

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2025, №1, Том 9 / 2025, No 1, Vol 9 <https://liberal-journal.ru/issue-1-2025.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/05KLLD125.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Демина С. А. Удовлетворенность в системе дистанционного обучения / С. В. Демина, М. В. Михайлова // Либерально-демократические ценности. — 2025. — Т. 9. — № 1. — URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/05KLLD125.pdf>

For citation:

Demina S.A., Mikhailova M.V. Satisfaction in the distance learning system. 2025; 9(1): 05KLLD125. Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/05KLLD125.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 371.398

Демина Светлана Александровна

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва.
канд. эконом. наук, доцент, заведующий лабораторией онлайн-обучения и анализа данных в образовании Института открытого образования,
E-mail: SADemina@fa.ru

Михайлова Марина Васильевна

Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва, Россия
д-р. физ.-мат. наук, профессор кафедры бизнес-информатики
E-mail: mmvne@yandex.ru

Удовлетворенность в системе дистанционного обучения

Аннотация. В статье рассматривается проблема удовлетворенности обучающихся в системе дистанционного обучения. В работе представлены основные методики оценки удовлетворённости в образовании, а также результаты оценки удовлетворенности обучением студентов Института открытого образования ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» и АНО ВО «Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского». В ходе проведенного анализа выявлен уровень удовлетворенности по характерным для дистанционного обучения показателям. Исследовались четыре группы факторов, определяющих удовлетворенность в системе дистанционного обучения: компьютерная грамотность обучающихся; благоприятные условия; удовлетворенность пользователей; будущее намерение участвовать в электронном образовании. Опрашивались разные категории потребителей образовательных услуг – абитуриенты, студенты, выпускники. В результате выявлены проблемные моменты, решение которых позволит повысить удовлетворённость обучением и, как результат, эффективность организации образовательного процесса.

Ключевые слова: удовлетворенность; дистанционное обучение; индексы студенческой удовлетворенности; компьютерная грамотность, образовательный процесс; онлайн-курс

Контроль качества является основополагающим процессом в системе менеджмента качества, а центральным понятием для внутреннего аудита системы менеджмента качества является такое понятие как удовлетворенность потребителей.

В маркетинге удовлетворенность потребителей выступает причиной увеличения числа клиентов предприятия или учреждения, формирует доброжелательность со стороны

потребителя, выступает в качестве главного индикатора эффективности и успешности функционирования организации [5].

В Национальном стандарте системы менеджмента качества серии ISO 9000:2015 под удовлетворенностью потребителя понимается восприятие потребителем степени выполнения его ожиданий. Ожидания потребителя могут быть неизвестны организации или даже самому потребителю пока продукция или услуги не будут ему оказаны [3].

Особенно ярко это свойство удовлетворенности выражено в образовании, так как оценка полученных знаний зачастую происходит уже в процессе поиска работы или на рабочем месте, когда человек начинает применять знания на практике и понимает, что их недостаточно или наоборот они помогают ему в работе. По этой причине оценка удовлетворенности студентов должна происходить как на этапе поступления (с целью оценки ожиданий абитуриентов), так и в процессе обучения, и после трудоустройства.

Обращаясь к национальному стандарту системы менеджмента качества, можно отметить, что под качеством понимается степень соответствия совокупности присущих характеристик объекта требованиям [3]. Оценка качества таким образом предполагает наличие четких характеристик объекта исследования.

Включение в систему дистанционного обучения (ДО) внутренней оценки качества такого показателя как удовлетворенность потребителей и дальнейшая подготовка обучающихся на основе установленных показателей (индикаторов) удовлетворенности является актуальной задачей.

Исследователи в работе [20, с. 30] отмечают, что «существуют значительные различия в том, как студенты воспринимают собственный опыт и процесс обучения в традиционном формате и онлайн-среде». При этом по данным Американского консорциума дистанционного образования (ADEC), «фактор удовлетворенности, является самым важным фактором в обучении в онлайн-формате» [5].

Согласно данным опроса, проведенного в 2024 году среди абитуриентов Института открытого образования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, на качество получаемого образования ориентируется 34 % из числа опрошенных, 18 % абитуриентов в первую очередь ориентируются на место Университета в рейтинге среди вузов, 16 % – на научную репутацию Университета и столько же на предоставляемые возможности трудоустройства после окончания обучения, 10 % абитуриентов ориентируются на внеучебные возможности (творчество, спорт, общественная деятельность) и только 3% на удобство онлайн-обучения.

Таким образом, выбирая онлайн-формат, абитуриенты Института открытого образования Финансового университета ориентируются в первую очередь на качество получаемого образования, а удобство такого формата считают по всей видимости базовой характеристикой онлайн-обучения и не принимают ее во внимание при выборе образовательной организации.

При этом необходимо отметить, что непростой задачей является выбор подходящих критериев для осуществления фактического исследования уровня удовлетворенности обучающихся в рамках дистанционного обучения, поскольку вместе с удовлетворенностью преподавателем и другими составляющими классического учебного процесса, в дистанционном формате будет присутствовать ряд специфических оценок: таких как удовлетворенность платформой, курсом дистанционного обучения (его контентом, эргономикой, дизайном), технической поддержкой учебного процесса.

Зачастую специфические характеристики дистанционного обучения не очевидны, сложно отделить характеристики одних составляющих процесса дистанционного обучения от других. Например, обучающийся может быть доволен онлайн-курсом и преподавателем, но из-за низкого качества технического сопровождения и плохого качества обратной связи с куратором может остаться недоволен обучением в целом. Если в опроснике не предусмотреть соответствующих вопросов, то результаты такого исследования будут мало полезны.

Интернет и цифровые технологии сегодня фактически смешали воедино такие понятия как онлайн и офлайн, дистанционное и электронное обучение. Все варианты названий в настоящее время подразумевают под собой обучение вне аудитории, однако необходимо их разделять.

Под дистанционным обучением подразумевается прежде всего способ организации процесса обучения, основанный на использовании дистанционных образовательных технологий (ДОТ). В Законе Об образовании в Российской Федерации (ст. 16, п.1) под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников. Таким образом, дистанционное обучение подразумевает опосредованный характер взаимодействия обучающегося и преподавателя. Дистанционное обучение может осуществляться как с помощью электронных средств связи (тогда оно является одновременно электронным), но теоретически может осуществляться и с помощью других дистанционных не электронных технологий.

Если мы обратимся к истории развития дистанционного обучения, то увидим, что дистанционное обучение существует давно. Благодаря развитию почтовой службы уже в 19-м веке люди пользовались курсами по переписке. По почте обучающиеся получали учебные материалы и задания и отправляли выполненные задания на проверку. Это открыло возможность людям, живущим в маленьких городах и селах, получить образование без переезда в крупные города. Этот способ применяли вплоть до конца 20-го века.

Сегодня обучение по переписке стало историей, а дистанционное обучение реализуется в двух форматах – «онлайн» (англ. online – «на линии») и «офлайн» (англ. offline – «вне линии»). Онлайн формат подразумевает синхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем, а офлайн формат представляет собой форму организации дистанционного обучения, при которой взаимодействие преподавателя и обучающихся разделено во времени.

Для организации дистанционного обучения, а также оценки его качества важно понимать, что дистанционное обучение представляет собой способ взаимодействия, в то время как онлайн и офлайн форматы являются формами его организации. От формы организации дистанционного обучения зависят каналы коммуникации, периодичность связи и собственно методика дистанционного обучения.

М.М. Дворяшина и Е.В. Артемова [5] выделяют две группы факторов для оценки удовлетворенности онлайн-обучением – факторы образовательной платформы и факторы курса. Так, простота регистрации, доступность курса в любое время, возможность начать курс в любое время, выдача сертификата об освоении курса и соответствие содержания курса образовательным стандартам являются факторами (атрибутами) платформы, а продолжительность курса, квалификация преподавателя, наличие проверочных тестов, их сложность и др. – факторами курса.

Авторы доказывают, что удовлетворенность курсом и платформой – это два различных

показателя, которые необходимо измерять в отдельности.

Исследователи проблемы удовлетворенности в образовании до сих пор не до конца определились с тем, какие именно факторы определяют удовлетворенность потребителей образовательных услуг, поскольку все еще не существует однозначного толкования даже самого понятия «удовлетворенность».

«Разнообразие существующих в различных исследованиях трактовок этого термина связано с различиями в направлениях и целях проводимых исследований» [5]. Некоторые исследователи определяют удовлетворенность как «суждение покупателя о том, насколько купленный им продукт или услуга соответствует ожиданиям или превосходит их» [14, 19, 21]. При этом одни авторы выделяют фактор удовлетворенности «отдельным атрибутом товара или услуги» [13, 16], «другие – трактуют это понятие шире – как эмоциональный ответ на опыт, связанный с потреблением конкретного товара или услуги» [24]. Часть авторов выделяет «важность совокупности ощущений в отношении товара после его покупки» [22], а другая часть – «важность оценки результата взаимодействия заказчика и производителя в течение продолжительного периода времени» [9]. Целый ряд исследователей «подчеркивает субъективный характер удовлетворенности, связанный не только с ожиданиями клиента, но и его опытом и навыками, определяющими эффективность использования товара или услуги» [4].

Обобщим вышеприведенные трактовки термина «удовлетворенность». Для этого целесообразно рассмотреть следующие его особенности:

1. удовлетворенность потребителя представляет собой целый ряд оценок отдельных характеристик товаров или услуг, которые могут быть позитивными и негативными;
2. «процесс оценки происходит в специфическое время (после покупки, после выбора, основанного на накопленном опыте, и т. д.), то есть это долгосрочный процесс формирования оценки, не только от одного взаимодействия, а от целого комплекса взаимодействий;
3. удовлетворенность зависит от предыдущих ожиданий или прежних убеждений потребителей. В этом отношении процесс оценки основан на сравнении между фактическим опытом потребления и первоначальными убеждениями или ожиданиями» [5];
4. удовлетворенность зависит от опыта и навыков клиента, его мотивации и других внутренних факторов, которые определяют полезность товара или услуги.

Таким образом, различные подходы к понятию «удовлетворенность» определяют различные модели удовлетворенности, на основе которых затем рассчитываются индексы удовлетворенности потребителей.

Так, например, «Европейский индекс удовлетворенности потребителя (EPSI – European Performance Satisfaction Index) рассчитывается на основе модели, иллюстрирующей связь между удовлетворенностью и ценностью. В основе удовлетворенности лежит ощущаемая потребителем ценность, сравнение ожиданий потребителей с фактическим качеством продукта или услуги. При этом качество концептуально разделяется на два элемента: качество первого рода, определяемое качественными характеристиками продукции или услуги, и качество второго рода, определяемое персональным поведением и атмосферой окружающей среды при предоставлении услуг» [5].

Индекс удовлетворенности клиентов (CSI – Customer Satisfaction Index) также предполагает анализ удовлетворенности клиента по итогам обслуживания, но в отличие от

EPSI, модель CSI сфокусирована на конкретных элементах взаимодействия, которых может быть несколько. При этом оценивают, насколько клиент удовлетворен конкретным элементом и какова степень важности этого элемента среди прочих.

Для оценки удовлетворенности потребителей в образовательной сфере разработаны специальные индексы. В сфере высшего образования чаще всего используется *индекс студенческой удовлетворенности* (SSI – Student Satisfaction Index). Он заимствован из Европейского индекса удовлетворенности клиентов (EPSI). SSI позволяет измерять удовлетворенность студентов с точки зрения имиджа бренда университета, ожиданий студента, воспринимаемого им качества обучения и его ценности, общей удовлетворенности и степени лояльности.

А. Парашураман, В. Зайтамл и Л. Берри [22] разработали методологию SERVQUAL, цель которой – измерить степень разрыва между ожиданиями потребителей и их восприятием, используя пять групп критериев. Полученная в результате качественная информация преобразуется в количественные коэффициенты, которые можно использовать при удовлетворенности в сфере образовательных услуг и по этой причине эта методология часто используется для оценки качества онлайн-обучения.

Поскольку удовлетворенность может зависеть от опыта и навыков самого клиента, то разнообразные системы электронного обучения вызывают интерес и с точки зрения принятия пользователями самой электронной технологии.

Ряд исследователей разрабатывают модели, анализирующие факторы пользования теми или иными электронными технологиями в различные периоды времени. Например, модель успеха информационных систем Делоне и Маклина (DeLone-McLean Information System Success Model, D&M IS), объединенная теория принятия и использования технологий (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT) и модель принятия технологий (Technology Acceptance Model, TAM). Их общим прототипом является концептуальная модель принятия технологий, предложенная Фредом Дэвисом. Удовлетворенность в этих моделях относится к степени, в которой пользователь доволен информационной системой, и предполагается, что на него напрямую влияет использование системы и технологий.

Опыт показывает, что специфика оценки удовлетворенности в онлайн-среде заключается как раз в том, что на удовлетворенность в значительной степени влияет уровень принятия технологий обучающимся.

Иоанна Эйдис выделяет такие факторы удовлетворенности как компьютерная грамотность, благоприятные условия, удовлетворенность и намерение участвовать в электронном образовании в будущем. Автор доказала, что более высокая компьютерная грамотность и благоприятные условия предопределяют большую удовлетворенность пользователей участием в электронном образовании, причем значение второго фактора выше в сравнении с первым [15].

Многие исследования подтверждают, что компьютерная грамотность учащихся в значительной степени определяет их намерение участвовать в обучении в будущем [12, 25]. По мнению авторов, компьютерная грамотность это важный фактор, напрямую влияющий на удовлетворенность пользователей в электронном обучении, так как навыки владения компьютером и имеющийся опыт электронного обучения, понимание принципов дистанционного образования и способность применять их в ходе получения образования напрямую влияют на положительное отношение обучающегося к электронному образованию и его удовлетворенность.

Разрабатываются специальные модели принятия электронных технологий для образования таких как:

1. модель принятия электронного обучения (e-Learning Acceptance Model),
2. модель принятия электронного обучения на основе пользовательского опыта (UX-Based e-Learning Acceptance Framework)
3. система оценки успеха электронного обучения (Evaluating e-Learning Systems Success, EESS).

При классической форме обучения под удовлетворенностью обучающегося понимается «воспринимаемая студентом ценность собственного образовательного опыта в образовательном учреждении» [10, с. 15], «степень реализации социальных ожиданий студента от учебно-образовательной деятельности в вузе, сформированных в процессе его социализации» [7], «степень реализации студентами своих ожиданий по отношению к конкретным компонентам обучения и образовательной среды, в которой осуществляется обучающая деятельность» [6].

Анализ публикаций «по проблемам удовлетворенности студентов обучением в вузе свидетельствует о том, что как единого методического подхода, так и системы индикаторов для оценки частной удовлетворенности студентов обучением в вузах пока не сложилось» [6]. Исследователи акцентируют внимание на следующих аспектах удовлетворенности: удовлетворенность материально-техническим обеспечением учебного процесса; удовлетворенность организацией научно-исследовательской работы студентов; удовлетворенность социально-бытовыми условиями и социально-психологическим климатом; удовлетворенность от качества, содержания и организации учебного процесса, процесса обучения, практики, научным руководством и др.

Каждый из комплексных показателей имеет свои индикаторы, позволяющие оценить характер удовлетворенности студентов основными сферами их жизни и деятельности в вузе, а также важность каждого показателя для студента.

«Оценка удовлетворенности образовательным онлайн-курсом в различных работах и практике вузов также представлена через различные группы факторов. В зарубежной литературе представлена оценка удовлетворенности образовательными онлайн-курсами через такие группы факторов как удовлетворенность преподавателем, простота в использовании, гибкость и приверженность процессу обучения [18, с. 270]» [5].

«К. Хайшмидт и И. Дамуазо [17, с. 85] выявили три ключевых фактора онлайн-курса, каждый из которых состоит из ряда характеристик: обратная связь, формат и контент. В фактор «обратная связь» включены такие характеристики, как доступность преподавателя, своевременность обратной связи, полнота обратной связи и доступность 24/7. В фактор «формат» были заложены следующие характеристики: простота интерфейса, доступность, отсутствие групповой работы, взаимодействие с инструктором. Последняя группа – «контент» – включает следующие характеристики: содержание курса, «комментарии преподавателя помогают в освоении материала», «в классе я могу узнать больше, чем из книги», понятные инструкции и задания, четкость программы курса и актуальные задания» [5].

Согласно работе Ионны Эйдис [8], можно выделить четыре типа переменных, на которых строиться модель удовлетворенности дистанционным обучением:

Компьютерная грамотность (КГ) – отражает уверенность пользователя в своей способности выполнять учебные задачи с помощью системы электронного обучения или эффективно взаимодействовать с ПК (компьютером);

Благоприятные условия (БУ) – показывает, насколько «организационная и техническая инфраструктура обеспечивает ее эффективное использование и преодоление возникающих препятствий» [8];

Удовлетворенность пользователей (УП) – показывает, насколько пользователь удовлетворен возможностями системы;

Будущее намерение участвовать в электронном образовании (БН).

В результате автор выдвигает и доказывает три гипотезы:

- 1) «компьютерная грамотность положительно влияет на удовлетворенность пользователей электронным образованием;
- 2) благоприятные условия положительно влияют на удовлетворенность пользователей электронным образованием;
- 3) удовлетворенность пользователей положительно влияет на намерение участвовать в электронном образовании» [8].

В Институте открытого образования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации был подготовлен специальный опросник для оценки уровня удовлетворённости обучением. Опросник включает вопросы из четырех групп факторов, определяющих удовлетворенность в ДО: компьютерная грамотность; благоприятные условия; удовлетворенность пользователей; будущее намерение участвовать в электронном образовании. Опрашивались разные категории потребителей образовательных услуг Института – абитуриенты, студенты, выпускники.

По полученным данным 49 % опрошенных выпускников Института оценивают свое обучение как «очень эффективное», 48 % считают свое обучение достаточно эффективным, 3 % считают его недостаточно эффективным, ни один из опрошенных не отметил, что его обучение было не эффективным (0 % из числа опрошенных). При этом можно заметить, что инструменты дистанционного обучения в целом, обучающимся нравятся больше, чем инструменты, применяемые в Институте открытого образования. Наряду с повышением качества технической поддержки, улучшение инфраструктуры ДО можно отнести к ключевым факторам роста удовлетворенности студентов Института открытого образования.

Подробные результаты опроса представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты опроса обучающихся Институт открытого образования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Утверждение	Шкала				
	5	4	3	2	1
У меня достаточно технических знаний, чтобы самостоятельно решать любые проблемы, возникающие в процессе дистанционного обучения	51,6%	26,5%	15,5%	5,2%	1,3%

У меня достаточно технических возможностей, чтобы пользоваться всеми инструментами дистанционного обучения	68,4%	20,6%	8,4%	1,3%	1,3%
В ходе дистанционного обучения я могу рассчитывать на техническую поддержку сотрудников Института открытого образования	44,2%	20,8%	20,1%	7,8%	7,1%
В ходе дистанционного обучения я могу рассчитывать на техническую поддержку однокурсников	58,7%	19,4%	14,2%	3,2%	4,5%
Мне нравится формат дистанционного обучения	70,3%	18,1%	7,7%	1,3%	2,6%
Инструменты дистанционного обучения в Институте открытого образования нравятся мне больше, чем инструменты дистанционного обучения в целом	34%	20,3%	33,3%	5,9%	6,5%
Благодаря обучению в Институте открытого образования я освоил новые технологические решения	32,5%	25,3%	18,8%	12,3%	11%
В будущем я собираюсь активнее участвовать в дистанционном обучении	43,9%	20,6%	21,9%	6,5%	7,1%
Я намерен поощрять других к участию в дистанционном обучении	48,4%	20,6%	16,8%	5,8%	8,4%
Я буду рекомендовать обучение в Институте открытого образования своим друзьям и знакомым	49%	25,8%	12,9%	6,5%	5,8%

Полученные данные подтверждают, что чем выше компьютерная грамотность обучающегося и лучше благоприятные условия, тем большую удовлетворенность испытывают пользователи при получении электронного дистанционного образования.

Поскольку студенты в ходе дистанционного обучения больше могут рассчитывать на техническую поддержку однокурсников, чем сотрудников, то можно предложить создать форум для консультирования студентов, так как на форуме студенты могут общаться не только с куратором, но и между собой.

Можно выделить две следующие группы факторов, которые будут определять удовлетворенность пользователей в системе ДО:

1. внутренние (компетенции, навыки, мотивация и отношение),
2. внешние (удобство, поддержка и помощь пользователям).

Компьютерная грамотность пользователя очень важна, так как его способность выполнять различные задания с помощью компьютера влияют на его способность работать на курсе и с платформой. Если пользователь не чувствует себя уверенно, работая за компьютером, то он боится работы в системе дистанционного обучения и это не может не сказаться на выполнении конкретных учебных задач и его отношении к такому виду обучения.

Среди первокурсников Университета мировых цивилизаций был проведен специальный опрос для оценки уровня удовлетворенности предлагаемыми электронными ресурсами в вузе. Поскольку респондентами выступали студенты очной формы обучения, где занятия проводятся в классическом формате, но при этом применяется электронно-информационная образовательная система (ЭИОС), то набор вопросов в анкете отличается от

вопросов, использованных в Институте открытого образования. Опросник включает 10 вопросов, на которые нужно ответить по 10-ти бальной шкале, и вопрос, посвященный предпочтительному формату обучения. Результаты опроса представлены в таблице 2 и на рисунке 1.

Таблица 2

Результаты опроса обучающихся Университета мировых цивилизаций

Вопросы	Среднее значение по шкале от 0 до 10
Удовлетворены ли вы преподавателем, читающим и разработавшим курс?	9,05
Оцените степень доступности преподавателя	9,225
Оцените своевременность обратной связи преподавателя	9,15
Оцените простоту интерфейса курса	9,125
Оцените степень простоты использования предлагаемого электронного ресурса	9,2
Оцените степень важности групповой работы для вас в электронном ресурсе	8,875
Оцените содержимое контента предложенного электронного курса	8,3
Оцените вашу степень желания осваивать данную дисциплину	8,275
Оцените ваш уровень компьютерной грамотности	8,925
Оцените ваше отношение к онлайн обучению в принципе	8,575



Рис. 1. Распределение доли обучающихся по выбору формата обучения

Из приведенных результатов видно, что 55% опрошиваемых очной формы обучения предпочитают классический формат обучения в аудитории с преподавателем, а к чисто электронному формату склоняются только 10%. При этом само отношение к онлайн обучению в среднем оценивается примерно в 8,5 баллов из 10, уровень компьютерной грамотности – 8,925 баллов из 10. В дальнейшем авторы предполагают провести аналогичные исследования среди студентов очно-заочной и заочной форм обучения. Особенно среди

заочников, так как они используют только формат дистанционного обучения с онлайн-занятиями во время сессии.

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что мониторинг качества дистанционного образования является комплексной задачей, включающей как методические аспекты, так и нормативно-правовые. При этом большинство исследователей склонны рассматривать только отдельные факторы или стороны удовлетворенности обучающихся в системе дистанционного обучения, а на законодательном уровне все еще отсутствует единая методологическая база для изучения удовлетворенности студентов.

На практике трудно выделить и оценить показатель удовлетворенности только по отношению к процессу оказания дистанционных образовательных услуг, ведь дистанционное обучение в нашей стране не является формой получения образовательных услуг. Говоря о дистанционном обучении в России, мы скорее понимаем электронное обучение и дистанционные образовательные технологии (ЭО и ДОТ), которые могут применяться при всех формах обучения. Поэтому в отношении дистанционного обучения разговор идет скорее об образовательных технологиях и повышении их эффективности.

С одной стороны это актуализирует выявление характеристик ДО, опосредующих систему менеджмента качества дистанционного обучения, а с другой – порождает потребность в разработке методик, позволяющих оценить характеристики дистанционного обучения, а не образовательной услуги в целом, так как обучающийся может остаться недоволен обучением на электронном курсе из-за организации обучения на факультете в целом (грубое отношение со стороны администрации, плохое документарное и информационное сопровождение процесса обучения и т.п.), хотя сам электронный курс и организация обучения на нем могут быть на высоком уровне. Можно выделить и другие составляющие, предопределяющие тот факт, что лояльность к самой платформе дистанционного обучения может быть выше, чем лояльность к онлайн-курсам или наоборот – негативное впечатление от работы с платформой в целом может отрицательно повлиять на отношение к обучению на курсе.

Кроме того, на удовлетворенность потребителей дистанционных образовательных технологий влияет не только качество курса и организация дистанционного обучения, но и изначальный уровень ожиданий от обучения, который может определяться престижностью вуза, ценой и другими факторами, не относящимися непосредственно к процессу дистанционного обучения.

Отметим, что несмотря на наличие разработанных индексов и методик, изучение удовлетворенности образовательными услугами на основе специальных индексов реализуется в основном за рубежом [9-25], в России же изучение удовлетворенности не носит систематического характера и представлено самостоятельными исследованиями представителей различных организаций.

Федеральным законом «Об образовании» [1] среди целей образования отмечена «цель по удовлетворению образовательных потребностей личности», а приказом Министерства образования и науки РФ [2] установлены показатели качества образовательной деятельности, одним из которых является «доля удовлетворенных полученными образовательными услугами». Однако на законодательном уровне не регламентированы процессы мониторинга мнений студентов о качестве образования, отсутствует единая методологическая база для изучения удовлетворенности студентов. Это приводит к тому, что каждый вуз самостоятельно разрабатывает методики оценки удовлетворенности, что в свою очередь, приводит к неполному учету требований потребителей, предъявляемых к качеству онлайн-обучения, а также к тому, что вузы не могут сравнить результаты своих исследований с результатами

оценки других уровней, а на национальном уровне не получается сравнить и определить рейтинги нескольких университетов по показателю удовлетворённости обучающихся. Единая методологическая база для изучения удовлетворенности студентов в России позволила бы проводить сравнение между различными вузами и выявлять существующие в каждой образовательной организации проблемы, ранжировав проблемы по степени их важности.

Все это актуализирует задачу разработки системы менеджмента качества дистанционного обучения на национальном уровне с учетом специфики применения ЭО и ДОТ у нас в стране.

При этом в системе ДО особую важность приобретает характер потребления образовательной услуги. В качестве основных потребителей образовательных услуг как правило рассматривают обучающихся как клиентов, потому что они приобретают образовательные услуги для удовлетворения своих потребностей [5]. Но при оценке дистанционных учебных курсов на первый план зачастую выходят работодатели, являющиеся и заказчиками и потребителями дистанционного обучения своих сотрудников.

В этой связи оценка мнения работодателей, как потребителей дистанционных образовательных услуг, не только важна, но и в сравнении с высшим и среднеспециальным образованием является легче реализуемой, так как после курса повышения квалификации работодатель может оценить, как изменились компетенции его сотрудника.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 31.07.2020) "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2020) [Электронный ресурс]. – URL: <http://минобрнауки.рф/документы/2974> (дата обращения: 24.10.2021).
2. Приказ Министерства образования и науки РФ от 5 декабря 2014 г. № 1547 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность»: URL: <http://https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70759410/?prime> (дата обращения: 01.11.2021)
3. ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь" (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 N 1390-ст) URL: <https://kurskmed.com/upload/files/GOST%20R%20IS%D0%9E%209000-2015.pdf> (дата обращения: 21.11.2024)
4. Адлер Ю.П. Мотивация в системах качества. //Стандарты и качество. 1999. № 5. С. 81-86.
5. Дворяшина М.М., Артёмова Е.В. Удовлетворенность онлайн-обучением: теоретические подходы и эмпирические измерения // Управленец. 2019. Т. 10. № 6. С. 42-53.
6. Образцов И. В., Половнёв А. В. Удовлетворенность студентов качеством обучения в вузе: социологический анализ на примере МГЛУ // Вестник МГЛУ. Общественные науки. Вып. 2 (786) / 2017. С. 221-241.
7. Спасский А. С. Теоретические основы социологического изучения содержания понятия «удовлетворенность студента учебой в вузе» // Право и образование. 2002. № 2. С. 83-96.

8. Эйдис И. Факторы удовлетворенности электронным обучением в университетах и намерения участвовать в нем / ФОРСАЙТ. – т.16 №2, 2022, с 52–63
9. Anderson E.W., Fornell C., Lehmann D.R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, no. 58 (July), pp. 53-66.
10. Astin A.W. (1993). What matters in college? Four critical years revisited. San Francisco: Jossey-Bass.
11. Aparicio M., Vaca F., Oliveira T. (2017) Grit in the path to e-learning success. *Computers in Human Behavior*, 66, 388-399. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.009>
12. Ahmad N., Norazah Umar, Kadar R., Othman J. (2020) Factors Affecting Students' Acceptance of e-Learning System in Higher Education; Ameen N., Willis R., Noori Abdullah M., Shah M. (2019) Towards the successful integration of e-learning systems in higher education in Iraq: A student perspective. *British Journal of Educational Technology*, 50(3), 1434. URL: <https://doi.org/10.1111/bjet.12651>
13. Churchill G.A., Surprenant C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, vol. 19, no. 4, pp. 491-504.
14. Engel J., Blackwell R. (1982). *Consumer behavior*. Hinsdale, Ill: The Dryden Press.
15. Ejdys J. (2022) Factors Influencing Satisfaction and Future Intention to Use E-Learning at the University Level. *Foresight and STI Governance*, 16(2), 52-64. DOI: 10.17323/25002597.2022.2.52.64
16. Garbarino E., Johnson M.S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, no. 63, pp. 70-87.
17. Heischmidt K.A., Damoiseau Y. (2012). Dimensions of quality in online business course offerings: Content, format and feedback. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, vol. 12, iss. 2, pp. 84-98.
18. Kanthawongs P., Soulisak N., Kanthawongs P. (2010). Student satisfaction in web-based ERP-simulated learning environments. *Proc. 9th WSEAS Int. conf. on education and educational technology (EDU '10)*, Iwate, pp. 268-274.
19. Kotler Ph., Armstrong G. (2003). *Principles of marketing* (Russ. ed.: *Osnovy marketinga*. Moscow: Vil'yams).
20. Muilenburg L.Y., Berge Z.L. (2005). Student barriers to online learning: A factor analytic study. *Distance Education*, vol. 26, no. 1, pp. 29-48.
21. Oliver R.L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. 2nd ed. Armonk, N. Y.: M.E. Sharpe.
22. Parasuraman A. The SERVQUAL model, at [электронный ресурс]. - URL: <http://www.arl.org/libqual/events/oct2000msq/slides/parasuraman/sl001> (дата обращения: 01.11.2024)
23. Solomon M.R. (2004). *Consumer behavior: Buying, having and being*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
24. Westbrook R.A., Reilly M.D. (1983). Value-percept disparity: An alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction. *Advances in Consumer Research*, vol. 10, no. 1, pp. 256-261.
25. Zardari B.A., Hussain Z., Arain A.A., Rizvi W.H., Vighio M.S. (2021) Development and Validation of User Experience-Based E-Learning Acceptance Model for Sustainable Higher Education. *Sustainability*, 13, 6201. URL: <https://doi.org/10.3390/su13116201>

Demina Svetlana Alexandrovna

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow.
E-mail: SADemina@fa.ru

Mikhailova Marina Vasilievna

Zhirinovskiy University of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: mmvne@yandex.ru

Satisfaction in the distance learning system

Abstract. The article examines the problem of student satisfaction in the distance learning system. The paper presents the main methods for assessing satisfaction in education, as well as the results of assessing student satisfaction with training at the Institute of Open Education of the Financial University under the Government of the Russian Federation and the Zhirinovskiy University of World Civilizations. The conducted analysis revealed the level of satisfaction based on indicators typical for distance learning. Four groups of factors determining satisfaction in the distance learning system were studied: computer literacy of students; favorable conditions; user satisfaction; future intention to participate in e-education. Different categories of consumers of educational services were surveyed - applicants, students, graduates. As a result, problematic issues were identified, the solution of which will increase satisfaction with training and, as a result, the efficiency of the organization of the educational process.

Keywords: satisfaction; distance learning; student satisfaction indices; computer literacy; educational process; online course