

Крішна К. Говендер, Санджай Соні, Естель Девід

Студенти як клієнти вищої освіти: Сприйняття Південноафриканських студентів

Збільшення числа приватних вищих навчальних закладів (ВНЗ) у Південній Африці призвело до посилення конкуренції між приватними та державними ВНЗ, оскільки всі вони конкурують за одну й ту же групу потенційних студентів. Отож, маркетологи ВНЗ почали усвідомлювати важливість приділення нової уваги потребам своїх студентів (клієнтів). Це дослідження має на меті встановити, чи усвідомлюють студенти себе клієнтами ВНЗ, а також, як вони сприймають ставлення до них академічного та адміністративного персоналу, і чи вважають вони його клієнтоорієнтованим.

Загалом розіслано 411 онлайн-анкет студентам певних приватних і державних ВНЗ провінції Квазулу-Натал, Південна Африка. Застосований описовий і інференційний статистичний аналіз даних опитування з використанням програмного забезпечення SPSS. У результаті студенти здебільшого усвідомлювали себе клієнтами ВНЗ. Також сприйняття студентами ставлення до них академічного та адміністративного персоналу зміцнило думку про те, що вони дійсно є клієнтами свого ВНЗ. Отже, працюючи з викладачами та адміністраторами, ВНЗ мають послідовно виявляти та задовольняти потреби студентів у послугах.

Ключові слова: освіта, академічні та адміністративні послуги, досвід обслуговування, задоволеність обслуговуванням

Класифікація JEL: M30, M31, N97, P36



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.