

https://doi.org/10.31516/2410-5333.060.12¹

УДК 004.738.1.051:378.6(477.54-25)ХДАК](045)

В. О. Брусенцев

кандидат технічних наук, доцент, кафедра інформаційних технологій,
Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

vitalij.brusentsev@gmail.com

https://orcid.org/0000-0002-0020-4025

І. О. Побіженко

кандидат технічних наук, доцент, кафедра інформаційних технологій,
Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

irina_pob@ukr.net

https://orcid.org/0000-0002-0723-1878

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОФІЦІЙНОГО САЙТУ ХАРКІВСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ АКАДЕМІЇ КУЛЬТУРИ

Розглянуто роль офіційного сайту закладу вищої освіти та запропоновано план його оновлення. Виконано аналіз статистики Google і визначено показники, що впливають на кількість відвідувачів. Подано найпопулярніші запити для пошуку сайту ХДАК. Здійснено дослідження та порівняння результатів показників ефективності сайту ХДАК. Визначено основні пристрої, якими користуються відвідувачі сайту, та означено їх регіональну належність. Вказано проблеми і перспективи розвитку офіційного сайту ХДАК.

Ключові слова: офіційний сайт, ЗВО, ХДАК, показник, ефективність, користувач, відвідувач.

V. Brusentsev

Candidate of Technical Sciences, Assistant Professor, Information technologies department, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

I. Pobizhenko

Candidate of Technical Sciences, Assistant Professor, Information Technologies Department, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

THE EFFICIENCY AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE OFFICIAL SITE OF THE KHARKIV STATE ACADEMY OF CULTURE

The purpose of this article is to provide analysis of some current indexes of effectiveness of Kharkiv State Academy of Culture official website for its use and identification of the problems.

The methodology. The author used systematic and comparative approaches to study the performance of the website that influences its competitiveness.

The results. The main source of the reliable information for some applicants and some applicants for university education is an official website of the university and its official pages on social media. The analysis of the statistical data of the Google Search Console service allowed to obtain the complete information for

1 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

the last year about the data that influences the effectiveness and popularity of KSAC official website on the Internet. This article includes history of KSAC official website creation and development for the past 10 years. The role of the official website of the academy is considered and the website's update plan is suggested. Google statistics were analyzed and some metrics that affect attendance figure were found. The obtained data allowed us to conclude that it is necessary to check and update the contact information, to make it more convenient to see. The most popular queries for searching KSAC website have been identified. KSAC website results of the performance indicators were studied and compared. The most popular devices using by the website visitors and their regional affiliation were defined. This paper also describes the problems and the prospects of KSAC official website development. The study results can formulate the requirements for further development of the website and the support tools.

The scientific novelty. The author of this paper suggests us analyzing of the various Google indicators, which may influence the official website effectiveness.

The practical significance. The study results are important to provide a systematic approach to the development and improvement of the official website. In particular, the performance indicators considered in this paper can be used as a basis for further development of recommendations for increasing the popularity and clickability of the website.

Keywords: *official website, universities, KSAC, index, effectiveness, user, visitor.*

Постановка проблеми. Основним джерелом достовірної інформації для абітурієнтів й здобувачів вищої освіти є офіційний сайт закладу вищої освіти та його офіційні сторінки в соціальних мережах. За останні десять років сайти ЗВО стали головним інструментом, доступним для всіх відвідувачів у мережевому просторі, які надають актуальну інформацію для користувачів. Роль інформаційного джерела зростає з початком пандемії COVID-19 та змусила освітній процес перейти на змішаний формат навчання, інколи повністю дистанційний і залежний від своєчасно наданої інформації.

Функціонування офіційного сайту Харківської державної академії культури (<https://ic.ac.kharkov.ua>) демонструє необхідність щорічного оновлення його структури, розширення можливостей, додавання сучасних комунікаційних інструментів, приведення статичних сторінок до більшої динамічності та інтерактивності з метою підвищення ефективності функціонування закладу вищої освіти.

Аналіз статистичних даних сервісу Google Search Console дозволив отримати повну інформацію за останній рік про дані, які впливають на ефективність та популярність офіційного сайту ХДАК у мережевому просторі інтернету. Постійна боротьба серед закладів вищої освіти за перші місця в ТОП-10 інформаційно-пошукових систем приводить до самовдосконалення та конкурентоспроможності серед ЗВО. Таким

чином, слід визначити показники ефективності офіційного сайту Харківської державної академії культури, дослідити його вплив на відвідуваність та результативність з метою визначення сучасних проблем і подальшого їх усунення. Результати дослідження також можуть вплинути на ефективність адміністрування офіційних сторінок ХДАК у соціальних мережах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формуванню інформаційного освітнього простору закладу вищої освіти приділяло увагу багато науковців з метою підвищення ефективності надання інформації та самих освітніх послуг. Розглядається роль і значення вебресурсів у формуванні інформаційного освітнього простору закладу освіти (Буряк, Саприкіна, 2014). Визначено роль та значення контенту вебсайту закладу вищої освіти в межах вебометричних досліджень (Філіпова, 2014). Державні законопроекти теж регулюють вимоги до сайтів закладів освіти і постійно висувають нові рекомендації, вказані в Законі України «Про освіту» (2017). Також проводиться SWOT-аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища окремих вебсайтів закладів освіти з метою отримання чіткої і структурованої інформації стосовно переваг та недоліків, потенційних можливостей і зовнішніх загроз для вебсайту на ринку освітніх послуг (Таранішин, Калугіна, Сакун, 2019). Важливу роль для розвитку ефективності використання вебресурсів закладів освіти відіграє контент-аналіз структурних характеристик сайтів як комунікаційний засіб зв'язку з цільовою аудиторією (Фесенко, 2014; Berg, 2018). На жаль, наукових праць, присвячених аналізу показників ефективності та факторів, що впливають на конкурентоспроможність вебсайту ЗВО, нині бракує.

Мета статті — виконати аналіз чинних показників ефективності офіційного сайту Харківської державної академії культури стосовно його використання та визначити проблеми з метою їх подальшого усунення і зміцнення іміджу закладу вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною метою функціонування закладу вищої освіти є формування професійних навичок здобувачів вищої освіти. Але зараз, в епоху стрімкого розвитку інформаційних технологій, кожне ЗВО повинне мати інформаційну підтримку навчального процесу у вигляді сучасного вебсайту.

Нині основним каналом просування освітніх послуг закладів освіти є офіційний сайт, який перетворився на повноцінний інструмент комунікації як зі сторонніми користувачами, так і з внутрішніми. Заклади вищої освіти, що мають розвинені сайти, активно вбудовують у них різні онлайн-платформи і сервіси, які підтримують освітні та адміністративні процеси, такі як онлайн-розклад, електронні курси, електронний

документообіг, онлайн-конференції та ін. У цьому випадку важливе значення мають якісно розроблена структура сайту, зручність навігації, функціональність. Зростає популярність і мобільних версій сайту закладу освіти, а також мобільних застосунків для деяких його функцій. Офіційний сайт ЗВО стає основним джерелом отримання актуальної і достовірної інформації про навчальний заклад, особливо для абітурієнтів та їхніх батьків, а також для здобувачів, викладачів і науковців.

Дослідження сайту ЗВО краще виконувати з інформаційною відкритістю та з позиціонуванням з-поміж інших подібних закладів. Згідно зі статтею 30 Закону України «Про освіту», заклади освіти повинні формувати відкриті та загальнодоступні ресурси з інформацією про свою діяльність й оприлюднювати її на офіційному сайті. Водночас на своєму сайті заклад повинен надати відкритий доступ до різноманітної інформації (освітньої, наукової, управлінської, матеріально-технічної, кадрової, адміністративної, звітно-фінансової та ін.), відсканованих й оцифрованих повнотекстових документів з підписами та печатками. Правильне позиціонування сайту — це лише детальний багатокритеріальний аналіз інформаційної складової та елементів навігації сайту. Він дозволяє визначити позицію кожного ЗВО порівняно з іншими закладами освіти.

На сайті Харківської державної академії культури представлена його структура (факультети, кафедри, центри, відділи), нормативні документи. Для організації інформації використано метод таксономії (ієрархічна або деревоподібна структура), що є традиційним підходом під час упорядкування змісту за видами діяльності ХДАК. Наявний розділ, присвячений науковій діяльності, інформація для вступників та розділ для здобувачів вищої освіти. Новинний блок містить анонс і новини академії. Є також посилання на сторінки сайту в соціальних мережах. Подібна структура ресурсу допомагає користувачам швидко орієнтуватись і знаходити потрібну інформацію.

Аудиторія користувачів сайту ХДАК досить обширна — це абітурієнти та їхні батьки, здобувачі вищої освіти, випускники та працівники академії, учені з інших закладів освіти і країн. Причому, для міжнародного просування академія привертає абітурієнтів і вчених з іноземними паспортами, надаючи детальну інформацію про освітні програми, умови вступу та навчання англійською мовою.

Попередня версія офіційного сайту ХДАК (див. рис. 1) розроблена доцентом В. О. Брусенцевим з кафедри інформаційно-документних систем і узгоджена на ректораті. Вона функціонувала 5 років (з жовтня 2011 по грудень 2016), але вже на п'ятому році існування вимоги та побажання відвідувачів сайту вплинули на подальші пошук і розробку нової концепції та дизайну сайту. Навесні 2016 р. доцентом В. М. Чекштуріною з кафедри менеджменту соціально-культурної діяльності здійснено



Рис.1. Офіційний сайт ХДАК (жовтень 2011 – грудень 2016)

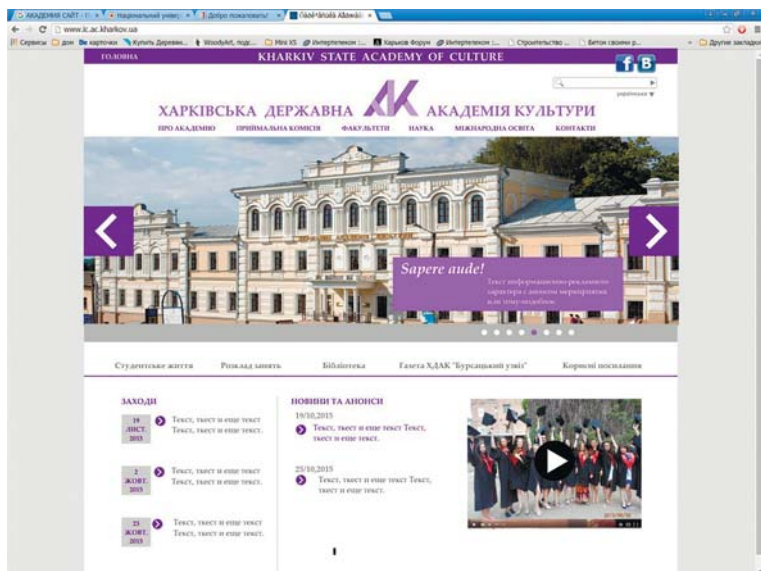


Рис. 2. Оригінал-макет офіційного сайту ХДАК (весна 2016)

опитування в соціальних мережах серед користувачів стосовно кольору, дизайну і логотипа та запропоновано оригінал-макет головної сторінки (див. рис. 2), але фінансові умови, які висунув розробник макету лише за дизайн, були неприйнятними для адміністрації ХДАК. У вересні того ж року доц. В. О. Брусенцев запропонував та представив на ректораті два дизайн-макети офіційного сайту ХДАК (див. рис. 3 (а) та (б)). З цих дизайнів обрано і затверджено варіант (б). Його почали використовувати з січня 2017 р. і лише у квітні 2021 р. на сайті для більшої зручності внесено зміни в навігаційне меню.

Дизайн сайту, концепція, структура, кольори, шрифти, технології з часом застарівають і користувачі звикають до них, що впливає на

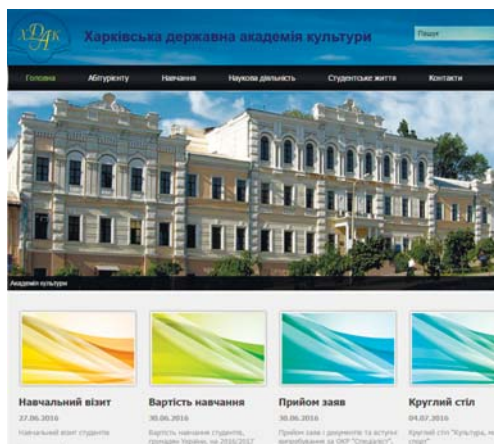


Рис. 3 (а)

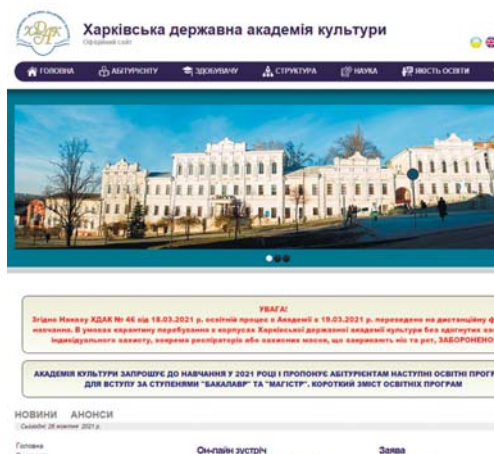


Рис. 3 (б)

Рис. 3 (а, б). Дизайн-макети офіційного сайту ХДАК (вересень 2016)

імідж організації. Кожні 5–7 років необхідно кардинально змінювати сайт, кожні 2–3 роки — оновлювати навігаційне меню та елементи SEO-підтримки. Постійно слід оновлювати головну сторінку сайту за допомогою новин, що приваблює інформаційно-пошукові системи і пошукових роботів, для подальшого індексування нових сторінок сайту й ранжування поточних сторінок та сайту загалом.

Постійно відбувається конкурентна боротьба між закладами вищої освіти за перші місця:

- у ТОП-10 інформаційно-пошукових систем (особливо Google, де Академія культури за різними пошуковими запитами потрапляє на перші місця);
- у національному рейтингу за даними офіційного сайту Webometrics (станом на липень 2021 р. ранг ХДАК за кількістю сторінок і посилань на сайт становить 169 з 314 по усій країні, на відміну від інших ЗВО: Академія дизайну і мистецтв (Харків) — 119, Київський національний університет культури і мистецтв — 130, Харківський національний університет мистецтв — 149, Львівська національна академія мистецтв — 182, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв — 201, Київська муніципальна академія естрадного та циркового мистецтв — 291, Київська академія мистецтв — 308);
- у рейтингу Google на основі відгуків відвідувачів (на момент дослідження наприкінці жовтня 2021 р. зафіксовано 134 відгуки, загальна середня оцінка — 4,4);
- у кількості публікацій Scopus, Web of Science та фахових видань, а також кількості цитувань та посилань на публікації.

Згідно з виконаним аналізом статистики Google, за період з березня по вересень 2021 р. зафіксовано достатньо велику кількість відвідувачів сайту ХДАК. Це доволі помітно під час певних заходів, що відбувались у ХДАК. Наприклад, у час днів відкритих дверей, приймальної кампанії, на початку навчального процесу фіксується зростання відвідувачів сайту. У таблиці 1 зібрана статистика за 4 показниками:

1. Кількість користувачів, котрі знайшли ХДАК у Google.
2. Кількість користувачів, котрі цікавилися як дістатися до ХДАК.
3. Кількість користувачів, котрі відвідали сайт ХДАК.
4. Кількість користувачів, котрі зателефонували до ХДАК.

Отримані дані дозволяють дійти висновку, що слід перевірити та оновити контактну інформацію, зробити її зручнішою для перегляду.

Таблиця 1

Статистика Google за кількістю користувачів

Показник Місяць	Знайшли ХДАК у Google	Як до ХДАК дістатися?	Відвідали сайт ХДАК	Зателефонували до ХДАК
Березень 2021	84155	154	526	32
Квітень 2021	62249	66	468	22
Травень 2021	68204	135	436	14
Червень 2021	83749	162	684	65
Липень 2021	120401	427	1293	104
Серпень 2021	99923	318	634	49
Вересень 2021	97037	207	700	28

За останні півроку найпопулярнішими запитами за місяць для пошуку сайту ХДАК є такі: «хдак» — 460–550 запитів, «хгак» — 210–230 запитів, «академия культуры Харьков» — 105–125 запитів. Цей результат може вплинути на семантичне ядро та SEO-підтримку сайту.

Також здійснено дослідження показників ефективності сайту ХДАК в онлайн-сервісі Google Search Console за 4 показниками:

1. Загалом кліків — дозволяє дізнатися, скільки разів користувачі переходили на сайт. Алгоритм цього підрахунку залежить від типу результатів пошуку.
2. Загалом показів — скільки разів посилання показано в результатах пошуку. Алгоритм розрахунку цього показника для зображень та інших типів результатів пошуку неоднаковий і залежить від того, чи потрібно було користувачеві прокручувати сторінку.
3. Середній CTR — це відсоток показів, які привели до кліків.
4. Середня позиція — це позиція в результатах пошуку з обліком даних за найвищою позицією, яку коли-небудь посідав цей ресурс. Під час визначення позиції враховуються такі функції, як каруселі та блоки знань.

Показники ефективності за різні проміжки часу наведено в таблиці 2, де можна помітити, що деякі значення показників залишаються постійними, але ці результати надають лише загальну оцінку показників. Детальніший помісячний аналіз показників, наведених у таблиці 3, засвідчив, що перехід на дистанційну форму проведення занять, наукових конференцій, днів відкритих дверей та інших заходів суттєво вплинув на зменшення перших трьох показників, а також це привело до збільшення останнього показника «Середня позиція».

Таблиця 2

**Показники ефективності офіційного сайту ХДАК
за різні проміжки часу**

Період	Загалом кліків	Загалом показів	Середній CTR	Середня позиція
За останні 12 місяців	14 тис.	382 тис.	3,7%	14,4
За останні 6 місяців	8,25 тис.	207 тис.	4%	15,3
За останні 3 місяці	7,49 тис.	178 тис.	4,2%	13,8
За останні 28 днів	2,74 тис.	65,9 тис.	4,2%	13,4
За останні 7 днів	508 тис.	13,8 тис.	3,7%	15,4

Таблиця 3

Показники ефективності офіційного сайту ХДАК помісячно за 2021 р.

Період	Загалом кліків	Загалом показів	Середній CTR	Середня позиція
Січень 2021	1,48 тис.	51,9 тис.	2,9%	13,7
Лютий 2021	477 тис.	16 тис.	3%	11,2
Березень 2021	64	2,35 тис.	2,7%	25,9
Квітень 2021	56	3,04 тис.	1,8%	34,6
Травень 2021	46	2,14 тис.	2,1%	25,6
Червень 2021	434	15,2 тис.	2,9%	22,9
Липень 2021	368	14,7 тис.	2,5%	27
Серпень 2021	513	17,6 тис.	2,9%	23,9
Вересень 2021	5,12 тис.	112 тис.	4,6%	11,3
1–23 жовтня 2021	1,8 тис.	46,1 тис.	3,9%	15

Подання показників ефективності за весь рік буде наочнішим у вигляді графіків, як показано на рисунку 4, відповідно до наведених показників.

Згідно з дослідженням пристроїв, якими користуються відвідувачі сайту ХДАК, визначено, що за весь рік 65,3% кліків зроблено на мобільному пристрої, 33,3% — на персональному комп'ютері і лише 1,4% — на планшеті. Це свідчить про те, що слід звернути увагу на версію офіційного сайту ХДАК мобільних пристроїв або реалізувати адаптивну верстку.

Дослідження відвідувачів сайту ХДАК за регіонами засвідчило, що більшість відвідувачів з України, але в десятку країн-походження запитів увійшли Росія, Казахстан, Білорусь, Молдова, Киргизстан, Польща, Німеччина, Узбекистан, США, Ізраїль.

Нині існує кілька проблем, які стосуються розробки офіційного сайту ХДАК:

1. У навчальному закладі мають бути свої фахівці, які зможуть зробити такий сайт, що потребує суттєвих витрат часу та фінансів. Однак сайт — це не статична структура, а динамічна, тому необхідні постійний супровід, розширення та оновлення. Постійна підтримка офіційного сайту потребує і кваліфікації, і часу. Водночас не завжди коректно відбувається доопрацювання сайту різними фахівцями, оскільки саме це призводить до того, що ніхто реально за сайт не відповідає. Якщо ж сайт веде одна і та ж людина, то це і плюс, і мінус одночасно, тому що від однієї людини все залежить, а вона може взяти відпустку, піти на лікарняний, звільнитися нарешті. У цьому випадку залежність від однієї людини не вигідна закладу освіти. Тому бажано створювати відповідний відділ або оновлювати наявний, з метою подальшого безперешкодного використання сайту закладу освіти в просторі мережі Інтернет протягом року цілодобово.

2. На сайті ХДАК доводиться розміщувати типову інформацію: накази, нормативні документи, різні списки (наприклад, абітурієнтів або здобувачів вищої освіти) тощо. Це все негативно позначається на його індексації пошуковими системами. Типовий одноманітний матеріал погано читається відвідувачами сайту. Кожен користувач намагається в наведеному контенті швидко знайти певний матеріал або інформацію, але не розуміє принцип її розміщення та алгоритм пошуку на сайті.

3. Вивести сайт у ТОП-10 видачі в пошукових системах сьогодні не просто і це потребує постійних часових та/або фінансових витрат. Часто для цього використовують кваліфіковану SEO-підтримку та створюють якісне семантичне ядро як для головної сторінки та всього сайту загалом, так і для окремих сторінок.

4. Нині одним з важливих показників якості сайту є його корисність і читабельність, т. зв. поведінковий фактор. Але коментарі зазвичай на сайтах ЗВО не прийняті, немає форми зворотного зв'язку для здобувачів вищої освіти.

5. Кожен сайт розробляється з використанням певних вебтехнологій, але не існує єдиної концепції з використання сучасних технологій під час створення сайту закладу вищої освіти, що призводить до подальшої залежності від цих вебтехнологій. Якщо змінюється розробник або супровідник сайту, то може змінитися навіть загальна концепція існування та оновлення сайту, що потребує значних витрат часу, до чого взагалі заклади вищої освіти не готові.

6. З роками сайт збільшується, з'являється більше файлів, папок, посилань, архівної інформації (наприклад, за останні 10 років сайт

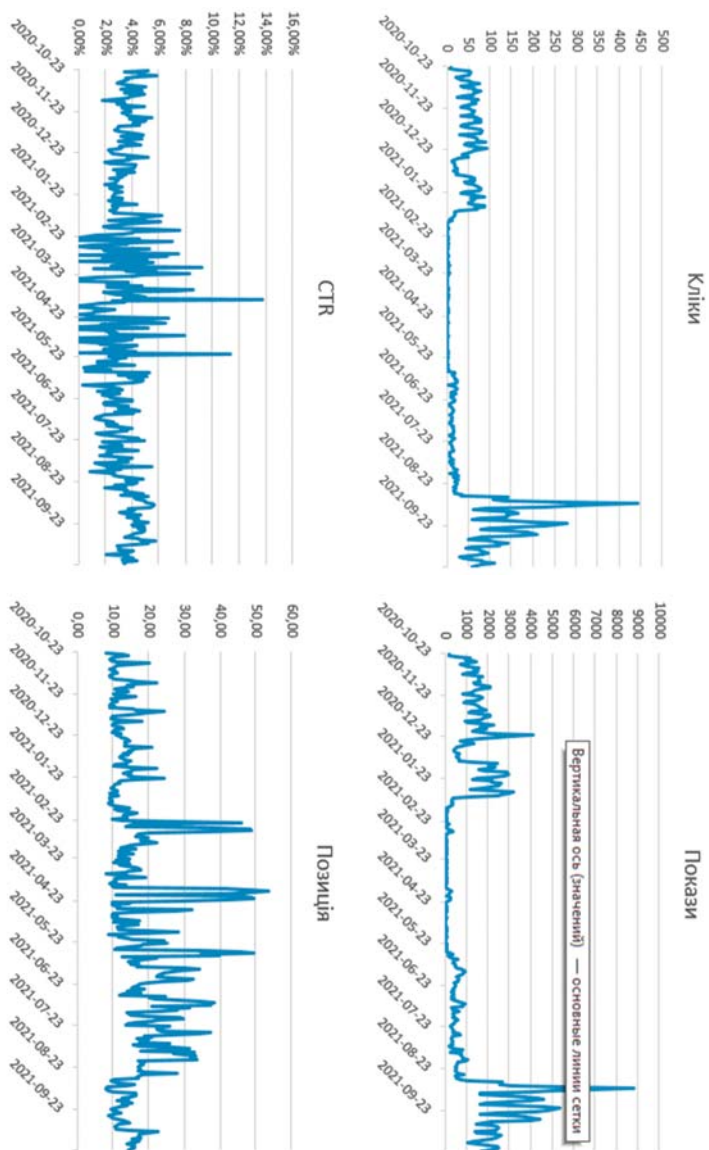


Рис. 4. Графіки показників ефективності офіційного сайту ХДАК помісячно за період з 23.10.2020 по 23.10.2021.

ХДАК зріс в обсязі з 200 Мб у 2010 р. до 2,8 Гб — у 2016 р., а у жовтні 2021 р. — у 7,81 Гб (1581 тека та 16 390 файлів)). Сайт ХДАК у січні 2016 р. зазнав деяких візуальних та змістовних змін, чому посприяли нові вимоги до оформлення сайтів закладів освіти, які вийшли у 2017 р., відповідно до статті 30 Закону України «Про освіту», яка містить вказівки про відкритий доступ до інформації та документів, і цей список постійно розширюється.

7. Навантаження на сервер та ресурси сайту постійно зростає. Наприклад, з початком пандемії COVID-19 сайт ХДАК та сторінки в соціальних мережах стали єдиним центральним інформаційним джерелом для усіх відвідувачів сайту академії, які виконують пошук необхідної інформації.

8. Сайти ЗВО змінюють структуру. Наприклад, у травні 2021 р. на сайті ХДАК змінилася структура навігаційного меню для зручнішого логічного пошуку, але налаштувати пошук по сайту немає можливості, що пов'язано з технічними можливостями сервера та використаних веб-технологій.

За результатами виконаного дослідження можна сформулювати вимоги для подальшого розвитку сайту ХДАК та інструментів підтримки:

- залучати користувачів для формування контенту ресурсу та сторінок з метою його просування в інтернет-просторі;
- розширювати застосування активних способів залучення уваги потенційної цільової аудиторії за допомогою банерів, відеороликів, можливості залишати коментарі;
- використовувати пошукову оптимізацію сайту (SEO), що дозволить адаптувати текстову інформацію сайту ХДАК до алгоритмів ранжирування в пошукових системах і забезпечити «видимість» сайту та окремих сторінок під час пошуку;
- створювати для кожного структурного підрозділу окремі сайти на безплатних ресурсах (наприклад, WIX, uCoz та ін.) з постійним оновленням та створювати сторінки в соціальних мережах.

Висновки. Результати виконаного дослідження свідчать, що офіційний сайт ХДАК має певну популярність серед користувачів, хоча є деякі недоліки, над якими здійснюватиметься подальша робота. Отримані результати демонструють необхідність постійного оновлення матеріалів сайту та окремих сторінок, постійне супроводження та нагадування про заходи ХДАК у різних соціальних мережах.

На жаль, неможливо виконати порівняння отриманих результатів зі статистики Google та показників ефективності сайту ХДАК в онлайн-сервісі Google Search Console з аналогічними даними інших ЗВО, насамперед культурно-мистецького спрямування, тому що цієї інформації

немає у відкритому доступі і її отримують лише адміністратори вебсайтів відповідних ЗВО.

Також потрібне періодичне нагадування про Академію культури під час творчих, наукових та спортивних заходів. Необхідне висвітлення на сайті зустрічей, майстер-класів, відкритих занять. У майбутньому розвиток сайту приведе до більшої популярності самого ЗВО в Україні та у світі, що дозволить збільшити кількість абітурієнтів, зацікавлених у навчанні у ХДАК, а також здобувачів вищої освіти.

Список посилань

- Буряк, О. О., Саприкіна, Т. Г. (2014). Значення веб-сайтів навчального закладу задля формування єдиного інформаційного освітнього простору. *Тенденції розвитку вищої освіти в Україні: європейський вектор : матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, м. Ялта, 20–21 березня 2014 р., 48–52.
- Верховна рада України. (2017, вересень 05). Про освіту: Закон України. № 2145–VIII. *Відомості Верховної Ради України*, 38–39, ст. 380.
- Таранішин, О. О., Калугіна, Н. А., Сакун, Г. О. (2019). Удосконалення роботи веб-сайту для зміцнення іміджу закладу вищої освіти. *Бізнес Інформ*, 11, 390–395.
- Фесенко, А. М. (2014). Веб-сайт як засіб комунікативної діяльності ВНЗ: проблема ефективності використання (на прикладі ВНЗ м. Миколаїв). *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія «Соціологія»*. (Т. 244, Вип. 232, 76–79).
- Філіпова, Л. Я. (2014). Вебометричні дослідження університетської науки та веб-сайт як засіб її репрезентування в Інтернет-просторі. *Вісник Харківської державної академії культури*. (Вип. 42, 90–99).
- Ranking Web of Webometrics (2021). *Ukraine*. www.webometrics.info. <https://www.webometrics.info/en/Europe/Ukraine%20>.
- Berg, J. (2018). A New Aspect of Internationalisation? Specific Challenges and Support Structures for Refugees on Their Way to German Higher Education. *European Higher Education Area: The Impact of Past and Future Policies*, 219–235. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77407-7_15.

References

- Buriak, O. O., Saprykina, T. G. (2014). The importance of educational websites for the formation of a single information educational space. *Tendentsii rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini: yevropeyskyi vektor: materials of the international scientific-practical conference*, Yalta, March 20–21, 2014, 48–52. [In Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2017, September 05). About education: Law of Ukraine. № 2145 — VIII. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 38–39, Art. 380. [In Ukrainian].

- Taranishin, O. O., Kaluhina, N. A., Sakun, G. O. (2019). Improving the website to strengthen the image of the institution of higher education. *Biznes Inform*, 11, 390–395. [In Ukrainian].
- Fesenko, A. M. (2014). Website as a means of communicative activity of the university: the problem of efficiency of use (on the example of the university of Mykolayiv). *Scientific works [Petro Mohyla Black Sea State University of the Kyiv-Mohyla Academy complex]. Sociology series*. (Vol. 244, Issue 232, 76–79). [In Ukrainian].
- Filipova, L. Ya. (2014). Webometric research of university science and the website as a means of its representation in the Internet space. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*. (Issues 42, 90–99). [In Ukrainian].
- Ranking Web of Webometrics (2021). *Ukraine*. www.webometrics.info. <https://www.webometrics.info/en/Europe/Ukraine%20>. [In English].
- Berg, J. (2018). A New Aspect of Internationalisation? Specific Challenges and Support Structures for Refugees on Their Way to German Higher Education. *European Higher Education Area: The Impact of Past and Future Policies*, 219–235. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77407-7_15. [In English].

Надійшла до редколегії 3.09.2021