我国独立学院顾客教育服务感知质量实证研究

——来自 6 所独立学院 5000 名本科生调查

田汉族 王万良 贺 伦

摘 要: 文章以学生对独立学院的教育服务感知质量为因变量,以教师教学、学生发展管理和校园环境为三个自变量,构建多元线性回归模型,并探讨该模型在不同学院、不同性别、不同年级、不同家境之间的差异情况。在数据处理上,该研究运用了信度、结构效度、回归、方差和组群分析。在对全国 6 所独立学院的 5000 份问卷分析后发现,影响独立学院学生教育服务感知质量的因素按大小依次是学生的发展管理、教师教学、校园环境;学生教育服务感知质量存在学院、性别、年级、家境的显著差异。基于研究结论,文章提出了改进独立学院教育服务感知质量的建议。

关键词: 独立学院;教育消费者;教育服务感知质量;实证研究
中图分类号: G648.7 **文献标识码:** A **文章编号:** 1004 - 9142(2018)03 - 0172 - 11

一、问题提出

独立学院是利用普通高校的教育教学资源和社会资金合作举办的国有民办二级学院。教育部于 2003 年 5 月印发了《关于规范并加强普通高校以新的机制和模式试办独立学院管理的若干意见》(以下简称《意见》),对原有的国有民办二级学院提出了若干规范意见和设置要求,并提出了“独立学院”的新概念,它是指公办普通本科高校按照新机制与新模式举办的本科层次的二级学院,这里的“新机制”就是民办机制,这里的“新模式”就是指公办高校教育资源与社会资金的有机结合;独立学院要具有独立

收稿日期:2017 - 10 - 15
作者简介:田汉族,男,湖南临澧人,首都师范大学教育学院教授,博士;王万良,男,北京市人,首都师范大学校务委员会副主任兼科德学院院长、教授(北京 100048);贺伦,男,安徽滁州人,南京邮政医院职员(江苏 南京 210000)。
基金项目:全国教育科学“十一五”规划 2010 年度立项课题“独立学院品牌战略与案例研究”(FFB108197),课题负责人:王万良。

的法人资格、独立承担民事责任、相对独立的教学组织与管理、独立进行招生、独立颁发学历证书、具有独立的校园和基本办学设施、独立进行财务核算等等。至此，独立学院获得法规意义上的认可。近10年来，独立学院发展更为迅速，2004年教育部依据《意见》审核确认的独立学院为233所，2010年为323所，占本科高校数的29%，占民办高校数的46.4%；在校学生数260.3万人，占高校在校学生人数的11.6%，占民办高校的54.6%。截至2011年底，我国独立学院共计309所，占本科院校的27%；独立学院在校生267.4万人，相当于普通高校本专科在校生总数(2308.5万人)的11.6%。可见，独立学院在校本科生数已经达到相当规模，已经成为本科教育的重要组成部分。但独立学院作为一种重要的、独立的高等教育力量，如何评价其作用和价值，需要理论上明确回答。本研究试图从消费者感知角度进行具体分析。

目前民办高等教育由卖方市场向买方市场转化，独立学院的生存和发展面临来自社会转型、院校之间生源竞争等外部挑战和内部治理、质量、财务等方面的双重压力，如何化解矛盾和压力，成为独立学院关注的焦点。如果说在高校扩招的政策背景和高等教育需求旺盛的社会背景下，独立学院占有了比民办高校的竞争优势——公立教育资源，那么在民办教育规范化的政策背景和高等教育需求日益分化的社会背景下，独立学院原有的优势逐步丧失，其生存和发展越来越取决于质量和特色，越来越取决于对高等教育消费者的吸引力。近年来我国民办高校倒闭亏损状况十分严重，民办高等教育(包括独立学院)的发展，危机四伏。学术界对此有很多解释，如经费短缺、管理体制不顺、办学质量不高、生源短缺等。这些判断有其合理性，但都属于因素解释，理解尚缺乏整体性、结构性和辩证性。有的学者试图在合法性和社会认同的框架内探讨民办高等教育发展危机的根源。我们认为，要从民办高等教育的性质角度去理解独立学院发展的应有之道，分析其发展的困境，才能促进独立学院健康持续地发展。服务性是现代高等教育，特别是民办高等教育的最基本特征，缴费上学和高校扩招强化了高等教育消费的观念，学生作为教育消费者的身份和地位逐步确立。基于消费者满意的质量必须关注高等教育服务消费者特别是高校学生的满意度评价。本研究试图从实证角度了解独立学院学生满意度的程度、结构与内容，探索独立学院在教育教学、管理和环境建设方面的不足，并进一步提出合理化建议。

教育服务感知评价已成为高等教育质量评价的重要趋势。英国是最早关注学生感知并将课程体验问卷投入使用的国家，英国质量研究中心在20世纪80年代举行了学生满意度调查。2005年，英国政府组织全国范围的大学生满意度调查——《全国学生调查》，全英60%的应届本科毕业生参加。调查结果主要用于政府和学院改善学生的学习体验。同时，潜在学生、家长及影响学生择校的关键建议者也均可从网站(www.unistats.com)获得相应数据和资料作为择校参考。[①] 在美国，1993年由劳瑞·斯克里纳(Laurie A·Schreiner)博士和斯蒂芬尼·朱里叶特(Stephanie L·Juillerat)博士研制《美国大学生满意度量表》，并由Noel-Levitz公司在美国开展调查[②]。目前，大学生满意度调查已经成为许多国家尤其是发达国家作为改善学校和学生之间关系、促进学校发展、监测教学质量、指导新生择校的重要手段。近年来，随着高等教育质量评价观念从客观质量向主观与客观质量结合的观念转化，我国独立学院教育质量评价也开始重视学生满意度评价。但是如何科学有效地评价高等教育服务的感知质量，缺乏本土化的权威的理论和工具。本研究通过对以往研究和文献的梳理和归纳，借鉴国内外的相关研究成果，建构独立学院学生教育服务感知质量模型，并运用特尔斐法编制了独立学院学生对学校的教育服务感知质量问卷表，最后运用现代数理统计方法进行多元线性回归分析，试图探讨独立学院教育服务感知质量评价的方法问题。

① 田芸：《英国学生评价高等教育服务质量的现状研究——以〈全国学生调查〉为例》，《科教文汇》2011年第5期下旬刊，第31、33页。

② Stephanie Juillerat, Laurie A. Schreiner. The role of student satisfaction in the assessment of institutional effectiveness. Assessment Update, 1996,8(1):8-9.

二、文献回顾

高等教育服务质量评价是受企业服务质量评价理论的影响而产生的。服务质量 SERVQUAL（Service Quality 的简称）一词最早是在 1988 年由帕拉苏拉曼（A. Parasuraman）、隋塞摩尔（Valarie A. Zeithaml）和贝利（Leonard L. Berry）三人合写的一篇题为《SERVQUAL：一种多变量的顾客感知服务质量测度方法》的文章中提出的①。它是一种"建立在顾客感知服务质量的相关理论基础之上"②的面向顾客的服务质量评估工具，其基本思想是利用来自顾客对服务的期望和感知信息来判断服务质量。其"主要好处是研究人员能够检查医疗保健、银行、金融服务、教育等多个服务行业的服务质量"③。因此，它被应用于营利性组织，也适用于医疗服务组织、地方政府、警察、应急服务、政府中介等公共部门服务质量的评估④。服务质量代表性理论主要有：(1) Parasuraman 等的服务质量差距模型。认为服务质量取决于顾客期望质量与实际感知服务质量之间的对比，测量服务质量水平的 SERVQUAL 模型有五个维度：有形性（Tangible）、反应性（Responsiveness）、保证性（Assurance）、移情性（Empathy）、可靠性（Reliability），22 个项目⑤。(2) 格鲁努斯（Christian Gronroos）的感知服务质量模型。将服务质量分为"技术性质量"和"功能性质量"两类，即服务结果质量和服务过程质量⑥。(3) Cronin 等的 SERVPERF（Service Performance 的简称）模型，认为没有必要测量期望质量，直接测量顾客感知服务质量结果更好⑦。服务质量包含三个维度：交互质量、物质质量和结果质量⑧。总之，关注过程质量、感知质量是服务质量评价的基本趋势。管理学术界关于服务质量评价的实证研究，为高等教育服务质量的研究建立了理论基础。本研究采用修正 SERVPERF 为衡量服务质量的方法，即直接衡量顾客感知的服务质量。

学术界对高等教育顾客满意感的关注可以追溯到 20 世纪 70 年代，诸如 Benizetal 汲取了学术界关于雇员满意感的研究成果，开发了大学生满意感问卷⑨。20 世纪 90 年代开始，SERVQUAL 开始受到高等教育界的关注，高等教育顾客满意感的研究逐渐为学者关注，一些学者展开了初步的应用研究。⑩ 研究主要有在以下几个方面：

一是高等教育服务质量特性和维度研究。Mohammad 等认为高等教育服务质量特性包括服务设施、服务能力、服务态度、服务内容、服务过程及其可靠性等⑪。Kwan 认为高等教育质量包含课程内容、

---

① Parasuraman, A. et al. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 1988, 64(1): 12 - 40.

② Coulthard, L. J. M. Measuring service quality: A review and critique of research using SERVQUAL. International Journal of Market Research, 2004, 46(4): 479 - 497.

③ Nyeck, S., et al. 10 years of service quality measurement: reviewing the use of the SERVQUAL instrument. Cuadernos de Diffusion, 2002, 7(13): 101 - 107.

④ Wisniewski, M. & Donnelly, M. Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL. Total Quality Management, 1996, 7(4): 357 - 366.

⑤ Parasuraman, A., et al. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing. 1988, 64 (1): 12 - 40.

⑥ [芬兰]克里斯廷·格朗鲁斯（Christian Gronroos）：《服务管理与营销——基于顾客关系的管理策略（第 2 版）》，电子工业出版社 2002 年版，第 48 页。

⑦ J. Joseph Cronin, Jr. and Steven A. Taylor. SERVPER Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-based and Perceptions - minus - exceptions Measurement of Service Quality. Journal of Marketing, 1994, 58(1): 126 - 131.

⑧ Brady, M. K., and Cronin, J. Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. Journal of Marketing, 2001, 65(7): 34 - 49.

⑨ Bentz, E. L. Klinggensmith, J. E. & Menne, J. W. The measurement and analysis of college student satisfaction. Measurement and Evaluation in Guidance, 1970, 3(2): 110 - 124.

⑩ 余天佐、韩映雄：《SERVQUAL 在高等教育服务质量评价中的应用研究述评》，《现代大学教育》2010 年第 6 期，第 59 - 63 页。

⑪ Mohammad S. Owlia, Elaine M. Aspinwall.. A framework for the dimensions of quality in higher education. Quality Assurance in Education, 1996, 4 (2): 12 - 20.

关注学生、教学设施、考核、指导、社会活动、人员等七个维度[①]。Lagrosen 的实证研究认为，高等教育服务质量包括与企业的合作、信息与反应、提供的课程、大学教师、教学实践、外部评估、计算机设备、毕业生、图书馆等维度[②]。Owlia 等结合高校的具体教学活动，将高等教育服务质量属性重新定义为：可靠性、反应/响应性、了解消费者、接近性、能力、礼仪、交互性、可信性、安全性、可感知性、成果、完善性、适应性、纠错性。[③] 刘俊学认为高等教育服务质量评价包括服务过程评价和服务结果评价。过程评价包含管理质量、教学质量、环境质量等的评价，效果评价主要是对学生的学业评价[④]。顾佳峰提出高等教育服务质量衡量的六个维度：互动性、可信性、价值性、保证性、关怀性和外观[⑤]。以上观点，存在广义和狭义两种理解。从广义看，高等教育服务质量是指高等教育需求主体对高等教育服务质量的预期同实际所感知的教育服务水平的对比，这里的主体包括高校学生和家长、高校教师、用人单位、政府等；从狭义看，主要是大学生对名校的教育服务感知，但也存在对服务质量的本质和内容形式的认识分歧。本研究主要从狭义角度开展独立学院教育服务质量研究，并力图反映教育服务质量的本质。

二是高等教育服务质量的影响因素。LeBlanc 认为，高等教育服务质量的重要因素有七个，即声誉、管理人员、教员、课程、反应性、实物依据以及设施的便利性等[⑥]。Ford 等认为高等教育服务质量取决于课程安排、有形设施、学术声誉、成本、选择以及其他因素[⑦]。赵伶俐等认为，学生对教学的满意度受各种因素影响，是构成教学、实施教学、保障教学等各种因素共同作用的综合反应。[⑧] 本研究将独立学院教育服务质量的因素集中在独立学院学生对教师教学过程的感知质量、学生管理的感知质量和环境服务的感知质量。

三是高等教育服务质量的评价工具及其运用。Anderson 利用 SERVQUAL 模型对高等教育服务质量进行了评价研究[⑨]，但是 Cuthbert 对 SERVQUAL 模型的检验发现，该模型并不能直接应用于高等教育质量的评价[⑩]。此后，O'Neill 则运用 Importance-performance 模型分析高等教育服务质量，并认为它是一个战略性的分析工具[⑪]。王强提出高等教育内部服务质量与外部服务质量比较模型，探讨了应用 SERVQUAL 标尺度量中国高等教育服务质量的有关问题。[⑫] 胡子祥提出高等教育服务质量的评价模型包括品牌形象质量、就业服务质量、课程内容质量、教学过程质量、可靠性质量、人才培养质量、教学条件质量、生活服务质量等九个维度 35 个指标，提出以高等教育服务最主要的利益相关者——大学生为调研对象，直接测量高等教育整体服务质量。马万民应用 SERVQUAL 评价模型的五个属性制定出了高等

---

① Kwan, P. Y. Application of total quality management in education: retrospect and prospect. International Journal of Educational Management, 1996, 10 (5): 25 - 35.

② Lagrosen, S., Seyyed-Hashemi, R., & Leitner, M. Examination of the dimensions of quality in higher education. Quality Assurance in Education, 2004, 12 (2): 61 - 69.

③ Hill, F. M. Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. Quality Assurance in Education, 1995, 3 (3): 10 - 21.

④ 刘俊学：《高等教育服务质量论》，湖南大学出版社 2002 年版，第 138 页。

⑤ 顾佳峰：《高等教育服务质量研究》，《黑龙江高教研究》2006 年第 6 期，第 5 - 9 页。

⑥ LeBlanc, G. & Nguyen, N. Searching for excellence in business education: an exploratory study of customer impressions of service quality. International Journal of Educational Management, 1997, 11 (2): 72 - 79.

⑦ Ford, J. B, et al. Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA. The Journal of Services Marketing, 1999, 13(2): 171 - 186.

⑧ 赵伶俐、潘莉：《高校学生对教学、任课教师和课程满意度的调查》，《重庆大学学报》(社会科学版) 2001 年第 3 期，第 119 - 124 页。

⑨ Anderson, E. High tech v. high touch: a case study of TQM implementation in higher education. Managing Service Quality, 1995, 5 (2): 48 - 56.

⑩ Cuthbert, P. F. Managing service quality in HE: is SERVQUAL the answer? Part 2. Managing Service Quality, 1996, 6 (3): 31 - 35.

⑪ O'Neil l, M. A. & Palmer, A. Importance-performance analysis. a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. Quality Assurance in Education, 2004, 12 (1): 39 - 52.

⑫ 王强：《高等教育服务质量及其度量》，《中国高等教育评估》2004 年第 2 期，第 47 - 51 页。

教育服务质量 SERVQUAL 模型。廖浩然等提出模糊综合评价法，认为高等教育服务质量包括：教育教学、管理部门、后勤服务部门的服务质量①。上述模型有一个共同点，即都是计算服务质量差距，但这种差距是否就代表了质量水平，实际上尚存不少争议。

四是高等教育服务感知质量研究的价值。目前，尽管学者没有在高等教育服务感知质量的概念上达成共识，但普遍认为感知质量是高校提供的作为教育消费者学生的一种体验过程，进行评价可以促进高校服务质量观念的转变，对高校推行“顾客满意”理念有重要意义；为高校工作目标的制定和决策提供丰富可靠的统计数据②；“在高等教育国际化和大众化时代，对于高校来说，要想在激烈的教育市场竞争中获胜，就必须最大限度地提高顾客满意度，满足教育消费者对于高等教育的个性化的教育消费需求。”③高等教育服务质量观的形成，冲击了传统的高等教育产品质量观，转变了人们以往对教育本质的认识，促进了以人为本的管理方法在高等学校中的广泛应用，对我国高等教育理论构建产生了积极的作用，对高等教育的改革与发展具有重要意义。④

综上，高等教育服务质量的理论研究较多，实证研究方面基本上论证了高等教育服务质量和顾客满意度存在正相关关系，但独立学院教育服务质量同学生满意感的关系学术界尚未进行过实证研究。本研究的主要目的是探讨独立学院学生的教育服务感知质量的影响因素和程度，并探讨这种影响关系在不同的群体间的差异性，并为如何改进和提高包括独立学院学生的满意度、运作侧重点等方面提供有针对性的建议。

三、研究设计

（一）立论依据与研究假设

高等教育作为准公共产品已是学界共识，独立学院是一种收费性质的民办学院。教育产品是教育服务，教育服务的生产是教育产业的核心，学校作为教育生产的主要机构，其功能是提供优质的教育服务；教育服务是一种特殊的商品，在教育服务市场中，作为教育服务的生产者和供应者的学校和作为教育服务的消费者和需求者的学生及其家长，是教育服务市场的主体；从经济学的视角看，学校和学生之间发生了围绕教育服务的商品交换关系。

学生作为独立学院教育消费者，对学院教育服务感知质量具有整体性、具体性和个别差异性。整体性就是独立学院学生对学院教育服务质量的持续的综合性反映；具体性是指独立学院学生主要通过教师教学、学生发展管理、校园环境等“真实的瞬间”积累对学院服务质量的感知；个别差异性是指独立学院学生因个体特征及其环境条件差异对学院教育服务感知质量有差异。为此，本研究提出了以下假设：

假设 1：教师教学、学生发展管理、校园环境与学生教育服务感知质量之间呈正相关。

假设 2：不同性别、学院、年级、家境的学生在教育服务感知质量上存在显著差异。

假设 3：尽管不同性别、学院、年级、家境的学生在教育服务感知质量上存在显著差异，但造成其差异的主要外部原因基本相同。

（二）模型设计

由于缺少直接研究独立学院学生教育服务感知质量的实证研究，本研究在因子维度划分方面，参考了企业声誉和消费者满意度的相关测评工具和研究思路。本研究课题组部分参考了 Fombrum（1998）的声誉商数（RG）和 Manfred（2004）设计的测量模型。鉴于独立学院的特殊性，以及高校和企业之间的

① 廖浩然、田汉族：《高等教育服务质量模糊综合评价法初探》，《河北师范大学学报》（教育科学版）2008 年第 5 期，第 119 - 124 页。

② 王齐婷：《高校教育服务质量感知的定量研究》，《高等工程教育研究》2003 年第 6 期，第 20 - 23、40 页。

③ 马万民：《高等教育服务质量管理探讨》，《教育发展研究》2006 年第 1 期，第 77 - 80 页。

④ 詹婉华、刘艺、肖金香：《高等教育服务质量观评析》，《江苏高教》2010 年第 3 期，第 36 - 38 页。

差异性，本研究最终选用教师教学、学生发展管理和校园环境这三个方面作为影响独立学院学生教育服务感知质量的影响因子。

本研究的测量变量由两部分组成：一是因变量，即学生对所在独立学院的教育服务感知质量，本研究设计了10道测试题。在借鉴相关文献的基础上，本问卷通过学生对学院的情感倾向、收获体验、生活状态、自信程度等方面对学生对学院的教育服务感知质量进行分析。二是自变量，包括教师教学、学生发展管理和校园环境。在教师教学方面，教师是独立学院为作为教育消费者提供教学服务的知识型员工，是学院发展最为关键的因素。教师的教学水平、道德素质等决定着学院的整体水平和形象，也是学生、家长和社会评价独立学院的重要依据。因此结合独立学院的办学定位和问卷设计的整体思路，本研究将师资队伍因子的二级指标具体分解为教师职业道德素质、课堂授课水平、学生的信任程度、教学设备和课程安排等，共计11道题。在学生发展管理上，问卷主要从学院为学生提供的学习场所和条件，以及学生对学院管理的感受这两个方面进行问题设置。在参考了Michael J. Conard& Maureen A. Conard (1998)和孔锐、魏华飞、方文敏的相关文献后，本研究将学生发展管理的二级指标具体分解为学生的学习环境、文体活动、实习就业、职业规划、学院行政部门的服务态度和效率等方面，共计10道题。在校园环境方面，本研究主要从学生的衣食住行等方面进行调查。在参考了赵国杰、魏华飞和刘俊学等人的相关文献基础上，本研究将校园环境的二级指标具体分解为住宿条件、宿舍卫生、食堂价位、校园及周边环境、学院附近交通、学校的活动场所以及与周边社区居民的友善关系等，共计39道题。依据以上分析，本研究构建如下回归模型(见图1)。本研究通过教师教学、学生发展管理和校园环境三个自变量对学生在校的教育服务感知质量进行多元线性回归分析，其中，W1、W2、W3分别为教师教学、学生发展管理、校园环境的回归系数；C1、C2、C3为教师教学与学生发展管理、学生发展管理与校园环境、校园环境与教师教学的协方差。此外，本研究把学生的家庭经济状况分为三类(5万以下、5－10万和10万以上)是为了满足AMOS组群分析对样本量的要求，如果学生家境划分层次过多，那么每层的数据量就会减少，无法达到统计上显著。本研究只选择三个年级的学生，也是考虑到AMOS组群分析显著性上的要求，因为独立学院大四的很多学生在校外实习，无法发放，另外，大四学生对问卷调查兴趣度较低，有效回收问卷率很低。

本研究的主要目的是探讨独立学院学生的教育服务感知质量的影响因素和程度，在具体操作上，本研究编制了一个由四个部分问卷组成的问卷表。分别对独立学院学生对学校教育服务感知质量、教师教学、学生发展管理、校园环境四个维度进行调查，通过这四个小问卷，构建教师教学、学生发展管理和校园环境对教育服务感知质量进行多元线性回归，并分析所得到的回归方程在不同学院之间、不同性别之间、不同年级之间以及不同家庭经济状况之间是否存在差异性。

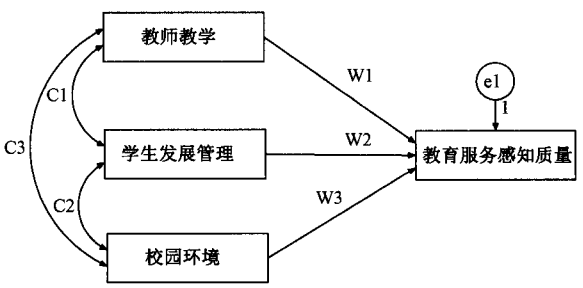


图1　独立学院学生教育服务感知质量模型

(三)样本构成及问卷发放

本研究问卷从2011年9月下旬至2011年12月上旬对6所独立学院学生进行调查。为了反映独立学院的整体情况，在独立学院调研时，考虑了以下五个方面：建校时间、学院所属地域、办学特色、学院规模以及学院排名。其中建校时间最早的为2000年；依据地域，独立学院分布于北京、河北、湖北、重

庆、云南;在办学特色上,涉及艺术、商学和理工等;在规模上,其在校生数最少为5000人,最多约为19000人;在排名上,依据独立学院的排名,选择了排名在前10、前50和前100不同层次的独立学院。本研究的自制调查问卷共分为两个阶段:第一是预调研阶段。预调研阶段在一所独立学院发放学生问卷400份,收回问卷359份,其中有效问卷314份,有效问卷回收率为78.5%。对预调研的数据进行分析,四个小问卷仅需要删除3道测试题,这说明本课题组所编制的对独立学院学生教育服务感知质量的调查问卷具有较高质量。第二个阶段是正式调研阶段,对分布在全国各地的6所独立学院的学生进行了调查,发放问卷5000份,回收4426份,其中有效问卷3810份,有效问卷回收率为76.2%,达到有效问卷回收率不低于70%的统计要求。① 问卷采用LIKERT的五刻度评分法,即对每个测试题给出五个具有递进关系的描述性刻度,供被调查的学生根据自己的具体情况选择合适的刻度值。

表1　6所独立学院问卷样本特征分布图

		发放问卷数	收获有效问卷数	有效问卷回收率
A学院		500	393	78.6%
B学院		750	528	70.4%
C学院		750	551	73.5%
D学院		800	551	68.9%
E学院		500	392	78.4%
F学院		1700	1395	82.1%
总计(人)		5000	3810	76.2%
性别	男		1624	55.5%
	女		2113	42.6%
年级	大一		1043	27.4%
	大二		1486	39.0%
	大三		1196	31.4%
家境(年收入)	5万以下		2319	60.9%
	5-10万		739	19.4%
	10万以上		475	12.5%

四、数据分析与结果解释

(一)信度和效度检验

信度是关于一种现象的测度提供的稳定性和一致性结果的程度(Camines,Zeller,1979),本研究采用克朗巴哈(Cronbach a)系数对量表进行内部一致性检验。学生问卷数据经过SPSS16.0的分析,40道题的整张问卷的信度为0.955,四个分问卷的信度:教育服务质量整体感知分问卷的信度为0.895,教师教学分问卷的信度为0.892,学生发展管理分问卷的信度为0.878,校园环境分问卷的信度为0.842。效度是指能够真正衡量出研究人员所要衡量的事物的真实程度,揭示了结构变量和其测量指标之间的关系。本研究运用AMOS验证性因子分析来判别问卷的结构效度,经过预调研分析,删除3道测试题,剩下的40道测试题一般在0.7左右,表示模型的基本适配度良好。② 由此可见,本课题组编制的学生教育服务感知质量调查问卷是可以接受的。

(二)回归分析

运用SPSS16.0分别对所得数据进行总和回归分析,得到如表2的分析结果。

① 卢淑华:《社会统计学》,北京大学出版社2009年版,第475页。

② 吴明隆:《结构方程模型——AMOS的操作与应用》,重庆大学出版社2009年版,第224页。

表 2　教育服务感知质量的回归分析

学院		标准化回归系数			判定系数 R^2
		教师教学	学生发展管理	校园环境	
总样本	总和回归	0.326***	0.360***	0.207***	0.628
性别	男	0.293***	0.373***	0.226***	0.619
	女	0.350***	0.344***	0.201***	0.633
年级	大一	0.332***	0.288***	0.249***	0.567
	大二	0.296***	0.365***	0.226***	0.618
	大三	0.360***	0.389***	0.153***	0.667
家境	5 万以下	0.345***	0.348***	0.187***	0.614
	5 - 10 万	0.297***	0.399***	0.203***	0.627
	10 万以上	0.282***	0.402***	0.263***	0.715
学院	独立学院 A	0.237***	0.445***	0.249***	0.687
	独立学院 B	0.317***	0.357***	0.224***	0.654
	独立学院 C	0.328***	0.270***	0.265***	0.604
	独立学院 D	0.339***	0.370***	0.118***	0.636
	独立学院 E	0.318***	0.387***	0.228***	0.663
	独立学院 F	0.338***	0.320***	0.189***	0.547

注：* 表示通过 0.1 显著性水平检验；** 表示通过 0.05 显著性水平检验；*** 表示通过 0.01 显著性水平检验。

由上所得的全体学院的回归方程，运用 SPSS16.0 对回归方程进行多重共线性检验，得到结果如下：本回归的最大条件指数为 15.836，故存在较弱的多重共线性。教师教学和学生发展管理上的变异构成值为 0.69 和 0.81，均大于 0.5，说明回归模型中教师教学和学生发展管理这两个变量之间存在一定程度的共线性。分析其原因，除了研究模型设计上还有待完善外，现实中教师教学和学生发展管理之间存在相关性，毕竟学生的发展管理也是教师的行为，只是并非教学行为而已。因为回归方程不存在严重的多重共线性问题，故数据分析的结论是可信的。

由表 2 可见，整体而言，在教育服务质量感知的众多影响因素中，教师教学的影响最大，其次是学生发展管理，影响最小的是校园环境因素。这也说明独立学院的学生对高质量高等教育的关注重点，主要集中在师资队伍上，且影响比例最高，达到 0.36。此外，学生发展管理的影响比例约在 0.3 左右，也说明学生更需要符合自身发展的学生管理方式和学校教育方式。

（三）方差分析

为了更好地分析因变量的影响因素，本研究考虑学校、性别、年级和家境对独立学院学生的教育服务感知质量的影响，并探讨它们之间的相互关系。本文用学生对学院的教育服务感知质量作为随机因素（Random Factor），学院、性别、年级和家境作为固定因素（Fixed Factor），做方差分析。经过 SPSS16.0 分析，在单因素分析上，独立学院学生的教育服务感知质量对学院、性别、年级、家境四个人口统计学的单因素做方差分析，其结果都是显著的，即表示在不同学院、不同性别、不同年级和不同家境上，独立学院学生对学院的教育服务感知质量存在显著差异。在性别上，男生的教育服务感知质量高于女生的教育服务感知质量。在年级上，教育服务感知质量呈现“V”型，大一学生的教育服务感知质量最高，大二最低，大三处于中间状态。在家境上，教育服务感知质量呈现“倒 V”型，家庭年收入在 5 万以内的学生对学院的教育服务感知质量最低，家庭年收入在 5 - 10 万的学生对学院的教育服务感知质量最高，家庭年收入在 10 万以上的学生对学院的教育服务感知质量居中。方差分析的结果说明：大一的学生可能刚入校不久，对大学学习和生活的新鲜感以及学校在各方面对大一新生的关心和照顾，使得大一新生对学院的教育服务感知质量偏高；而大二的学生，可能由于经过一年，新鲜感逐渐减退，也逐渐认识到自己的一些不足，并真正感受到真实的大学生活，会产生一些失落感，因而对学院的教育服务感知质量较低；大

三的学生，可能由于在学院生活了两年多，受到学院各个方面潜移默化的影响，对学院逐渐产生了认同感和归属感，因而对学院的教育服务感知质量出现了反弹增高的现象。在家境上，年收入在5万以下的学生对学院的教育服务感知质量最低，这可能因为独立学院的学费以及生活费较高所致，笔者在调研访谈中对此也得到了部分证实；家庭年收入在5－10万以上的学生对学院教育服务感知质量较高，可能因为他们在经济上不存在这种担忧，所以教育服务感知质量较高；而家庭年收入在10万以上的学生，由于家境殷实，对独立学院的生活条件和学习环境等方面不够满意，所以在对学院的教育服务感知质量度上出现了滑坡现象。研究假设1成立。

在交互作用上，只用两因素的交互作用存在显著差异，三因素、四因素的交互作用均不存在显著差异，限于篇幅，全部分析结果无法展示。在两因素交互作用上，也只有学院和年级、年级和家境这两对的交互作用的差异存在显著。由此可见，年级是引起差异的很重要的因素，其次是学院和家境。此外，用学生在教师教学、学生发展管理和校园环境方面的数据，对学院、性别、年级和家境做方差分析，也得到几乎一样的结果，也出现了“V”型和“倒V”型的现象。

由上分析可见，不同学院、性别、年级、家境的学生在教育服务感知质量上存在显著差异，即证明了研究假设2成立。

（四）组群分析

运用AMOS进行组群分析，即分析不同学院、不同性别、不同年级和不同家境之间的回归方程之间的差异性。通过计算“参数间差异的临界比值”（Critical Ratios for Differences between Parameters），如果两个相对应而属性相同的参数，其参数间的临界比值的绝对值小于1.96，表示此两个参数可视为相等。[①] 否则，视为不等。经过计算，在不同年级之间，在学生发展管理标准化回归系数上，大一和大二、大一和大三之间的参数间差异的临界比值为2.128和－2.114，大二和大三之间的比值为0.169，这说明大二和大三之间的标准化回归系数不存在差异，可视为相等；而大一与大二大三之间存在显著差异，其学生发展管理的标准化回归系数不可视为相等。依此计算，在家境上，不同家庭收入的学生，除了大一和大三在校园环境上的参数间差异的临界比值为2.352，大于1.96，差异显著，不可视为相等之外，其余的同属性的回归系数，均可视为相等。在不同学院之间，独立学院B、独立学院C、独立学院D、独立学院E、独立学院F之间所有的同属性的标准化回归系数相互之间均不存在显著差异，均可视为相等。也就是说，在这5所独立学院中，所有的教师教学、学生发展管理、校园环境的标准化回归系数均可视为相等。独立学院A与独立学院C之间在学生发展管理上存在显著差异，独立学院A与独立学院F在教师教学和学生发展管理上存在显著差异，其标准化回归系数不可视为相等。独立学院A与其它学院之间存在显著差异，可能是因为独立学院A是一所以艺术为特色的独立学院，在师资和管理上均存在一定的特色性。由以上分析可知，尽管学生对学院的教育服务感知质量在不同学院、性别、年级和家境上的方差分析均显著，但在组群分析中，绝大多数标准化回归系数之间差异不显著，可视为相等。这表面看似矛盾冲突，其实是因为不同学院、性别、年级和家境的学生在教育服务感知质量的分数上或程度上差异很大，这种差异是显著的，但这种差异的来源是不显著的，即教师教学、学生发展管理和校园环境对不同学院、性别、年级和家境学生的影响程度是近似相同的，不存在显著差异，这就是为什么方差显著而组群分析不显著的原因。

由上分析可见，尽管不同性别、学院、年级、家境的学生在教育服务感知质量上存在显著差异，但其形成显著差异的外部原因相同，即教师教学、学生发展管理、校园环境是导致教育服务感知质量的主要原因。因此，研究假设3成立。

① 吴明隆：《结构方程模型——AMOS的操作与应用》，重庆大学出版社2009年版，第295页。

五、研究启示

目前，高等教育质量问题已成为各方关注的焦点。然而，无论政府的评估还是学术界与民间的争论，多数依据的是工业经济时代的“产品质量观”，高等教育质量关注的是投入与产出，而非高等教育服务的过程。这种对过程的忽视必然导致学生主体地位的缺失。因此，以“服务质量观”为指导，使学生成为高等教育服务质量评价的主体，有助于纠正我国高等教育长期以来价值取向上的偏差。通过学生满意度评价、监测高等教育服务质量，对于高等教育从容应对大众化、市场化和国际化具有战略意义和现实价值。如何有效提高独立学院教育服务感知质量，本研究具有以下几个方面的启发：

（一）应重视独立学院教育服务感知质量评价

高等教育服务质量是高等教育服务特性满足大学生及其利益相关者需求的程度，是大学生及其利益相关者在教育服务接触的“真实瞬间”对于高等学校服务水平的感知。“满意度”应作为独立学院教育质量评价的重要维度。本研究证明了独立学院学生的质量感知与大学的教师教学、学生发展管理和校园环境的关系。国内其他研究结果也表明：应用差距分析模型研究高等教育服务过程的质量评价是非常科学和十分令人信服的。① 但“满意度”的认识并未被提到“大学生权利”的高度予以关注。② 独立学院应该构建高等教育服务质量评价的教育消费者教育服务质量差距分析模型，充分利用数理统计的手段对教育服务过程的质量评价进行实证研究和数据分析，尽量定量地去分析和研究教育服务过程的质量管理、质量控制和质量评价问题。高等教育管理部门可以将“大学生所感知的高等教育服务质量”纳入到高等学校教学工作水平评估体系之中，运用均值结构模型方法分析学生感知质量的变化及其程度。③ 这对于正确认识高等教育服务质量的无形性、过程性和双重性等基本特征，对于改革高等教育管理体制，提升高等教育服务质量管理水平具有重要作用。④

（二）大力提高独立学院教师教育服务水平

本研究表明，大一学生比较重视环境质量和管理质量，这些是学生直接感知的质量。但从总体看，师资水平是影响教育服务质量的关键因素。教师既是高质量的教育服务的提供者，也是学院形象的代言人，建立与大学生的平等、合作、创新关系，使大学生获得教育消费的功能性价值和情感性价值，可以提高高等教育服务感知质量的比重。相关研究表明，在我国，学生评价高等教育服务中最重要的质量因素分别是指导质量、有形性和可靠性。师生互动仍然是教育服务最重要的特征和评价因素。⑤ 目前，随着高等教育内涵型发展方式的建立，独立学院师资面临着引进、培养、整合等方面的问题，建立一支素质优良、结构合理的师资队伍，仍然是独立学院发展的重大课题。特别应该重视大二的师资配置，因为经过大一的通识课程学习后，学生面临专业定向和发展问题，专业课教师的水平决定了学生的发展水平，也影响学生对学院的满意度。在教师的选拔、培养和评价方面，不仅要重视其专业能力，更要重视其道德素质以及与学生的交往能力和沟通能力。

（三）建立以人为本的学生服务管理体系

为学生服务是独立学院管理的终极目的。⑥ 本研究表明，作为教育消费者的学生对学院的教育服务感知质量有36%来自学生发展管理，如果说师资条件很难在短时间内有很大改善的话，那么学生发展管理则是可以在较短的时间内改善的。因此，独立学院应当改善对学生的管理和培养，使之更为人性

① 马万民：《高等教育服务质量管理的理论与应用研究》，南京理工大学博士论文，2004年。

② 王婷：《学生“满意度”——大学评估的一个尺度》，《教育发展研究》2002年第6期，第54－56页。

③ 胡子祥：《高等教育服务质量均值结构模型构建及实证研究》，《复旦教育论坛》2011年第3期，第27－32页。

④ 孙妍、陈士俊：《高等教育服务质量：内涵、特征和管理》，《武汉大学学报》（人文科学版）2006年第1期，第114－118页。

⑤ 沈勇：《教育服务质量感知维度探索》，《高等工程教育研究》2007年第2期，第98－102、106页。

⑥ 林丹：《为学生服务：高等教育质量评估的终极目的》，《现代教育科学》2004年第1期，第100－101页。

化、科学化。首先要为学生提供良好的学习环境，如图书资料、课程计划、学习场所等；其次，要对学生提供个性化的指导，如实习就业、职业规划等；再次要为女生和家庭条件困难学生提供安全优质的生活服务，如住宿条件、宿舍卫生、食堂价位、校园及周边环境、学校附近交通、学校的活动场所以及与周边社区居民的友善关系等；最后要提高学院行政部门的专业化管理水平，改善其服务态度，提高其工作效率。

（四）将无形的教育服务转化为有形的、可感知的服务

独立学院开展有针对性的营销，是提高消费者感知质量的重要策略。其中，招生是独立学院的主要营销手段。因此，独立学院在招生工作中，应更加注重宣传优秀的师资队伍和优美的校园环境，使之形成良好印象。此外，学生按时按量缴费是独立学院正常运转的前提。独立学院的学费和生活费相对较高，在招生过程中，应更加注重校园环境和后勤服务方面的宣传，以更为科学化和更为人性化的服务吸引更多的学生。

（五）重视口碑传播对学校声誉的影响

大学生是高等教育质量评估中居于核心地位的、最主要的利益相关者，他们参与了高等教育服务的全过程。独立学院的声誉对吸引作为教育消费者的学生至关重要，而亲历者的口碑更有说服力。在校学生是学校声誉的传播者。本研究表明，作为独立学院口碑主要来源的学生对学院的教育服务感知质量内容，接近一半来自学院对学生的培养和管理，其次才是学院的师资情况；随着学生入学时间的延长，学院对学生的培养和管理的方式更加影响学生的教育服务感知质量，也就更加影响学院的声誉和形象。因此，为提升学院的声誉，独立学院应改善学生管理方式和培养方式，同时加强师资队伍建设，让学生成为学院口碑的直接营销者。

六、结语

本研究通过问卷调查及其数据的回归分析、方差分析、组群分析，揭示了教师教学、学生发展管理、校园环境与教育服务感知质量之间呈正相关关系，不同性别、学院、年级、家境的学生在教育服务感知质量上存在显著差异，初步探讨了影响独立学院学生教育服务感知质量的因素及其差异程度，探讨了研究这一问题的意义和方法。本研究还一些不足：首先，在模型设计上，本研究选用教师教学、学生发展管理和校园环境等三个因素作为分析学生教育服务感知质量自变量。事实上，影响教育服务感知质量的还有教育服务的价格、价值等，模型构建上有待完善，特别是大学生不但是高等教育服务的使用者和消费者，而且是高等教育服务的参与者和共同生产者。研究发现，大学生在高等教育服务过程中投入的时间和精力越多，高等教育服务质量就越高。[①] 关注学生的成绩、参与度与满意度的关系是今后研究的主要课题。其次，在问卷的测试题的编制上，题目编制的精细程度不够，以致最终回归分析中形成了较弱的多重共线性。再次，样本的选择和数量上，样本没有涉及到大四学生，也没有对独立学院的其他消费者进行评价；最后，样本的数量仅够解释本研究调研过的独立学院，如果把研究结论推广到更大范围，还需要更多样本。

（责任编辑：子聿）

① 胡子祥、雷斌：《大学生参与对高等教育服务质量影响的实证研究》，《现代大学教育》2008 年第 3 期，第 104 - 110 页。