

УДК 658.5.012.7

¹Р.Ф. Нойман, ²Д.А. Нойман

¹ ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет», Йошкар-Ола,
email: rayana554@yandex.ru

² МФПУ «Синергия», Москва, email: d.neuman@bk.ru

АНАЛИЗ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ОНЛАЙН-КУРСОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДИКИ SERVQUAL И ПОСТРОЕНИЯ ЗОН ТОЛЕРАНТНОСТИ

Ключевые слова: EdTech, онлайн-образование, качество онлайн-курсов, дополнительное образование, методика SERVQUAL, зона толерантности, качество сервиса.

В статье рассмотрен вопрос выявления неудовлетворённых потребностей пользователей онлайн-курсов дополнительного образования в РФ. Для решения поставленной задачи была использована методика SERVQUAL. На основе полученных в результате анкетирования данных была построена модель «зона толерантности», позволившая оценить разницу между оценками «ожидаемого» и «минимально приемлемого» качеств обслуживания. Применение методики SERVQUAL и модели «зона толерантности» позволили выявить зоны роста в качестве сервиса в сфере дополнительного онлайн-образования в РФ. Работа над улучшением слабых зон позволит повысить удовлетворенность и лояльность клиентов, что приведёт к увеличению объёмов продаж и повышению ключевых финансово-экономических показателей компании.

¹R.F. Neuman, ²D.A. Neuman

¹ Mari State University, Yoshkar-Ola, email: rayana554@yandex.ru

² MFPU «Synergy», Moscow, email: d.neuman@bk.ru

ANALYSIS OF THE NEEDS OF USERS OF ONLINE COURSES OF ADDITIONAL EDUCATION USING THE SERVQUAL METHODOLOGY AND THE CONSTRUCTION OF TOLERANCE ZONES

Keywords: EdTech, online education, quality of online courses, additional education, SERVQUAL methodology, tolerance zone, service quality.

The article considers the issue of identifying the unmet needs of users of online courses of additional education in the Russian Federation. To solve this problem, the SERVQUAL technique was used. Based on the data obtained as a result of the questionnaire, a model of “tolerance zone” was built, which made it possible to assess the difference between the estimates of “expected” and “minimally acceptable” quality of service. The use of the SERVQUAL methodology and the tolerance zone model allowed us to identify growth zones as a service in the field of additional online education in the Russian Federation. Work on improving weak areas will increase customer satisfaction and loyalty, which will lead to an increase in sales and an increase in key financial and economic indicators of the company.

С развитием цифрового пространства жизнь современного человека достаточно сильно связана с информационными технологиями. Ускорение научно-технического прогресса требуют непрерывного обучения: постоянной подготовки, переподготовки, повышения квалификации. В настоящее время значительное количество людей предпочитают обучаться онлайн. Сегодня данный рынок стремительно развивается, увеличивается число образовательных онлайн-платформ, всё больше людей предпочитают онлайн-курсы офлайн-обучению, поскольку они предоставляют возможность обучения независимо от времени и местоположе-

ния [7]. Однако, чтобы онлайн-курсы были действительно эффективными, необходимо учитывать потребности и желания пользователей. Анализ потребностей обучающихся является важным этапом в разработке онлайн-курсов. Грамотное определение существующих потребностей потенциальных пользователей позволит создать курс, который будет соответствовать их ожиданиям и требованиям [5]. Выявление существующих потребностей обучающихся будет осуществлено в данной статье с использованием методики SERVQUAL, применяемой для оценки качества обслуживания, и построения зон толерантности.

Влияние степени качества онлайн-курсов на экономику предприятия заключается в зависимости значений ключевых финансово-экономических показателей от уровня удовлетворенности и лояльности клиентов: чем выше удовлетворенность и приверженность клиентов, тем больше объемы продаж, соответственно, выше показатели выручки, прибыли, рентабельности продаж и др.

Объектом исследования данной статьи являются потребности пользователей онлайн-курсов.

Цель исследования – поиск неудовлетворённых потребностей, несоответствий воспринимаемых параметров качества ожиданиям пользователей онлайн-курсов для дальнейшего формирования рекомендаций по улучшению работы продуктовых команд.

Результаты и их обсуждение

В данной статье был проведён анализ потребностей студентов онлайн-курсов дополнительного образования с помощью методики SERVQUAL, которая нашла широкое применение с целью измерения качества услуг, предоставляемых организацией [1, 2, 3]. Методика SERVQUAL была разработана на базе концепции сервисного качества, созданной

в свою очередь В.А. Зейтгамлом, А. Парасураманом и Л.Л. Берри и прочно обосновалась в теории маркетинга. Основой, кратко отражающей суть концепции, является алгоритм «Ожидание минус Восприятие» (Expectation – Perception).

Методика SERVQUAL используется в случаях, когда необходимо оценить в динамике отношение потребителя к продукции/услуге, определить важные для потребителей параметры продукции/услуги, выявить представление клиентов об «идеальной компании» и понять, насколько конкретная компания соответствует данному представлению.

Более того, в рамках данной статьи методика SERVQUAL была дополнена построением зон толерантности.

Модель SERVQUAL представляет собой анкету, включающую вопросы со шкалой Лайкерта. Для проведения анкетирования были опрошены участники EdTech-сообществ в социальных сетях в возрасте 18-45 лет в количестве 504 человек.

При использовании модели SERVQUAL в расчёт берутся пять основных параметров, из которых, в понимании авторов модели, состоит «идеальный сервис» [8]. Характеристики параметров применительно к рынку EdTech предложены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры качества онлайн-обучения и их характеристика

Параметры	Характеристика (в общем виде)	Характеристика (применительно к EdTech)
1) Материальность (tangibles)	Восприятие помещения, качество, работоспособность оборудования, внешний вид персонала и др.	Удобство и скорость работы онлайн-платформы, возможность обучаться через мобильные устройства, доступность и качество используемого в курсах программного обеспечения
2) Надежность, качество (reliability)	Выполнение услуг в полном объеме, как было заявлено компанией.	Содержание, достоверность контента онлайн-курсов, качество образовательной программы и изложения материала
3) Отзывчивость (responsiveness)	Скорость обработки обращений, оказания услуг.	Скорость работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров
4) Убежденность (assurance)	Воспринимаемая компетентность, вежливость персонала.	Качество работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров
5) Сочувствие (empathy)	Индивидуальный подход к решению вопросов клиента.	Индивидуализация обучения, учёт потребностей и способностей студента

Таблица 2

Анкета потребителей для оценки качества онлайн-курсов с помощью модели SERVQUAL и построения зон толерантности

Вопросы	Ответ				
<p>1. Ожидания. Просим высказать Ваше мнение относительно тех критериев, которым должен соответствовать идеальный онлайн-курс. Для оценки используйте шкалу, представленную ниже. Если Вы полностью согласны с представленным утверждением, то обведите цифру 5 напротив него. Если Вы полностью не согласны с этим утверждением, то обведите цифру 1. Остальные значения (2, 3 и 4) отражают степень Вашего приближения к той или иной крайней точке зрения. Просим Вас ответить на каждый вопрос.</p>					
– Удобство и скорость работы онлайн-платформы, возможность обучаться через мобильные устройства, доступность и качество используемого в курсах программного обеспечения	5	4	3	2	1
– Содержание, достоверность контента онлайн-курсов, качество образовательной программы и изложения материала	5	4	3	2	1
– Скорость работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров	5	4	3	2	1
– Качество работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров	5	4	3	2	1
– Индивидуализация обучения, учёт потребностей и способностей студента	5	4	3	2	1
<p>2. Восприятие. Просим высказать Ваше мнение относительно соответствия онлайн-курсов, предлагаемых ведущими компаниями в РФ перечисленным ниже критериям.</p>					
– Удобство и скорость работы онлайн-платформы, возможность обучаться через мобильные устройства, доступность и качество используемого в курсах программного обеспечения	5	4	3	2	1
– Содержание, достоверность контента онлайн-курсов, качество образовательной программы и изложения материала	5	4	3	2	1
– Скорость работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров	5	4	3	2	1
– Качество работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров	5	4	3	2	1
– Индивидуализация обучения, учёт потребностей и способностей студента	5	4	3	2	1
<p>3. Минимальное приемлемое качество. Просим высказать Ваше мнение относительно того, какое качество сервиса является для Вас минимально приемлемым.</p>					
– Удобство и скорость работы онлайн-платформы, возможность обучаться через мобильные устройства, доступность и качество используемого в курсах программного обеспечения	5	4	3	2	1
– Содержание, достоверность контента онлайн-курсов, качество образовательной программы и изложения материала	5	4	3	2	1
– Скорость работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров	5	4	3	2	1
– Качество работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров	5	4	3	2	1
– Индивидуализация обучения, учёт потребностей и способностей студента	5	4	3	2	1

Таблица 3

Результаты оценки качества онлайн-курсов ведущих компаний в РФ с помощью модели SERVQUAL

Оцениваемые параметры качества	Рейтинг ожидания	Рейтинг восприятия	Коэф. качества	Минимально приемлемый уровень
Материальность (удобство и скорость работы онлайн-платформы, возможность обучаться через мобильные устройства, доступность и качество используемого в курсах программного обеспечения)	4,72	4,11	-0,61	3,93
Надежность (содержание, достоверность контента онлайн-курсов, качество образовательной программы и изложения материала)	4,91	4,13	-0,78	4,10
Отзывчивость (скорость работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров)	4,70	3,74	-0,96	4,02
Убежденность (качество работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров)	4,82	4,02	-0,80	4,14
Сочувствие (индивидуализация обучения, учёт потребностей и способностей студента)	4,82	4,37	-0,45	4,21

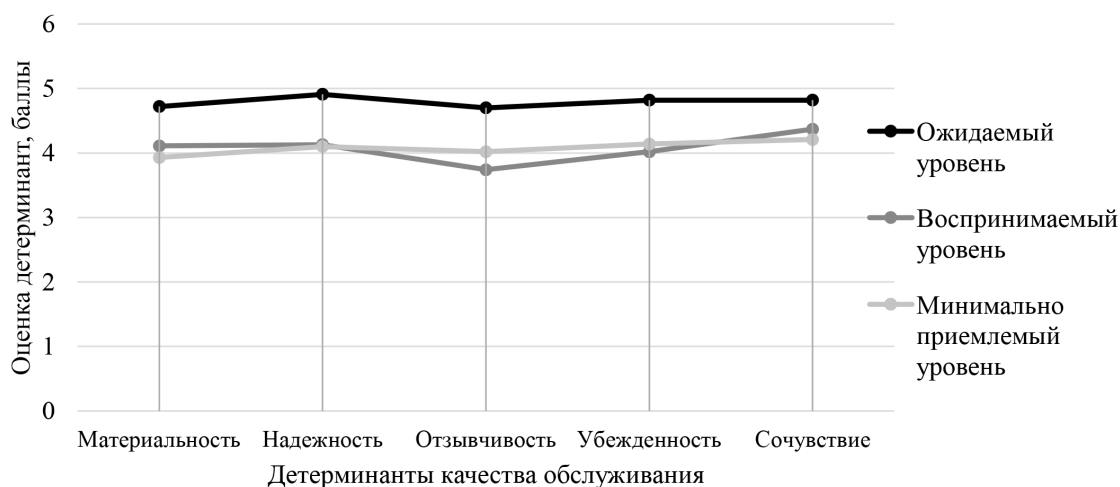


Рис. 1. Модель «зона толерантности» и воспринятые оценки потребителей

Для оценки ожиданий и восприятий онлайн-курсов обучающимися использовалась пятибалльная шкала Лайкерта. Шкала Лайкерта – это метод оценки мнения или отношения людей к определенному вопросу или утверждению. В классическом варианте она представляет собой пятиуровневую шкалу, где респонденты должны выбрать один из уровней, наиболее точно отражающий их мнение.

Обычно на шкале Лайкерта уровни обозначаются числами от 1 до 5, где 1 – это «полностью не согласен», а 5 – «полностью согласен». Шкала Лайкерта широко используется в социальных науках и маркетинге для сбора данных о мнениях людей.

Для проведения опроса авторами настоящего исследования был составлен опросный лист, представленный в та-

блице 2, с обобщенными параметрами качества онлайн-курсов.

Для определения обобщенных значений показателей ожидания, восприятия было рассчитано среднее арифметическое полученных оценок по каждому параметру. По этому же принципу был определен минимально приемлемый уровень качества параметров для построения зон толерантности.

В процессе работы с данными были рассчитаны коэффициенты качества для каждого параметра SERVQUAL. Данные коэффициенты учитывают разницу между ожиданиями студентов и фактическим качеством онлайн-курсов. Отклонение от нулевого значения коэффициента качества указывает на несоответствие между ожиданиями студентов и воспринимаемым качеством.

Результаты опроса представлены в таблице 3.

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что все оцениваемые параметры качества имеют отрицательные коэффициенты качества (разница между рейтингом ожидания и рейтингом восприятия). Иными словами, воспринимаемое качество онлайн-курсов ниже, чем ожидаемое. Наибольшее расхождение между ожиданием и восприятием наблюдается у такого параметра качества, как «отзывчивость», его коэффициент качества равен -0,96.

На основе усредненных значений ожидания, восприятия и минимально приемлемого уровня рассматриваемых параметров, была построена модель «зоны толерантности», представленная на рисунке 1.

Зона толерантности представляет разрыв между оценками «ожидаемого» и «минимально приемлемого» качества обслуживания. Данный метод может применяться в различных сферах при оценке качества оказываемых услуг [4]. Ширина зоны по каждому критерию качества численно определяется как разность значений соответствующих оценок «ожидаемой» и «минимально приемлемой».

По сути зона толерантности отражает диапазон терпимости потребителей к понятности и удобству функционала платформы, качеству онлайн-курсов, эффективности программы обучения,

оперативности обратной связи, компетентности и профессионализму преподавателей и тьюторов, степени поддержки обучающихся на всех этапах прохождения курса и др. Применение данной методики оценки процесса обслуживания позволяет сделать вывод о восхищении потребителей качеством полученной услуги (в случае расположения воспринятых оценок выше зоны толерантности), об их удовлетворенности (при попадании в зону толерантности) или о неудовлетворенности (оценки качества услуги находятся ниже зоны толерантности).

По данным рисунка 1 можно сделать вывод, что респонденты удовлетворены такими параметрами, как материальность (удобство и скорость работы онлайн-платформы, возможность обучаться через мобильные устройства, доступность и качество используемого в курсах программного обеспечения), убежденность (качество работы команды поддержки онлайн-курса (тьюторы, кураторы), преподавателей вебинаров) и сочувствие (индивидуализация обучения, учёт потребностей и способностей студента), поскольку данные воспринятые оценки попадают в зону толерантности. При этом опрошенные неудовлетворены параметрами надежности и отзывчивости, так как воспринятые оценки данных параметров находятся ниже зоны толерантности.

Исходя из этого, можно предположить, что работа с командой поддержки, качество и скорость обратной связи являются зонами роста в сервисе российских EdTech компаний.

Авторами настоящей работы ранее были предложены критерии предварительной оценки качества онлайн-курсов [6]. С опорой на данные опроса SERVQUAL и другие исследования в дальнейшем могут быть предложены критерии пост-анализа запусченного курса.

Выводы

На основании данного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Детерминанты качества обслуживания, связанные с работой команды поддержки курсов («отзывчивость», «убежденность») являются зоной роста

EdTech-компаний в РФ. Это может быть связано со стремлением бизнеса снизить издержки производства, связанные с оплатой труда персонала, невыстроенными процессами контроля работы кураторов, тьюторов. Способы улучшения значений параметров отзывчивости и убежденности будут рассмотрены в дальнейших работах.

2. Студенты онлайн-курсов в целом удовлетворены такими параметрами, как качество подачи материала, устройство платформ, возможность выстроить график обучения на курсах. Данный вывод можно сделать на основании того, что данные параметры попадают в построенную в настоящей работе «зону толерантности».

3. На сегодняшний день отсутствуют параметры качества по SERVQUAL, по которым у студентов можно наблюдать WOW-эффект от курсов. По всем рассмотренным критериям оценки рейтинг восприятия оказался ниже рейтинга ожидания.

4. Существенно превосходить уровень ожиданий параметров не всегда имеет смысл. Ресурсы компаний более предпочтительно направлять на совершенствование позиций, которые находятся ниже зоны толерантности («отзывчивость», «убежденность»). Это позволит компании оптимизировать процессы обслуживания клиентов, сократить время и издержки на решение проблем и жалоб, а также снизить вероятность возникновения подобных ситуаций в будущем. В результате, предприятие экономит ресурсы и повышает эффективность своей деятельности.

Таким образом, использование методики SERVQUAL и определение зон толерантности способствует улучшению качества онлайн-курсов, повышению лояльности и удовлетворенности клиентов, снижению издержек, оптимизации процессов обслуживания клиентов и повышению конкурентоспособности предприятия, что в итоге положительно влияет на его экономику.

Библиографический список

1. Грицова О.А., Е.В. Тиссен. Оценка качества онлайн-обучения в системе высшего образования в регионах // Экономика региона. 2021. Т. 17, № 3. С. 929-943.
2. Грязнова Н.Л., Коновалова О.В., Плешкова Н.А. Возможности метода SERVQUAL для анализа сервиса в розничной торговле // Техника и технология пищевых производств. 2020. № 2. С. 343-350.
3. Данилов А.В., Сон И.М., Меньшикова Л.И. Опыт использования методики SERVQUAL для измерения удовлетворенности пациентов качеством медицинских услуг // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2021. № 29 (3). С. 519-524.
4. Жукова М.А., Жуков В.А., Чудновский А.Д. Модели и факторы повышения качества обслуживания клиентов в сфере гостеприимства // Инновации и инвестиции. 2022. № 12. С. 47-51.
5. Манокин М.А., Ожегова А.Р., Шенкман Е.А. Методология Agile в образовательной среде // Университетское управление: практика и анализ. 2018. № 22 (4). С. 83-96.
6. Нойман Д.А., Нойман Р.Ф. Критерии предварительной оценки качества онлайн-курсов с асинхронным форматом обучения // Управленческий учёт. 2023. № 6. С. 286-293.
7. Осанова М.В., Одинцова О.В. Развитие онлайн-образования в России // Образование и право. 2022. № 5. С. 196-201.
8. Parasuraman A.A., Zeithaml V.A., Berry L.L. Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research // Journal of Marketing. 1985. Vol. 49 (4). P. 41-50.