

*Шишко В.И.,**к.э.н., доцент,**доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга,  
Гродненский государственный университет имени Янки Купалы**Мамонтова Ю.А.,**студентка,**Гродненский государственный университет имени Янки Купалы*

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА УРОВЕНЬ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

**Аннотация.** В статье проанализированы факторы, которые влияют на уровень востребованности дополнительных образовательных услуг, представлен сравнительный анализ востребованности услуг за период 2016–2017 гг.

**Ключевые слова:** исследования, потребительский спрос, дополнительные образовательные услуги, поведенческие факторы, рекламная деятельность.

**Постановка проблемы.** Известно, что существуют различного рода причины, обуславливающие получение образовательных услуг в сфере дополнительного образования. Смысл дополнительного образования прослеживается в возможностях профессионального роста. Ведь тем самым личность увеличивает свои шансы на рынке труда. Дополнительное образование также расширяет профессиональный и личный кругозор, помогает увидеть собственные перспективы [1]. Установлено, что различная целевая аудитория требует специальных каналов коммуникаций для повышения эффективности от рекламной деятельности. Таким образом, возникает необходимость исследования факторов, влияющих на уровень востребованности дополнительных образовательных услуг в студенческой среде.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Анализ теоретико-методологических основ изучения образовательных услуг в сфере дополнительного образования показал, что некоторые теоретические моменты заложены в работах таких американских исследователей, как Д. Дж. Бурстин, Ф. Котлер [2; 3]. Важность изучения данного вопроса подчеркивается такими российскими исследователями, как, например, В.И. Ильин, Я.М. Рощина [4; 5]. Среди белорусских исследователей можно выделить Е.М. Бабосова, Л.И. Леутину [6; 7]. Результаты проведенных исследований показали, что потребление образовательных услуг социально и экономически обусловлено. Этот процесс соотносится с другими социальными, культурными и экономическими процессами [4].

**Выделение не решенных ранее частей общей проблемы.** Предыдущие исследования авторов не имеют комплексного характера по данной проблематике, не учитывают специфику поведения и эффективность каналов коммуникаций, направленных на студенческую среду, не содержат индивидуальной восприимчивости к образовательным услугам, которая позволяет прогнозировать услуги и управлять их продвижением. Также недостаточно внимания уделено детерминантам спроса на образовательные услуги в сфере дополнительного образования, которые способны быстро и гибко реагировать на изменения.

**Цель статьи** заключается в сравнительном исследовании факторов, определяющих востребованность образовательных услуг в сфере дополнительного образования в студенческой среде.

**Изложение основного материала исследования.** Потребность общества либо отдельной социальной группы, выраженная в денежной форме и обеспеченная платежными средствами, и является потребительским спросом. Он определяется как необходимость в приобретении товара, услуги на имеющиеся денежные средства, а именно стремление купить, подкрепленное способностью заплатить [2]. Также потребительский спрос выступает в качестве важнейшего элемента рынка, который представляет собой совокупность всех существующих и потенциальных покупателей и продавцов [8].

Услуга не имеет вещественной формы, но является результатом деятельности человека, имеющим полезный эффект [3]. Любой вид услуг имеет ряд отличительных черт. Так же дело обстоит и с образовательными услугами в сфере дополнительного образования.

Согласно Кодексу об образовании Республики Беларусь образование подразделяется на основное, дополнительное и специальное. Дополнительное образование – это «обучение и воспитание обучающихся посредством реализации образовательных программ дополнительного образования. Оно подразделяется на следующие виды:

- дополнительное образование детей и молодежи;
- дополнительное образование взрослых [9].

Кроме этого, правомерно отметить, что потребительский спрос на образовательные услуги в сфере дополнительного образования зависит суммарно от экономических, технологических, психологических, социальных факторов [7]. К экономическим факторам, обуславливающим потребительский спрос на услуги, можно отнести спрос, предложение, цену на услугу, уровень дохода личности, к технологическим – уровень развития материально-технической базы, к психологическим – субъективные взгляды и воззрения индивида, его предпочтения в выборе образовательных услуг в сфере дополнительного образования. К психологическим факторам можно отнести и ЛПП (лицо, принимающее решение). Основываясь на отличительных чертах (опыт, интуиция, профессиональные навыки), личность принимает те или иные решения, тем самым определяя дальнейший спектр развития организации, предоставляющей образовательные услуги.

В марте-апреле 2016 г. было проведено исследование на тему «Изучение потребительского спроса среди студентов

ГрГУ ім. Янки Купалы на образовательные услуги в сфере дополнительного образования», в котором были представлены основные факторы, оказывающие влияние на решение потенциальных потребителей образовательных услуг [1].

Для сравнительного анализа, а также оценки проведенной рекламной работы за 2016 г. позже (январь-февраль 2017 г.) было проведено повторное исследование. Цель данного исследования заключалась в том, чтобы выявить уровень востребованности образовательных услуг в сфере дополнительного образования университета среди студенческой молодежи ГрГУ ім. Янки Купалы дневной формы обучения.

Выводы исследований представляют практический интерес с точки зрения внесения корректив в процесс оказания образовательных услуг в сфере дополнительного образования ГрГУ ім. Янки Купалы. Также практическая значимость результатов исследования связана с выявлением основных факторов, оказывающих влияние на уровень востребованности образовательных услуг в сфере дополнительного образования университета среди студентов. Это дает возможность скорректировать образовательный процесс услуг в сфере дополнительного образования, разрабатывать и проводить управленческие мероприятия по усовершенствованию системы подготовки специалистов.

Для опроса «Изучение потребительского спроса среди студентов ГрГУ ім. Янки Купалы на образовательные услуги в сфере дополнительного образования» была спроектирована неслучайная выборка, был направлен (целевой) метод. Основной метод исследования – анкетирование (face-to-face).

Следует отметить, что, по сравнению с результатами 2016 г., уровень информированности студентов практически не изменился: 2016 г. – 36,7%, 2017 г. – 39,7%. Это свидетельствует о достаточно низком уровне информированности студентов о данных услугах.

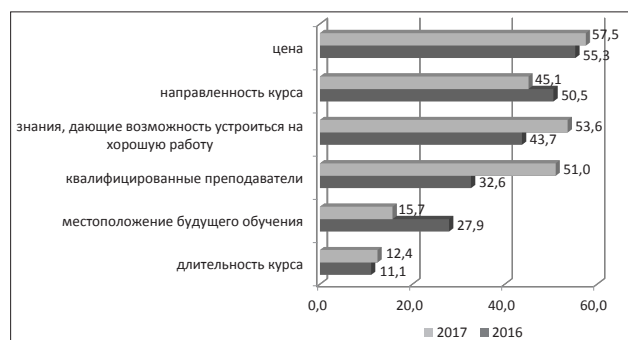
В то же время наблюдается определенное отклонение в степени пользования образовательными услугами в сфере дополнительного образования (образовательные курсы, тренинги, семинары): в 2016 г. 89,6% респондентов не пользовались данными услугами, в 2017 г. – 84,8%.

Основным источником получения информации об образовательных услугах в сфере дополнительного образования университета в 2016 г. является университетская информация (информационные стенды/панели, буклеты). Основываясь на достаточно частом упоминании респондентами такого альтернативного варианта ответа, как «Я узнал(а) от знакомых, друзей, которые пользовались услугами», в инструментарий 2017 г. добавили данный индикатор вопроса. По результатам исследования 2017 г. именно этот источник получения информации об образовательных услугах являлся наиболее популярным: студенты узнавали о данных услугах от друзей, знакомых, которые пользовались услугами. Наименьший процент респондентов как в 2016 г., так и в 2017 г. был ознакомлен с услугами через специализированные Интернет-ресурсы: 2016 г. – 10,5%, 2017 г. – 9,9%. При этом в альтернативных вариантах ответов были указаны одинаковые сайты: корпоративный портал университета и сайт услуг в сфере дополнительного образования ГрГУ ім. Янки Купалы.

При выявлении актуальности и востребованности электронного сайта <http://market.grsu.by>, на котором можно получить информацию об услугах в сфере дополнительного образования, была обнаружена незначительная разница: 2016 г. – 50,4% респондентов не знакомы с данным Интернет-ресурсом, 2017 г. – 48%.

При выявлении намерений студентов пользоваться образовательными услугами в сфере дополнительного образования в дальнейшем наблюдается отрицательная динамика. Если в 2016 г. 52,6% студентов проявили намерение пользоваться услугами, то в 2017 г. – 40,8%.

Незначительная разница наблюдается в оценке главного фактора, по мнению респондентов, влияющего на принятие решения о получении образовательных услуг в сфере дополнительного образования. И в 2016 г. (55,3%), и в 2017 г. (57,5%) опрошенные студенты выразили наибольшую степень согласия с тем, что цена услуги влияет на принятие решения о ее получении. Равным образом наименьшую степень согласия вызвал параметр «длительность курса»: 2016 г. – 11,1%, 2017 г. – 12,4%. Сравнение других параметров представлено ниже (рис. 1).



\* сумма процентов больше 100%, так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

Рис. 1. Динамика факторов, влияющих на намерение студентов пользоваться услугами (%)\*

Источник: составлено авторами по материалам [1]

Для рассортировки элементов, которые, на взгляд опрошенных студентов, наиболее ценны и важны при получении образовательных услуг в сфере дополнительного образования, по приоритетам была построена диаграмма Парето. Согласно полученным данным за период 2016–2017 гг. необходимо повышать показатели по следующим направлениям: «наличие интересной практической информации», «зарубежные преподаватели, способные дать современное образование» и «возможность продолжения образования за рубежом».

При выявлении дополнительных потребностей в образовательных услугах в сфере дополнительного образования среди студентов был предложен возможный ассортимент образовательных услуг в сфере дополнительного образования ГрГУ ім. Янки Купалы. Большинство альтернативных вариантов ответов по дополнительным потребностям (как в 2016 г., так и в 2017 г.) повторяет уже существующие услуги в сфере дополнительного образования, которые оказывает университет. Это еще раз подтверждает низкий уровень информированности студенческой молодежи об услугах ГрГУ ім. Янки Купалы.

В 2016–2017 гг. при оценке предпочтений студентов при получении образовательных услуг в сфере дополнительного образования наиболее высоко был оценен параметр «наличие интересной практической информации» (63,7% и 66% соответственно). Наименьший балл набрал такой параметр, как «престижность университета».

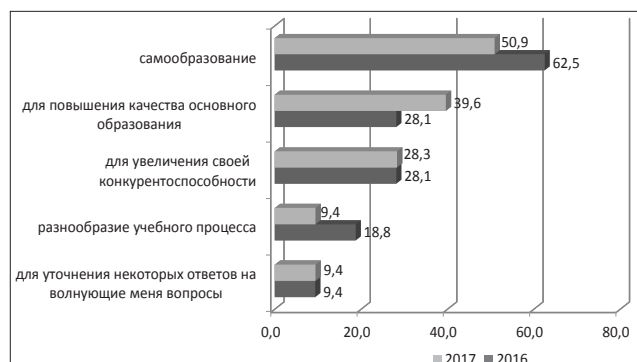
Также студенты высказали альтернативные варианты ответов о причинах получения образовательных услуг в сфере дополнительного образования ГрГУ ім. Янки Купалы. Такой вариант ответа, как «для подготовки к централизо-

ванному тестированию», встречается за указанный период несколько раз.

Сравнение результатов исследований за 2016–2017 гг. показывает, что большая часть студентов (78,1% и 88,5% соответственно), которая пользовалась образовательными услугами в сфере дополнительного образования в ГрГУ им. Янки Купалы, удовлетворена их качеством и организацией. Среди тех респондентов, которые не удовлетворены, была указана одна из следующих причин: большие набираемые группы. И, как следствие, отсутствие индивидуального подхода. Данный альтернативный вариант ответа был подтвержден респондентами и в исследовании 2017 г.

Сравнение результатов исследования показало существенные различия в оценке соответствия стоимости полученных образовательных услуг его качеству. Если в 2016 г. 56,3% опрошенных студентов оценили соответствие стоимости услуг его качеству положительно, то в 2017 г. лишь 34% респондентов дали положительную оценку данному параметру.

В 2016–2017 гг. наиболее распространенным мотивом получения услуг является самообразование (62,5% и 50,9% соответственно), наименее – «для уточнения некоторых ответов на волнующие меня вопросы» (9,4% за указанный период). Сравнение других параметров за указанный период представлено ниже (рис. 2).



\* сумма процентов больше 100%, так как респонденты могли выбрать более одного варианта ответа

**Рис. 2. Динамика мотивов получения образовательных услуг в сфере дополнительного образования (%)\***

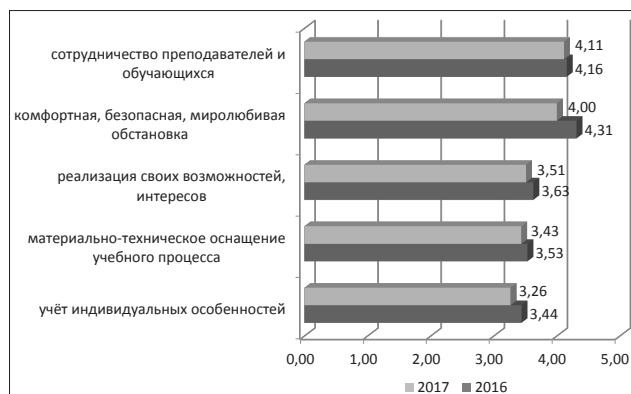
Источник: составлено авторами по материалам [1]

Студенты также предложили изменение некоторых организационных моментов, необходимых для улучшения качества образовательных услуг в сфере дополнительного образования: «квалифицированные преподаватели», «более неформальный подход к обучению» и «привлечение зарубежных преподавателей».

Материально-техническая оснащенность учебного процесса была оценена респондентами в 3,5 балла как в 2016 г., так и в 2017 г.

Сравнение результатов субъективной оценки условий оказания образовательных услуг показало, что 2016 г. (3,81 балла) средний балл по всем критериям был выше, чем в 2017 г. (3,66 балла) (рис. 3).

Сравнение результатов о необходимых материально-технических преобразованиях показало следующее: критерий «удобные рабочие места» был оценен 62,5% и 59,2%, «современное оснащение аудиторий» – 56,3% и 65,3%; «компьютеры, оснащенные новейшим программным обеспечением» – 50% и 49%



**Рис. 3. Динамика условий оказания образовательных услуг в сфере дополнительного образования (баллы)**

Источник: составлено авторами по материалам [1]

(в 2016 г. и в 2017 г. соответственно). Наименее высоко был оценен параметр «современный дизайн аудиторий»: 2016 г. – 21,9%, 2017 г. – 32,7%. Необходимо повышать показатели по следующим направлениям: «удобные рабочие места» и «современное оснащение аудиторий» (проекторы, магнитные доски).

Выводы. Был рассмотрен ряд детерминант потребительского спроса на образовательные услуги в сфере дополнительного образования: экономические, социальные, технологические и психологические. К экономическим факторам можно отнести спрос, предложение, цену на услугу, уровень дохода личности, к технологическим – уровень развития материально-технической базы. Психологические факторы включают субъективные взгляды и воззрения индивида, его предпочтения в выборе образовательных услуг в сфере дополнительного образования.

Проведенный сравнительный анализ исследований 2016–2017 гг. по изучению потребительского спроса среди студентов ГрГУ им. Янки Купалы на образовательные услуги в сфере дополнительного образования показал относительно низкий уровень информированности студентов о данных услугах. Была установлена положительная динамика в степени пользования услугами.

Отмечено, что наиболее распространенным мотивом получения услуг остается самообразование. Сравнение результатов показало, что наименее популярным источником получения информации об услугах являются все также специализированные Интернет-ресурсы. Главным фактором, влияющим на принятие решения о получении услуг, остается их стоимость.

Была определена отрицательная динамика при выявлении намерений студентов пользоваться образовательными услугами в сфере дополнительного образования в дальнейшем.

Большая часть студентов удовлетворена качеством и организацией образовательных услуг в сфере дополнительного образования в ГрГУ им. Янки Купалы.

Сравнение результатов исследования 2017 г. с данными прошлого года показало существенные различия в оценке соответствия стоимости полученных образовательных услуг его качеству: снижение (более чем на 20%) оценки по данному критерию.

Наблюдалась стабильная динамика среди мнений студенческой молодежи ГрГУ им. Янки Купалы по поводу поправок, необходимых, на их взгляд, при оказании образовательных услуг.

Научная значимость полученных результатов заключается в выявлении содержания и особенностей дополнительных обра-

зовательных услуг, а также в раскрытии детерминант потребительского спроса на данные услуги. Практическая значимость использования полученных в ходе исследований данных состоит в следующем: определение уровня информированности студентов об услугах ГрГУ им. Янки Купалы, выявление наиболее востребованных в университете услуг, определение наиболее популярных источников получения информации об услугах и многое другое.

Перспектива дальнейшего развития в данном научно-исследовательском направлении заключается в более углубленном анализе факторов, влияющих на уровень востребованности дополнительных образовательных услуг, а также в выработке стратегий, направленных на корректировку их продвижения на данную целевую аудиторию.

#### *Литература:*

1. Шишко В.И. Исследование спроса студенческой молодежи на образовательные услуги в сфере дополнительного образования (на примере ГрГУ им. Я. Купалы) / В.И. Шишко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2016. – № 20. – Ч. 2 – С. 97–100.
2. Бурстин Д.Дж. Сообщества потребления / Д.Дж. Бурстин // THESIS. – 1993. – Т. 1 – № 3. – С. 231–254.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2007. – 647 с.
4. Ильин В.И. Потребление как дискурс / В.И. Ильин // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2007. – Т. 10. – С. 3–26.
5. Рощина Я.М. Потребление как знаковая субстанция / Я.М. Рощина // Социология потребления : [учеб. пособие] / Я.М. Рощина. – М. : Издательский Дом ГУ-ВШЭ, 2007. – Гл. 6. – С. 108–120.
6. Бабосов Е.М. Человек на пороге рынка: социальные ожидания населения / Е.М. Бабосов. – Минск : Наука і тэхніка, 1992. – 174 с.
7. Леутина Л.И. Белорусский опыт организации образования / Л.И. Леутина // Альманах современной науки и образования. – 2010. – № 4. – С. 177–183.
8. Медведев С.А. Поведение потребителей: учебно-методический комплекс / С.А. Медведев. – Минск : Частное учреждение образования «Минский институт управления», 2013. – 119 с.
9. Кодекс Республики Беларусь об образовании (с изменениями и дополнениями, внесенными Законом Республики Беларусь от 4 января 2014 г.). – Минск : Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2014. – 400 с.

#### **Шишко В.І., Мамонтова Ю.А. Порівняльний аналіз чинників, які впливають на рівень затребуваності додаткових освітніх послуг в студентському середовищі**

**Анотація.** У статті проаналізовано чинники, які впливають на рівень затребуваності додаткових освітніх послуг, представлено порівняльний аналіз затребуваності послуг за період 2016–2017 рр.

**Ключові слова:** дослідження, споживацький попит, додаткові освітні послуги, поведінкові чинники, рекламна діяльність.

#### **Shyshko V.I., Mamontova Yu.A. Comparative analysis of factors influencing the level of demand for additional educational services in the student's environment**

**Summary.** The article analyses factors that influence the level of demand for additional educational services, presents a comparative analysis of demand for services for the period of 2016–2017 years.

**Keywords:** research, consumer demand, additional educational services, behavioural factors, promotional activities.