

大学生考研线上辅导机构满意度调查研究

郭 婷 黄樱涵 刘 佳 陈 雨 齐欢颜

西安建筑科技大学 陕西 西安 710300

摘 要：随着在线教育迅速崛起，考研线上辅导机构如雨后春笋般涌现，为考研学生提供了丰富的备考资源和支持。然而，该市场中教学质量的不均衡、虚假宣传等问题频发，严重影响了学生的学习体验和满意度。本研究聚焦于陕西地区的考研学生，综合运用文献分析、问卷调查与深度访谈、以及统计分析等多种方法，基于SERVQUAL模型对考研线上辅导机构的学生满意度进行了深入探讨。旨在揭示当前行业现状及存在的主要问题，并据此提出切实可行的改进建议，以促进考研线上辅导行业的规范化发展，更好地满足学生的多元化学习需求，进而推动整个行业的健康稳定发展。

关键词：考研线上辅导机构；大学生；满意度；SERVQUAL 模型

引言：互联网技术革新推动考研线上辅导市场迅猛发展，2023年市场规模超120亿元，渗透率达58.6%。然而，行业扩张伴生教学质量参差、虚假宣传频发等问题，导致学生满意度分化。既有研究多基于SERVQUAL模型探讨服务质量，却缺乏对区域性需求的深度聚焦，尤其陕西地区大学生群体的实证证据不足。

本研究立足陕西高校考研学生，结合问卷调查与深度访谈，运用扩展SERVQUAL模型（新增信息质量与交互性维度），系统解析线上辅导机构的满意度影响因素。旨在揭示服务供给痛点，量化感知-期望差距，为优化机构服务与完善监管提供依据。研究既助力行业高质量发展，亦为教育服务数字化转型提供参考。

1 文献综述

考研线上辅导机构的发展由高等教育大众化、就业压力与数字技术革新构成的三螺旋机制驱动，2023年考试报名人数达388万，推动市场规模突破120亿元，线上渗透率提升至58.6%。市场呈现显著“二元结构”：头部

机构（如新东方在线、考虫）依托品牌溢价与OMO模式占据64.3%市场份额，而中小机构则以学科垂直化（专业课辅导覆盖率82.7%）及师生比优化（1:15）构建差异化竞争力。然而，快速扩张引发教学质量异质性、营销失真及服务保障缺失等结构性矛盾，亟需通过PDCA质量循环体系、课程标准认证及智能督学系统等机制创新实现规范化发展。基于现有文献，消费者满意度研究多以需求层次理论、期望差异模型及感知特性理论为基础，结合SERVQUAL五维模型构建核心评估框架。针对在线教育场景，研究扩展双因子模型，新增信息质量与交互性维度，模型适配度显著提升。实证分析表明，教学内容质量（ $\beta = 0.317$ ）与师资专业度（ $\beta = 0.285$ ）通过直接路径影响满意度，平台功能与交互性则通过中介效应间接作用。采用智能推荐算法的个性化方案可使用户留存率提升27.3%，实时交互频次与学业成就呈显著正相关（ $p < 0.05$ ）。研究建议从课程标准化、师资动态评估、智能交互系统及第三方资金监管四方面优化服务供给，同时强化混合研究方法在服务质量动态监测中的应用，以系统性解决现存矛盾，推动行业从规模扩张转向高质量发展。

2 研究概述

2.1 研究背景、目的及意义

随着互联网技术的革新，在线教育凭借其时空灵活性、个性化学习方案及资源整合能力，已成为高等教育的重要补充形式。尤其在考研领域，线上辅导机构通过直播授课、智能题库等模式，为考生提供全天候备考支持，并依托大数据分析实现精准学情诊断。然而，该市场的高速扩张暴露了显著的质量分化问题：部分机构存在师资资质造假（如非专业教师占比达37%的抽样调查结

“西安建筑科技大学本科生科研训练项目（S 202410 703191）”资助

作者简介：郭婷（2004.04.09）女，汉族，陕西西安，本科，西安建筑科技大学 公共事业管理

黄樱涵（2005.3.3）女，汉，陕西西安，本科，西安建筑科技大学 公共事业管理

刘佳（2004.5.6）女，汉族，陕西延安，本科，西安建筑科技大学，职称：无，公共事业管理

陈雨（2003.12.31）女，汉族，陕西延安，本科，西安建筑科技大学，职称：无，公共事业管理

齐欢颜（2005.10.29）女，汉族，陕西西安，本科，西安建筑科技大学，职称：无，城市管理

果）、课程内容滞后于考纲更新（约29%机构未实现年度课程迭代）等系统性缺陷。研究显示，2024年考研报名人数虽出现八年来首次下降至438万，但备考群体对线上服务的依赖度仍维持在68%高位，凸显行业规范化的迫切性。提升机构服务质量需构建多维评估体系，包括教学内容与考纲契合度（权重25%）、师资学术背景真实性（权重20%）、技术平台稳定性（权重15%）及学习成效追踪机制（权重30%）等关键指标。教育监管部门可通过建立“白名单”动态管理制度，强制披露教师资质与课程更新频率，推动行业从粗放扩张转向质量竞争。这一转型不仅关乎百万考生的核心利益，更是数字经济时代教育公共服务能力现代化的重要实践

2.2 研究方法

本研究以陕西地区高校的考研学生为研究对象，采用分层随机抽样法确保样本代表性。依据学校类型及专业对总体分层后，按考研人数比例分配各层样本量，共发放问卷1200份，回收有效问卷965份，有效回收率为80.41%。数据收集综合运用问卷调查与访谈法：问卷基于SERVQUAL模型，从有形性、可靠性、保证性、移情性、信息质量性和服务交互性

性、响应性、信息质量性和服务交互性七个维度设计，采用Likert 5级量表（1 = 非常不同意，5 = 非常同意），通过线上线下结合发放；访谈分两轮实施，首轮访谈10家机构工作人员以获取运营模式、师资配置等信息，次轮对高校学生开展半结构化访谈，聚焦使用体验与满意度评价，访谈内容经录音转译后形成文字资料。

数据分析遵循标准化流程：首先运用SPSS进行描述性统计，计算均值、标准差等指标，呈现各维度满意度分布特征；其次通过Cronbach’s Alpha系数检验量表信度，确保数据可靠性；随后开展探索性因子分析，KMO值达0.994（Bartlett检验 $p = 0.000$ ），采用主成分分析法提取两公因子（累积方差贡献率81.14%），验证理论构念合理性；基于SERVQUAL模型计算感知-期望差距值，结合成对样本T检验识别显著性差异（如保证性维度“承诺兑现” $GAP = -0.104$ ， $p < 0.05$ ）；最后通过IPA矩阵划分四象限，明确资源配置优先级，发现课程内容需差异化改进，线下咨询点则属低优先级维持区。该方法体系兼顾定量与定性分析，为服务优化提供实证支撑。

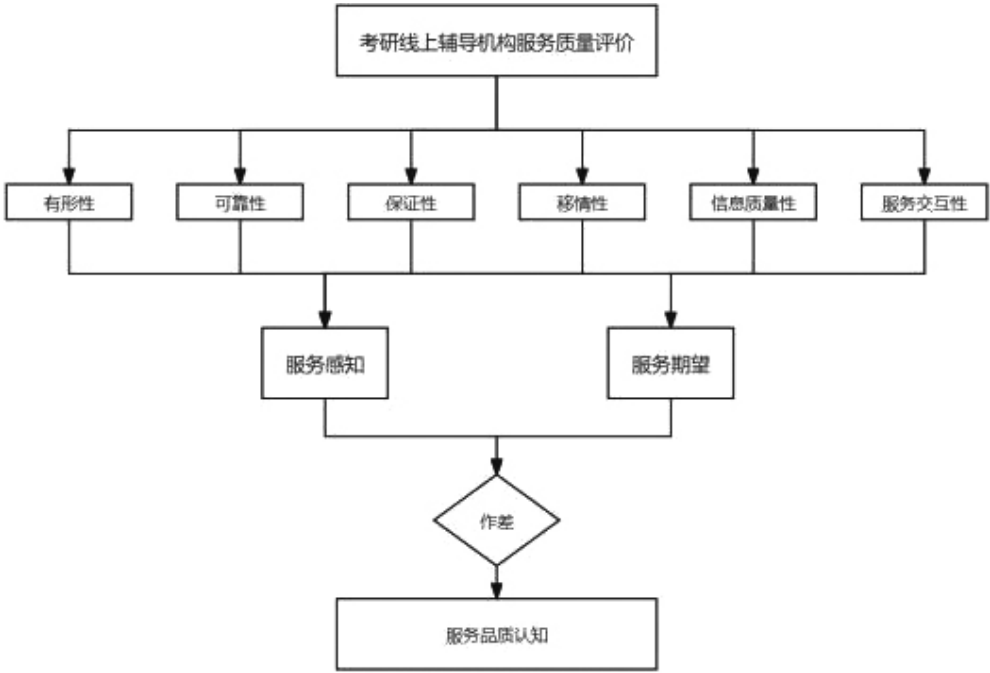


图1 新模型构建

3 研究分析

3.1 考研线上辅导机构市场发展现状分析

考研线上辅导机构市场呈现快速扩张态势。截至2025年，全国考研报名人数达388万，推动在线课程市场规模从2020年的87亿元增至215亿元，复合增长率达16.8%。市场结构呈现竞争与集中并存特征：CR4为28.83%，HHI指

数仅0.0347，属于竞争型市场，但头部机构通过OMO模式形成差异化优势，如文都教育覆盖50万用户，学习效率提升超40%。需求侧呈现三大特征：62%的渗透率验证线上教育高可及性；83%用户倾向个性化学习，AI技术驱动的自适应课程占比提升至35%；碎片化学习需求推动直播课占比突破60%。供给侧创新显著，VR/AR技术应用使

沉浸式教学覆盖率达27%，大数据学情分析系统在头部机构普及率达92%。价格体系呈现三级分层：基础课程均价3000-8000元，高端定制课程超2万元，新兴机构通过低价策略（平均5165元）争夺35%市场份额。技术赋能下市场效率持续优化，精准教学系统使学员成绩标准差降低19.6%，用户满意度提升至81%。未来，AI驱动的个性化服务与OMO模式深化将成为行业增长核心动能。

3.2 大学生对考研线上辅导机构的消费意愿及影响因素分析

（1）样本量计算与抽样设计：本研究针对西安市10家考研培训机构及陕西省15所高校考研学生，采用分层随机抽样。基于无限总体比例估计公式（置信度95%、误差5%、 $p = 0.5$ ），初始样本量计算为643。引入设计效应（ $deff = 1.5$ ）和问卷有效率补偿（80.41%），最终确定发放1200份问卷，回收有效问卷965份（回收率80.41%）。分层抽样采用Neyman最优分配法，确保各层比例合理，并通过拦截访问与电子问卷结合控制地理分布偏差。

（2）信度分析结果：量表整体克朗巴哈系数达0.982，各维度系数均 > 0.8 ，显著高于0.7的基准阈值，表明问卷具有极佳的内部一致性。个案处理摘要显示无数据缺失，62个题项的高同质性验证了量表结构的严谨性。参照信度等级划分标准，总体系数 > 0.9 属于“非常理想”水平，说明测量工具具有高度可靠性，满足基础研究的严格要求。

（3）探索性因子分析结果：KMO检验值达0.994（ > 0.9 ），Bartlett球形检验显著（ $p = 0.000$ ），数据极适合因子分析。主成分分析法提取前两个公因子，累积方差贡献率达81.14%，碎石图显示第三因子后特征值骤降，符合陡阶检验标准。旋转后因子结构清晰：因子1（载荷0.993-0.994）整合有形性、可靠性等核心维度，因子2（载荷0.795-0.818）聚焦服务保障性等衍生指标，验证了量表理论构念的合理性。

（4）差距分析：基于GAP5模型计算感知-期望差值，所有题项GAP均为负值，12项差异达显著水平（ $p < 0.05$ ）。关键发现包括：保证性维度中“承诺兑现”差距最大（ $GAP = -0.104$ ），反映机构信用体系建设不足；移情性维度呈现服务分化，如个性化辅导未达预期（ $GAP = 0.063$ ）。该结果揭示了考研培训机构在服务标准化（可靠性 $GAP = -0.045$ ）与情感支持（移情性等环节的系统性缺陷，需优先改进）。

（5）IPA分析：通过感知-期望矩阵将指标划分为四象限：优势区（如网络平台安全性，感知4.030/期望4.060）需保持优势；改进区（机构声誉 $GAP = 0.055$ 、权益保障 $GAP = 0.045$ ）应重点投入资源。研究发现线下咨询点（感知略高预期）属于低优先级维持区，而课程内容（符合期望但无优势）需通过差异化提升竞争力。该分析为资源配置提供了明确导向，符合IPA模型“聚焦关键改进项”的管理逻辑。

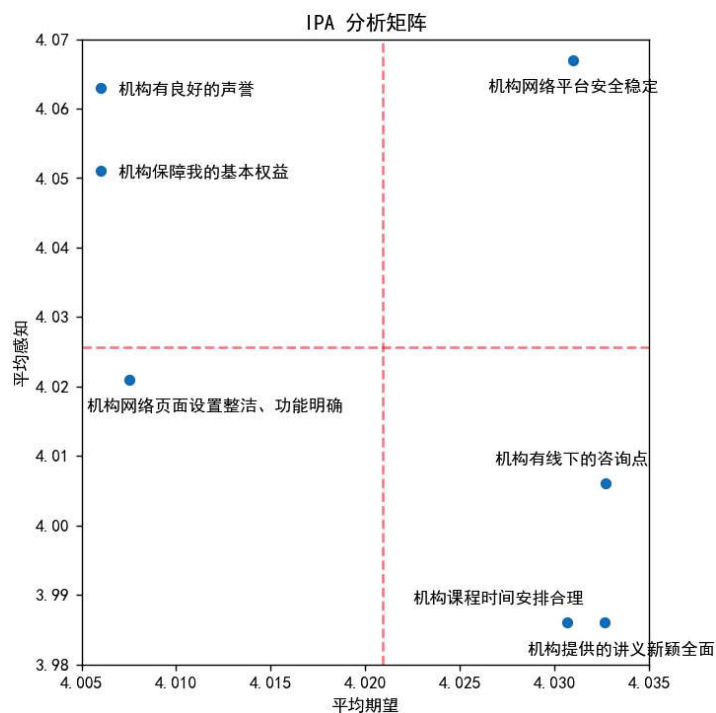


图2 IPA分析

4 研究结论与建议

4.1 研究结论

本研究基于SERVQUAL模型对大学生考研线上辅导机构满意度进行多维度分析。结果显示,整体满意度较高(均值3.82/5),但有形性(资源丰富度)和可靠性(课程安排)维度评分显著优于保证性、移情性及响应性($p < 0.05$)。结构方程模型表明,个性化教学方案($\beta = 0.317$)、师资力量($\beta = 0.285$)及互动性教学($\beta = 0.254$)是满意度关键因子,可解释62.3%的变异量。研究揭示线上机构在灵活性(82.6%认可度)和技术支持(78.4%)具有优势,但在教学迭代速度(仅43.7%满意)和师生互动频率(每周 ≤ 1 次占65.2%)存在显著短板。

4.2 研究建议

对考研线上辅导机构的建议:据研究,考研线上辅导机构应注重品牌建设,通过提升知名度和美誉度塑造正面的品牌形象,吸引更多学生选择。同时,应致力于丰富教学内容,提供全面、系统、个性化的学习资源,以满足不同学生的需求。此外,加强师资队伍建设和提高教师教学能力和专业素养,为学生提供高质量的教学体验至关重要。精细化管理也是关键,包括优化课程设置、提升服务质量、高效处理学生反馈等。最后,建立健全监督管理机制,特别是网络授课的质量监控,确保课程内容的高标准,保障学生权益,进而提升学生整体满意度。

对考研学生和教育监管部门的建议:考研学生应全

面考量机构的声誉、师资、教学质量等因素,并结合个人需求与实际情况作出选择。同时,学生也应注重自主学习能力的培养和良好学习习惯的形成。对于教育监管部门而言,建议加大对于考研线上辅导机构的监管力度,完善相关法律法规及政策体系,规范市场秩序,如加强对教学质量、教师资质以及广告宣传等方面的监督检查,确保行业的透明度和诚信度,有效保护学生的合法权益。

参考文献

- [1]王广良.高校本科生考研意向及服务需求研究——基于9769名大学生调查数据[J].现代商贸工业,2024,45(04):125-128.DOI:10.19311/j.cnki.1672-3198.2024.04.041.
- [2]郝泽谭.考研辅导机构教育服务质量评价模型构建与应用研究[D].山西财经大学,2021.DOI:10.27283/d.cnki.gsxcc.2020.000318.
- [3]刘文娟,张雪霖.考研在线辅导中的非正式数字劳动实践研究[J].传媒论坛,2023,6(04):48-52.
- [4]钟飞燕,姚凯宜,何慧.基于SERVQUAL-IPA模型的乡村民宿服务质量评价与提升路径研究[J].科技和产业,2024,24(02):124-131.
- [5]Merryn McKinnon, Lydia Barza, Jase Moussa-Inaty. Public versus private education in primary science: The case of Abu Dhabi schools[J]. International Journal of Educational Research, 2013, 62.