

**«Маркетинговое исследование удовлетворенности качеством образовательных услуг»**

**Научный руководитель – Гаджиев Алексей Гаджиевич**

***Плотникова Дарья Владимировна***

*Студент (бакалавр)*

Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга,  
Донецк, Украина

*E-mail: darya.plotnikova1812@mail.ru*

*Постановка проблемы.* На современном этапе маркетинг в образовании рассматривается как управленческий процесс, направленный на создание образовательных услуг (ОУ), определение их цены и средств продвижения на рынке для удовлетворения потребностей, организации и общества в целом.

Особое значение при построении эффективных отношений с потребителями имеют методики оценки удовлетворенности и лояльности клиентов, и различные способы их повышения.

*Описание основных результатов.* Целью работы является изучение современного состояния рынка образовательных услуг в условиях неопределенности в аспекте выявления диапазона потребностей потребителей ОУ по приоритетам, выявление потребительской лояльности по составляющим профиля качества на основе метода Кано.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- проведен теоретический анализ методов оценки качества услуг с участием потребителей.
- экспериментально подтверждена модель оценки качества образовательных услуг с участием потребителей.
- определены условия, необходимые для эффективной реализации модели оценки качества как основы развития высших учебных заведений.

В сложных социальных, политических и экономических условиях, которые на сегодняшний день характерны для развития Донецкой Народной Республики, значение качества предоставляемых образовательных услуг приобретает особое значение, так как от него напрямую зависит формирование интеллектуального и кадрового потенциала ДНР. В связи с этим возникает необходимость выявления современных требований и проблем рынка образовательных услуг и изучения их качества.

В научной литературе разработано множество методов оценки качества услуг, в том числе и образовательных, среди которых необходимо выделить пять, отличающихся концептуально и методологически друг от друга. Это следующие методы: метод критических случаев, метод SERQUAL, метод SERVPERF; метод INDSERV, метод Кано [1].

Изучив опыт применения данных методов, можно сделать вывод, что использование методов оценки качества услуг таких как «Метод критических случаев», SERQUAL, SERVPERF, INDSERV наиболее характерно для бизнес-среды, и предназначено для эффективного управления персоналом на конкретном предприятии. Данные методы позволяют изучать степень удовлетворенности оказанной услугой по сравнению с конкурентами, получая данные для бенчмаркетинга.

В свою очередь метод Кано основываясь на поисковых исследованиях, позволяет сегментировать рынок, выявляет потребности потребителей и разрабатывает комплекс мероприятий по их удовлетворению. Кроме того, в методе Кано набор характеристик качества услуг не предопределён, а формируется в процессе самого опроса, что является важным

условием для оценки качества образовательных услуг на территориях с нестабильной социально-экономической ситуацией. Таким образом, можно сделать вывод о целесообразности использования именно метода Кано, с целью оценки качества образовательных услуг в ДНР.

С целью изучения качества образовательных услуг, предоставляемых на Экономическом факультете Донецкого национального университета, при помощи метода Кано, был проведен опрос респондентов, в котором приняло участие 20 студентов 1 курса образовательного уровня «Магистр», специальности «Менеджмент» и 35 студентов 2 курса образовательного уровня «Бакалавр», специальности «Маркетинг и логистика». Респонденты являются длительными потребителями ОУ и успели сформировать необходимые требования к их качеству.

Специфика метода Кано предопределяет использование метода опроса, на основе специально разработанной анкеты [2]. Разработанная нами анкета содержит восемь вопросов, которые напрямую зависят от свойств предоставляемой услуги с точки зрения функциональной и дисфункциональной формулировок, и позволяет проанализировать качество образовательного процесса.

В рамках первичной обработки результатов, были заполнены таблицы, в которых отражены проценты респондентов, которые давали соответствующие оценки функциональной и дисфункциональной характеристикам конкретного свойства образовательной услуги. Полученные результаты были обработаны при помощи матрицы интерпретации типов характеристик Кано.

Просуммировав по каждому свойству проценты ответов, используя матрицу интерпретации, были составлены частотные таблицы по свойствам для студентов 1 курса «Магистр» и 2 курса «Бакалавр». На основе частоты отнесения каждой из характеристик к той или иной категории были рассчитаны потенциалы и построены карты удовлетворенности и неудовлетворенности для каждой из характеристик.

Анализ карт показал, что по мнению студентов образовательного уровня «Магистр» к числу качеств, которые обязательно должны быть учтены в образовательном процессе являются значимость обучения для дальнейшей карьеры и связь прослушанных дисциплин с будущей практической деятельностью.

Анализ карты удовлетворенности учащихся 2 курса позволяет сделать вывод, что к числу обязательных свойств образовательной услуги относятся значимость обучения для дальнейшей карьеры, доступность для понимания использованных материалов для обучения, а также востребованность приобретенных знаний на практике.

*Поведём итоги исследования и сформулируем выводы.* Данное исследование посвящено выявлению требований потребителей образовательных услуг, анализу качества ОУ, выявлению набора их линейных и привлекательных характеристик при помощи метода Кано.

Таким образом, было выявлено, что для учащихся образовательного уровня «Магистр» одномерными характеристиками образовательного процесса являются значимость обучения для дальнейшей карьеры и связь прослушанных дисциплин с будущей практической деятельностью, а для учащихся образовательного уровня «Бакалавр» такими характеристиками являются значимость обучения для дальнейшей карьеры, доступность для понимания материалов, которые используются для обучения и востребованность знаний в практической деятельности.

В результате проведенного исследования были предложены новые подходы к формированию учебных планов и методические рекомендации по проведению занятий со студентами специальности «Маркетинг».

## Источники и литература

- 1) Методы оценки качества услуг [Электронный ресурс] / Школа Финансового Анализа. – Режим доступа: <http://www.beintrend.ru>.
- 2) Пошаговая инструкция метода Кано [Электронный ресурс] / Практический маркетинг. – Режим доступа: <http://brandenso.com>.