

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 1 (37). С. 67–75.
Economic and Social Research. 2023. No. 1 (37). P. 67–75.
Научная статья

УДК 658:37.018.43
doi: 10.24151/2409-1073-2023-1-67-75

Дистанционное обучение как многофакторное явление современного бизнеса

М. И. Кузнецова¹, Е. А. Соловьева²

^{1,2} Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии — МВА им. К. И. Скрябина, Москва, Россия

¹ kmi58@mail.ru

² SolovevaE969@mail.ru

Аннотация. Дистанционное обучение рассматривается как многофакторное явление для российского бизнеса: онлайн и офлайн. Утверждается приоритет онлайн-платформ управления образованием, системы управления обучением Learning Management System в сегменте Digital learning, и подчеркнута ее значимость для бизнеса. Авторы устанавливают связь периода пандемии COVID-19, локдауна с формированием Learning Management System. Показана динамика использования дополнительных сервисов Learning Management System в обучении персонала российских компаний. Отмечается возможность адаптации российских компаний к сложному периоду санкций посредством Learning Management System и развития сектора Digital learning в России.

Ключевые слова: онлайн-обучение, офлайн-обучение, дистанционное обучение, корпоративное образование, онбординг, пребординг, бизнес-цели, система управления обучением, сервисы Learning Management System, Digital learning

Для цитирования: Кузнецова М. И., Соловьева Е. А. Дистанционное обучение как многофакторное явление современного бизнеса // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 1 (37). С. 67–75. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-1-67-75>

Original article

Distance learning as a multifactorial phenomenon of modern business

M. I. Kuznetsova¹, E. A. Solovieva²

^{1,2} Moscow State Academy of Veterinary Medicine and Biotechnology — MVA by K. I. Skryabin, Moscow, Russia

¹ kmi58@mail.ru

² SolovevaE969@mail.ru

© Кузнецова М. И., Соловьева Е. А.

Abstract. Distance learning is considered as a multifactorial phenomenon for Russian businesses: online and offline. The priority of online education management platforms, the Learning Management System in the Digital Learning segment, is asserted and its importance for business is highlighted. The authors connect the COVID-19 pandemic and Lockdown period with the formation of Learning Management Systems. They have shown the dynamics of the use of Learning Management Systems add-on services in personnel training in Russian companies, noting the possibility of Russian companies' adaptation to the difficult period of sanctions through Learning Management Systems and the development of the Digital Learning sector in Russia.

Keywords: online learning, offline learning, distance learning, corporate education, onboarding, pre-boarding, business goals, learning management system, LMS services, Digital Learning

For citation: Kuznetsova M. I., Solovieva E. A. "Distance Learning as a Multifactorial Phenomenon of Modern Business". *Economic and Social Research* 1 (37) (2023): 67—75. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-1-67-75>

Одной из прочно устоявшихся тенденций последних нескольких лет стало появление в различных аспектах жизнедеятельности дистанционного обучения. Дистант — это форма технологии и методология, чаще всего используемая в сфере образования и в большей степени — в высшей школе подготовки и обучения специалистов различных сфер народного хозяйства.

Сегодня это понятие прочно вошло в современную жизнь общества в разных направлениях деятельности: бизнес и образование, медицина и сфера искусств, наука и спорт, промышленность и строительство, что обусловлено прежде всего сложными социально-экономическими явлениями (в том числе локдауном), вызванными пандемией COVID-19.

Эти форс-мажорные явления оказали серьезное влияние на образ жизни современного человека, внесли серьезные коррективы не только в систему здравоохранения, социальных коммуникаций, безопасность и стиль жизни человека, но и в систему экономических, политических и международных отношений современного общества, что также стало стимулом для развития цифровой среды и IT-технологий.

В течение более чем трех лет пандемия сопровождалась экономическим спадом, трансформацией бизнеса, изменением рынка специалистов, оказавшихся заложниками вынужденных барьеров и ограничений и в бизнесе, и в экономике в целом. Можно

с уверенностью сказать, что дистанционное обучение в условиях форс-мажорных явлений охватило не только сферу образования, но и социально-экономическую среду народного хозяйства большинства современных государств. В связи с этим вопрос дистанционного обучения и его развития представляет научный интерес для современного образования и бизнеса [1].

Исследуя вопросы эволюции и истории появления понятия дистанционного образования, необходимо подчеркнуть, что это понятие появилось задолго до цифровых технологий и интернет-коммуникаций. Отечественные эксперты отмечают, что потребность в дистанционном обучении появилась одновременно с распространением технологий корреспондентского обучения, заочного образования в высшей и средней профессиональной школе и обучения в телешколе.

Так, во многих странах мира дистанционное обучение получило развитие благодаря запросу современной промышленности на новые инженерные кадры, на мобильность ресурсов и образование без отрыва от производства. Эти процессы можно наблюдать уже в конце XIX — начале XX в. Например, консорциум сорока инженерных школ Американского национального технологического университета в начале 1990-х гг. подготовил посредством дистанционного обучения более 1100 магистров. Во Франции это движение стали развивать вузы уже в первой половине XX в., опередив

заокеанских коллег более чем на полстолетия. Во многих странах Европы дистанционное образование функционирует уже с 1970-х, 1980-х гг. Например, в Испании в 1972 г. создан первый в мире Национальный университет дистанционного образования, он востребован и по сей день [1; 5].

Привлекательность дистанционного образования обусловлена рядом существенных преимуществ, которые способствуют эффективности и ускорению внедрения специалистов в организационные и производственные процессы, позволяют значительно повысить мобильность и адаптивность будущих работников. Среди основных преимуществ наиболее актуальны следующие:

- 1) вовлеченность большого круга обучающихся, в том числе из удаленных от центров высшей профессиональной школы территорий;
- 2) возможность использования цифровых и мультимедийных технологий;
- 3) быстрый доступ к образовательным ресурсам и материалам;
- 4) высокая адаптивность для студентов с ограниченными способностями;
- 5) доступ к системам научных школ и комплексным методикам образования, включая электронные библиотечные системы и др. [2; 4].

Подтверждением востребованности дистанционного образования сегодня могут служить статистика и мнение экспертов. Так, 2020 г. эксперты определили как «точку бума» дистанционного образования, пик его востребованности в бизнесе повсеместно, за рубежом и в России.

Адаптация к сложным условиям локдауна идет параллельно с развитием онлайн-образования и корпоративного образования. Появляются новые онлайн-школы, курсы, корпоративные тренинги. Это, конечно, стало возможным только с развитием цифровой среды. Потребность в онлайн-образовании сегодня превышает в несколько десятков раз предыдущие годы. Более того, онлайн-образование выходит за рамки традиционного образования, поскольку онлайн-формат получает статус необходимости за счет перехода на дистанционную работу большей части

компаний и корпораций в период локдауна, а также возможности быстрой адаптации сотрудников и специалистов к цифровой среде при удаленной работе.

События специальной военной операции (СВО) 2022 г. и санкционные барьеры повысили потребность российского бизнеса в переобучении сотрудников, быстрой их адаптации к новым реалиям экономической действительности, мотивацию к выработке новых компетенций в условиях сокращения бюджета. Новые условия развития бизнеса выявили необходимость в онлайн-образовании как наиболее доступной и экономической системе обучения.

По итогам мая — июня 2022 г. 92 % российских компаний используют онлайн- и офлайн-обучение в комплексе, и только 8 % российских компаний обучают своих сотрудников дистанционно. Это свидетельствует о востребованности образовательных технологий в целом среди российских компаний и корпораций, о доступности дистанционного образования сегодня для участников сектора b2c и b2b.

Интересен факт, что ни одна из российских компаний не использует только офлайн-обучение. При смешанном обучении персонала больше всего часов на офлайн-обучение тратится в компаниях, которые относятся к следующим секторам экономики: промышленность, производство, строительство и добыча сырья. Эксперты объясняют этот факт сохранением в данных отраслях устаревших технологий обучения (обучение в классах «по старинке»). Кроме того, это может быть связано со спецификой рабочих специальностей, методология преподавания которых основана еще на стандартах советской школы. Вместе с тем процент онлайн-обучения за последние три года, несмотря на сохранение офлайн-обучения, не снижался в российском бизнесе, напротив, по мнению экспертов, этот показатель продолжает расти. По данным рейтинга крупнейших EdTech-компаний России (Smart Ranking, <https://edtechs.ru>), самыми крупными поставщиками систем управления онлайн-обучением (Learning Management System, LMS) в 2021 г. для российского бизнеса

были следующие компании: Motivity (3,3 %), Skillcup (4 %), Teachbase (4,9 %), Websoft (8,8 %), Mirapolis (9,7 %), Эквио (11,5 %), ISpring (56,8 %). В исследовании работы ISpring учтены международный

и российский рынки продажи их продукции, а также программное обеспечение для разработки курсов обучения, что в общем составило 80 % от всех продаваемых услуг в сфере LMS (рис. 1, 2) [3].

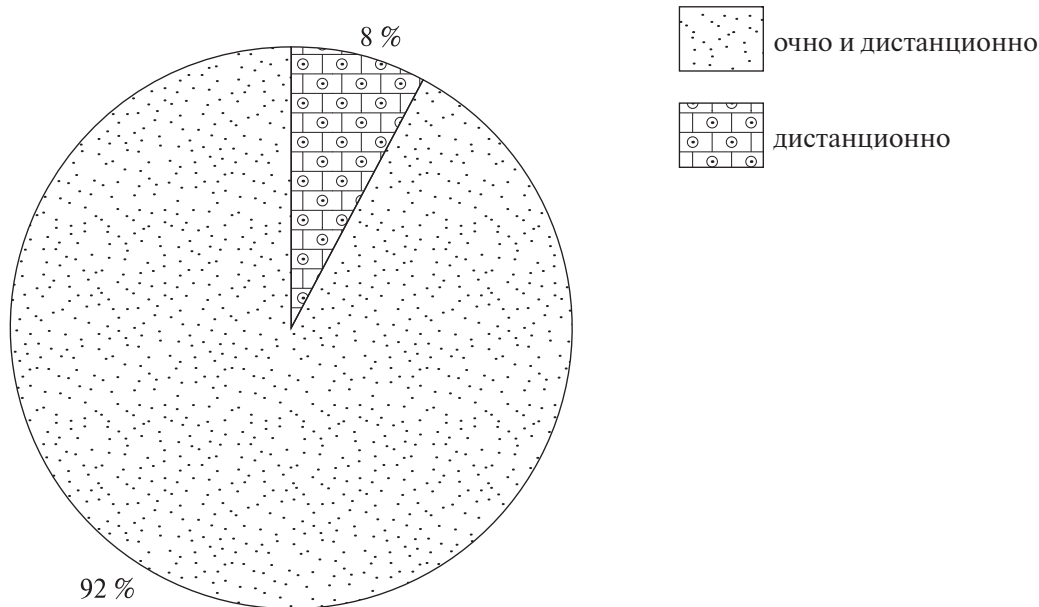


Рис. 1. Соотношение российских компаний, обучающих сотрудников офлайн (очно) и (или) онлайн (дистанционно), в 2022 г.

Источник данных: [3]

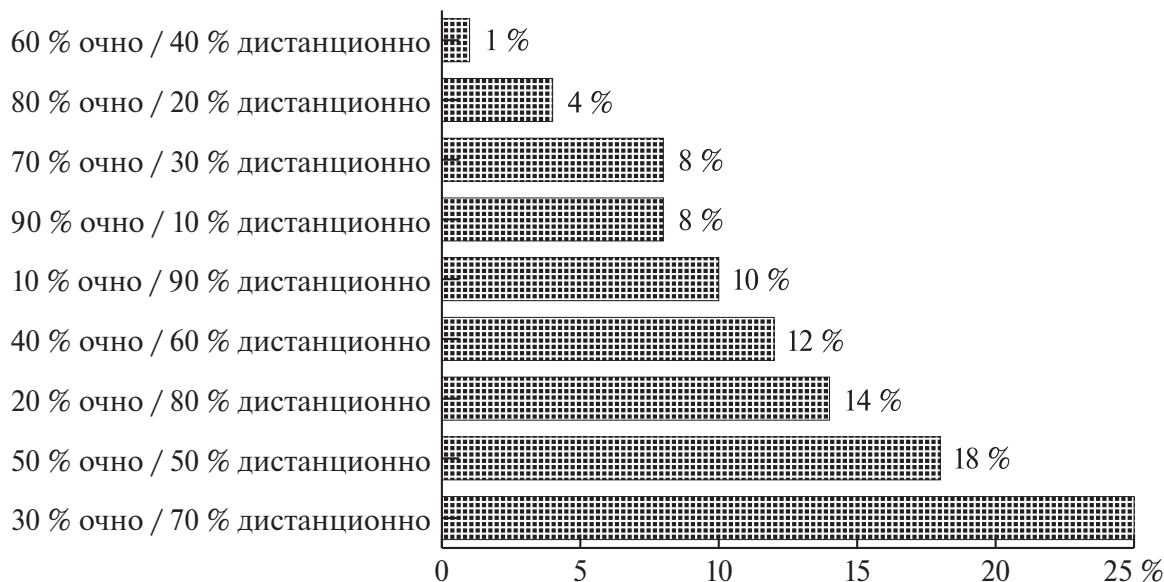


Рис. 2. Особенности смешанной системы обучения в российских компаниях в 2022 г.: соотношение офлайн- (очного) и онлайн- (дистанционного) обучения

Источник данных: [3]

Эксперты отмечают еще одну тенденцию современного онлайн-обучения: отечественный бизнес, несмотря на санкции, продолжает использовать зарубежные платформы для онлайн-обучения или их модификацию под реалии российского бизнеса. Подход к выбору электронных платформ обучения специфичен. Более трети российских компаний используют платформы для онлайн-обучения, которые были внедрены до 2020 г., в начале периода пандемии COVID-19.

Среди наиболее часто используемых — WebSoft, SAP, Moodle и внутренние разработки онлайн-систем для корпоративной среды. Основным критерий выбора цифровой образовательной платформы более чем для 30 % российских компаний — стоимость (20 %) и функционал (14 %). На втором месте по приоритету выбора технологий управления онлайн-обучением для российского бизнеса — удобство контента онлайн-платформы, наличие мобильной версии, возможность самостоятельно доработать программу обучения, внедрить и адаптировать под конкретный бизнес (см. рис. 2) [3].

Тренд реалий российского бизнеса в системах управления образованием для отечественных компаний определяется многозадачностью бизнес-процессов, интеграцией бизнес-процессов с целями и задачами компании, которые предлагает решать LMS. Для российского бизнеса нерешенными остаются вопросы, связанные с интеграцией задач онлайн-образования и бизнес-задач компаний, которые могут быть решены через онлайн-платформы управления обучением (LMS). Такая интеграция является приоритетной.

Экспертами выявлены группы задач, продиктованных проблемами онлайн-обучения персонала российских компаний, они отличаются масштабностью охвата деятельности компаний со стороны LMS.

- **Первоочередные задачи** концентрируются вокруг вопросов *обучения, онбординга* (адаптация и повышение квалификации сотрудников) и *пребординга* (вовлечение сотрудников

в процесс участия и создания корпоративной базы знаний) персонала. Более половины (58 %) представителей российского бизнеса используют онлайн-платформы для обучения сотрудников, третья часть (29 %) — для онбординга и только 13 % — для пребординга.

- **Второе место** среди первоочередных задач бизнеса в управлении онлайн-обучением (LMS) занимает понимание целей онбординга, адаптации персонала и интеграции этих задач. По результатам исследований, только 10 % российских компаний ожидают от онлайн-платформы помощи в контроле и повышении уровня квалификации персонала, знаний и компетенций. На мотивацию использования онлайн-платформ обращают внимание только 5 % компаний.
- **На третьем месте** среди первоочередных задач онлайн-обучения, которые выделяют как приоритетные более половины российских компаний (53 %), — наличие дополнительных бизнес-целей и их интеграция с целями компании. Такие задачи, как мотивация использования онлайн-платформ в бизнес-целях, социальные коммуникации и геймификация, российские компании ставят перед онлайн-образованием не часто, хотя современные LMS предлагают пользователям большой объем дополнительного функционала [3].

По мнению экспертов сегмента Digital learning в России, лидирующей в российском HR-бизнесе является практика онлайн-обучения продавцов, стажеров, внештатных и региональных сотрудников, а также линейного менеджмента.

К направлениям, в большей степени освоенным российским онлайн-образованием, относятся:

- внутренние системы IT и цифровая техника,
- управление продукцией,
- внутренняя политика,
- корпоративная культура (см.: [3]).

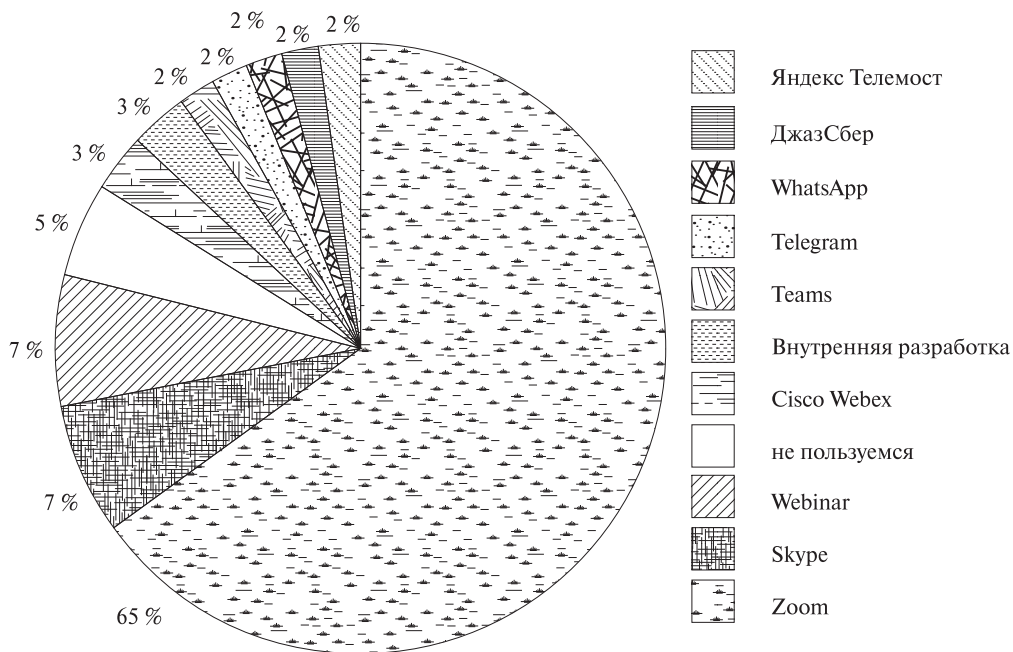


Рис. 3. Основные дополнительные сервисы онлайн-платформ обучения, используемые в российских компаниях

Источник данных: [3]

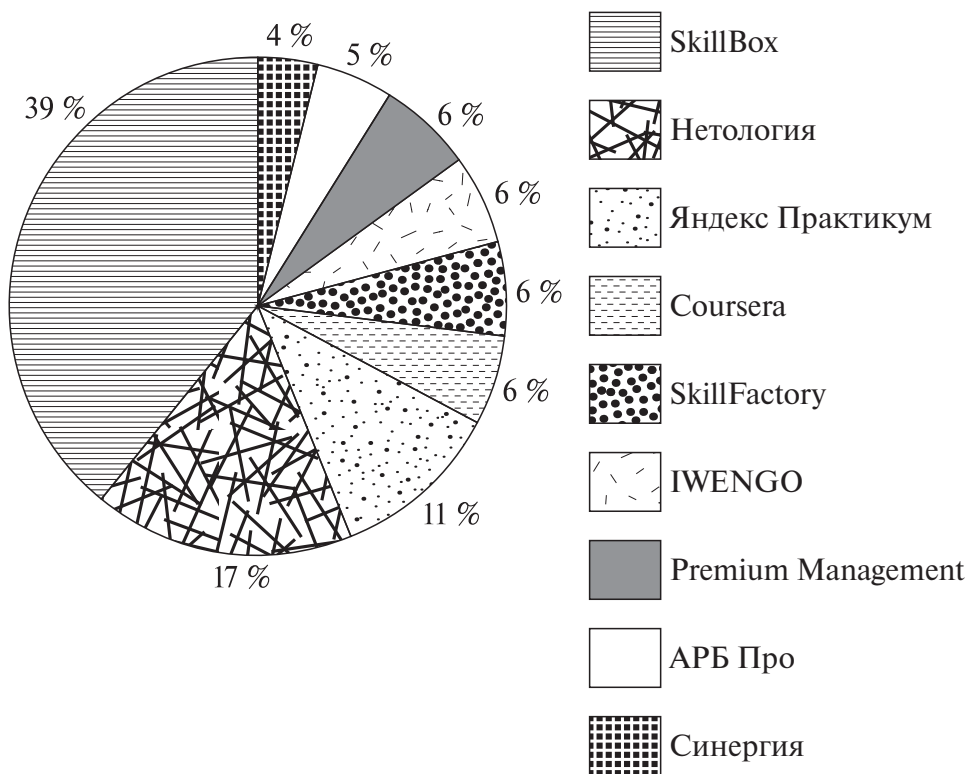


Рис. 4. Онлайн-школы в секторе b2b российского бизнеса

Источник данных: [3]

Российский бизнес активно использует дополнительные сервисы LMS (рис. 3) для повышения качества онлайн-обучения:

- 1) Zoom — абсолютный лидер, 65 % компаний отмечают, что использовали эту программу в период пандемии для видеоконференций и продолжают использовать бесплатную версию программы (в связи со сложностью расчета по банковским картам);
- 2) Skype, Webinar, Telegram — 30 % компаний используют эти сервисы, их популярность связана с совместимостью и относительной легкостью функционала и совместимостью с другими мобильными приложениями;
- 3) не используют никаких дополнительных сервисов лишь 5 % российских компаний;
- 4) почти половина российских компаний используют два дополнительных сервиса и более, причем вторым сервисом 17 % компаний назвали Яндекс Телемост;
- 5) несмотря на санкционный период, некоторые компании продолжают пользоваться сервисом WhatsApp (2 %), причина может быть в скорости передачи информации (фото, видео, текста), наличии контента в поисковой системе, в поддержке многими мобильными операционными системами (Android, iOS, S40, KaiOS, macOS, Windows) и мобильными приложениями, низкой стоимости связи [3; 6; 7].

Онлайн-школы и переход из сектора b2c в сектор b2b не актуальны для российского бизнеса. Причина в трудности и отсутствии бизнес-коммуникаций с онлайн-школами, это — еще одна особенность перехода на дистант-технологии обучения персонала в российских компаниях. Эксперты полагают, что российский бизнес, несмотря на довольно быструю адаптацию к цифровой среде за период пандемии COVID-19 и локдауна, еще не усвоил новую форму образовательной технологии и не принял выгоды функционала онлайн-школ.

Эксперты сегмента Digital learning уверены, что проще обратиться в привычную тренинговую компанию с хорошей пиар-поддержкой, чтобы заказать разработку программы обучения для сотрудников, чем обратиться в онлайн-школу. В подтверждение этого факта можно привести свидетельства экспертов: больше половины (57 %) российских компаний не используют эту форму онлайн-обучения персонала вообще, из них большинство объясняют это недоверием к онлайн-школам. 43 % российских компаний сотрудничают с онлайн-школами, однако часть сотрудничества носит эпизодический характер. Некоторые российские компании не удовлетворены качеством образования в онлайн-школах.

Есть компании, которые используют услуги онлайн-школ только под конкретные запросы сотрудников, а другие — оставляют выбор за преподавателями курсов. Самые популярные онлайн-школы в российском бизнесе отмечены экспертами: Skillbox (39 %), Нетология (17 %), Яндекс Практикум (11 %) (рис. 4). Лидерство и популярность бренда Skillbox обусловлены выгодой для бизнеса функционала платформы, например — в минимальных инвестициях при запуске стартапов и социальных проектов [3; 6; 7].

В 2022 г. на смену проблемам кризиса, вызванного пандемией (в период его ослабления), пришли серьезные проблемы геополитического и экономического масштаба. Однако большинство российских компаний (51 %) в первые три месяца не изменили образовательную политику, 13 % компаний рассматривали время кризиса с точки зрения возможности трансформировать и адаптировать бизнес под новые условия. Приняли решение увеличить долю офлайн-обучения 3 % компаний, а онлайн-обучения — 2 %. Среди тем обучения появились новые, ориентированные на жизнь в новой реальности и управление рисками [3; 6; 7].

Пандемия COVID-19 и локдаун дали огромный толчок для развития LMS в российском бизнесе, внутренние ограничения повлияли на развитие корпоративного

обучения гораздо сильнее, чем санкции. Однако степень проникновения LMS в корпоративную среду компаний в регионах и малом бизнесе невысокая. Сегодня ворота к использованию онлайн-платформ, доминировавшему в локдаун, не произошло, хотя частично в обучении сотрудников они применяются. Несмотря на активность, онлайн-школы и внешние разработчики продукции LMS остаются невостребованными в российском бизнесе. Оценка качества и эффективности корпоративного обучения не стала массовой и обязательной, что мешает технологическому обновлению LMS и развитию внешних партнеров этой продукции. По причине отсутствия сравнения эффективности старых и новых форм LMS или внутренних и внешних разработчиков LMS российские компании предпочитают ничего не менять и действуют привычно, по шаблону, разработанному в период пандемии COVID-19 и локдауна. Оптимизм вызывает тенденция уверенности, что современные условия корпоративного обучения (2022 г.) — это время для трансформации и перезагрузки бизнеса. Очевидно, что санкционный период даст стимулы и мотивацию к поиску новых форм LMS для российских компаний.

Список литературы и источников

1. Андреев А. А. Дидактические основы дистанционного обучения в высших учебных заведениях: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02. М., 1999. 41 с.
2. Архангельский С. И. Лекции по научной организации учебного процесса в высшей школе. М.: Высшая школа, 1976. 198 с.: ил.
3. Вагин А., Безяев П. 92 % российских компаний обучают сотрудников одновременно в онлайн и офлайн // ЭКВИО: цифровая платформа [Электронный ресурс]. 05.07.2022. URL: <https://e-queo.com/blog/smi-o-nas/issledovanie-rynka-rossijskogo-korporativnogo-obucheniya/> (дата обращения: 25.01.2023).
4. Густырь А. В. Понятие, модели и методологические принципы дистанционного образования. М.: МЦИТО, 2001. 77 с.
5. Дубровская Ю. А. Педагогическое сопровождение самообразования студентов в условиях дистанционного обучения: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. СПб., 2005. 18 с.
6. Система управления обучением // СБЕР УНИВЕРСИТЕТ: цифровая образовательная платформа [Электронный ресурс]. Cop. 2017—2023. URL: <https://sberuniversity.ru/edutech-club/glossary/904/> (дата обращения: 25.01.2023).
7. Смолин И. Что такое LMS и как с ее помощью управлять обучением // Timeweb: виртуальный хостинг [Электронный ресурс]. 15.09.2021. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/lms-sistema-chto-eto-takoe> (дата обращения: 25.01.2023).

References

1. Andreev A. A. *Basic Didactical Principles of Distance Teaching in Higher Educational Establishments*, extended abstract of Dr. Sci. (Ped.) dissertation. Moscow, 1999. 41 p. (In Russian).
2. Arkhangel'skiy S. I. *Lectures on Scientific Management of Educational Process in Tertiary School*. Moscow: Vysshaya shkola, 1976. 198 p. (In Russian).
3. Vagin A., Bezyaev P. "92 % of Russian Companies Train their Staff Simultaneously Online and Offline". *EKVIO: tsifrovaya platforma*. 05 July 2022. (In Russian). Web. 25 Jan. 2023. <<https://e-queo.com/blog/smi-o-nas/issledovanie-rynka-rossijskogo-korporativnogo-obucheniya/>>.
4. Gustyry A. V. *Concept, Models and Methodological Principles of Distant Teaching*. Moscow: Interregional Centre for Innovative Technologies in Education, 2001. 77 p. (In Russian).
5. Dubrovskaya Yu. A. *Educational Follow-Up of Students' Self-Learning under Distance Teaching*, extended abstract of Cand. Sci. (Ped.) dissertation. St. Petersburg, 2005. 18 p. (In Russian).
6. "Learning Management System". *SBER UNIVERSITY: tsifrovaya obrazovatel'naya platforma*. Cop. 2017—2023. (In Russian). Web. 25 Jan. 2023. <<https://sberuniversity.ru/edutech-club/glossary/904/>>.
7. Smolin I. "What is LMS and How to Manage Education by Applying It". *Timeweb: virtual'nyi khosting*. 15 Sep. 2021. (In Russian). Web. 25 Jan. 2023. <<https://timeweb.com/ru/community/articles/lms-sistema-chto-eto-takoe>>.

Информация об авторах

Кузнецова Марина Ивановна — кандидат биологических наук, доцент кафедры физиологии, фармакологии и токсикологии им. А. Н. Голикова и И. Е. Мозгова, Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии им. К. И. Скрябина (Россия, 109472, Москва, ул. Академика Скрябина, д. 23).

Соловьева Елена Алексеевна — кандидат ветеринарных наук, доцент кафедры физиологии, фармакологии и токсикологии им. А. Н. Голикова и И. Е. Мозгова, Московская государственная академия ветеринарной медицины и биотехнологии им. К. И. Скрябина (Россия, 109472, г. Москва, ул. Академика Скрябина, д. 23).

Information about the authors

Marina I. Kuznetsova — Cand. Sci. (Biol.), Associate Professor of the Department of Physiology, Pharmacology and Toxicology n. a. A. N. Golikov and I. E. Mozgov, Moscow State Academy of Veterinary Medicine and Biotechnology — MVA by K. I. Skryabin (Russia, 109472, Moscow, Akademika Skryabina st., 23).

Elena A. Solovieva — Cand. Sci. (Vet.), Associate Professor of the Department of Physiology, Pharmacology and Toxicology n. a. A. N. Golikov and I. E. Mozgov, Moscow State Academy of Veterinary Medicine and Biotechnology — MVA by K. I. Skryabin (Russia, 109472, Moscow, Akademika Skryabina st., 23).

Статья поступила в редакцию 13.02.2023.

The article was submitted 13.02.2023.