

Онлайн-образование как инновационная форма образования: уровень доверия, мотивы.

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Хазова Светлана Олеговна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия
E-mail: Svetik-ull@mail.ru

По оценкам авторов исследования EdMarket Research, российский рынок онлайн-образования последние пять лет растет примерно на 20%: в 2016 году он оценивался в 20,7 млрд рублей, а к 2021 году достигнет 53,3 млрд. Причем это были докоронавирусные прогнозы. А когда компании начали переводить сотрудников на «удаленку», количество пользователей интернет-курсов выросло в разы. Пандемия катализировала пользовательскую активность, увеличила предложение на рынке, а вместе с ним и конкуренцию.

Целью статьи является определение характера отношения населения к дополнительному онлайн-образованию и насколько оно помогает повысить квалификацию.

Индустрии мешает недоверие пользователей к самому формату обучения. Они уверены, что офлайн-образование качественнее. Причина подобного явления понятна: в вебе сложнее отличить хороший образовательный продукт от плохого. Сталкиваясь с плохими, люди теряют доверие к любым знаниям, получаемым в интернете[1].

Феномен дополнительного онлайн-образования многими исследователями. Наименее изучен вопрос интеграции дополнительного-онлайн образования в общеобразовательный процесс. Рынок онлайн-образования подробно рассматривали в своих работах: Батайкина И.А., Бичеев М. А., Гатулин Р.Р., Кузнецов Н. В., Макарова М.В., Маркова Е.С., Неровня Т.Н., Новиков С.Г., Решетникова Д.И., Рощина С.В., Рыженков А.В., Сидорова Л.В. [2].

В условиях высокой конкуренции особенно актуальным является вопрос привлечения населения в организации онлайн-обучения. Способы и механизмы формирования доверия населения к организациям, работающим в сфере онлайн-образования проанализированы в работах следующих авторов: Абрамовских Т.А., Алексева О.Г., Баталова О.С., Гунгина Е.В., Завалько Н.А., Королькова Е.Д. и Левина С.А.[2].

С целью выявления отношения населения г. Ульяновск к дополнительному онлайн-образованию был проведен социологический опрос в форме анкетирования (ноябрь 2021 г.). Выборочная совокупность была представлена жителями Ульяновской области в возрасте от 18 до 65 лет (n=533), из которых было 50% представителей мужского пола и 50% - женского.

В целом только 9% респондентов не желают проходить обучение в онлайн-формате. В то время как 89% людей имеют желание, а 3% - «затрудняются ответить» (таблица 1.1). Исследование на тему «Востребованность онлайн курсов в России» проводилось в 2016 году (n=1602). По результатам которого заинтересованы в онлайн курсах было всего 54% опрошенных, 10% затруднились с ответом, остальные отрицали необходимость онлайн-образования. Сравнивая результаты исследования можно выделить тенденцию по увеличению спроса на онлайн-образование. Отметим, что наиболее заинтересованными на данный момент являются предприниматели 31-50 лет, которые при обучении предпочитают отделяться от общей группы и изучать материал самостоятельно.

Рассмотрим и недостатки онлайн-образования. И самый явный минус - это «Не все спикеры могут эффективно удерживать внимание обучающихся онлайн». Самое большое количество проголосовавших за этот вариант - это руководители высшего звена в возрасте от 51 до 65 лет. Это опытные, мудрые люди. Здесь можно согласиться, что в онлайн-формате некоторых учеников не видно, они занимаются своими делами во время учебы, из-за чего пропускают информацию и отстают от сокурсников. Отсюда складывается риск не эффективного обучения. Следующим минусом является не тщательная подготовка с технической точки зрения. Онлайн-обучение основывается на скорости интернета и наличии качественной техники. Напрашивается вывод, что, если человек хочет стать клиентом онлайн-школы, он обязан иметь эти составляющие.

Проводя опрос, мы узнали, что движет человеком обучаться. Повышение квалификации и саморазвитие в новой сфере являются самыми распространенными причинами пойти учиться. А также большая часть респондентов выделяют «знания для открытия бизнеса», это актуально в наши дни, сейчас модно быть предпринимателем и этому обучают «на каждом углу».

Положительный результат можно отметить в том. Что никто из респондентов не идёт учиться без чётких целей, такой подход к обучению способствует получению результатов.

Для молодежи в возрасте от 18 до 30 важно саморазвитие в новой сфере, и они начинают искать место обучения. Не удивительно, что люди в возрасте 31-50 лет в большей степени преследуют мотив повышения квалификации т.к. в этом возрасте чаще происходит карьерный рост, который сопровождается новыми требованиями к профессиональным навыкам.

Подводя итог необходимо резюмировать полученные результаты с целью статьи. В рамках поставленной цели мы выявили, что характер отношения населения к дополнительному онлайн-образованию - положительный, заинтересованный, но на данный момент не слишком доверительный. Люди интересуются онлайн образованием, активно проходят онлайн-курсы, но результат не всегда тот, который хотелось бы получить. Анализируя критерии выбора образовательной программы можно сделать вывод, что население тщательно изучает образовательную базу, ищет подтверждение в виде отзывов.

Источники и литература

- 1) Макарова М.В. Перспективы онлайн-образования в России / М.В. Макарова // Современное образование – 2020 – №2 – С. 59-71.
- 2) Маркова Е.С. Анализ потребителей рынка онлайн-образования // Вестник ВУиТ – 2020 – №3 (46) – С.109-119.