

МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

УДК 338.242.2:378.4

СООТВЕТСТВИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВГУ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМУ СПРОСУ

Гаврилов Виктор Владимирович,

доктор экономических наук, профессор кафедры общей экономической теории Воронежского государственного университета; gavrilov@econ.vsu.ru

Цатурян Анна Георгиевна,

преподаватель кафедры международной экономики и внешнеэкономической деятельности Воронежского государственного университета; annatsaturyan@mail.ru

В ходе данного исследования было проведено анкетирование, целью которого был анализ соответствия качества образовательных услуг, предоставляемых Воронежским государственным университетом, потребительскому спросу. В статье представлены результаты данного исследования.

Ключевые слова: качество образовательных услуг, конкурентное преимущество, потребительский спрос, приоритеты потребителей.

Качество образовательных услуг вуза обладает огромной значимостью, поскольку может стать конкурентным преимуществом вуза и на российском, и на международном рынке. В этой связи возникает необходимость анализа соответствия качества образовательных услуг Воронежского государственного университета (ВГУ) потребительскому спросу.

В ходе данного исследования было проведено анкетирование, целью которого был анализ соответствия качества образовательных услуг, предоставляемых Воронежским государственным университетом, потребительскому спросу. За основу была взята структура анкетирования, проводимого на экономическом факультете МГУ. В анкетировании приняли участие студенты 1 курса факультета международных отношений ВГУ, обучающиеся по специальности «Мировая экономика» (15 человек) и студенты 6 курса магистратуры экономического факультета ВГУ (17 человек).

В одной из секций анкеты участники должны были проранжировать по степени важности навыки и компетенции, приобретаемые в процессе обучения в ВГУ. Напротив каждого из пунктов необходимо было поставить

число от 1 до 13, в соответствии со степенью важности компетенции: 1 – самое важное, 13 – наименее важное. В результате российские студенты определили приоритетность навыков и компетенций следующим образом.

1. Практическая подготовленность в профессиональной области (3,63).
2. Умение сформулировать, обосновать и отстаивать свою точку зрения (4,96).
3. Умение принимать самостоятельные решения (5,44).
4. Теоретическая подготовленность в профессиональной области (5,48).
5. Умение анализировать ситуацию и строить прогнозы (5,67).
6. Соответствие знаний выпускника реалиям требований рынка труда (5,96).
7. Соотношение знаний выпускника с практикой их применения по специальности (6,19).
8. Умение работать в команде (6,81).
9. Умение планировать (6,89).
10. Умение быть лидером (7,33).
11. Умение соответствовать разработанному плану (7,93).
12. Способность конструктивно воспринимать критику (8,33).
13. Владение методиками преподавания (10,30).

Иностранные студенты расположили навыки и компетенции в соответствии со степенью важности несколько иначе:

1. Практическая подготовленность в профессиональной области (2,4).
2. Умение принимать самостоятельные решений (3,2).
3. Соотношение знаний выпускника с практикой их применений по специальности (3,4).
4. Соответствие знаний выпускника реалиям требований рынка труда (4,0).
5. Умение анализировать ситуацию и строить прогнозы (4,4).
6. Теоретическая подготовленность в профессиональной области (5,4).
7. Умение быть лидером, умение работать в команде (5,6).
8. Умение планировать (5,8).
9. Умение сформулировать, обосновать и отстаивать свою точку зрения (6,0).
10. Владение методиками преподавания (7,0).
11. Умение соответствовать разработанному плану (8,4).
12. Способность конструктивно воспринимать критику (8,6).

При сравнении приоритетных навыков и умений российских и иностранных студентов становится понятно, что в целом их приоритетность навыков и умений у разных групп потребителей схожа. И российские и иностранные

студенты в качестве наиболее важных определили следующие навыки и компетенции: практическую подготовленность в профессиональной области, умение принимать самостоятельные решения, теоретическую подготовленность в профессиональной области, умение анализировать ситуацию и строить прогнозы, соответствие знаний выпускника реалиям требований рынка труда и соотношение знаний выпускника с практикой их применения по специальности. Следовательно, этим навыкам и компетенциям необходимо уделять особое внимание, при этом помня и об остальных компетенциях.

Участникам анкетирования предлагалось также оценить то, как обучение повлияло на качества и навыки, приобретаемые в процессе обучения. Каждому качеству или навыку предлагалось присвоить от 15 до 19 баллов, исходя из следующей шкалы: 19 баллов – отлично, 18 – хорошо, 17 – удовлетворительно, 16 – плохо, 15 – очень плохо. В соответствии с дифференциальным методом оценки уровня качества образовательных услуг, качества и навыки, получившие 15 и 16 баллов, не будут соответствовать должному уровню качества предоставляемых услуг, а качества и навыки, получившие 17-19 баллов будут соответствовать уровню качества. Результаты анкетирования российских студентов представлены на рис. 1, иностранных студентов – на рис. 2.

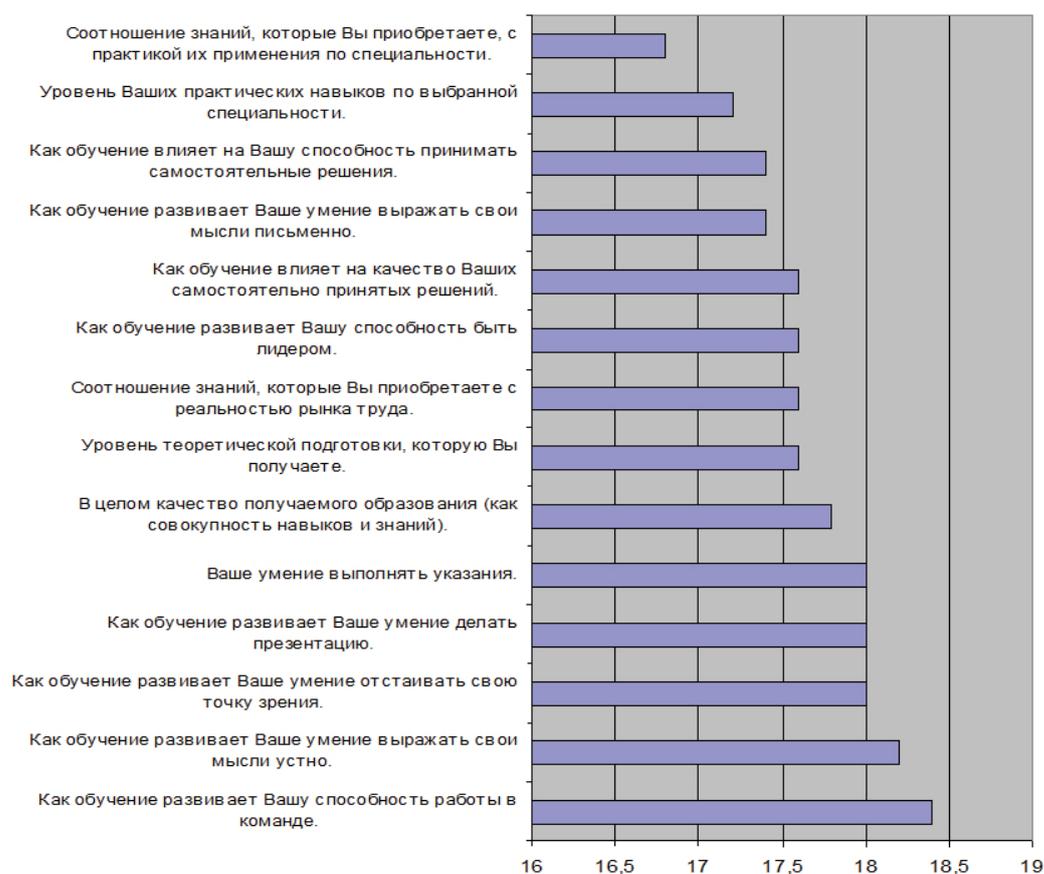


Рис. 1. Результаты анкетирования российских студентов

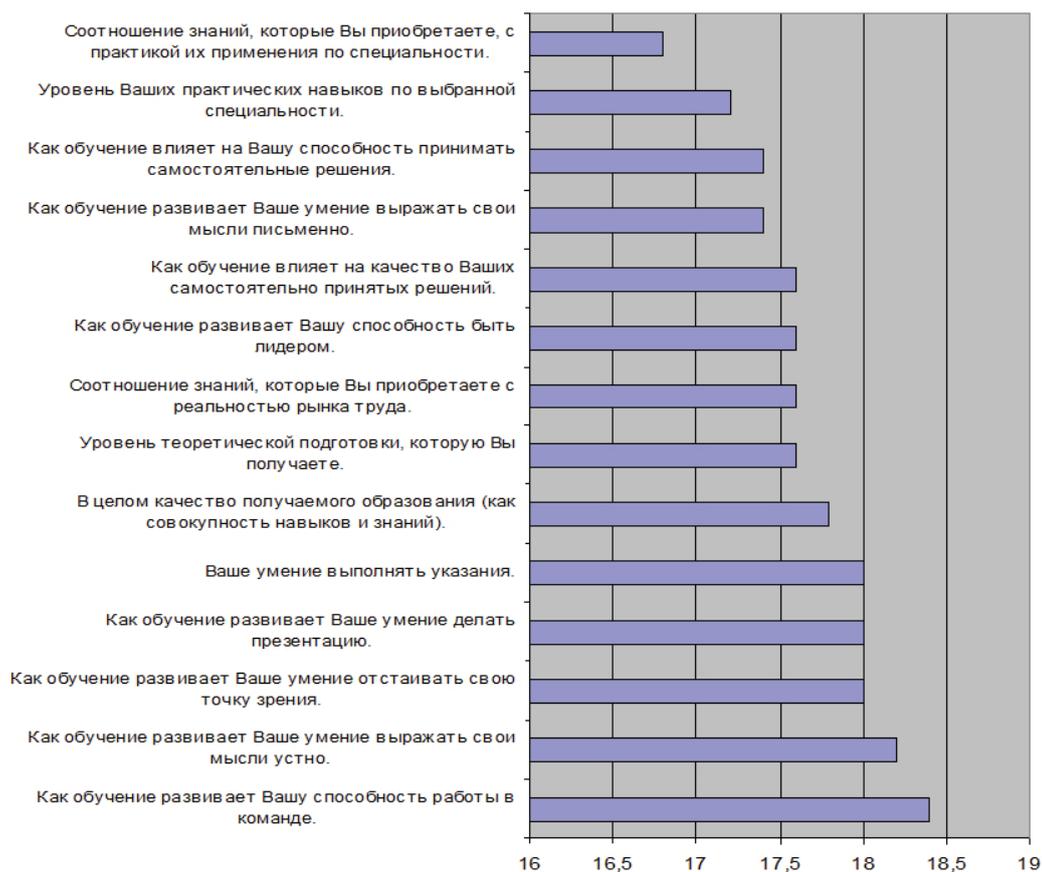


Рис. 2. Результаты анкетирования иностранных студентов

При сравнении результатов становится очевидно, что иностранные студенты оценивают качество получаемого образования в целом выше российских студентов (иностранцы – 17,8, россияне – 17,67). Согласно комплексному методу оценки уровня качества предоставляемых образовательных услуг, по мнению и тех и других потребителей, в целом качество получаемого образования, как совокупность навыков и знаний соответствует должному уровню.

Кроме того, оценки отдельных навыков у иностранных студентов выше и колеблются от 16,8 (плохо) до 18,4 (хорошо). У российских же студентов оценки колеблются от 16,33 (плохо) до 17,93 (удовлетворительно).

Таким образом, согласно дифференциальному методу оценки уровня качества предоставляемых образовательных услуг, по мнению российских студентов, должному уровню качества соответствуют все навыки, за исключением соотношения приобретаемых знаний с реальностью рынка труда и уровня практических навыков по выбранной специальности. В целом качество получаемого образования соответствует должному уровню.

По мнению иностранных студентов, должному уровню не соответствует лишь соотношение приобретаемых знаний с практикой из применения по специальности.

Но, несмотря на разницу оценок, и те и другие потребители дают

самые низкие оценки за уровень практических навыков по выбранной специальности, соотношение приобретаемых знаний с практикой из применения по специальности, за, то, как обучение развивает способность быть лидером и за, то, как обучение влияет на качество самостоятельно принятых решений.

Таким образом, приоритеты данных групп потребителей схожи. Это значит, что в ходе предоставления образовательных услуг необходимо уделять особое внимание тем навыкам и умениям, которые наиболее важны для потребителей. Кроме того, следует отметить, что и те и другие потребители дают наиболее низкие оценки за качество определенных умений и навыков. Из этого следует, что данные навыки и умения заслуживают более пристального внимания.

Подводя итог всему вышесказанному, следует сделать вывод о том, что учет потребительских оценок совершенно необходим, поскольку позволяет вузу предоставлять образовательные услуги, соответствующие потребительским ожиданиям и предпочтениям. А это, в свою очередь, позволяет высшему учебному заведению занять прочные позиции на рынке образовательных услуг и внутреннем, и внешнем.

Список источников

1. Айдрус, И.А. Мировой рынок образовательных услуг: Учеб. пособие [текст] / И.А. Айдрус, В.М. Филиппов. – М.: РУДН, 2008. – 194 с.

2. Данилова, Т.В. Методика оценки конкурентоспособности вузов [текст] / Т.В. Данилова // Качество и конкурентоспособность в XXI веке: материалы V Всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006. – С. 55 – 61.

3. Половова, А.Т. Образовательная услуга как ключевой элемент рынка образования [электронный ресурс] / А.Т. Половова, О.С. Баталова. – URL: http://www.nsaem.ru/Science/Publications/Science_notes/.../516.pdf.

4. Скок, Г.Б. Управление качеством образования в университете на основе мнения потребителя образовательных услуг [текст] / Г.Б. Скок, Е.А. Лебедева // Болонский процесс и качество образования. – С. 22 – 32.

ACCORDANCE OF QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICES OF VSU TO CONSUMER'S DEMAND

Gavrilov Viktor Vladimirovich,

Dr. Sc. of Economy, Professor of the Chair of General Economic Theory of Voronezh State University; gavrilov@econ.vsu.ru

Tzaturyan Anna Georgiyevna,

Lecturer of the Chair of Economy and External Economy of Voronezh State University; annatsaturyan@mail.ru

In the course of the research the survey was conducted, its aim was the analysis of accordance of quality of educational services of Voronezh State University to the consumer's demand. The article presents the results of the research.

Keywords: quality of educational services, competitive advantage, consumer's demand, consumers' priority.