

---

<https://doi.org/10.31874/2520-6702-2020-9-1-136-148>

УДК 378:004.738.1

Кравченко Олена

### Забезпечення якості контенту офіційних вебсайтів закладів вищої освіти

#### *Анотація*

У статті аргументовано, що актуальність забезпечення якості контенту офіційних вебсайтів університетів зумовлена об'єктивними вимогами сучасності, такими як пріоритетність державної політики щодо інтеграції закладів вищої освіти до європейського освітнього простору, глобалізація інформаційних технологій та підвищення інтернет-активності населення. Предметом дослідження є виявлення особливостей інформаційного наповнення вебсайтів університетів різних країн. З'ясовано, що контент вебсайту закладу вищої освіти вміщує інформацію щодо різних видів університетської діяльності (освітньої, наукової, виховної, фінансової, маркетингової). Здійснено аналіз контенту вебсайтів зарубіжних та вітчизняних закладів вищої освіти відповідно до таких критеріїв: мова; інформативність; корисність; адміністративно-фінансова прозорість; технічне оформлення. Аналізування контенту вебсайтів різних університетів здійснювалося відповідно до наявності інформації щодо загальної характеристики університету, організації навчального процесу закладу вищої освіти та особливостей студентського життя, наукової діяльності університету, способів рекламування та формування позитивного іміджу навчального закладу в уяві інтернет-відвідувачів. Акцентується увага на особливостях інформаційного наповнення сайтів провідних зарубіжних та вітчизняних університетів, які полягають у способах позиціонування навчального закладу в майбутньому, окресленні конкурентних переваг освітньої установи та висвітленні можливостей підвищення якості навчального процесу, популяризації наукової діяльності університету, виявленні шляхів підтвердження репутації університету. Доведено, що розроблення якісного контенту сприяє покращенню іміджу закладу вищої освіти в інтернет-просторі, підвищенню конкурентоспроможності університету на ринку освітніх послуг в країні та за її межами. Розуміння значення забезпечення якості контенту офіційного вебсайту закладу вищої освіти дозволяє розв'язати завдання щодо створення та розповсюдження актуальної, унікальної, структурованої та цікавої інформації.

*Ключові слова:* аналіз, вебсайт, інформація, контент, заклад вищої освіти, якість.

#### *Вступ*

Інформаційні технології відіграють важливу роль у функціонуванні й розвитку сучасних організацій, зокрема закладів вищої освіти. За допомогою інформаційних технологій відбувається збір та реєстрація відомостей щодо всіх видів університетської діяльності. Викладення цінної інформації щодо діяльності університету здійснюється на офіційних сайтах навчальних закладів. Створення вебсайту закладу вищої освіти є одним з популярних та дієвих способів просування університету в освітньому просторі. Вебсайти закладів вищої освіти вміщують значний обсяг інформації, оскільки діяльність університету складається з кількох підсистем (освітня, науково-дослідна, виховна, маркетингова, фінансова). За допомогою вебсайтів уможлиблюється інформування громадськості про минуле, сьогодення та майбутнє університету. Наповнення вебсайтів розкриває особливості інформаційної політики

університету, що полягають у наданні актуальної, своєчасної та достовірної інформації, розповсюдженні освітніх продуктів, рекламуванні й просуванні освітньої установи, забезпеченні зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем. Взаємодія із зовнішнім середовищем стимулює сучасні університети орієнтуватися, у першу чергу, на споживача шляхом з'ясування популярності, корисності викладених матеріалів для інтернет-відвідувачів, у зв'язку з цим актуалізується увага до якості інформації, що викладається на зазначених сайтах. Ускладнення, які виникають у процесі наповнення інформацією вебсайту університету пов'язані із відсутністю досліджень з аналізу вебсайтів різних закладів вищої освіти, зокрема тих, які займають високі позиції в рейтингу «Вебметричний рейтинг світових університетів» (Webometrics Ranking of World Universities), що базується на повноті представлення навчального закладу в мережі Інтернет. Зважаючи на державну політику щодо просування вітчизняних закладів вищої освіти на світовому ринку освітніх послуг, забезпечення якості оформлення та наповнення вебсайтів є вкрай актуальною проблемою, яка підлягає негайному розв'язанню.

#### **Аналіз попередніх досліджень з проблеми**

Глобальні процеси розвитку вищої освіти привертають увагу багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців. Функціонування та розвиток закладів провідних зарубіжних університетів розглядали Ф. Альтабах та Дж. Салмі (The Road to Academic Excellence. The Making of World-Class Research Universities, 2011). Питання забезпечення якості зарубіжної вищої освіти розкрито в праці Д. Вестерхайджена (Westerheijden, 2007). Особливе значення в розв'язанні проблеми забезпечення якості контенту веб-сайту університету належить розвідкам, що проводилися в напрямі управління конкурентоспроможністю закладу вищої освіти, а саме це роботи Ю. Іванова (Іванов, 2010), Т. Ольшанцевої та І. Братченко (Ольшанцева, Братченко, 2013) О. Павленка (Павленко, 2011). Розробку та управління дослідженнями в європейських університетах розглянуто в розвідці С. Рейчерта (Reichert, 2006). Дослідження Л. Філіпової (Філіпова, 2012) присвячено аналізу контенту вебсайтів українських центрів науково-технічної інформації з точки зору використання інтернет-сервісів; О. Дубів (Дубів, 2014) розглядав рейтинги Інтернет-присутності ЗВО та шляхи зміцнення позицій у них на прикладі ДВНЗ «УжНУ»; І.Тонкіх (Тонкіх, 2018) обгрунтовано критерії якості контенту інтернет-медіа.

#### **Невирішені аспекти проблеми**

Вебсайти закладів вищої освіти становлять консолідоване представлення університетів. Основні цілі офіційних вебсайтів університетів полягають у висвітленні освітніх та наукових досягнень тих, хто навчається та тих, хто працює в навчальному закладі; формуванні позитивного іміджу закладу освіти в уявленні громадськості; рекламуванні освітніх послуг у різних ринкових сегментах, інформуванні про події (проведення конференцій, організацію різних культурних та спортивних заходів, днів відкритих дверей тощо). Отже, перед закладами вищої освіти постає завдання забезпечити належні умови щодо швидкого й якісного пошуку актуальної й корисної інформації для своїх користувачів з метою популяризації університету в інтернет-просторі. Не зважаючи, на те, що інформаційне наповнення сайтів університетів є вкрай актуальною проблемою сьогодення, питання забезпечення якості контенту вебсайту закладу вищої освіти дотепер не розглядалися.

**Метою статті** є визначення особливостей забезпечення якості контенту вебсайтів закладів вищої освіти.

---

### **Методи дослідження**

У статті використано такі методи дослідження: вивчення й аналіз наукових джерел – для з'ясування стану розробленості проблеми; аналіз, синтез та узагальнення теоретичних положень задля висвітлення теоретичних і методичних засад роботи; аналіз світового та національного управлінського досвіду – для виокремлення умов щодо забезпечення якості контенту вебсайтів закладів вищої освіти; контент-аналіз інформаційного наповнення сайтів вітчизняних та зарубіжних університетів; парадигмальний, системний аналіз контенту вебсайтів зарубіжних та вітчизняних університетів; методи прогнозування та узагальнення отриманої інформації – для розробки конкретних теоретико-методичних рекомендацій щодо забезпечення якості контенту вебсайтів закладів вищої освіти.

### **Результати дослідження**

Підвищення інтернет-активності населення орієнтує керівництво закладів вищої освіти на надання актуальної, прозорої та вичерпної інформації на офіційних сайтах університетів. Інформація, що розміщується на вебсайтах закладів вищої освіти є корисною для абітурієнтів, здобувачів вищої освіти, випускників, співробітників та сторонніх відвідувачів. Зміст інформаційного наповнення вебсайтів університетів розкриває історію створення, структуру, результати освітньої, наукової, міжнародної та фінансово-економічної діяльності навчального закладу тощо. Структура вебсайту закладу вищої освіти, доменна політика, загальна координація розвитку та модернізація регулюється положенням про вебсайт університету.

Наповнення контенту будь-якого вебсайту, перш за все, орієнтовано на залучення якомога більшої аудиторії до його відвідування. Згідно думки Л. Філіпової, вебсайт в Інтернеті, з інформаційно-змістовної точки зору, є одним з дієвих комунікаційних засобів, що спрямований на презентування та ефективно позиціонування будь-якої установи в інформаційно-комунікаційному просторі через надання повної достовірної інформації про себе; розповсюдження та надання вільного доступу до власних інформаційних ресурсів та послуг; забезпечення зворотного зв'язку з користувачами тощо (Філіпова, 2012).

В умовах жорстокої конкуренції між закладами вищої освіти вебсайти є засобом стимулювання попиту споживачів освітніх послуг, а отже популяризації навчального закладу в певному ринковому сегменті. Яскравий дизайн вебсайту університету, чітко структурована та надійна інформація створюють привабливу пропозицію для тих, хто знаходиться на етапі вибору навчального закладу з метою здобуття вищої освіти.

На успішність розвитку закладу вищої освіти впливає щорічне оцінювання університетів відповідно до міжнародних та національних рейтингів. Так, один із підходів до оцінювання університетів є рейтинг «ВебOMETричний рейтинг світових університетів» (Webometrics Ranking of World Universities), відповідно до якого оцінюється кількість «цінних файлів», розміщених на сайтах навчальних закладів.

О. Дубів зазначає: «Як показує наш аналіз – більшість університетів України свою присутність в електронному інформаційному просторі обмежують створенням вебсайтів, які здебільшого не орієнтовані на досягнення високого міжнародного рейтингу Інтернет-присутності» (Дубів, 2014). Також зазначимо, що відповідно до рейтингу «ВебOMETричний рейтинг світових університетів» (Webometrics Ranking of World Universities) не здійснюється оцінювання якості, дизайну, популярності вебсайтів закладів вищої освіти, оскільки зазначений рейтинг орієнтований на вимірювання глобального внеску університету в освіту й науку. Проте, крім відстеження внеску навчального закладу в освіту й науку, перед керівництвом університету постає необхідність здійснення систематичного оцінювання

власного вебсайту та оцінювання вебсайтів університетів-конкурентів з метою виявлення та усунення негативних моментів, пов'язаних з формуванням іміджу університету в конкурентному середовищі. Останнім часом примітно, що на вебсайтах українських закладів вищої освіти розміщуються відомості щодо рангу університету у вітчизняних та світових рейтингах, збільшено кількість корисних посилань, науково-інформаційних продуктів, інформувань про події та фінансово-економічну діяльність.

З метою вивчення особливостей інформаційного наповнення офіційних сайтів університетів було проаналізовано 150 сайтів вітчизняних закладів вищої освіти III-IV рівнів акредитації та 250 сайтів зарубіжних університетів, які пропонують бакалаврські, магістерські та докторські програми навчання (а саме університети США, Великобританії, Австралії, Канади, Південної Кореї, Нідерландів, Німеччини, Франції, Польщі, Португалії, Японії).

Враховуючи те, що якість це категорія, яка характеризує об'єкт за певними властивостями з позиції задоволення його споживачів, то можна стверджувати, що якості контенту вебсайту також властиві певні характеристики з огляду на потреби його відвідувачів. Такі характеристики відбивають критерії, згідно яких уможлиблюється оцінити вебсайт як якісний. Таким чином, постає необхідність визначити такі критерії, згідно яких можна оцінити якість контенту вебсайту університету з різних боків, а саме з боку його відвідувачів, розробників та тих, хто підтримує вебсайт. Отже, якісними властивостями, які характеризують особливості контенту вебсайту університету з позиції його користувачів є: мова; інформативність; корисність; адміністративно-фінансова прозорість; технічне оформлення. Таким чином, аналіз особливостей забезпечення якості контенту вебсайту університету здійснювалося за такими критеріями: мова; інформативність; корисність; адміністративно-фінансова прозорість; технічне оформлення.

Щодо *першого критерію оцінювання якості контенту вебсайту закладу вищої освіти «мова контенту»* зазначимо, що як правило, контент вебсайту університету оформлюється кількома мовами в залежності від ступеня охоплення частки ринку освітніх послуг, на яку орієнтований навчальний заклад, а саме: мовою країни університету, англійською мовою та будь-якою іншою. Університети англійськомовних країн висвітлюють інформацію переважно англійською мовою, вітчизняні заклади вищої освіти пропонують контент українською та англійською мовами. Чимало сайтів зарубіжних університетів представлено більше ніж трьома мовами, що забезпечує доступ до інформації для більшої аудиторії.

Майнові авторські права на інформаційне наповнення вебсайтів належать закладам вищої освіти; немайнові авторські права на інформаційне наповнення вебсайта належать авторам, що вказуються на відповідних сторінках веб-сайта. Колектив закладу вищої освіти має дбати про адекватне та актуальне відображення подій, які відбуваються в навчальному закладі. З огляду на це, постає необхідність здійснення SEO-аналізу з метою усунення будь-яких недоліків сайту, в першу чергу недоліків подання текстової інформації. Суттєвими недоліками контенту вебсайту університету є заспамлення та однотипність текстів, а також відсутність анонсів, банерів відвертають увагу інтернет-користувачів, тому постає необхідність написання цікавих зрозумілих текстів, які будуть привабливим для відвідувачів вебсайту університету, при чому не тільки для співвітчизників, але й для іноземців. Вебсайт успішного університету має привертати увагу відвідувачів, формувати позитивні емоції, викликати бажання у своїх відвідувачів обговорювати та ділитися інформацією.

*Отже, якість контенту вебсайту закладу вищої освіти підвищиться, якщо буде розміщено актуальну унікальну текстову інформацію різними мовами.*

Відповідно до *другого критерію «інформативність контенту»*, було здійснено аналіз щодо наявності відомостей, які характеризують життєдіяльність та розвиток університету. Виявлено, що найбільш популярними вкладками веб-сайтів вітчизняних університетів є такі: «Про університет», «Абітурієнту», «Студенту», «Наука та інновації», «Бібліотека», «Новини». Для сайтів зарубіжних університетів популярними є такі вкладки: «About», «Faculty», «Staff», «Students», «Alumni», «Research», «News», «Admission + aid», «Events» та ін. Великі зарубіжні університети, до складу яких входить значна кількість окремих інституцій, працюють на зразок приватних корпорацій, мають головний вебсайт та окремі вебсайти структурних підрозділів. Загалом великі класичні вітчизняні університети, до складу яких входять кілька філій і відокремлених підрозділів, також мають головний вебсайт та посилання на вебсайти структурних підрозділів.

У ході аналізу виявлено, що спільними рисами контентів офіційних вебсайтів зарубіжних та вітчизняних закладів вищої освіти є висвітлення інформації щодо характеристики університету, структури університету із зазначенням структурних підрозділів, факультетів, філій, інформації для абітурієнтів із зазначенням переліку спеціальностей, новин та подій, керівного та викладацького складу університету. Відмінні риси полягають у наявності окремих вкладок на сайтах провідних зарубіжних університетів стосовно випускників, інформації щодо екскурсій для туристів, які будуть відвідувати місто й університет, інформації для інвесторів, спонсорів тощо.

Окремої уваги заслуговують відомості, які розкривають загальну характеристику університету, тобто «про університет». Інформація «About» зарубіжних закладів вищої освіти вміщує: «Traditions and History», «Leadership & Organization», «Facts and figures», «Visit», «Our future», «Jobs», «FAQ (Frequently Asked Questions)». Для вітчизняних університетів найбільш популярним є викладення такої інформації про університет: «Історія створення», «Ректорат», «Наглядова рада», «Структура», «Публічна інформація», «Почесні доктори», «Профспілкова організація» тощо. Інформативність вебсайту університету полягає у викладенні відомостей, що розкривають особливості функціонування університету в минулому, організацію системи навчального закладу, досягнення викладачів та студентів, місце в рейтингу, різноманітні оголошення, новини тощо. Наявність мультимедійного наповнення контенту, яке відображає події закладу вищої освіти має на меті додатково розкрити діяльність університету.

Важливою для веб-сайтів закладів вищої освіти є інформація, яка має бути корисною для абітурієнтів. Така інформація має подаватися як приваблива пропозиція для потенційного споживача. У наукових розвідках, присвячених підвищенню конкурентоспроможності закладів вищої освіти, Ю. Іванова, Т. Ольшанцевої, І. Братченко, О. Павленка зазначається, що вивчення освітніх потреб населення дозволяє сформулювати конкурентні переваги закладу вищої освіти.

Більшість сайтів як вітчизняних та зарубіжних університетів обмежуються лише переліком спеціальностей та умовами вступу. На сайтах університетів, які займають високі позиції в світових рейтингах, зустрічається інформація, в якій зазначається чому необхідно обрати саме цей навчальний заклад. Наприклад, на сайті Йельського університету (США) зазначається, що крім основних переваг університету щодо якості освіти, визнання диплому та можливості отримання фінансової допомоги в процесі навчання, абітурієнти мають можливість ще до зарахування ознайомитися з лекціями й інформацією про досягнення і заслуги викладачів на сайті університету, що допоможе майбутнім студентам визначитися з вибором спеціальності. Процес навчання у Йельському університеті включає в себе не тільки лекційні, практичні та лабораторні заняття, чимала частина часу відведена студентам на

---

написання наукових праць та участь у дослідницьких проектах, тому бібліотеки університету працюють практично до самого ранку (Yale University).

На сайті Браунівського університету (США) зазначається, що велика увага в університеті приділяється спортивним заходам, що не є випадковістю, адже Ліга плюща це, перш за все, спортивна асоціація. Спортивна команда Браунівського університету відома в США як «Ведмеді Брауна» (Brown Bears). Як і інші університети Ліги плюща, університет відрізняється багатими студентськими традиціями, такими як збори першокурсників, масштабні танцювальні заходи і конкурси на території кампусу, грандіозні випускні церемонії, що тривають цілий тиждень (Brown University).

Найбільш яскраво представлена інформація для тих, хто збирається навчатися в Оксфордському університеті (Великобританія). Тобто на сайті університету висвітлено особливості й переваги здобуття якісної освіти в зазначеному університеті; наголошується на тому, що студенти зможуть приєднатися до університетських спільнот, а також матимуть можливість розвивати свої інтереси й знаходити нові (університет має 400 клубів та спільнот); зазначаються умови отримання допомоги щодо оплати за навчання; викладено перелік курсів та програм та специфіку навчання; наявна інформація щодо почесних професорів, які забезпечуватимуть навчальний процес; представлено коледжі, що входять до складу університету; вартість навчання; наявні інструкції щодо подання заяви на навчання та інструкції для іноземних студентів, а також багато іншої корисної інформації (University of Oxford). Висвітлення такої інформації створює привабливу пропозицію для абітурієнтів та для тих, хто має бажання працювати в цьому університеті. При цьому зрозуміло, що найбільш привабливі пропозиції університету формують його конкурентні переваги. Зазначення основних конкурентних переваг характерно для сайтів університетів Австралії, Великобританії, Канади, США, Нідерландів, Німеччини, Польщі.

На нашу думку, інформація для абітурієнтів має бути представлена з урахуванням конкурентних переваг закладу вищої освіти, які є унікальними для кожного окремого університету.

Для провідних університетів США та Європи характерним є розміщення інформації про випускників навчального закладу. Наприклад, на сайті Університету Торонто (Канада) у розділі «Випускники» зазначається інформація («Calendar of alumni events», «Alumni groups», «Update contact information», «Awards and recognition», «Volunteer», «Donate online», «Alumni email», «Travel», «Transcripts», «Continuing education», «Careers», «Go to the Alumni website»), яка розкриває подальшу професійну діяльність випускників цього університету, демонструє взаємодію університету зі своїми випускниками, оскільки спільнота випускників є основою репутації університету (University of Toronto). На сайті Міжнародного Університету Логістики та Транспорту у Вроцлаві (Польща), наголошується, що статистика університету підтверджує, що 95% студентів одразу після закінчення цього університету влаштовується у міжнародні та польські компанії згідно своєї спеціальності (Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu Wroclawiu). На сайті Вроцлавського університету (Польща), зазначається, що університет знаний своїми випускниками, 9 з яких отримали Нобелівські премії з хімії, фізики, медицини та літератури. Також у цьому університеті навчався Улас Самчук, відомий український письменник (Uniwersytet Wrocławski). На сайтах вітчизняних університетів також зазначаються відомості про почесних випускників.

Імідж та репутацію університету підтверджують події, які відбуваються в закладі вищої освіти та демонструють результати успішної освітньої та наукової діяльності. Розміщення відеороликів, які демонструють новини та події в діяльності університету, дозволяє

---

---

передавати більше інформації ніж тексти, й до того ж підтверджує участь у них представників викладацького й студентського колективу. А також, репутацію університету можуть підтверджувати статистичні дані (відомості з національних та світових рейтингів, кількість студентів, слухачів та випускників); хронологічні відомості подій та досягнень викладацького й студентського колективів у минулому; наявність відгуків та обговорень діяльності університету з боку споживачів освітніх послуг.

*Отже, якість контенту вебсайту закладу вищої освіти підвищиться, якщо буде розміщено відомості щодо діяльності університету, які створюють привабливу пропозицію для населення.*

Відповідно до третього критерію «корисність контенту», аналіз вебсайтів університетів дозволив виявити яку ж саме інформацію персонал навчального закладу вважає корисною для інтернет-користувачів. Інформація, яка є корисною для студентів має спільні характеристики як для вітчизняних, так і для зарубіжних університетів. До таких відомостей належить: інформація про освітні послуги, які надаються закладом вищої освіти; розклади занять для здобувачів вищої освіти; відомості щодо особливостей студентського життя та студентського самоврядування, соціальних проектів для студентів, умов навчання; опис інфраструктури навчального закладу тощо. Так, наприклад, на вебсайті Державного університету Джорджії (США) у розділі для студентів вміщено сайти коледжів та інших структурних підрозділів, які входять до складу університету, сайти університетських електронних бібліотек, академічні календарі та ін. (Georgia State University).

Більшість зарубіжних університетів, що займають високі позиції в світових рейтингах достатньо детально розкривають особливості процесу навчання. Системний моніторинг якості навчання, як зазначає Д. Вестерхайджен, для багатьох університетів США та Європи є рушієм удосконалення освітніх технологій та умов навчання, диверсифікації освітніх послуг, розроблення інновацій у галузі освіти (Westerheijden, 2007). На сайті Університету Економіки в Бидгощі (Польща) зазначається, що застосування інтерактивних методів навчання, які використовуються у навчальному процесі, допомагає студенту отримати інформацію у більш доступній формі, що підвищує зацікавленість до навчання. Фонди бібліотеки дозволяють отримати додаткову інформацію з кожного предмету. Також кожен студент має вільний доступ до комп'ютеру з високошвидкісним Інтернетом, що дозволяє безперешкодно зв'язуватися з родиною або шукати необхідну для навчання інформацію. Університет Економіки в Бидгощі є учасником програми ERASMUS, що дозволяє студентам на один семестр виїжджати на навчання за кордон до одного з університетів-партнерів. Також університет дбає про працевлаштування своїх випускників, тому створює всі умови для стажування у міжнародних та польських організаціях (Wyższa Szkoła Gospodarki).

На сайті Університету ім.Лазарського у Варшаві (Польща) зазначається, що керівництво Університету ім.Лазарського дбає про забезпечення студентів сучасною комп'ютерною технікою, аудіоапаратурою. Завдяки цьому на практичних заняттях окремо виділяється час на роботу з професійними програмами, з якими студенти будуть працювати на місцях їхньої майбутньої роботи. В університеті функціонує бібліотека, де можна ознайомитись з фаховою літературою, виданою не тільки польською, але й англійською мовами. Необхідно відмітити: студенти мають доступ до електронної бібліотеки Йельського університету, відомого у всьому світі (Uczelnia Łazarskiego). Для університетів Південної Кореї та Японії поряд з високою якістю навчання, пропонується навчальні кабінети з найновішим технічним оснащенням. Таким чином, слід зазначити, що важливо надати інформацію для потенційних студентів про особливості забезпечення якості навчання.

---

Одним із суттєвих видів діяльності закладів вищої освіти є наукова діяльність. Наукова діяльність провідних зарубіжних університетів вміщує «Centers, Labs & Programs», «Collaborating Institutions», «Publications», «Research Service», «Seminars & Conferences», крім того розкривається інформація щодо передових досліджень, умови їх фінансування. Пропонується інформація для студентів, науковців, які бажають узяти участь у дослідженнях, а також для підприємств щодо замовлень на здійснення досліджень. Наприклад, на сайті Колумбійського університету (США) зазначаються провідні дослідження університету, наукові інновації, популярні наукові теми досліджень, наукові школи і лабораторії, новини у сфері наукових досягнень, рекомендовані теми досліджень (Columbia university).

Відомо, що зарубіжні дослідницькі університети зосереджують увагу на здійсненні передових досліджень, а також досліджень, які є корисними для розвитку суспільства на рівні міста, країни та світу. Ключовими словами місій багатьох зарубіжних університетів, що займають високі позиції у світових рейтингах, є «передові дослідження», «наукові відкриття», «інновації». У зв'язку з цим провідні зарубіжні університети акцентують увагу на результатах останніх досліджень та дослідженнях, які тривають, що дозволяє утримувати високі позиції в національних світових рейтингах або набуті нових рангових позицій. Згідно думки Ф. Альтабаха та Дж. Салмі, науково-дослідний університет, особливо той, який прагне до найвищих світових стандартів, - це особлива установа, заснована на унікальному наборі ідей та принципів (The Road to Academic Excellence. The Making of World-Class Research Universities, 2011). С. Рейчерт зауважує, що у провідних європейських університетах впроваджуються спеціальні стратегії наукових досліджень, які становлять певну систему внутрішніх стимулів підвищення якості й кількості досліджень, визначення пріоритетів тематичних напрямів досліджень, покращення умов співпраці, розширення служб підтримки досліджень, інтенсифікації партнерських відносин з регіональними органами влади чи підприємствами тощо (Reichert, 2006).

Так, на сайті Вроцлавського університету (Польща), зазначається, що на сьогоднішній день Вроцлавський університет спрямовує значні зусилля на наукові дослідження. Успішність і перспективність досягнень науковців університету відзначено польським урядом, який значно збільшив фінансування на обладнання та на наукові дослідження (на 80% порівняно з попередніми роками). Університет підтримує своїх науковців, щороку проводячи конкурс «Золота серія з Університету Вроцлава», метою якого є підвищення наукового потенціалу працівників та студентів, залучення їх до активної наукової діяльності (Uniwersytet Wrocławski). У лабораторіях Університету Порту (Португалія) здійснюються наукові роботи відповідно до десятків дослідницьких програм. Університет Порту є лідером серед вишів Португалії з публікації статей у наукових журналах (більші 20%) (Universidade do Porto). Так, провідні університети Америки, Азії та Європи наголошують, в першу чергу, на результатах своїх наукових досліджень, проте, заклади вищої освіти, які не займають високих позицій у рейтингу ВебOMETРИКС, зосереджуються тільки на освітніх послугах.

На сайтах вітчизняних університетів найбільш популярною є така інформація щодо наукової діяльності: «Аспірантура й Докторантура», «Наукові проекти», «Наукові періодичні видання», «Спеціалізовані вчені ради», «Конференції». Провідні університети України розміщують інформацію щодо наукових шкіл та навчально-наукових лабораторій, наукових напрямів, міжнародного наукового співробітництва, календарів конференцій, міжнародних, всеукраїнських премій та конкурсів для науковців, наукових товариств студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених, підвищення кваліфікації науково-педагогічних співробітників, міжнародних грантів та проектів, студентських олімпіад, корисних посилань для публікацій



тощо. Загалом зазначена інформація є стандартною для багатьох вітчизняних університетів і водночас характеризує наукову діяльність певного університету. Проте, зважаючи на міжнародний рейтинг «Вебметричний рейтинг світових університетів» (Webometrics Ranking of World Universities), відповідно до якого ураховується наукові статті високої якості, виникає необхідність представлення передових наукових робіт науковців на вебсайті університету.

*Так, якість контенту вебсайту закладу вищої освіти підвищиться, якщо буде висвітлено інформацію, що дозволяє удосконалити освітню та наукову діяльність закладу вищої освіти.*

Згідно з четвертим критерієм «адміністративно-фінансова прозорість», нами було розглянуто інформацію щодо наявності нормативних, кадрових та фінансових документів, фінансових звітів, відомостей ліцензування та акредитації, склад ректорату. Така інформація розкриває особливості забезпечення дотримання принципів цільового та ефективного використання коштів, способів диверсифікації джерел, форм фінансування та оптимізації структури доходів, а також сприяє посиленню прозорості формування та витрачання коштів, формуванню нової фінансової культури університету. Фінансова звітність розкриває особливості підвищення ефективності використання фінансових та матеріально-технічних ресурсів закладу вищої освіти, способів соціального захисту учасників навчального процесу. Що стосується зарубіжних університетів, то наприклад на сайті Університету штату Джорджія (США) зазначається, що управління фінансових, бухгалтерських, касових та закупівельних послуг надає вчасну, точну та змістовну фінансову інформацію й консультації університетській спільноті, а отже представлено такими вкладками: «Accounting», «Budget & Planning», «Disbursements, Accounts Payable & Travel», «Enterprise Risk Management», «Financial Reporting & Asset Accounting», «Georgia State Marketplace», «Panther Mart», «Purchasing & Business Services», «Revenue, Receivable and Cashiering Services (RRCS)», «Spectrum Services», «Technology Manager - Comptroller's Office» (Georgia State University). Оприлюднення фінансової звітності дозволяє громадськості сприймати заклад вищої освіти як економічно забезпечений, самодостатній суб'єкт ринкових взаємовідносин, фінансово-господарської діяльності. Висвітлення економічних стимулів і соціальних гарантій для забезпечення умов найбільш повної особистісної і професійної реалізації працівників і студентів, максимального задоволення умовами праці та навчання також характеризує імідж університету.

*Отже, якість контенту вебсайту підвищиться, якщо розвиток та функціонування університету буде забезпечено прозорою системою фінансового та ресурсного планування, управління та звітності.*

Відповідно до п'ятого критерію «технічне оформлення» у ході розгляду вебсайтів зарубіжних університетів, які займають високі позиції у світових рейтингах, примітно, що на таких сайтах виважено розміщено на високому технічному рівні інформацію (обсяг текстів, оформлення ілюстрацій, відео, грамотна внутрішня перелінокка). Якісне технічне оформлення медіаконтенту вебсайту університету (фотографії, анімація, картинки, скріншоти, схеми, аудіозаписи, вебінари, майстер-класи, освітні ролики, віртуальні тури та ін.) привертає значно більше користувачів, що забезпечує просування як вебсайту закладу вищої освіти, так і університету загалом. Ми підтримуємо думку І.Тонкіх, що як правило, веб-менеджери серед ознак неякісного контенту будь-якого сайту називають: неповноту інформації або надлишок зайвої інформації, дублювання матеріалів з інших розділів того самого ресурсу, велику кількість неструктурованого тексту, публікацію великих фрагментів без підзаголовків та ілюстрацій, розміщення ілюстрацій дуже великих розмірів, використання нечитабельного шрифту (І.Тонкіх, 2018). Некорисна й застаріла інформація, велика кількість посилань,

необґрунтоване використання інформаційних технологій, одномовність, нерегулярний моніторинг гальмують просування сайту в освітньому просторі та знижують його конкурентоспроможність. Розміщення фото- та відео-матеріалів щодо представлення діяльності закладу вищої освіти мають бути зручні у процесі копіювання та завантаження. З огляду на це, зауважимо, що виникає необхідність здійснення внутрішнього SEO-аудиту вебсайту, за допомогою якого уможливлується оцінка конкурентоспроможності сайту закладу вищої освіти, що дозволяє визначити напрями розвитку й удосконалення щодо адміністрування сайту, генерування й управління інформаційним наповненням, забезпечення конфіденційності, цілісності та доступності інформації, дизайну сайту тощо. Зокрема, технічний SEO-аналіз дозволяє виявити помилки зовнішньої та внутрішньої оптимізації сайту. Унікальний дизайн, зручна навігація, корисна інформація є невід'ємними характеристиками якості технічного оформлення вебсайту закладу освіти.

*Отже, якість контенту вебсайту закладу вищої освіти підвищиться, якщо буде дотримано високий рівень технічного оформлення інформації.*

### **Висновки**

Отже, конкурентоспроможність вебсайту закладу вищої освіти залежить від якості контенту, який становить, у першу чергу, інтерес для інтернет-відвідувачів. Ураховуючи результати аналізу вебсайтів закладів вищої освіти різних країн, з'ясовано, що контент університету вміщує таку інформацію: візитівку навчального закладу, перелік надання освітніх послуг, особливості та результати навчальної й наукової діяльності університету, оголошення, новини, події університету, відомості щодо керівного та професорсько-викладацького складу, корисні інструкції (з подання заяви, подання публікацій, здійснення оплати за навчання, реєстрації тощо).

У ході дослідження вебсайтів університетів різних країн, з'ясовано, що якість контенту вебсайту закладу освіти підвищиться за умови розміщення актуальної унікальної текстової інформації різними мовами; відомостей щодо діяльності університету, які створюють привабливу пропозицію для населення; інформації, яка дозволяє удосконалити освітню та наукову діяльність університету; інформації щодо прозорості системи фінансового та ресурсного планування, управління та звітності та дотримання високого рівня технічного оформлення інформації.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у визначенні механізмів оцінювання якості контенту вебсайтів закладів вищої освіти та розробленні ідеальної моделі забезпечення якості контенту вебсайтів закладів вищої освіти.

### **Бібліографічні посилання:**

- Дубів, О.В. (2014). *Рейтинги Інтернет-присутності ВНЗ та шляхи зміцнення позицій у них на прикладі ДВНЗ «УжНУ»*. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/181>
- Іванов, Ю.В. (2010). *Проблеми конкурентоспроможності вищих навчальних закладів України: теорія і практика*. Полтава, Україна: РВВ ПУЕТ.
- Ольшанцева, Т.О., & Братченко, І.Г. (2013) *Методи підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг вищих навчальних закладів. I Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності держави, бізнесу та освіти в сучасних економічних умовах» (Полтава, 14-15 лютого 2013 рр.)* [http://www.confcontact.com/20130214\\_econ/2\\_olshantseva.htm](http://www.confcontact.com/20130214_econ/2_olshantseva.htm)

- Павленко, А. (2011). Університетська автономія в системі конкурентоспроможного розвитку вищої освіти. *Університетська освіта*, 1, 6-13.
- Тонкіх, І.Ю. (2018). Критерії якості контенту інтернет-медіа. *Обрії друкарства*, № 1 (6).
- Філіпова, Л. (2012). Аналіз контенту веб-сайтів українських центрів науково-технічної інформації з точки зору використання інтернет-сервісів. *Вісник книжкової палати*, 10, 1-6.
- Altbach, Philip G.; Salmi, Jamil. 2011. *The Road to Academic Excellence : The Making of World-Class Research Universities*. Direction in Development ; human development. World Bank. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2357>
- Brown University. <https://www.brown.edu/>
- Columbia university. <https://www.columbia.edu/>
- Georgia State University. <https://www.gsu.edu/program-cards/>
- Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu. <https://www.mwsl.eu/>
- Reichert, S. (2006). *Research Strategy Development and Management at European Universities*. <https://eua.eu/resources/publications/657:research-strategy-development-and-management-at-european-universities.html>
- Uczelnia Łazarskiego. <https://www.lazarski.pl/>
- Universidade do Porto. [https://sigarra.up.pt/up/pt/web\\_base.gera\\_pagina?p\\_pagina=home](https://sigarra.up.pt/up/pt/web_base.gera_pagina?p_pagina=home)
- University of Oxford. <http://www.ox.ac.uk/>
- University of Toronto. <https://alumni.utoronto.ca/alumni-networks/shared-interests/LGBTQ-Alumni>
- Uniwersytet Wrocławski. <https://uni.wroc.pl/>
- Don F. Westerheijden, Stensaker, B., & Maria Joao Rosa (Editor) (2007). *Quality Assurance in Higher Education: Trends in Regulation? Translation and Transformation*. Springer.
- Wyższa Szkoła Gospodarki. <http://www.wsg.byd.pl/strona-glowna.1.html>
- Yale University. <https://www.yale.edu/>

#### References:

- Dubiv, O.V. (2014). Reitynhy Internet-prysutnosti VNZ ta shliakhy zmitsnennia pozytsii u nykh na prykladi DVNZ «UzhNU». [*Ratings of the Internet presence of higher educational institutions and ways to strengthen their positions on the example of the State University «UzhNU»*]. <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/181> (in Ukrainian).
- Ivanov, Yu.V. (2010). *Problemy konkurentospromozhnosti vyshchyykh navchalnykh zakladiv Ukrainy: teoriia i praktyka* [*Problems of Competitiveness of Higher Educational Institutions of Ukraine: Theory and Practice*]. Poltava, Ukraine: RVV PUET. (in Ukrainian).
- Olshantseva, T.O., & Bratchenko, I.H. (2013) *Metody pidvyshchennia konkurentospromozhnosti osvitytikh posluh vyshchyykh navchalnykh zakladiv* [Methods of increasing of competitiveness of educational services of higher educational institutions]. *I Mezhdunarodnaia nauchno-praktycheskaia Ynternet-konferentsiya «Aktualnye voprosy rovysheniya konkurentospobnosty hosudarstva, byznesa y obrazovaniya v sovremennykh ekonomicheskyykh uslovyakh»* (Poltava, 14-15 fevralia 2013 h.) [http://www.confcontact.com/20130214\\_econ/2\\_olshantseva.htm](http://www.confcontact.com/20130214_econ/2_olshantseva.htm) (in Ukrainian).
- Pavlenko, A. (2011). *Universytetska avtonomiia v systemi konkurentospromozhnoho rozvytku vyshchoi osvity* [University autonomy in the system of competitive development of higher education]. *Universytetska osvita*, 1, 6-13. (in Ukrainian).
- Tonkikh, I.Iu. (2018). *Kryterii yakosti kontentu internet-media* [Criteria for the quality of online media content]. *Obrii drukarstva*, № 1 (6). (in Ukrainian).

- Filipova, L. (2012). Analiz kontentu veb-saitiv ukrainskykh tsestriv naukovo-tekhnichnoi informatsii z tochky zoru vykorystannia internet-servisiv [Filipova, L. (2012). Analiz kontentu veb-saitiv ukrainskykh tsestriv naukovo-tekhnichnoi informatsii z tochky zoru vykorystannia internet-servisiv. *Visnyk knyzhkovoï palaty*, 10, 1-6.]. *Visnyk knyzhkovoï palaty*, 10, 1-6. (in Ukrainian).
- Altbach, Philip G.; Salmi, Jamil. 2011. *The Road to Academic Excellence: The Making of World-Class Research Universities*. Direction in Development ; human development. World Bank. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2357>
- Brown University. <https://www.brown.edu/>
- Columbia university. <https://www.columbia.edu/>
- Georgia State University. <https://www.gsu.edu/program-cards/>
- Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu we Wrocławiu. <https://www.mwsl.eu/>
- Reichert, S. (2006). *Research Strategy Development and Management at European Universities*. <https://eua.eu/resources/publications/657:research-strategy-development-and-management-at-european-universities.html>
- Uczelnia Łazarskiego. <https://www.lazarski.pl/>
- Universidade do Porto. [https://sigarra.up.pt/up/pt/web\\_base.gera\\_pagina?p\\_pagina=home](https://sigarra.up.pt/up/pt/web_base.gera_pagina?p_pagina=home)
- University of Oxford. <http://www.ox.ac.uk/>
- University of Toronto. <https://alumni.utoronto.ca/alumni-networks/shared-interests/LGBTQ-Alumni>
- Uniwersytet Wrocławski. <https://uni.wroc.pl/>
- Don F. Westerheijden, Stensaker, B., & Maria Joao Rosa (Editor) (2007). *Quality Assurance in Higher Education: Trends in Regulation? Translation and Transformation*. Springer.
- Wyższa Szkoła Gospodarki. <http://www.wsg.byd.pl/strona-glowna.1.html>
- Yale University. <https://www.yale.edu/>

Kravchenko Olena

### Providing the quality of the content of the official websites of contemporary establishments of higher education

#### Abstract

The article argues that the relevance of providing the quality of the official website content of modern universities is predetermined by the objective requirements of the present day, such as the priority of the state policy in the field of integration of higher educational institutions into the European education space, the globalization of information technologies and increasing of the Internet activity among the population. The subject of the study is the features of the websites' information content of the universities from different countries. It is determined that the website content of a modern institution of higher education contains information on various types of university activities (educational, scientific, pedagogic, financial, and marketing). The content of websites of foreign and universities was analyzed according to the following criteria: language; informativeness; utility; administrative and financial transparency; technical design. The analysis of website content of various universities was carried out in accordance the availability of information of university's general characteristics, of the organization of the university's educational process and features of student life, of university's scientific activities, of ways of advertising and the formation of a positive image of an educational institution in the imagination of Internet visitors. The attention is focused on the features of the websites' information content of the leading foreign and domestic universities. The main distinctions are in the ways of positioning the institution in the future; outlining the competitive advantages of an educational institution and highlighting the opportunities for improving the quality of the educational process; popularizing the university's scientific activities, and identifying the ways to confirm the reputation of the university. It is proved that the development of top-quality content

---

contributes to the improvement of the image of the higher educational institution on the Internet, as well as increases the competitiveness of the university in the market of educational services both in the country and abroad. Awareness of the relevance of providing the quality of the official website content of the institution of higher education allows to tackle the problem of creating and distributing vital, unique, classified, and interesting information.

*Key words:* analysis; information; content, website, higher educational establishment, quality, educational and scientific activities of the university, Internet visitors.

---

#### Інформація про автора:

Кравченко Олена

- доктор педагогічних наук, доцент кафедри публічної служби та управління навчальними й соціальними закладами
- Україна
- ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м.Старобільськ
- ORCID ID 0000-0002-7955-3542
- E-mail: [olenakravchenko10@gmail.com](mailto:olenakravchenko10@gmail.com)

Kravchenko Olena

- Doctor of Pedagogical Science, Associate Professor of the Department of public service and management of educational and social institutions
- Ukraine
- Luhansk Taras Shevchenko National University, Starobilsk