

17. Клебанова Т.С. Эконометрия: учеб. пособие / Т.С. Клебанова, Н.А. Дубровина, Е.В. Раевна. — 2-е изд., испр. — Х.: ИД «ИНЖЭК», 2005. — 160 с.

В статье предложены рекомендации по совершенствованию методики оценки экономической безопасности страны. Аналитическое обеспечение дает возможность оценивать и сопоставлять страны мира по уровню экономической безопасности, в отличие от существующих, оно основано на сочетании международных индексов, характеризующих эффективность государственного управления.

Ключевые слова: экономическая безопасность, интегральный показатель уровня экономической безопасности страны, кластерный анализ.

The paper offered recommendations for improving the methodology for assessing the economic security of the country. Analytic software allows you to evaluate and compare countries in terms of economic security, in contrast to the existing, it is based on a combination of international indices, characterizing the efficiency of public administration.

Key words: economic security, an integral indicator of the level of economic security, cluster analysis.

Надійшло 7.02.2012.

УДК 004.738.5:378

О.В. Дашевская, Р.А. Калюжный, А.С. Васильчук

ИНТЕРНЕТ – СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ВУЗА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Авторы рассматривают интернет как современный инструмент продвижения высшего учебного заведения на рынке, привлечения иностранных студентов, повышения популярности и формирования позитивного имиджа. В статье проанализировано присутствие сайтов украинских вузов в сравнении с ведущими зарубежными в интернете. Авторы выделяют основные проблемы продвижения отечественных вузов в международном информационном пространстве.

Ключевые слова: вуз, интернет, сайт, международный рынок, информационное пространство, поисковые системы, индексирование.

*«Если вас нет в интернете, значит, вас не существует»
Бил Гейтс*

Введение. Глобализация международного пространства, интернационализация образования ставят перед украинскими вузами новые задачи по применению современных технологий не только обучения, но и привлечения студентов. Успешные университеты мира уже давно ведут конкурентную борьбу за абитуриентов, преподавателей, а их государства получают от этого социально-экономические выгоды. В Украине этот процесс только начинает зарождаться. Совсем недавно пришло понимание того, что высшее образование — это не государственная программа социальной помощи, а востребованный рынком продукт, который нуждается

ся в эффективной программе продвижения как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Развитие информационных технологий, а особенно интернета, показывает, что общество переходит к новому, информационно открытому, доступному и мобильному устройству. Использование информационных технологий в образовании стало нормой. Об этом свидетельствует и большое количество web-ресурсов, посвященных образованию, развитие e-learning, появление мобильных университетов и т. д. Интернет стал так называемым «открытым окном» между вузами и студентами разных стран. Очень часто студенты, в том числе и иностранные, впервые знакомятся с вузом через интернет. Сегодня практически все ведущие вузы мира и Украины имеют собственные интернет-сайты на нескольких языках. Однако если большая часть зарубежных высшей использует сайт как маркетинговый инструмент продвижения своих услуг на рынок, то отечественные вузы – как «модную фишку», необходимость, навязанную кем-то со стороны. Интернет еще не стал для украинских высшей эффективной технологией конкурентной борьбы.

Анализ публикаций. Проблеме развития образования посвящено много работ украинских ученых, например, Т. Боголюба, Я. Болюбаша, Н. Верхоглядовой, С. Каламбет, Т. Решетиловой, Н. Багаутдиновой и др.

Акцент на роли маркетинга в образовании делают в своих работах И. Балабанова, А. Подерегин, Т. Оболенская, Б. Холод, Е. Красовская. В большей своей части работы этих ученых посвящены рассмотрению комплекса маркетинга в высшем образовании, проблемам стратегического планирования и повышения конкурентоспособности вузов.

Использование информационных ресурсов в высшей школе рассмотрено в работах Г.В. Стеценко, В.В. Осадчего, М.З. Згуровского. Эти авторы рассматривают понятие образовательных интернет-ресурсов, возможности их применения в процессе обучения студентов.

С приобретением популярности в странах СНГ международного рейтинга Webometrics в некоторых вузах были созданы исследовательские группы по изучению присутствия и качества этого присутствия вузов в интернете (Государственный университет «Высшая школа экономики» (г. Москва, Россия), Сумской государственный университет (г. Сумы, Украина) и др.).

Как видно, сложившиеся тенденции и отсутствие системных исследований в данной области говорят о необходимости более глубокого изучения возможностей интернета с точки зрения маркетинговых коммуникаций украинских вузов, разработки механизмов применения интернета в маркетинговых программах высшей, адаптации информационного наполнения сайтов к условиям международной конкуренции на мировом рынке образовательных услуг.

Целью статьи является анализ присутствия некоторых украинских вузов в интернете в сравнении с ведущими зарубежными университетами, постановка основных задач по применению интернет-сайтов как маркетингового инструмента продвижения образовательных услуг на международный рынок.

Результаты исследования. Современное высшее учебное заведение не может на международном рынке эффективно привлекать студентов, не

будучи представленим в інтернеті. Хоча присутність в інтернеті і не є показателем якості надаваних послуг, однак служить одним із показателів іміджу, авторитетності, популярності вуза серед студентів, викладачів, роботодавців.

Webometrics – web-рейтинг світових університетів, який був запропонований лабораторією кіберметрії при Вищому раді з наукових досліджень Іспанії [1]. Основною метою даного рейтингу є показати міру включення університетів в інформаційне простір. Як критерії використовуються чотири показники:

1. Visibility (видимість – 50%) – кількість зовнішніх посилань на ресурс, проіндексованих в пошуковій системі Yahoo;

2. Size (розмір – 40%) – кількість web-сторінок, проіндексованих в пошукових системах Google, Yahoo, Bing, Exalead;

3. Rich files (цінні файли – 5%) – кількість pdf-файлів, проіндексованих в пошуковій системі Google;

4. Scholar (наукові роботи – 5%) – кількість доступних наукових робіт, проіндексованих Google Scholar і їх рівень цитування.

Згідно цьому рейтингу в січні 2012 р. перші позиції займають американські університети: Гарвардський університет, Массачусетський технологічний інститут, Стенфордський університет [1]. Українські вузи представлені майже всі (324 вищих навчальних закладів), але в основному займають середні і останні позиції (табл. 1).

Таблиця 1

Фрагмент рейтингу Webometrics (січень 2012 р.) [1]

Позиція в рейтингу	Назва університету, web-сайт	Size	Visibility	Rich files	Scholar
1	Harvard University / www.harvard.edu	1	4	26	1
2	Massachusetts Institute of Technology / http://web.mit.edu	3	1	3	3
3	Stanford University / www.stanford.edu	20	3	13	9
36	University of Oxford / www.ox.ac.uk	198	53	115	39
147	Московський державний університет імені М.В. Ломоносова / www.msu.ru	638	271	297	68
465	Томський державний університет / www.tsu.ru	1,794	528	827	444
538	Санкт-Петербурзький державний університет / www.spbu.ru	1,617	1,122	664	295
843	Білоруський державний університет / www.bsu.by	963	2,545	1,071	465
957	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» / http://kpi.ua	929	3,154	940	561
1248	Національний університет «Львівська політехніка» / www.lp.edu.ua	1,861	4,263	1,236	781
1747	Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова / www.npu.edu.ua	79	1,519	3,443	2,375
1922	Національний авіаційний університет / www.nau.edu.ua	2,979	1,615	4,064	2,176
1934	Київський національний університет імені Т.Г. Шевченка / www.univ.kiev.ua	725	11,925	657	874

Наиболее высокие позиции среди украинских вузов заняли Киевский политехнический институт (957) и Львовская политехника (1248). В 2000 лучших университетов мира, по версии Webometrics, также вошли: Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова (1747), Национальный авиационный университет (1922), Киевский национальный университет имени Т.Г. Шевченко (1934).

Наиболее популярны в Украине такие поисковые системы, как Google, Yandex, Yahoo, Rambler. Для анализа индексирования сайтов вузов в этих поисковых системах мы взяли 10 лучших университетов Украины, по версии Webometrics, 6 вузов г. Днепропетровска и сравнили результаты с лучшими зарубежными вузами, по версии того же web-рейтинга. Такой анализ проведен по адресам сайтов с помощью сервиса www.gcmsite.ru [2]. Результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2

Анализ индексации сайтов вузов в поисковых системах*

Название университета, web-сайт	Yandex	Rambler	Aport	Google	Yahoo
Harvard University / www.harvard.edu	357 тыс.	991 тыс.	7,621 млн	8,2 тыс.	10,1 тыс.
Massachusetts Institute of Technology / http://web.mit.edu	249 тыс.	265 тыс.	6,067 млн	3,8 млн	275 тыс.
Stanford University / www.stanford.edu	345 тыс.	2,0 млн	7,133 млн	1,82 млн	272 тыс.
University of Oxford / www.ox.ac.uk	13 тыс.	442 тыс.	7,127 млн	40,7 тыс.	15,9 тыс.
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова / www.msu.ru	13 тыс.	826 тыс.	8,262 млн	61,5 тыс.	1,58 тыс.
Томский государственный университет / www.tsu.ru	16 тыс.	443 тыс.	7,875 млн	49,3 тыс.	1,55 тыс.
Санкт-Петербургский государственный университет / www.spbu.ru	15 тыс.	304 тыс.	7,6 млн	116 тыс.	1,75 тыс.
Белорусский государственный университет / www.bsu.by	22 тыс.	109 тыс.	751,4 тыс.	99,4 тыс.	3,6 тыс.
Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт» / http://kpi.ua	39 тыс.	312 тыс.	2,307 млн	717 тыс.	13,2 тыс.
Национальный университет «Львовская политехника» / www.lp.edu.ua	17 тыс.	66 тыс.	707 тыс.	174 тыс.	4 тыс.
Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова / www.npu.edu.ua	15 тыс.	229 тыс.	566 тыс.	408 тыс.	2,3 тыс.
Национальный авиационный университет / www.nau.edu.ua	6,8 тыс.	25 тыс.	589,9 тыс.	44,3 тыс.	1 тыс.
Киевский национальный университет имени Т.Г. Шевченко / www.univ.kiev.ua	7 тыс.	562 тыс.	—	33,2 тыс.	3,6 тыс.
Львовский национальный университет имени И. Франко / www.lnu.edu.ua	25 тыс.	31 тыс.	566 тыс.	39 тыс.	7,3 тыс.
Донецкий национальный технический университет / http://donntu.edu.ua	5,1 тыс.	164 тыс.	278,5 тыс.	1,116 млн	32,7 тыс.
Донецкий национальный медицинский университет им. М. Горького / www.dsmu.edu.ua	3,9 тыс.	18 тыс.	—	15,2 тыс.	0,6 тыс.

Название университета, web-сайт	Yandex	Rambler	Aport	Google	Yahoo
Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова / http://onu.edu.ua	18 тыс.	227 тыс.	325,4 тыс.	1,450 млн	9,9 тыс.
Восточноукраинский национальный университет имени В. Даля / www.snu.edu.ua	3 тыс.	28 тыс.	—	8,1 тыс.	2,9 тыс.
Днепропетровский национальный университет имени О. Гончара / www.dnu.dp.ua	3,4 тыс.	4 тыс.	—	14,8 тыс.	2,9 тыс.
Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени В. Лазаряна / www.diit.edu.ua	2,4 тыс.	4 тыс.	—	8,7 тыс.	1,6 тыс.
ГБУЗ «Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры» / http://pgasa.dp.ua	1,7 тыс.	3 тыс.	—	19,3 тыс.	0,7 тыс.
Национальная металлургическая академия / http://dmeti.dp.ua	6,9 тыс.	7 тыс.	637,6 тыс.	40,2 тыс.	1,3 тыс.
Национальный горный университет / www.nmu.org.ua	1	1	1,866 млн	32,8 тыс.	0,5 тыс.
Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля / www.duep.edu	6,3 тыс.	7 тыс.	929 тыс.	135 тыс.	2,4 тыс.

*Составлено авторами по результатам исследований.

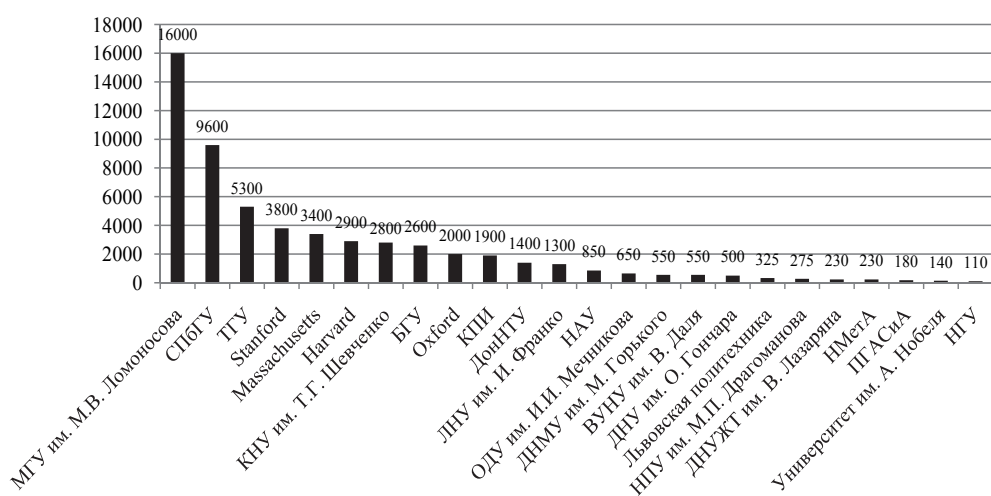
Из табл. 2 видно, что наибольшее количество проиндексированных в Yandex страниц имеют американские вузы — более 300 тыс. страниц, украинские же вузы сильно отстают и имеют средний показатель 10,1 тыс. проиндексированных страниц в данной системе. То же самое можно сказать и о трех ведущих российских вузах — их показатель не превышает 15 тыс. страниц. Несколько лучшие позиции отечественные вузы занимают в поисковых системах Aport и Google: средний показатель составляет 877,2 тыс. и 398,6 тыс. страниц соответственно. В то же время средний показатель 4 ведущих университетов мира в данных поисковых системах составляет 6,9 млн страниц в Aport и 1,4 млн страниц в Google, а показатели 4 ведущих университетов наших соседей — 6,1 млн страниц в Aport и 81,5 тыс. страниц в Google. Как видим, по индексации страниц в Google украинские вузы опережают своих российских и белорусских коллег, однако в 3 раза отстают от американских и английских. Ближе всего к мировым лидерам индексирования интернет-страниц в системе Yandex — Киевский политехнический институт и Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова, Rambler — Киевский национальный университет имени Т.Г. Шевченко, Aport — Киевский политехнический институт и Национальный горный университет, в системе Google — Донецкий национальный технический университет и в системе Yahoo — Донецкий национальный технический университет и Киевский политехнический институт.

Что касается днепропетровских вузов, то тут видно значительное отставание от украинских лидеров, хотя по индексации в некоторых поисковых системах есть и лидерство — Национальный горный универ-

ситет и Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля лидируют в системе Aport, занимая при этом 2-е и 3-е место после Киевского политехнического института.

Индексирование страниц не может служить единственным показателем для объективной оценки интернет-присутствия вузов. Для украинских сайтов характерно большее присутствие в русско- и украиноязычном интернет-пространстве, а наиболее активно используемая поисковая система — это Yandex. В связи с этим был проанализирован индекс цитирования сайтов в данной системе по всем анализируемым выше вузам (рис. 1). По нашему мнению, это более релевантный показатель, который позволяет сравнивать вузы между собой.

По показателю цитирования сайтов со значительным отрывом лидирует Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова и Санкт-Петербургский государственный университет, что неудивительно — это ведущие российские университеты.



Составлено авторами по результатам анализа [2].

Рис. 1. Индекс цитирования сайтов вузов в поисковой системе Yandex

Среди украинских вузов по данному показателю первое место занимает КНУ им. Т.Г. Шевченко, опережая при этом Оксфордский университет. Из представленного графика четко видно значительное отставание днепропетровских вузов: если у лидеров индекс цитирования от 1000 и больше, то днепропетровские университеты показывают результат в пределах 100–230, и только ДНУ им. О. Гончара — 500.

Проведенный обзорный анализ показывает незрелость интернет-сообщества Украины, малодоступность интернета, интернет-необразованность украинской высшей школы. В какой-то степени это можно объяснить информационной закрытостью нашей страны, с другой стороны — это непонимание коммерческого значения высшего образования и надежда на государственную поддержку в любом случае.

Інтернаціоналізація вищого образования привела к расширению международных образовательных программ, интеграции мировой науки, объединению и расширению международных университетов. Все это требует активной информационной поддержки с использованием международного языка общения – английского. Это не могло не найти своего отражения и в интернете. Почти каждый вуз сегодня представляет сайты на родном и английском (если он не родной) языках.

Проанализировав ссылки на названия университетов на разных языках, мы пришли к выводу, что именно английский язык тут выступает ключевым. Анализ ссылок на университеты по их названию на трех языках (украинском, русском и английском) показал, что мировые лидеры имеют в своем активе более 20 млн ссылок по названию университета на английском языке, в Украине же самый большой показатель 2–3 млн ссылок (табл. 3).

Из табл. 3 видно, что выделяется среди украинских вузов Национальный горный университет: 36 млн ссылок в системе Yandex, 158 млн ссылок – в Yahoo, 57,4 млн ссылок – в Google. Однако необходимо отметить, что релевантность ссылок не проверялась.

Таким образом, украинским вузам необходимо активнее разрабатывать англоязычные страницы своих интернет-сайтов, используя для этого англоязычный контент. Интересно, что на многих англоязычных страницах сайтов отечественных вузов, кроме названия и структуры сайта (страницы), другой информации на английском языке нет. Такая презентация не может способствовать позитивному имиджу университета в глазах не только международного сообщества, но и собственных студентов. Это может свидетельствовать только о языковой некомпетентности и, соответственно, неспособности вуза предоставлять качественные международные образовательные программы.

Для продвижения украинских вузов на международном рынке через интернет необходимо решить ряд проблем, которые на сегодня являются тормозящим фактором. Одним из ключевых факторов тут выступает признание интернета эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций вуза. И ведущими украинскими университетами это уже сделано.

Более конкретные задачи, которые нужно решить, – это:

1. Адаптация сайтов к международным стандартам: максимальная простота, доступность и полнота информации, качественная англоязычная версия.

2. Размещение научных материалов, программных комплексов, методической литературы, доступной для скачивания, а также аннотированных на английском языке.

3. Активизация участия профессорско-преподавательского состава и студентов в международных образовательных и научных интернет-сообществах.

4. Оптимизация сайтов под международные поисковые системы.

5. Индексация научных статей и изданий в базах данных, например, Google Scholar.

Решение этих задач позволит украинским вузам значительно улучшить свои позиции в международном информационном пространстве.

Таблиця 3

Ссылки в интернете на университеты по их названию (полному)*

Название университета	Украинский язык			Русский язык			Английский язык					
	Yx	G	Yh	R	Yx	G	Yh	R	Yx	G	Yh	R
Harvard University	—	—	—	—	2 млн	1,16 млн	67,6 тыс.	2 млн	27 млн	62,3 млн	154 млн	28 млн
Massachusetts Institute of Technology	—	—	—	—	520 тыс.	130 тыс.	56,8 тыс.	521 тыс.	20 млн	17,3 млн	87,1 млн	23 млн
Stanford University	—	—	—	—	497 тыс.	182 млн	13,2 тыс.	497 тыс.	18 млн	183 млн	128 млн	20 млн
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	—	—	—	—	8 млн	12,2 млн	1,67 млн	8 млн	2 млн	1,27 млн	410 тыс.	3 млн
Томский государственный университет	—	—	—	—	5 млн	983 тыс.	984 тыс.	6 млн	4 млн	1,25 млн	838 тыс.	5 млн
Санкт-Петербургский государственный университет	—	—	—	—	20 млн	3,21 млн	2,17 млн	2,1 млн	14 млн	2,19 млн	59 млн	15 млн
Белорусский государственный университет	—	—	—	—	8 млн	916 тыс.	1,48 млн	9 млн	6 млн	8,64 млн	1,92 млн	7 млн
Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»	719 тыс.	573 тыс.	46,9 тыс.	720 тыс.	4 млн	931 тыс.	2,37 млн	5 млн	3 млн	2,57 млн	101 тыс.	3 млн
Национальный университет «Львовская политехника»	388 тыс.	97,1 тыс.	88 тыс.	387 тыс.	442 тыс.	184 тыс.	33,4 тыс.	445 тыс.	785 тыс.	348 тыс.	65,2 тыс.	794 тыс.
Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова	418 тыс.	759 тыс.	26,5 тыс.	426 тыс.	819 тыс.	105 тыс.	18,5 тыс.	824 тыс.	101 тыс.	440 тыс.	5,6 тыс.	106 тыс.
Днепропетровский национальный университет имени О. Гончара	253 тыс.	63,1 тыс.	20,2 тыс.	256 тыс.	945 тыс.	58,2 тыс.	17,5 тыс.	946 тыс.	21 тыс.	110 тыс.	19,9 тыс.	48 тыс.
Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени В. Лазаряна	273 тыс.	46,7 тыс.	16,6 тыс.	276 тыс.	2 млн	114 тыс.	47,5 тыс.	2 млн	2 млн	158 тыс.	54,3 млн	2 млн
Национальный горный университет Украины	2 млн	53,4 тыс.	9,5 тыс.	3 млн	7 млн	666 тыс.	1,11 млн	8 млн	36 млн	57,4 млн	158 млн	37 млн
Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля	24 тыс.	11,9 тыс.	0,5 тыс.	27 тыс.	200 тыс.	115 тыс.	22,4 тыс.	205 тыс.	730 тыс.	2,7 тыс.	25,7 тыс.	5 тыс.

*Составлено авторами по результатам исследований в поисковых системах [3–6].

Выводы. Проведенный анализ показал, что интернет имеет огромное значение для продвижения вуза на международный рынок. Интернет повышает популярность вуза, способствует формированию позитивного имиджа среди абитуриентов, студентов, преподавателей и общества в целом. Для того, чтобы такой инструмент начал приносить пользу и украинским вузам, необходимо приложить определенные усилия: от анализа посещения сайта, происхождения трафика и наиболее популярного контента до SEO оптимизации под поисковые системы и таргетинга.

Список использованной литературы

1. Официальный сайт веб-рейтинга Webometrics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.webometrics.info
2. Система индексирования сайтов «GCM» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gcmsite.ru
3. Электронная поисковая система Yandex [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.yandex.ru
4. Электронная поисковая система Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.google.com
5. Электронная поисковая система Yahoo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.yahoo.com
6. Электронная поисковая система Rambler [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rambler.ru

Автори розглядають інтернет як сучасний інструмент просування вищого навчального закладу на ринку, залучення іноземних студентів, підвищення популярності і формування позитивного іміджу. У статті проаналізовано присутність сайтів українських ВНЗ порівняно з провідними зарубіжними в інтернеті. Автори виділяють основні проблеми просування вітчизняних ВНЗ в міжнародному інформаційному просторі.

Ключові слова: ВНЗ, інтернет, сайт, міжнародний ринок, інформаційний простір, пошукові системи, індексування.

Authors examine the internet as modern instrument of advancement of higher educational establishment at the market, bringing in of foreign students, increase of popularity and forming of positive image. In the article the presence of web-sites of Ukrainian Institutions of higher education is analyzed by comparison to anchorwomen foreign in the internet. Authors distinguish the basic problems of advancement of home Institutions of higher learning in international informative space.

Key words: Institutions of higher education, internet, web-site, international market, informative space, searching systems, code indexing.

Надійшло 14.02.2012.