm
9. Новокрещенова Н. А. Оценка удовлетворенности потребителей как информационная основа совершенствования системы менеджмента качества вуза // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2011. № 24. С. 232—237.
10. Нугаев Р. М., Нугаев М. А. Качество жизни в трудах социологов США // Социологические исследования. 2003. № 6. С. 100—104.
11. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. М. : Интерпракс, 2005. 240 с.
12. Посыпанова О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Калуга : Изд-во Калуж. гос. ун-та им. К. Э. Циолковского, 2012. 296 с.
13. Социально-психологическая концепция качества жизни : словарь-справочник / сост. Е. А. Углонова. Ярославль : Ремдер, 2003. 71 с.
14. Шаповал И. А. Субъективное качество жизни в психологии бедности [Электронный ресурс] // Психологическая наука и образование. 2014. Т. 6, № 4. С. 207—218. doi: 10.17759/psyedu.2014060418.
15. Шевченко О. М. Сущность и особенности образовательной услуги // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 3 (83). С. 90—96.
16. Щетинин В. Рынок образовательных услуг в современной России // Школа. 2007. № 3. С. 23—27.
17. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge : Polity, 2000. 240 p.
18. Dasgupta P., Weale M. On measuring the quality of life // World development. Oxford : Pergamon Press plc., 1992. Vol. 20, No. 1. P. 119—131.

Поступила в редакцию 08.09.2016

Шаповал Ирина Анатольевна, доктор педагогических наук, профессор
Оренбургский государственный педагогический университет
Российская Федерация, 460014, г. Оренбург, ул. Советская, 19
E-mail: irinashapoval@yandex.ru

UDK 37.378.1

I. A. Shapoval

Possible estimation of subjective satisfaction of students with the quality of educational services at the University

The article covers the main aspects of the proposed method of estimating the subjective satisfaction of students with the quality of educational services at the University in the context of the transition of Russian education to the personification principle. Methodological basis employs the ideas of interpretation of educational services as a consumer benefit, the relations “consumer services — manufacturer and seller of services” in education and psychology of the consumer. Psychological foundations of the theory of subjective quality of life formed the basis of the estimation model in accordance with the standards of higher education of the Russian Federation and views of the consumers. The author presents a methodology aimed at resolving a number of contradictions in the subjective assessment of satisfaction with education services to their direct customers. Application of the method allows to vary the time step of the evaluation and to get relevant empirical data about the dynamics of satisfaction at different stages of education, given its subjective nature and early detection of a decrease in need for individual educational services.

Key words: educational services, consumer, subjective satisfaction.

Shapoval Irina Anatolyevna, Doctor of Pedagogic Sciences, Professor
Orenburg State Pedagogical University
Russian Federation, 460014, Orenburg, ul. Sovetskaya, 19
E-mail: irinashapoval@yandex.ru

References

1. Andrienko A. V. Udovletvorennost' pervokursnikov protsessom obucheniya v vuze [Satisfaction of first-year students by studying at the university]. *Meditsina i obrazovanie v Sibiri — Medicine and Education in Siberia*, 2007, no. 1. Available at: http://ngmu.ru/cozo/mos/article/text_full.php?id=96. (In Russian)
2. Batalova O. S. Spetsifika obrazovatel'noi usluzh kak osnova marketingovoi politiki vuza [Specificity of educational services as the basis of the marketing policy of high school]. *Aktual'nye voprosy ekonomiki i upravleniya : materialy mezhdunar. nauch. konf. (Moskva, aprel' 2011 g.)* [Topical Issues of Economics and Management: Proceedings of the international scientific Conf. (Moscow, April 2011)]. Moscow, RIOR Publ., 2011, vol. 2, pp. 7—12. (In Russian)
3. Belyaeva O. V. Analiz povedeniya potrebiteli uslug vysshego professional'nogo obrazovaniya [Analysis of the behavior of consumers of higher education services]. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya — Modern problems of science and education*, 2006, no. 3, pp. 36—37. Available at: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=308>. (In Russian)
4. Belyaeva O. V. Vospriyatie kachestva obrazovatel'nykh uslug potrebitelyami [Perceptions of the Quality of educational services by consumers]. *Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya*, 2009, no. 3, pp. 61—62. Available at: <http://expeducation.ru/ru/article/view?id=37>. (In Russian)
5. Boitsov B. V., Kuznetsov M. A., El'kin G. I. *Kontseptsiya kachestva zhizni* [The concept of quality of life]. Moscow, Akademiya problem kachestva Publ., 2007. 240 p. (In Russian)
6. Zhelezov B. V., Kudyukin P. M., Shuvalova O. R. Effektivnost' sistemy obrazovaniya: vzglyad potrebitelya obrazovatel'nykh uslug [The effectiveness of the education system: a view of the consumer of educational services]. *Voprosy obrazovaniya*, 2009, no. 2, pp. 187—210. (In Russian)
7. Kuz'mina E. E. *Marketing obrazovatel'nykh uslug : uchebnyk i praktikum dlya akademicheskogo bakalavriata* [Marketing of educational services: the textbook and practicum for academic bachelor system]. Moscow, Yurait Publ., 2014. 330 p. (In Russian)
8. Liga M. B., Shchetkina I. A. *Kachestvo zhizni: sotsial'no-psikhologicheskii podkhod* [Quality of life: social-psychological approach]. Available at: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2011/Psihologia/12_88633.doc.htm. (In Russian)
9. Novokreshchenova N. A. Otsenka udovletvorennosti potrebiteli kak informatsionnaya osnova sovershenstvovaniya sistemy menedzhmenta kachestva vuza [Estimating customers' satisfaction as an information basis to improve the university quality management system]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva*, 2011, no. 24, pp. 232—237. (In Russian)
10. Nugaev R. M., Nugaev M. A. Kachestvo zhizni v trudakh sotsiologov SShA [Quality of life in the works of the US sociologists]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2003, no. 6, pp. 100—104. (In Russian)
11. Pankrukhin A. P. *Marketing obrazovatel'nykh uslug v vysshem i dopolnitel'nom obrazovanii* [Marketing of educational services in higher and further education]. Moscow, Interpraks Publ., 2005. 240 p. (In Russian)
12. Posypanova O. S. *Ekonomicheskaya psikhologiya: psikhologicheskie aspekty povedeniya potrebiteli* [Economic Psychology: psychological aspects of consumer behavior]. Kaluga, Kaluzh. gos. un-t im. K. E. Tsiolkovskogo Publ., 2012. 296 p. (In Russian)
13. *Sotsial'no-psikhologicheskaya kontseptsiya kachestva zhizni : slovar'-spravochnik / sost. E. A. Uglanova* [Social and psychological quality of life concept: the dictionary catalog, comp. by E. A. Uglanova]. Yaroslavl', Remder Publ., 2003. 71 p. (In Russian)
14. Shapoval I. A. Sub'ektivnoe kachestvo zhizni v psikhologii bednosti [Subjective quality of life in psychology of poverty]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie — Psychological Science and Education*, 2014, vol. 6, no. 4, pp. 207—218. doi: 10.17759/psyedu.2014060418. (In Russian)
15. Shevchenko O. M. Sushchnost' i osobennosti obrazovatel'noi usluzh [The essence and peculiarities of educational services]. *Marketing v Rossii i za rubezhom — Marketing in Russia and Abroad*, 2011, no. 3 (83), pp. 90—96. (In Russian)
16. Shchetinin V. Rynok obrazovatel'nykh uslug v sovremennoi Rossii [Educational services market in modern Russia]. *Shkola*, 2007, no. 3, pp. 23—27. (In Russian)
17. Bauman Z. *Liquid Modernity*. Cambridge, Polity, 2000. 240 p.
18. Dasgupta P., Weale M. On measuring the quality of life. *World development*. Oxford, Pergamon Press plc., 1992, vol. 20, no. 1, pp. 119—131.