

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2026. № 5 (259). С. 119–131.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2026. No. 5 (259). Pp. 119–131.

Научная статья

УДК 378: 339.138

doi:10.46554/1993-0453-2026-5-259-119-131

Многомерность образовательного опыта как основа удовлетворенности студентов

Ксения Александровна Данилова¹, Даниил Геннадьевич Сандлер², Анна Дмитриевна Зорина³,
Максим Сергеевич Соснин⁴

^{1,2,3,4} Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Екатеринбург, Россия

¹ k.a.danilova@urfu.ru

² d.g.sandler@urfu.ru

³ a.d.zorina@urfu.ru

⁴ m.s.sosnin@urfu.ru

Аннотация. В условиях усиливающейся конкуренции в сфере высшего образования университеты все чаще обращаются к анализу студенческого опыта как ключевого показателя качества образовательной среды. Однако распространенные шкальные методы измерения удовлетворенности не позволяют выявлять глубинные причины оценок и игнорируют многомерность образовательного опыта. В исследовании предлагается двухэтапный подход к анализу обратной связи 4910 студентов федерального университета, основанный на частотном анализе открытых ответов и экспертной рубрикации, который позволил систематизировать более 15 тыс. текстовых комментариев и выявить скрытые взаимосвязи между аспектами учебного процесса, практик, научно-исследовательской деятельности, инфраструктуры, информированности и социально-психологического климата. Результаты демонстрируют, что восприятие образовательной среды формируется как многомерный опыт. Студенты оценивают университет как единую систему, и снижение качества в одной сфере ведет к падению удовлетворенности в других. Значимыми драйверами выступают уважительное отношение, поддержка, прозрачные коммуникации и удобные цифровые сервисы и общая сервисная логика взаимодействия. Полученные данные имеют практическую ценность для совершенствования систем управления качеством образования, разработки цифровых сервисов и построения эффективной системы взаимодействия «студент – вуз».

Ключевые слова: образовательный опыт, удовлетворенность студентов, многомерность образовательного опыта, качество образования, сервисная логика в высшем образовании, маркетинг высшего образования, методы исследования в высшем образовании, анализ открытых ответов

Основные положения:

- ◆ студенческий опыт носит многомерный характер: разные аспекты деятельности воспринимаются как единая система, и снижение качества в одном компоненте снижает общую удовлетворенность;
- ◆ продемонстрирована ограниченность шкальных опросов; авторский подход позволил систематизировать более 15 тыс. открытых ответов и выявить ключевые паттерны восприятия образовательной среды;
- ◆ главные драйверы удовлетворенности – уважение, поддержка, цифровые сервисы, прозрачные коммуникации и общая сервисная логика взаимодействия.

Для цитирования: Многомерность образовательного опыта как основа удовлетворенности студентов / К.А. Данилова, Д.Г. Сандлер, А.Д. Зорина, М.С. Соснин // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2026. № 5 (259). С. 119–131. doi:10.46554/1993-0453-2026-5-259-119-131.

© Данилова К.А., Сандлер Д.Г., Зорина А.Д., Соснин М.С., 2026

Multidimensional educational experience as the basis for student satisfaction

Kseniya A. Danilova¹, Daniil G. Sandler², Anna D. Zorina³, Maxim S. Sosnin⁴

^{1,2,3,4} Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russia

¹ k.a.danilova@urfu.ru

² d.g.sandler@urfu.ru

³ a.d.zorina@urfu.ru

⁴ m.s.sosnin@urfu.ru

Abstract. In the context of increasing competition in higher education, universities are increasingly turning to the analysis for student experience as a key indicator of educational quality. However, conventional scale-based methods for measuring satisfaction fail to capture the underlying causes of student evaluations and overlook the multidimensional nature of educational experience. This study proposes a two-stage approach to analyzing the feedback from 4910 students of a federal university, combining frequency analysis of open-ended responses with expert rubrication. This design makes it possible to systematize over 15 000 textual comments and to identify latent interconnections among various aspects of the educational process, internships, research activities, infrastructure, information environment, and socio-psychological climate. The findings show that students' perceptions of the educational environment are shaped as multidimensional experience. The students evaluate the university as an integrated system, and a decline in the quality of one component leads to reduced satisfaction with others. The key drivers of satisfaction include respectful treatment, support, transparent communication, user-friendly digital services, and an overall service-oriented logic of interaction. The results have practical value for improving quality management systems in higher education, developing digital services, and designing an effective framework for «student – university» interaction.

Keywords: student experience, student satisfaction, multidimensional educational experience, quality of education, service logic in higher education, marketization of higher education, research methods in higher education, open-ended response analysis

Highlights:

- ◆ the student experience is multidimensional: different aspects of the activity are perceived as a single system, and decrease in quality in one component reduces overall satisfaction;
- ◆ the limitations of scale surveys are demonstrated; the author's approach made it possible to systematize more than 15 000 open responses and identify key patterns of perception of the educational environment;
- ◆ the main drivers of satisfaction are respect, support, digital services, transparent communication and common service logic of interaction.

For citation: Multidimensional educational experience as the basis for student satisfaction / K.A. Danilova, D.G. Sandler, A.D. Zorina, M.S. Sosnin // Vestnik of Samara State University of Economics. 2026. No. 5 (259). Pp. 119–131. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2026-5-259-119-131.

Введение

Сфера высшего образования развивается как квазирынок, которому присущи черты рыночных отношений, такие как конкуренция за ресурсы и потребителей, но в то же время преобладает государственное регулирование [1]. Фиксируется ряд системных сдвигов (институциональные трансформации, изменения в

структуре источников финансирования и логике управления, выражающиеся в увеличении автономии при принятии решений, ценностных ориентациях: университеты становятся поставщиками услуг, а студенты – потребителями), характеризующих процесс маркизации высшего образования, когда университеты самостоятельны в привлечении ресурсов.

Для большинства российских вузов основным источником финансирования остается образовательная деятельность. По итогам 2023 г. удельный вес доходов от НИОКР в общих доходах образовательной организации в ведущих вузах страны имеет следующие значения [2]: МГУ им. М.В. Ломоносова – 22,42%, МГТУ им. Н.Э. Баумана (НИУ) – 21,68%, МФТИ (НИУ) – 41,06%, СПбГУ – 12,14%, МИФИ – 29,15%.

В силу возрастающей конкуренции за абитуриентов актуализируется проникновение маркетинговой логики в управление университетами, в том числе в части предложения рассматривать обучающихся как потребителей услуг [3]. Это обуславливает возникновение и рост количества трудов, использующих дефиницию «образовательный опыт» по аналогии с «customer experience» («клиентский опыт»), трактовка и правомерность которых является дискуссионной [4].

Однако, допуская возможность рассматривать студента как потребителя в рамках разработки маркетинговых стратегий и образовательных продуктов [5], необходимо обратить внимание не только на достижение консенсуса в части определения сути указанных выше понятий, но и их связи с другими, такими как удовлетворенность и лояльность, а также факторов формирования опыта.

Клиентский опыт имеет тесную взаимосвязь с удовлетворенностью и лояльностью, предшествуя им. Высокое значение приобретает не только результат, но и субъективное восприятие взаимодействия студента с образовательной средой. Удовлетворенность становится отражением опыта, а в контексте высшего образования рассматривается как один из ключевых индикаторов качества [6]. В трудах исследователей встречаются противоречивые результаты относительно тех факторов, которые оказывают влияние на удовлетворенность студентов [7].

В зарубежных исследованиях отмечается высокая ценность анализа открытых ответов обучающихся для раскрытия нюансов преподавательской деятельности, которая недоступна при использовании балльной оценки [8]. Нередко именно результаты анализа открытых ответов являются катализатором глубо-

ких рефлексий со стороны руководства [9]. Однако отечественная практика организации систем менеджмента качества чаще основывается на шкальных метриках, ограниченное число исследований включает системный анализ открытых текстов, что, вероятно, связано с наличием ресурсных ограничений, в том числе в части анализа данных, у значительной доли российских университетов. Указанное приводит к уплощению студенческого опыта, недостаточности внимания к его многомерности и взаимосвязанности различных аспектов.

Цель настоящего исследования заключается в раскрытии структуры образовательного опыта студентов как совокупности взаимосвязанных аспектов, влияющих на удовлетворенность обучением, и интерпретации паттернов, недоступных при использовании только шкальных методов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Обосновать многомерность понятия «студенческий опыт».
2. Определить ключевые факторы, формирующие опыт, и их взаимосвязь.
3. Оценить возможность применения полуавтоматических методов анализа обратной связи в контексте деятельности вузов.

В условиях распространения «рыночной ориентации» в сфере высшего образования все большее внимание уделяется вопросам восприятия роли студентов. Они перестают восприниматься только как обучающиеся, но также недостаточным представляется описание их роли как сугубо потребительской. Все сильнее развивается конструкт «со-творчества», подчеркивающий активную позицию студентов в процессе совместного создания ценности и образовательного продукта. Такой подход позволяет не только обеспечить удовлетворенность студентов и повысить конкурентоспособность вуза [10], но и снизить пассивность обучающихся, вовлечь их в образовательный процесс [11].

Подобный подход требует дополнительного внимания к вопросам взаимодействия университета и студентов, что обуславливает развитие концепции «student experience» [4] – феномена, формирующегося под влиянием совокупности факторов и в процессе разных видов

деятельности, которые ранее не считались связанными между собой [12]. Учебное заведение при этом становится сервисной организацией, которая оказывает не одну, а целый комплекс услуг.

Качество образования понимается как формируемое на пересечении преподавания, внеучебной и исследовательской деятельности студентов, их вовлеченности и информированности, влияния социально-психологического климата, ресурсной обеспеченности и инфраструктуры [12; 13]. Студенческий опыт вбирает в себя комплекс процессов, реализуемых при получении образования и взаимодействии с академической средой, трактуется как совокупность когнитивного, аффективного, поведенческого и контекстуального измерений [14].

Факторы удовлетворенности и степень влияния компонентов образовательного опыта могут отличаться в зависимости от вуза и контекста его деятельности; существуют как универсальные, так и локальные предикторы [15; 16]. Однако строгого разделения факторов и компонентов опыта пока не обнаруживается. В исследованиях удовлетворенности студентов, проведенных авторами статьи ранее [17], обнаружена самая сильная корреляция с баллами, выставляемыми за «престиж вуза» и «соответствие ожиданиям, сформированным рекламой». При этом далеко не все исследователи в принципе рассматривают подобные чисто маркетинговые факторы.

Указанное обуславливает повышение сложности трактования, еще больше увеличивая варианты и порождая новые дискуссии [4; 13]. Однако, несмотря на сложность и многомерность понятия образовательного опыта, инструменты его оценки сохраняют в основном тенденцию к упрощению. Зачастую исследователями предлагается использовать шкалированные метрики, имплементированные из области оценки customer experience [13], или разработанные непосредственно для сферы образования [4].

Количественные методы удобны и просты в применении, позволяют достаточно быстро получить результаты, которые могут быть обработаны без привлечения существенных ресурсов и специализированных компетенций. Благодаря указанным аспектам широкое распро-

странение получили методики CSI, SERVQUAL, NPS и их вариации. Однако данные подходы подвергались критике за их неспособность обеспечивать принятие управленческих решений. Авторы SERVQUAL отмечали необходимость включения в аналитику качественных данных [18].

В условиях управления университетом ситуация усложняется неготовностью студентов ставить низкие оценки из-за опасения критики или санкций со стороны администрации или преподавателей, стремления «быть хорошими», «вежливыми» и многих других факторов [19], а также сложностью в вузовском контексте и неантонимичностью понятий «удовлетворенность» и «неудовлетворенность» [20]. Исследователи призывают обратить внимание на обратную дефиницию и аспекты деятельности вузов, в которых она обнаруживается.

На другом «полюсе» к проведению исследований находится *data based management (DBM)*, фокус резко смещается от простых моделей к максимальному извлечению данных и информации [21]. В сфере высшего образования активно развивается *learning analytics (LA)*, позволяющая персонализировать траектории, повышать вовлеченность, содействовать трудоустройству, лучше соответствовать требованиям рынка, развивать академические коммуникации и пр. [21].

Вместе с тем DBM сопряжен с рисками, связанными как с самими данными, так и с вызовами среды. Для развития подходов LA отмечается необходимость глубокой междисциплинарности, объединения «*cognition, meta-cognition, and pedagogy*» [22], оптимизации образовательной среды для сбора данных, развитие и постоянное совершенствование технологий [21]. На первый план выходят вопросы этики и законодательного оформления сбора, хранения и использования персональной информации.

Но даже приняв все указанные проблемы как принципиально решаемые, значимым остается вопрос ресурсного обеспечения дата-центричного управления, особенно в условиях ограничений, в которых нередко находятся российские вузы. Многие стремятся развивать отделы по образовательной аналитике, но это требует специальных компетенций и опреде-

ленного уровня цифровой зрелости. Не все вузы разработали документы стратегии цифрового развития, что усложняется значительной дельтой в объемах государственной поддержки [23].

Дорогостоящие и трудозатратные методы, основанные на машинном обучении, использовании языковых моделей, моделировании данных семантическом анализе текстов и др., распространенные в международной исследовательской повестке [8; 24–27], остаются скорее недоступны для решения задач конкретных вузов. Исследования задают общие рамки и направления для совершенствования деятельности университетов, но не могут учесть фактуру конкретного учреждения. Вместе с тем совершенствование образовательного опыта может помочь повысить конкурентоспособность вуза [28], в том числе за счет привлечения абитуриентов, улучшения образовательных результатов, а следовательно, репутации вуза.

Методы

Для выявления факторов формирования образовательного опыта использовались данные, полученные в ходе опроса 4910 студентов одного из федеральных университетов. Опрос проводился среди студентов бакалавриата и магистратуры всех курсов и направлений подготовки, что позволило получить наиболее полную картину. Анкета включала в себя закрытые и открытые вопросы о деятельности университета. Для анализа в рамках данного исследования отобраны ответы на открытые вопросы по блокам: учебный процесс; практическая подготовка; научно-исследовательская деятельность – НИР; информированность; материальные ресурсы; состояние помещений; социально-психологический климат; привлекательность; предложения студентов.

Для анализа ответов был применен полуавтоматизированный контент-анализ. Обработка данных включала в себя два этапа: 1) частотный анализ терминов, биграмм и триграмм с применением авторских Python-скриптов; 2) формирование и анализ рубриката экспертным путем.

Такой подход позволил сочетать как количественную фиксацию распределения лекси-

ческих единиц, так и качественную интерпретацию их содержания. Благодаря двухэтапному анализу удалось минимизировать произвольность интерпретации и сохранить баланс между открытостью анализа и его воспроизводимостью. Сформированные для каждого блока рубрикаторы покрыли от 30% до 53% открытых ответов, что свидетельствует, с одной стороны, о применимости разработанного инструмента, а с другой – о высоком разнообразии требований и лексики обучающихся.

Результаты

Предложенный подход позволил проанализировать и систематизировать более 15 тыс. открытых ответов студентов, предлагающих содержательную информацию. Это дало возможность не только выявить наиболее часто упоминаемые проблемы и предложения, но и реконструировать скрытые взаимосвязи между разными сторонами образовательного опыта. Ниже приведены основные результаты анализа по выделенным тематическим блокам.

Среди общих тенденций следует отметить готовность студентов давать развернутую обратную связь. Они активно делились своим мнением, нередко встречаются ответы длиной 200 и более слов, а средняя длина – 17 слов. Также респонденты отмечали свои переживания и надежды относительно того, что их голос будет услышан. Указанное может свидетельствовать о достаточном уровне вовлеченности. Значимой тенденцией является то, что для студентов разные виды деятельности неразделимы, воспринимаются как единое целое, о чем свидетельствует получение ответов в рамках одного блока, описывающих элементы другого.

Учебный процесс: студенты положительно отмечают профессионализм преподавателей, но жалуются на формализм при подаче материала и неуважительное отношение, недостаточное использование интерактивных методов и практической ориентации дисциплин. Расписание неравномерно, наличие «окон» мешает личной жизни и раннему старту профессиональной деятельности. Оценивание недостаточно прозрачно, не хватает своевременного информирования о критериях. При

этом студенты редко отмечают «несправедливость» оценок, но им важно получать развернутую обратную связь.

Практики: студентами отмечается недостаточность базы предприятий и организационного сопровождения при выборе места практики (17,9%), необходимость получения инструкций относительно набора и сроков сдачи документации (8,9%). Выделяется недовольство оформлением множества документов, что снижает ценность опыта. Обучающиеся нуждаются в поддержке и руководстве во время практики (3,8%). Они ожидают, что университет выступит в роли посредника и гаранта не только самой практики, но и трудоустройства. Предлагают либо заменить практики на оплачиваемые стажировки, либо оплачивать их трудозатраты во время практической подготовки (1,3%).

Научно-исследовательская работа: интересным представляется тот факт, что студенты подчеркивают заинтересованность в участии в НИР, отмечая барьеры входа и погружения. При этом замечания о материальной и нематериальной мотивации обучающихся как необходимый фактор отмечен в 7,8% ответов. Барьерами выступают в первую очередь недостаточность и несвоевременность информации о мероприятиях. Заинтересованные обучающиеся не имеют навыков, необходимых для проведения исследований, и представлений о том, как их развивать. Студенты не знают, к кому они могут обратиться за помощью, кто может выступить в качестве руководителя.

Реализация программ вовлечения студентов на основе обучения азам НИР, создание баз данных о преподавателях, готовых курировать студентов, и совершенствование программы их стимулирования, организация и поощрение менторства со стороны более опытных в НИР обучающихся позволят студентам разобраться, как влиться в исследовательскую работу и начать развивать свои проекты или проекты своих кураторов.

Информированность: студенты указывают на сложности из-за разрозненности каналов и формализма в документации: «непонятно, где и что искать». Предлагают организовать систему «одного окна» для доступа к актуальной информации. 7,7% ответов содержат данные о

сложности языка и несвоевременности получения информации. 12,4% ответов содержат запрос на размещение информации в соцсетях. Несмотря на активное развитие страниц университета, студенты отмечают избыток аккаунтов и «информационный шум», в котором теряются важные сообщения.

Сайт воспринимается как содержащий все необходимое, но трудный для ориентации – требуется более «интуитивный поиск». В результате возрастает потребность в «доброжелательном и приветливом человеке, который будет рассказывать / к которому можно обратиться с вопросом о том, что такой аспект существует и как им пользоваться».

Повышению информированности могут способствовать улучшение поисковых алгоритмов сайта, развитие ботов-помощников и менторство со стороны старших курсов. С учетом ключевой роли деканатов в передаче организационной информации оправдано введение КРП и инструкций для их сотрудников. Студенты высоко ценят приложение вуза, однако его дальнейшее развитие требует тщательной проработки архитектуры и поиска, чтобы избежать перегрузки сервиса.

Материальные ресурсы: сегодня студенты воспринимают проекторы и интерактивные доски как обязательный элемент, оставаясь недовольны тем, что им приходится сталкиваться с помещениями, где их нет. Значимым инструментом образовательного процесса выступает стабильный и быстрый интернет, и практически не встречаются запросы на специализированную лабораторную технику. Существует запрос на онлайн-ресурсы – книги, учебную литературу, доступ к электронной подписке на государственную библиотеку.

Состояние помещений: ответы содержат критические замечания относительно нехватки зон для совместной работы и отдыха. 38,2% ответов содержат указания на необходимость ремонта помещений, 11,3% – обновления мебели, 9,2% – повышения комфорта санузлов и их гигиенического состояния. Многие комментарии пересекаются с блоком «Материальные ресурсы».

Социально-психологический климат: студенты подчеркивают важность доброжелательной атмосферы, отмечают недостаток уважи-

тельного отношения со стороны одногруппников и сотрудников. Замечания связаны с формализмом, отсутствием обратной связи в электронных системах и недостаточным вниманием к эмоциональному состоянию обучающихся. Часто встречаются жалобы на незаинтересованность или слабую информированность кураторов и сотрудников деканата. Существуют проблемы коммуницирования с ними из-за асинхронности между графиком работы и расписанием, усугубляемые отсутствием ответов на e-mail или в личном кабинете.

Блок «Привлекательность университета» стал самым многочисленным по количеству полученных ответов (4710). Наиболее весомая категория «Портфель программ и выбор» (21,4%) отражает интерес студентов к широкому спектру образовательных направлений, возможности индивидуализировать траекторию обучения. Значительное место занимают ответы, связанные с категориями «Престиж, статус и масштаб вуза» (9,9%) и «Качество образования» (9,0%). Среди ответов встречаются упоминания студенческой жизни, удобства расположения, отдельных образовательных сервисов. Привлекательность университета для студентов определяется не только качеством образовательного процесса, но и более широким комплексом характеристик – от репутации и масштабов вуза до гибкости образовательного процесса.

Предложения студентов: наиболее часто встречающимися темами стали «Коммуникации и обратная связь» (7,6%), «Управление и развитие университета» (7,2%), «Преподаватели и кадровая политика» (6,6%) и «Обновление учебных программ и содержание» (6,3%). Эти категории отражают ключевые сферы, в которых студенты видят потенциал для улучшения.

Многие комментарии касаются потребности в более прозрачных и оперативных каналах коммуникации между администрацией и студентами, а также необходимости повышения качества организационных процессов. Обучающимися отмечены значимость привлечения квалифицированных преподавателей и обновления педагогических подходов, необходимость актуализации дисциплин и усиления их практической направленности. Нередко студентами повторно подчеркивается разочаро-

вание из-за неуважительного отношения со стороны сотрудников университета.

Сопоставление с результатами встречи студентов с ректором. С результатами, полученными в ходе контент-анализа, нами были сопоставлены транскрибированные материалы открытой встречи ректора со студентами. Анализ содержания обсуждения показал, что поднятые студентами темы в целом совпадают с результатами опроса, но содержат новые акценты и уточнения. Наиболее частыми стали обращения, связанные с развитием инфраструктуры кампуса и улучшением условий для совместной работы и отдыха, а также с запросами на массовые спортивные и культурные мероприятия. Вместе с тем внимание обучающихся привлекли вопросы взаимодействия университета с внешними партнерами, обеспечивающими часть сервисных процессов. Так, отмечалась необходимость интеграции коммерческих служб в общую коммуникационную сеть.

Подобные запросы свидетельствуют о расширении представлений студентов о границах образовательного опыта: они ожидают не только качественного содержания программ, но и высокого уровня сервисности, цифровизации и координации повседневных процессов. Университет в этом контексте воспринимается как единая система, где разные практики взаимосвязаны и формируют общее ощущение. Цифровые решения перестают быть лишь инструментом автоматизации, становясь частью структуры взаимодействия.

Обсуждение

Совокупность эмпирических работ последних лет раскрывает тезис о том, что студенческий опыт не сводится к одномерной «удовлетворенности» конкретным процессом, а представляет собой плотное переплетение различных измерений, опосредованных персональным и вузовским контекстами. Экспертами определяется «*global experience in HE*» как весь опыт студента в качестве члена академического сообщества, формируемый под влиянием индивидуальных и организационных факторов [29].

Вместе с тем мы настаиваем на применении именно термина «многомерность» опыта,

а не комплексность или многоаспектность, поскольку субъективное «измерение» удовлетворенности одним фактором или процессом влияет на другие. Результатами настоящего исследования подтверждается, что студенты, выделяя конкретные аспекты, оценивают всю совокупность своего опыта. При оценке «учебного процесса» студенты затрагивают почти все другие блоки, а говоря об «информированности», оценивают в том числе организацию процессов и т.д.

Сходным образом исследователи трактуют образовательную услугу как сложную и многогранную, в которой обучающиеся играют активную роль при совместном создании ценности [12]. Такой взгляд смещает фокус от пассивного «потребления» к активному участию, несколько нивелируя риски «рыночной ориентации». Он согласуется с исследованиями вовлеченности, в которых раскрывается влияние опыта на прогресс в обучении и приверженность [14].

Результаты позволяют сформулировать два методических вывода: 1) недостаточность результатов только лишь шкальных метрик для формирования детализированных представлений об опыте студентов; 2) избыточно частые опросы могут порождать негативные эффекты, такие как «усталость от обследований» (*survey fatigue*) [30; 31]. Можно следовать предлагаемым практикам сокращения числа и длины анкеты, но уместнее настраивать каналы открытой обратной связи с замкнутым циклом, где студенты смогут видеть, как именно их голос влияет на решения, что приведет к повышению доверия [32], вовлеченности и улучшению образовательных практик [33]. Наряду с материально-техническими и организационными условиями важную роль играют эмоциональные и социальные факторы, формирующие восприятие университета как партнера, а не как административной структуры.

Особое значение приобретают цифровые сервисы, которые формируют восприятие образовательного процесса в целом. Качество работы таких сервисов определяет ощущение «удобства» взаимодействия с университетом, что все чаще выделяется студентами как ключевой компонент образовательного опыта [6]. Совершенствование цифровых сервисов ста-

новится не только технологическим, но и ценностным ориентиром управления.

Сопоставление результатов с зафиксированными в ходе встречи студентов с ректором обращениями подтверждает, что образовательный опыт студентов является многомерным, охватывая разные компоненты, включая и те, которые реализуются за счет привлечения бизнеса. Восприятие удовлетворенности формируется не из отдельных событий, а из совокупности ежедневных взаимодействий с университетом как со сложной сервисной системой, содержащей рациональные, эмоциональные, социальные, сервисные и организационные компоненты, и требует комплексного анализа и учета контекста конкретного университета.

Несмотря на продуктивность подхода, примененного к анализу данных, он обладает и ограничениями. Прежде всего, значительная часть процесса анализа связана с экспертной валидацией рубрикатора, что сохраняет риск субъективности, отмечаемый авторами, подчеркивающими необходимость сочетания алгоритмических и экспертных процедур [34].

Вместе с тем использование частотного анализа и экспертного рубрикатора позволяет зафиксировать только наиболее часто встречающиеся категории и построить базовую структуру, но не раскрывает латентных тем и сложных ассоциативных связей. Данный недостаток компенсируется применением более сложных методов машинного обучения [8], но, как уже упоминалось, такие подходы обладают своими недостатками. Тенденции к применению более простых инструментов прослеживаются в научных исследованиях. Сохраняя авторскую логику применения «легких» методов анализа, представляется справедливым провести повторно частотный анализ внутри категорий, где это необходимо. В рассматриваемом кейсе такое повторение могло быть произведено для блока «Учебный процесс», где рубрикатор не полностью «вскрыл» факторы удовлетворенности.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило, что образовательный опыт студентов является многомерным, отдельные аспекты обучения

взаимно усиливают или ослабляют друг друга. Анализ структуры опыта демонстрирует важность комплексного подхода к оценке удовлетворенности и указывает на необходимость перехода от количественных метрик к качественным методам. Результаты позволяют детализированно учитывать ожидания обучающихся и служат основанием для выстраивания сервисной логики взаимодействия «студент – вуз», ориентированной на повышение качества образовательной среды.

Усиление результатов исследования может быть достигнуто за счет его развертывания и сопоставления результатов с выводами на основе применения инструментов машинного обучения либо за счет увеличения репрезентативности выборки и сопоставления результатов в разных вузах. Важным направлением будущих исследований видится выявление уни-

версальных и локальных факторов образовательного опыта и удовлетворенности студентов. Присутствуют исследования, фиксирующие различную степень влияния тех или иных факторов на общую оценку удовлетворенности в разных вузах [15; 16]. Но подробных исследований, которые бы прямо разделяли общие и частные модели образовательного опыта, пока нет.

Практическая ценность результатов исследования заключается в возможности использовать полученные данные для совершенствования систем менеджмента качества образования. Разработанный подход позволяет формировать на основе текстовой обратной связи конкретные KPI для подразделений, улучшать цифровые сервисы и коммуникацию с обучающимися, повышая прозрачность и доверие к университету.

Список источников

1. Marginson S. Competition and markets in higher education: a "glonacal" analysis // Policy Futures in Education. 2004. No. 2 (2). doi:10.2304/PFIE.2004.2.2.2.
2. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга деятельности образовательных организаций высшего образования. URL: <https://monitoring.miccedu.ru/?m=vro&year=2024> (дата обращения: 06.10.2025).
3. Guilbault M. Students as customers in higher education: the (controversial) debate needs to end // Journal of Retailing and Consumer Services. 2018. No. 40. Pp. 295–298. doi:10.1016/j.jretconser.2017.03.006.
4. Лызь Н.А., Голубева Е.В., Истратова О.Н. Образовательный опыт студентов: концептуализация и разработка инструмента оценки качества образования // Вопросы образования. 2022. № 3. С. 67–98. doi:10.17323/1814-9545-2022-3-67-98.
5. Definitions of quality in higher education: a synthesis of the literature / L. Schindler, S. Puls-Elvidge, H. Welzant, L. Crawford // Higher Learning Research Communications. 2015. No. 5 (3). Pp. 3–13. doi:10.18870/hlrc.v5i3.244.
6. Understanding student satisfaction and dissatisfaction: an interpretive study in the UK higher education context / J.A. Douglas, A. Douglas, R. McClelland, J. Davies // Studies in Higher Education. 2015. No. 40 (2). Pp. 329–349. doi:10.1080/03075079.2013.842217.
7. Marques F., Hernández-Leo D., Castillo C. Beyond bias in student satisfaction surveys: exploring the role of grades and satisfaction with the learning design // Journal of New Approaches in Educational Research. 2025. No. 14. doi:10.1007/s44322-025-00030-3.
8. Sun Y., Yan W. Using topic modeling to understand comments in student evaluations of teaching // Studies in Educational Evaluation. 2023. No. 78. doi:10.1016/j.stueduc.2023.101252.
9. Aznar-Mas L.E., Atarés-Huerta L., Marin-García J.A. Effectiveness of the use of open-ended questions in student evaluation of teaching in an engineering degree // Journal of Industrial Engineering and Management. 2023. No. 16 (3). Pp. 521–534. doi:10.3926/jiem.5620.
10. Paricio J. Students as customers: a paradigm shift in higher education // Debats. Journal on Culture, Power and Society. 2017. No. 131 (3). Pp. 137–149. doi:10.28939/iam.debats-en.2017-11.
11. Lubicz-Nawrocka T., C. Bovill Do students experience transformation through co-creating curriculum in higher education? // Teaching in Higher Education. 2021. No. 28 (7). Pp. 1744–1760. doi:10.1080/13562517.2021.1928060.

12. Towards a comprehensive student satisfaction model / M. Haverila, K. Haverila, C. McLaughlin, M. Arora // *The International Journal of Management Education*. 2021. No. 19 (3). doi:10.1016/j.ijme.2021.100558.
13. Matus N., Rusu C., Cano S. Student eXperience: a systematic literature review // *Applied Sciences*. 2021. No. 11 (20). doi:10.3390/app11209543.
14. Understanding the multidimensional nature of student engagement during the first year of higher education / V. Korhonen, M. Mattsson, M. Inkinen, A. Toom // *Frontiers in Psychology*. 2019. No. 10. doi:10.3389/fpsyg.2019.01056.
15. Ammigan R., Dennis J.L., Jones E. The differential impact of learning experiences on international student satisfaction and institutional recommendation // *Journal of International Students*. 2021. No. 11 (2). Pp. 299–321. doi:10.32674/jis.v11i2.2038.
16. Than W.W., Khaing N.N. A meta-analysis on factors influencing student satisfaction in higher education // *Journal of the Myanmar Academy of Arts and Science*. 2021. No. XVIII (9B). Pp. 393–404.
17. Данилова К.А., Сандлер Д.Г., Шаврин В.С. Маркетинговый взгляд на взаимосвязь ключевых факторов, влияющих на удовлетворенность студентов деятельностью университета // *Экономика образования*. 2024. № 3 (142). С. 91–103.
18. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // *Journal of Retailing*. 1988. No. 64 (1). Pp. 12–40.
19. Potential bias factors that affect the course evaluation of students in preclinical courses / S.J. Chae, M. Kim, K.H. Chang, Y.S. Chung // *Korean Journal of Medical Education*. 2017. No. 29 (2). Pp. 73–80. doi:10.3946/kjme.2017.54.
20. Langan A.M., Harris W.E. Metrics of student dissatisfaction and disagreement: longitudinal explorations of a national survey instrument // *Higher Education*. 2023. Pp. 1–21. doi:10.1007/s10734-023-01004-0.
21. Learning analytics methods, benefits, and challenges in higher education: a systematic literature review / J.T. Avella, M. Kebritchi, S.G. Nunn, T. Kanai // *Online Learning*. 2016. No. 20 (2). Pp. 13–29. doi:10.24059/olj.v20i2.790.
22. Advances in learning analytics and educational data mining / M. Vahdat, A. Ghio, L. Oneto [et al.] // *Proceedings of the European Symposium on Artificial Neural Networks, Computational Intelligence and Machine Learning*. Belgium, 2015.
23. Костина С.Н., Банных Г.А. Программы развития региональных университетов: цели в области цифровой зрелости и инструменты оценки их достижения // *Университетское управление: практика и анализ*. 2023. № 27 (4). С. 103–115. doi:10.15826/umpa.2023.04.036.
24. Liu H., Zhang J., Wang C. Research on students' satisfaction of intelligent learning based on text mining // *Frontiers in Psychology*. 2022. No. 13. doi:10.3389/fpsyg.2022.897125.
25. Nemo H., Rahman M.M. Student feedback analysis using Natural Language Processing // *2021 ASEE Annual Conference & Exposition Proceedings*. ASEE. 2021.
26. Shaik S., Rosalind R., Suguna S. Sentiment analysis and opinion mining on educational data // *Materials Today : proceedings*. 2022. No. 62. Pp. 3984–3990. doi:10.1016/j.matpr.2022.03.540.
27. Zhu Y., Wu B., Wang Q. Modeling student satisfaction in online learning using a Random Forest-based framework // *Scientific Reports*. 2023. No. 13 (1). doi:10.1038/s41598-023-43076-8.
28. Повышение международной конкурентоспособности вузов в глобальном цифровом пространстве / В.В. Бондаренко, К.С. Таишева, Т.В. Тампей, Д.П. Пензина // *Вестник университета*. 2023. № 9. С. 21–29. doi:10.26425/1816-4277-2023-9-21-29.
29. Sá M.J. A Multidimensional model of analysis of students' global experience in higher education // *Education Sciences*. 2023. No. 13 (3). doi:10.3390/educsci13030232.
30. Fass-Holmes B. survey fatigue – literature search and analysis of implications for student affairs policies and practices // *Journal of Interdisciplinary Studies in Education*. 2022. No. 11 (1). Pp. 56–73.
31. Porter S.R., Whitcomb M.E., Weitzer W.H. Multiple surveys of students and survey fatigue // *New Directions for Institutional Research*. 2004. No. 121. Pp. 63–73. doi:10.1002/ir.101.
32. Watson S. Closing the feedback loop: ensuring effective action from student feedback // *Tertiary Education and Management*. 2003. No. 9 (2). Pp. 145–157. doi:10.1080/13583883.2003.9967099.

33. Barker M., Pinard M. Closing the feedback loop? Iterative feedback between tutor and student in coursework assessments // *Assessment & Evaluation in Higher Education*. 2014. No. 39 (8). Pp. 899–915. doi:10.1080/02602938.2013.875985.

34. Grimmer J., Stewart B.M. Text as data: the promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts // *Political Analysis*. 2013. No. 21 (3). Pp. 267–297. doi:10.1093/pan/mps028.

References

1. Marginson S. Competition and markets in higher education: a "glonacal" analysis // *Policy Futures in Education*. 2004. No. 2 (2). doi:10.2304/PFIE.2004.2.2.2.

2. Information and analytical materials on the results of monitoring the activities of educational institutions of higher education. URL: <https://monitoring.miccedu.ru/?m=vpo&year=2024> (date of access: 06.10.2025).

3. Guilbault M. Students as customers in higher education: the (controversial) debate needs to end // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2018. No. 40. Pp. 295–298. doi:10.1016/j.jretconser.2017.03.006.

4. Lyz N.A., Golubeva E.V., Istratova O.N. Students' educational experience: conceptualization and development of an educational quality assessment tool // *Education issues*. 2022. No. 3. Pp. 67–98. doi:10.17323/1814-9545-2022-3-67-98.

5. Definitions of quality in higher education: a synthesis of the literature / L. Schindler, S. Puls-Elvidge, H. Welzant, L. Crawford // *Higher Learning Research Communications*. 2015. No. 5 (3). Pp. 3–13. doi:10.18870/hlrc.v5i3.244.

6. Understanding student satisfaction and dissatisfaction: an interpretive study in the UK higher education context / J.A. Douglas, A. Douglas, R. McClelland, J. Davies // *Studies in Higher Education*. 2015. No. 40 (2). Pp. 329–349. doi:10.1080/03075079.2013.842217.

7. Marques F., Hernández-Leo D., Castillo C. Beyond bias in student satisfaction surveys: exploring the role of grades and satisfaction with the learning design // *Journal of New Approaches in Educational Research*. 2025. No. 14. doi:10.1007/s44322-025-00030-3.

8. Sun Y., Yan W. Using topic modeling to understand comments in student evaluations of teaching // *Studies in Educational Evaluation*. 2023. No. 78. doi:10.1016/j.stueduc.2023.101252.

9. Aznar-Mas L.E., Atarés-Huerta L., Marin-Garcia J.A. Effectiveness of the use of open-ended questions in student evaluation of teaching in an engineering degree // *Journal of Industrial Engineering and Management*. 2023. No. 16 (3). Pp. 521–534. doi:10.3926/jiem.5620.

10. Paricio J. Students as customers: a paradigm shift in higher education // *Debats. Journal on Culture, Power and Society*. 2017. No. 131 (3). Pp. 137–149. doi:10.28939/iam.debats-en.2017-11.

11. Lubicz-Nawrocka T., C. Bovill Do students experience transformation through co-creating curriculum in higher education? // *Teaching in Higher Education*. 2021. No. 28 (7). Pp. 1744–1760. doi:10.1080/13562517.2021.1928060.

12. Towards a comprehensive student satisfaction model / M. Haverila, K. Haverila, C. McLaughlin, M. Arora // *The International Journal of Management Education*. 2021. No. 19 (3). doi:10.1016/j.ijme.2021.100558.

13. Matus N., Rusu C., Cano S. Student eXperience: a systematic literature review // *Applied Sciences*. 2021. No. 11 (20). doi:10.3390/app11209543.

14. Understanding the multidimensional nature of student engagement during the first year of higher education / V. Korhonen, M. Mattsson, M. Inkinen, A. Toom // *Frontiers in Psychology*. 2019. No. 10. doi:10.3389/fpsyg.2019.01056.

15. Ammigan R., Dennis J.L., Jones E. The differential impact of learning experiences on international student satisfaction and institutional recommendation // *Journal of International Students*. 2021. No. 11 (2). Pp. 299–321. doi:10.32674/jis.v11i2.2038.

16. Than W.W., Khaing N.N. A meta-analysis on factors influencing student satisfaction in higher education // *Journal of the Myanmar Academy of Arts and Science*. 2021. No. XVIII (9B). Pp. 393–404.

17. Danilova K.A., Sandler D.G., Shavrin V.S. A marketing perspective on the interrelation of key factors affecting student satisfaction with university activities // *Economics of education*. 2024. No. 3 (142). Pp. 91–103.

18. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality // *Journal of Retailing*. 1988. No. 64 (1). Pp. 12–40.
19. Potential bias factors that affect the course evaluation of students in preclinical courses / S.J. Chae, M. Kim, K.H. Chang, Y.S. Chung // *Korean Journal of Medical Education*. 2017. No. 29 (2). Pp. 73–80. doi:10.3946/kjme.2017.54.
20. Langan A.M., Harris W.E. Metrics of student dissatisfaction and disagreement: longitudinal explorations of a national survey instrument // *Higher Education*. 2023. Pp. 1–21. doi:10.1007/s10734-023-01004-0.
21. Learning analytics methods, benefits, and challenges in higher education: a systematic literature review / J.T. Avella, M. Kebritchi, S.G. Nunn, T. Kanai // *Online Learning*. 2016. No. 20 (2). Pp. 13–29. doi:10.24059/olj.v20i2.790.
22. Advances in learning analytics and educational data mining / M. Vahdat, A. Ghio, L. Oneto [et al.] // *Proceedings of the European Symposium on Artificial Neural Networks, Computational Intelligence and Machine Learning*. Belgium, 2015.
23. Kostina S.N., Bannykh G.A. Regional university development programs: goals in the field of digital maturity and tools for assessing their achievement // *University management: practice and analysis*. 2023. No. 27 (4). Pp. 103–115. doi:10.15826/umpa.2023.04.036.
24. Liu H., Zhang J., Wang C. Research on students' satisfaction of intelligent learning based on text mining // *Frontiers in Psychology*. 2022. No. 13. doi:10.3389/fpsyg.2022.897125.
25. Nemo H., Rahman M.M. Student feedback analysis using Natural Language Processing // *2021 ASEE Annual Conference & Exposition Proceedings*. ASEE. 2021.
26. Shaik S., Rosalind R., Suguna S. Sentiment analysis and opinion mining on educational data // *Materials Today : proceedings*. 2022. No. 62. Pp. 3984–3990. doi:10.1016/j.matpr.2022.03.540.
27. Zhu Y., Wu B., Wang Q. Modeling student satisfaction in online learning using a Random Forest-based framework // *Scientific Reports*. 2023. No. 13 (1). doi:10.1038/s41598-023-43076-8.
28. Improving the international competitiveness of universities in the global digital space / V.V. Bondarenko, K.S. Taisheva, T.V. Tampey, D.P. Penzina // *University Bulletin*. 2023. No. 9. Pp. 21–29. doi:10.26425/1816-4277-2023-9-21-29.
29. Sá M.J. A Multidimensional model of analysis of students' global experience in higher education // *Education Sciences*. 2023. No. 13 (3). doi:10.3390/educsci13030232.
30. Fass-Holmes B. survey fatigue – literature search and analysis of implications for student affairs policies and practices // *Journal of Interdisciplinary Studies in Education*. 2022. No. 11 (1). Pp. 56–73.
31. Porter S.R., Whitcomb M.E., Weitzer W.H. Multiple surveys of students and survey fatigue // *New Directions for Institutional Research*. 2004. No. 121. Pp. 63–73. doi:10.1002/ir.101.
32. Watson S. Closing the feedback loop: ensuring effective action from student feedback // *Tertiary Education and Management*. 2003. No. 9 (2). Pp. 145–157. doi:10.1080/13583883.2003.9967099.
33. Barker M., Pinard M. Closing the feedback loop? Iterative feedback between tutor and student in coursework assessments // *Assessment & Evaluation in Higher Education*. 2014. No. 39 (8). Pp. 899–915. doi:10.1080/02602938.2013.875985.
34. Grimmer J., Stewart B.M. Text as data: the promise and pitfalls of automatic content analysis methods for political texts // *Political Analysis*. 2013. No. 21 (3). Pp. 267–297. doi:10.1093/pan/mps028.

Информация об авторах

К.А. Данилова – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина;

Д.Г. Сандлер – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина;

А.Д. Зорина – заместитель начальника Управления стратегического развития и маркетинга Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина;

М.С. Соснин – магистрант, ведущий инженер отдела управления качеством Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

Information about the authors

K.A. Danilova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management of the Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin;

D.G. Sandler – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Management of the Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin;

A.D. Zorina – deputy head of the Strategic Development and Marketing Office of the Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin;

M.S. Sosnin – undergraduate student, lead engineer of the Quality Management Department of the Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin.

Статья поступила в редакцию 28.11.2025; одобрена после рецензирования 09.12.2025; принята к публикации 13.05.2026.

The article was submitted 28.11.2025; approved after reviewing 09.12.2025; accepted for publication 13.05.2026.