

## **ВОСПРИЯТИЕ СТУДЕНТАМИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВУЗЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

© 2015 Л.И. Фишман, О.Ю. Цыбина\*

**Ключевые слова:** управление организациями сферы услуг, образовательные услуги, качество образовательных услуг.

Представлены некоторые результаты эмпирического исследования восприятия студентами качества образовательных услуг в вузе, показано, что большинство параметров качества производства образовательных услуг не значимы для студентов и могут не приводить к повышению качества услуги в их восприятии.

### **Дизайн исследования**

Подсистема высшего образования является одной из крупнейших сфер оказания услуг, поэтому вопросы управления повышением качества данных услуг находятся в центре внимания многочисленных исследователей как в России, так и за рубежом. Однако само понятие “качество образовательных услуг”, в частности применительно к названной подсистеме образования, трактуется весьма по-разному различными исследователями. Одним из авторов настоящей статьи за последние два десятилетия разработаны концепция качества образовательных услуг, методология и методика управления качеством данных услуг, которые нашли отражение в ряде публикаций в “Вестнике Самарского государственного экономического университета”.

Данная концепция базируется на фундаментальных идеях многих исследователей, однако не сводится к ним. В центре ее - представление о необходимости различения качества образовательной услуги как категории, характеризующей ее свойства по отношению к внешней среде, и качества ее производства в конкретной образовательной организации или системе образования, описываемого системой внутренних параметров организации или системы. Концепция предполагает также вычленение “потребительского качества образовательной услуги”, характеризующегося результатами оказания и условиями процесса ее оказания, важными для заказчиков и потребителей. Другими (наряду с характеристиками “потребительского каче-

ства”) параметрами качества могут служить долгосрочные эффекты от оказания услуг и организация образовательных ресурсов, причем данные характеристики должны интересоваться прежде всего не непосредственных (в том числе институциональных) производителей услуг, а органы государственного и муниципального управления, учредителей названных институций.

Несмотря на выявленную продуктивность названных идей при управлении качеством производства образовательных услуг в различных институциях и подсистемах, концепция нуждалась в дополнительной апробации в рамках подсистемы высшего профессионального образования. В 2014 - 2015 гг. нами была осуществлена такая дополнительная апробация для случая реализации основных образовательных программ бакалавриата путем сбора и анализа эмпирических данных о запросах студентов, обучающихся по федеральным государственным стандартам этого уровня образования. Целью апробации было выяснение отличий между реальными запросами студентов на потребительское качество образования и теми характеристиками качества услуг, которые используются на практике (в том числе при осуществлении процедур государственного контроля качества образования).

Исследование проводилось на четырех факультетах Поволжской государственной социально-гуманитарной академии (ПГСГА).

На первом этапе эмпирического исследования использовались фокус-группы, помо-

\* Фишман Лев Исаакович, доктор педагогических наук, доктор экономических наук, профессор, декан факультета экономики, управления и сервиса. E-mail: fishman@pogsga.ru; Цыбина Ольга Юрьевна, ст. преподаватель. E-mail: zamdekanaef@yandex.ru. - Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, г. Самара.

гающие сформировать комплекс различных характеристик качества образовательной услуги, в которых заинтересованы потребители-студенты. Фокус-группы были созданы по принципу гомогенности (по возрасту и роду деятельности) из числа студентов разных курсов всех факультетов. Проведенные фокус-групповые дискуссии помогли создать целостную картину характеристик качества образовательных услуг высшего профессионального образования, востребованных студентами, конкретизировать совокупность потребительских свойств этого качества, важных и значимых для пользователей в процессе оказания им образовательной услуги. При этом (что представляется важным) характеристики качества образовательной услуги формулировались не в привычных для преподавателей и руководителей образовательных учреждений терминах, а в терминах запроса потребителей.

В результате работы фокус-групп были получены определенные характеристики качества образовательной услуги, понимаемые как особые требования, сформулированные участниками групп, удовлетворение которых влияет на восприятие потребителем образовательной услуги в целом как качественной.

На основе анализа результатов, полученных в рамках проведения фокус-групп, была разработана анкета, предполагавшая, в частности, ранжирование достаточно большим массивом студентов важных для них характеристик качества образовательных услуг. Для этого предложенные в ходе проведения фокус-групп формулировки подверглись минимальной правке (были объединены близкие характеристики с тем, чтобы общий список для ранжирования не превосходил 20 параметров; также некоторые характеристики были доопределены, чтобы исключить появление в одном ряду противоположных или неопределенных позиций). Анкетирование также предполагало выяснение мнений студентов о реальном качестве образовательных услуг (результаты этой части исследования в данной статье не приводятся). Нами была разработана анкета, которая прошла апробацию на небольшой группе респондентов с целью обеспечения валидности.

В первой части анкеты студентам нужно было проранжировать в порядке убывания характеристики качества образовательной

услуги, важные для них (т.е. то, что они представляют себе в "идеале"), а во второй части анкеты следовало оценить по 10-балльной шкале реализацию предложенных характеристик качества на своем факультете. Количество предложенных нами характеристик образовательной услуги (20) было взято нами не случайно: во-первых, хотелось наиболее полно отразить результаты фокус-групп и не упустить по возможности ни одной, важной для потребителей характеристики, а во-вторых, это обусловлено привычностью респондентов к десятичности представления цифровой информации.

Заметим (это представляется крайне важным), что из 20 позиций лишь одна (да и то не прямо) характеризует образовательные результаты, остальные - различные характеристики процесса оказания услуг. Действительно, только "практикоориентированность обучения" можно связать с результатами обучения (да и то исключительно через ожидаемые эффекты), остальные позиции - типичные характеристики процесса.

### **Основные результаты**

Перейдем собственно к результатам ранжирования респондентами характеристик качества образовательных услуг, которые отражены в таблице.

Стандартное отклонение показывает, что полученные данные (оценки значимости) одинаково компактны относительно среднего, что позволяет проводить корректные сопоставления. Несколько большее рассогласование оценок наблюдается относительно варианта 7, наибольшее единодушие в ответах - по вопросу 10, однако эти расхождения невелики, находятся в пределах 4,5 - 6 баллов относительно 20-балльной шкалы.

Из таблицы видно, что наиболее значимая для студентов характеристика качества образовательной услуги - умение преподавателей понятно подавать учебный материал, на втором месте - умение преподавателей находить общий язык со студентами и доброжелательное отношение деканата, на третьем - помощь в трудоустройстве со стороны вуза, а на последнем - активная научная деятельность преподавателей.

Таким образом, в число наиболее важных и значимых характеристик качества об-

**Ранжирование респондентами характеристик качества образовательной услуги**

Средний балл оценки значимости	Ранжирование по среднему баллу	Характеристика качества образовательной услуги
8,73	5	Практикоориентированность обучения
8,32	3	Помощь в трудоустройстве со стороны вуза
6,36	2	Умение преподавателей находить общий язык со студентами и доброжелательное отношение деканата
8,41	4	Четкая структура предъявляемых требований и прозрачность оценивания студентов
10,89	11	Местоположение учебного корпуса (возможность добраться до места учебы на общественном транспорте)
11,03	13	Имидж вуза
13,69	19	Наличие общежития недалеко от учебного корпуса
10,18	7	Хорошая материально-техническая база (современный ремонт, удобная мебель, наличие технических средств обучения)
10,55	9	Развитая инфраструктура (наличие хорошей столовой, спортплощадок, наличие парковки, студенческого городка, доступность библиотеки, возможность пользоваться Wi-Fi)
5,43	1	Умение преподавателей понятно подавать учебный материал
12,15	16	Отсутствие взяток в процессе обучения
9,20	6	Удобство расписания и отсутствие сбоев в нем
10,57	10	Наличие возможности для студентов совмещать учебу с работой
11,26	14	Возможность студентам реализовать себя в различных направлениях (в творчестве и общественной жизни)
10,27	8	Обеспечение студентов местами прохождения практики
13,14	18	Ученые степени и звания преподавателей
13,89	20	Активная научная деятельность преподавателей
12,00	15	Наличие программ и методических материалов по преподаваемым дисциплинам
12,93	17	Возможность для студентов заниматься научной деятельностью
11,01	12	Организация стажировок и обучения за рубежом

разовательной услуги не попали традиционные характеристики производства, регулярно оцениваемые руководителями образовательных учреждений с целью повышения качества образовательного процесса: это возможность для студентов заниматься научной деятельностью, ученые степени и звания преподавателей, активная научная деятельность преподавателей.

Напротив, потребители считают важными при потреблении образовательной услуги такие характеристики качества образовательной услуги, которые, как правило, не анализируются и не принимаются во внимание руководителями. Это умение преподавателей находить общий язык со студентами и доброжелательное отношение деканата, удобство расписания и отсутствие сбоев в нем, хорошая материально-техническая база и развитая инфраструктура вуза (наличие хорошей столовой, спортплощадок, парковки, студенческого городка, доступность библиотеки, возможность пользоваться Wi-Fi).

Также в список приоритетных попали и характеристики, которые традиционно находятся в центре внимания руководителей вуза: помощь в трудоустройстве со стороны вуза, четкая структура предъявляемых требований и прозрачность оценивания студентов, практикоориентированность обучения.

Однако на первом месте по значимости для студентов является умение преподавателей понятно подавать учебный материал, а эта характеристика не принимается во внимание руководством вуза, она никак не проверяется. Преподавателю достаточно лишь в соответствии с формальными требованиями составить рабочую учебную программу, другие документы и все. А то, как он ведет себя в аудитории со студентами и как подает учебный материал, никого не волнует. Таким образом, для руководства важно формальное обеспечение качества образовательного процесса (сделанные по нужной форме УМК, ФОС и прочие формальные бумаги), а потребителю образовательной услуги важно не-

формальное обеспечение качества предоставления образовательной услуги, т.е. умение преподавателей объяснять материал. При этом можно предположить, что оформление всех формальных бумаг отрывает преподавателя от его реальной деятельности, от живого общения со студентами, которое они ставят на первое место при ранжировании характеристик качества образовательной услуги. Другими словами, потребителю образовательной услуги не важно, насколько правильно у преподавателя оформлены все формальные бумаги, ему важна коммуникация с преподавателями и деканатом, живое человеческое общение (в рамках преподаваемого предмета и вне)! В то же время, на наш взгляд, существует заметная связь между правильно составленной балльно-рейтинговой картой и умением понятно подавать учебный материал, что следует из важности для студентов четкой структуры предъявляемых требований и прозрачности оценивания.

Визуально можно выделить несколько групп характеристик по уровню значимости для студентов.

Наиболее важные характеристики образовательной услуги высшего образования - 10 и 3 - это требования к умению преподавателей понятно подавать учебный материал и к коммуникации преподавателей и сотрудников деканатов со студентами.

Следующая по значимости группа - 2, 4, 1, 12 - связана с содержанием и организацией учебного процесса (практикоориентированность обучения, четкая структура предъявляемых требований и прозрачность оценивания студентов, удобство расписания и отсутствие сбоев в нем), с помощью вуза в трудоустройстве студентов.

Далее следует группа характеристик, связанная с материально-технической базой и инфраструктурой вуза, с обеспеченностью местами прохождения практики и возможностью совмещать учебу с работой - 8, 15, 9, 13.

Закрывают группу значимых показателей качества образовательной услуги для ее потребителей характеристики, связанные с имиджем вуза, организацией стажировок за рубежом, с удобным расположением учебных корпусов и с возможностью реализации себя в различных направлениях - 5, 20, 6, 14.

Анализ гистограмм говорит о том, что характер распределений ответов неоднороден.

Одни смещены вправо, другие - влево, есть бимодальные и даже тримодальные. Но нет ни одного более-менее похожего на нормальное распределение. Это можно объяснить тем, что характеристики образовательной услуги чрезвычайно актуальны для студентов, что у них есть своя собственная точка зрения о характеристиках качества образовательной услуги, что студенты очень ответственно подошли к ранжированию в своих ответах. Таким образом, группа опрошенных студентов неоднородна в своих оценках.

Приведем результаты проведенного иерархического кластерного анализа по характеристикам образовательной услуги.

Статистические методы позволяют оценить меру близости заданных нами характеристик по ответам студентов. Иными словами, если характеристики из вопроса 1 в ответах часто получают близкие значения рангов, то, вероятно, они воспринимаются как близкие ("одинаковые", "рядоположенные") характеристики услуги. Кластерный анализ "сжимает" данные в классификацию объектов. При проведении кластерного анализа определяют расстояние между наблюдениями (в нашем случае характеристиками вопроса 1) на множестве объектов; алгоритмы кластерного анализа формулируют в терминах расстояний.

Данный метод реализует иерархический агломеративный алгоритм. Его смысл заключается в следующем. Перед началом кластеризации все объекты считаются отдельными кластерами, которые в ходе алгоритма объединяются. Вначале выбирается пара ближайших кластеров, которые объединяются в один кластер. В результате количество кластеров становится равным  $N - 1$ . Процедура повторяется, пока все классы не объединятся. На любом этапе объединение можно прервать, получив нужное число кластеров. Таким образом, результаты работы алгоритма агрегирования определяют способы вычисления расстояния между объектами и определения близости между кластерами.

Мера близости - коэффициент корреляции, основанный на вычислении расстояния между переменными. Евклидово расстояние и его квадрат целесообразно использовать для анализа количественных данных.

Анализ показал, что можно выделить 4 кластера, которые характеризуют разные

границ образовательной услуги, различную значимость для студентов.

В **первый кластер** входят следующие характеристики:

- ◆ ученые степени и звания преподавателей;
- ◆ активная научная деятельность преподавателей;
- ◆ наличие программ и методических материалов по преподаваемым дисциплинам;
- ◆ возможность для студентов заниматься научной деятельностью;
- ◆ организация стажировок и обучения за рубежом;
- ◆ возможность студентам реализовать себя в различных направлениях (в творчестве и общественной жизни);
- ◆ отсутствие взяток в процессе обучения.

В указанный кластер вошли характеристики, значимость которых потребители поставили на последние места в рейтинге, названные характеристики практически не важны для студентов. Иначе, это группа характеристик, преимущественно связанная с формальным обеспечением образовательного процесса (а студентам важно неформальное, живое общение), но важная в качестве аккредитационных показателей вуза, различных видов общественного контроля программ и т.п. Другими словами, студенту все равно, профессор ли преподаватель или ассистент, есть ли у него большое количество научных разработок, методических материалов, их не пугает наличие/отсутствие взяток в процессе обучения, потребителям образовательных услуг важно нечто иное. (Правда, здесь стоит отметить и то, что студентам ПГСГА не очень важно отсутствие взяток, скорее всего они со взятками и не очень-то сталкиваются. Это засвидетельствовали результаты анализа ответов на второй вопрос анкеты.) Также данную мысль можно сформулировать и иначе: названные характеристики могут рассматриваться (или не рассматриваться) как характеристики качества производства образовательной услуги, но как самостоятельные ценности они большинством студентов не воспринимаются, а значит, преимущественно не являются характеристиками потребительского качества образовательных услуг в ЭТОМ вузе и для ЭТИХ студентов.

Во **второй кластер** вошли:

- ◆ наличие возможности для студентов совмещать учебу с работой;

- ◆ обеспечение студентов местами прохождения практики;

- ◆ удобство расписания и отсутствие сбоев в нем;

- ◆ хорошая материально-техническая база (современный ремонт, удобная мебель, наличие технических средств обучения);

- ◆ развитая инфраструктура (наличие хорошей столовой, спортплощадок, парковки, студенческого городка, доступность библиотеки, возможность пользоваться Wi-Fi);

- ◆ местоположение учебного корпуса (возможность добраться до места учебы на общественном транспорте);

- ◆ имидж вуза.

Другими словами, актуальны характеристики, связанные с развитостью инфраструктуры вуза, материально-техническим оснащением учебного процесса (удобное расписание, современный ремонт, ТСО), а также с возможностью подработки и прохождения практики. Эти характеристики достаточно важны для студентов.

В **третий кластер** вошли следующие характеристики:

- ◆ умение преподавателей находить “общий язык” со студентами и доброжелательное отношение деканата;

- ◆ умение преподавателей объяснять материал;

- ◆ четкая структура предъявляемых требований и прозрачность оценивания студентов;

- ◆ практикоориентированность обучения;

- ◆ помощь в трудоустройстве со стороны вуза.

Все перечисленные характеристики студенты поставили на самые высокие места по значимости для них. Это группа характеристик, связанная с коммуникацией преподавателей и руководства факультета со студентами, опосредованно отражающая требования к содержанию образовательного процесса и к содержательной стороне его организации. Данная группа самая значимая для потребителей образовательных услуг.

**Четвертый кластер** - наличие общежития недалеко от учебного корпуса.

Данную совершенно отдельную характеристику в среднем студенты поставили на предпоследнее место по значимости. Студенты не воспринимают ее близкой ни к какой другой характеристике. Из результатов при-

веденного выше анализа понятно, что у потребителей образовательных услуг сложился большой разброс мнений о значимости указанной характеристики, и мы выяснили, что она больше значима для сельских студентов и студентов из малых городов. Это и понятно, так как рассматриваемая характеристика очень специфична и значима лишь для иногородних, а для местных студентов она не играет никакой роли в оценке качества предоставления образовательной услуги. Студенты и не могут считать характеристику 4-го кластера частью инфраструктуры вуза, в которую вкладывают несколько иное понятие (наличие хорошей столовой, спортплощадок, парковки, студенческого городка, доступность библиотеки, возможность пользоваться Wi-Fi).

#### **Основные выводы**

Хотя отдельные из выявленных в ходе фокус-групп значимых для студентов характеристик образовательных услуг, ранг которых изучался в процессе анкетирования, имеют связи с результатами оказания образовательных услуг и даже с его отдаленными эффектами, непосредственные потребители воспринимают как значимые для них ценности исключительно условия оказания образовательных услуг.

Важно также отметить, что практически незначимыми для потребителей оказываются характеристики качества образовательных услуг, на которые обращают пристальное внимание исследователи, органы государственного надзора в сфере образования, на которые концентрируют ресурсы руководители образовательных учреждений: это строгое следование требованиям государственного образовательного стандарта, выполнение лицензионных нормативов обеспеченности учебной литературой и учебными площадями, формальная квалификация педагогических кадров, качество учебной документации.

Данная ситуация является свидетельством продуктивности выработанных нами подходов, в рамках которых качество образовательных услуг рассматривается в двух взаимосвязанных, но принципиально различных а-

спектах. В частности, потребители не рассматривают или практически не рассматривают как характеристики качества образовательных услуг те из них, которые были отнесены ко второму аспекту: к категории качества производства услуги в конкретной образовательной организации или системе образования. Это означает, что целый ряд параметров качества производства образовательных услуг являются безусловно важными производственными условиями для обеспечения качества образовательной услуги по отношению к внешней среде образовательных организаций и систем образования, но лишь условия, которые могут приводить, а могут и не приводить к повышению качества услуги в восприятии внешних субъектов.

1. *Деминг Э.* Лекция перед японскими менеджерами в 1950 г. // Методы менеджмента качества. 2000. № 10. С. 24-29.

2. *Панкрухин А.П.* Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 1997. № 7. С. 79-85.

3. *Полов Е.Н.* Услуги образования и рынок // Российский экономический журнал. 1992. № 6. С. 43-49.

4. Современные тенденции развития рынка услуг / под общ. ред. Д.В. Черновой. Самара, 2012.

5. *Стиглиц Дж.* Экономика государственного сектора. М. : Инфра-М, 1997. 720 с.

6. *Субетто А.И.* Государственная политика качества высшего образования: концепция, механизмы, перспективы : монография. СПб. ; Кострома : Астерион, 2004. 134 с.

7. *Фейгенбаум А.* Контроль качества продукции. М. : Экономика, 1994. 208 с.

8. *Харрингтон Д.Х.* Управление качеством в американских корпорациях : сокр. пер. с англ. / под ред. Л.А. Конарева. М. : Экономика, 1990. 272 с.

9. *Чернова Д.В., Кибкало С.С.* Характеристика современного рынка инжиниринговых услуг в России // Вестник Самарского государственного экономического университета. Самара, 2013. № 2 (100). С. 125-130.

10. *Щетинин В.П., Хроменков Н.А., Рябушкин Б.Г.* Экономика образования. М. : Рос. пед. агентство, 1998. 306 с.

11. *Gronroos Ch.* Strategic management and marketing on the service sector. Helsingfors, 1982.

*Поступила в редакцию 12.10.2015 г.*