

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ УСЛУГ

MODERN TRENDS OF THE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF THE SERVICE INDUSTRY

Научная статья
УДК 338.465.2
<https://doi.org/10.24143/2073-5537-2023-4-108-117>
EDN WTVYRI

Методические основы оценки качества сайтов образовательных организаций (на примере Владивостокского государственного университета)

Людмила Федоровна Степулёва[✉], Дана Максимовна Макарова

*Владивостокский государственный университет,
Владивосток, Россия, step.vl@mail.ru[✉]*

Аннотация. В настоящее время высшие учебные заведения ориентированы на продвижение своего имиджа в сети Интернет с целью занятия там определенной ниши для представления информации о себе. Благодаря возможностям информационной интернет-среды вузы способствуют повышению качества учебного процесса. Важным аспектом в формировании конкурентных преимуществ перед другими учебными заведениями является качество образовательных веб-ресурсов. Распределение научно-образовательных потоков регламентируется нормативными требованиями, имеющими огромное влияние на формирование качества сайтов высших учебных заведений. Выявлена важная роль проведения мониторингового процесса оценки качества сайтов образовательных учреждений для формирования рекомендаций по результатам оценки согласно предложенной методике. Методика основывается на теории заинтересованных сторон, где рассматриваются группы заинтересованных лиц по факту существования изучаемого объекта, косвенно или прямо влияющих на него. Разработана номенклатура показателей качества на основании выделения важных критериев для каждой группы, в данной работе – это студенты, родители, абитуриенты и сотрудники. Выявление показателей и значений их удовлетворенности служит фундаментом для проведения последующей оценки качества сайтов вузов по предложенной методике. Методика включает несколько этапов, точно отслеживающих все показатели в ходе ее использования. Проверка алгоритма оценки качества проведена на примере сайта ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет». Полученные данные систематизированы и рассчитаны по предложенной формуле с учетом всех заинтересованных групп. Результаты представляют практический интерес для систематической оценки качества сайтов образовательных учреждений и могут быть предложены к использованию.

Ключевые слова: оценка качества, научно-образовательная среда, сайт, комплексный метод, мониторинг, теория заинтересованных сторон, апробация методики

Для цитирования: *Степулёва Л. Ф., Макарова Д. М. Методические основы оценки качества сайтов образовательных организаций (на примере Владивостокского государственного университета) // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2023. № 4. С. 108–117. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2023-4-108-117>. EDN WTVYRI.*

Original article

Methodological foundations of educational organizations site quality assessment (for example Vladivostok State University)

Liudmila F. Stepuleva[✉], Dana M. Makarova

Vladivostok State University,
Vladivostok, Russia, step.vl@mail.ru[✉]

Abstract. Currently, higher education institutions are focused on promoting their image on the Internet in order to occupy a certain niche there for presenting information about themselves. Thanks to the possibilities of the information Internet environment, universities contribute to improving the quality of the educational process. An important aspect in the formation of competitive advantages over other educational institutions is the quality of educational web resources. The distribution of scientific and educational streams is regulated by regulatory requirements that have a huge impact on the formation of the quality of websites of higher educational institutions. The important role of the monitoring process of assessing the quality of educational institutions' websites for the formation of recommendations based on the evaluation results according to the proposed methodology is revealed. The methodology is based on the theory of stakeholders, where groups of interested persons are considered by the fact of the existence of the studied object, indirectly or directly influencing it. A nomenclature of quality indicators has been developed based on the allocation of important criteria for each group, in this work these are students, parents, applicants and employees. The identification of indicators and values of their satisfaction serves as a foundation for the subsequent assessment of the quality of university websites according to the proposed methodology. The methodology includes several stages that accurately track all indicators during its use. The verification of the quality assessment algorithm was carried out on the example of the website of the Vladivostok State University. The data obtained are systematized and calculated according to the proposed formula, taking into account all interested groups. The results are of practical interest for a systematic assessment of the quality of educational institutions' websites and can be offered for use.

Keywords: quality assessment, scientific and educational environment, website, integrated method, monitoring, theory of stakeholders, approbation of the methodology

For citation: Stepuleva L. F., Makarova D. M. Methodological foundations of educational organizations site quality assessment (for example Vladivostok State University). *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics. 2023;4:108-117.* (In Russ.). <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2023-4-108-117>. EDN WTVYRI.

Введение

Сегодня поток информации настолько велик, что необходимо изолировать и систематизировать ресурсы, необходимые для поиска нужной информации. По этой причине для студентов, сотрудников и общественности, интересующихся конкретным университетом, были созданы веб-ресурсы (сайты), представляющие всю информацию, которую ищет целевая аудитория в легкодоступной форме.

В настоящее время высшие учебные заведения выполняют роли конкурентов на рынке, связанном с информационно-научной сферой. Одним из инструментов повышения их конкурентных преимуществ являются веб-сайты как форма онлайн-активности. Следует учитывать роль официального сайта в деятельности образовательной организации и в формировании информационно-управленческой среды вуза. Для этого важно оценивать качество услуг, предоставляемых сайтом учебного заведения [1].

Важным аспектом при исследовании качества веб-ресурсов является рассмотрение всех заинтересованных сторон, той целевой аудитории, на которую направлено функционирование сайта.

Однако ожидание пользователей не соответствует определенным функциям веб-сайта, что свидетельствует об индивидуальности человеческого подхода к оценке качества.

На интересах и потребностях целевой аудитории должны быть сфокусированы усилия специалистов, отвечающих за состояние и качество наполнения и работы сайта. Качественный веб-сайт высшего учебного заведения создает комфортные условия соискателю для поиска необходимой информации и дальнейшей работы с ней. Общее впечатление, функциональность, внешний облик – вот некоторые параметры оценки сайта; способы раскрытия содержания сайта (структура сайта, навигация, дизайн), внешнее оформление (цветовое решение, шрифты, графическое и текстовое наполнение) могут рассматриваться как некоторые критерии оценки качества сайта.

Анализируя исследование [2], можно выделить утверждение о том, что отсутствуют общепринятые методы построения сайтов образовательных учреждений непосредственно с учетом запросов потребителей, т. е. тех эргономических характеристик, благодаря которым конечный пользова-

тель доволен использованием. Ранее Д. Б. Сугак в своем исследовании уже обозначал отсутствие единого стандарта, регламентирующего критерии создания и функционирования веб-сайтов и теоретической базы для обоснования научных подходов к проведению анализа веб-сайтов вузов [2].

На законодательном уровне Правительство Российской Федерации акцентирует внимание на закреплении ответственности за качество предоставляемых услуг с использованием современных научно-образовательных технологий, в данном случае сайтов образовательного учреждения. В дальнейшем был рассмотрен приказ Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ от 14.08.2020 № 831 «Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и формату представления информации» как один из методов нормативного регулирования деятельности исследуемого веб-ресурса [3].

Объект настоящего исследования – веб-сайт ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет» как элемент научно-образовательной сферы с точки зрения потребителя.

Предмет исследования – качество предоставляемых услуг изучаемого интернет-ресурса, позволяющее позиционировать в образовательном интернет-пространстве.

Целью исследования является разработка методических основ оценки качества сайта образовательного учреждения.

Для достижения поставленной цели потребовалось решить следующие задачи:

1. Изучить и проанализировать существующие методы оценки качества услуг.
2. Рассмотреть теорию заинтересованных сторон

и выявить основных стейкхолдеров исследования.

3. Разработать методику оценки качества веб-ресурсов образовательных учреждений на основе теории заинтересованных сторон.

Теоретические аспекты исследования методов оценки качества услуг

Внедрение мониторингового процесса оценки качества позволяет исследовать и повышать с эффективным результатом качество продуктов труда человека (в данной работе – услуги). Для научно-образовательной среды применима конкуренция ее компонентов, т. е. услуг, и чем выше их конкурентоспособность, тем лучше выполняются ожидания потребителей.

Следует рассмотреть понятие качества услуги и его уровня. По ГОСТ Р 50646-95, качество услуги – это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности клиента [4, 5]; по ГОСТ 15467-79, уровень качества – относительная характеристика качества продукции, основанная на сравнении совокупности показателей ее качества с соответствующей совокупностью базовых показателей [6].

Базовые показатели – это идеальные или лучшие значения показателей качества, найденные экспериментальным или теоретическим методом [7]. В статье не приведены общепринятые показатели, характеризующие сайт, а осуществлен отбор критериев методом группового интервьюирования целевой аудитории, поэтому «идеальными» (базовыми) характеристиками будем считать полное удовлетворение ими по пятибалльной шкале.

Для оценки уровня качества продукции применяют дифференциальный, комплексный или смешанный методы (табл. 1).

Таблица 1

Table 1

Сравнительный анализ методов оценки качества услуг
Comparative analysis of assessing the services quality methods

Характеристики для сравнительного анализа	Методы		
	дифференциальный	комплексный	смешанный
Оценка по единичным показателям	+	–	+
Оценка по обобщенным показателям	–	+	+
Результат оценки (в каком виде выражен)	Единичный параметрический показатель качества	Интегральный показатель качества / средневзвешенный показатель	Коэффициент качества
Обозначение результата оценки	Достижение услуги необходимого уровня параметра	Степень соответствия исследуемого объекта потребности покупателя по всему набору параметров	Способность товара конкурировать в определенных условиях рынка

Согласно табл. 1 наиболее приемлемым методом для исследования качества сайтов образовательных веб-ресурсов можно считать комплексный, т. к. затруднительно рассмотреть сайт с позиции каждого критерия, поэтому необходимо выделение их в один обобщенный показатель.

Комплексную оценку качества целесообразно проводить посредством выявления степени восприятия целевой аудиторией, т. к. их мнение и оценка влияют на качество сайтов вузов. Таким образом, следует рассмотреть теорию заинтересованных сторон.

В работах Ю. Е. Благова [8] и М. А. Петрова [9] подняты вопросы появления и становления теории заинтересованных сторон, рассмотрены исторические аспекты и отмечены авторы, упоминавшие первыми данный термин.

В русском языке наиболее приемлемо понятие «заинтересованная сторона», но благодаря Э. Фримену миру известен термин stakeholder в широком понимании, который позволяет использовать терминологию в различных контекстах и применять его ко всем группам, каким-либо образом относящимся к исследуемому объекту [10].

Основа теории заинтересованных сторон – выявление запросов целевой аудитории, изучение различных отношений между данными группами. Данная теория исследует, каким образом удовлетворенность группы услугой влияет на формирование ее качества. При этом интерес к данной услуге и влияние на нее – важные аспекты при изучении качества для дальнейшего его повышения, поэтому они должны быть исследованы и проанализированы [11].

Теория стейкхолдеров утверждает, что цели организаций должны принимать во внимание разнообразные интересы различных сторон, представляющие некий тип неформального объединения. Вуз выступает в качестве продавца образовательной услуги и должен понимать как структуру ее потребителей, так и их требования и предпочтения. Предложения на сайте вуза должны максимально соответствовать потребностям и ожиданиям целевой аудитории.

Для удержания организации на высоком месте на рынке производитель услуги обязан в незамедлительном порядке реагировать на перемены внутренней и внешней структуры. От выполнения данных действий, а также скорости принятия верных решений зависит результат, т. е. формирование таких обстоятельств, при которых бизнес обладал бы вероятностью благополучно завершиться [12].

Для определения критериев для последующей оценки необходимо в первую очередь выделить заинтересованные группы относительно факта существования исследуемого объекта данной работы, т. е. определить целевую аудиторию. Для опреде-

ления данных групп следует использовать параметры: влияние и заинтересованность [13].

Исходя из вышеперечисленного, было выделено несколько основных групп, влияющих на оценку качества сайтов образовательных учреждений. К ним относятся:

1. Государство: сайты образовательных учреждений уделяют особое внимание развитию своих электронных инструментов как возможности повышения привлекательности вуза и качества обучения. Правительство РФ считает важным регулировать этот вопрос на законодательном уровне, оказывая сильное влияние на определение качества данных ресурсов.

2. Студенты: возможность узнать последние новости жизни вуза, получить актуальную информацию о расписании и назначении конкурса на стипендию, бесперебойный доступ к личным данным – приоритетные задачи для данной группы, которые являются большей частью целевой аудитории.

3. Абитуриенты: данная группа – начальная стадия перед метаморфозой в категорию «студенты», поэтому выделение их как заинтересованной стороны считается необходимым для исследования качества интернет-ресурсов в научно-образовательной сфере.

4. Родители абитуриентов: сильное влияние на выбор учебного заведения оказывает референтная группа – «семья» [14]. Родителям, отправляющим своих детей, абитуриентов, на обучение, важно знать, в какую среду они попадут. Информация об инфраструктуре учебного заведения и разноплановости специальностей имеет большое значение для них.

5. Сотрудник/преподаватель: работа сотрудника учебного заведения связана с постоянным окружением информационных потоков о событиях вуза, особенно с начала пандемии, когда онлайн-формат обучения стал преимуществом в распределении образовательного контента. Сотрудник, желающий эффективно справляться со своими обязанностями, использует в качестве помощника веб-ресурс. Поэтому качество сайта формирует работоспособность сотрудника вуза.

6. Родители студентов: онлайн-контроль за успеваемостью и рейтинговой системой студента, заинтересованность в университетских событиях. Интерес родителей к итоговым и семестровым оценкам детей-студентов оказывает сильное положительное влияние на успеваемость, что стимулирует их хорошо учиться.

7. Стратегические партнеры вуза: среди сфер сотрудничества можно выделить научно-инновационное сотрудничество, прохождение студентами практик на их базе, участие представителей предприятий в экзаменационных комиссиях и модернизации учебных курсов и программ, целевое обучение студентов и трудоустройство выпускников.

8. Работодатели: вуз рассматривает востребованность своих выпускников как один из наиболее важных показателей своей эффективности. Цель взаимодействия вуза и работодателя – передать накопленные знания будущим специалистам и подготовить их к работе в бизнес-среде, задать ритм делового сообщества и показать возможные пути построения карьеры.

9. Государственные и частные предприятия, предлагающие конкурсы и гранты по проведению фундаментальных и поисковых научных исследований коллективами преподавателей, сотрудников и студентов вуза.

Важно также учитывать другие заинтересованные группы, которые в разной степени имеют отношение к сайтам образовательной организации. Например, для эффективной работы высшего учебного заведения необходимо тесное сотрудничество с индустриальными и стратегическими партнерами, создание базы карьерного выбора для студентов, что формирует запрос от работодателей на наполняемость сайта сведениями об их организации. Но, анализируя категории заинтересованных сторон, надо понимать, что для целесообразной оценки качества сайтов образовательных организаций необходимо сузить выборку целевой аудитории по степени важности. Поэтому работодатели, партнеры вуза, государственные предприятия, выдающие гранты, в силу низкого влияния и отношения к сайту не были включены в перечень изучаемых групп в данной работе. Заинтересованные стороны, выбранные авторами для оценки качества сайта, имеют высокую мобильность и готовы быстро реагировать на изменения уровня качества веб-ресурса.

Анализ нормативных документов, регламентирующих сайты образовательных учреждений

Для определения качества образовательного сайта, чья деятельность регламентируется нормативными документами (НД), необходимо было рассмотреть обязательные требования. В данном исследовании акцент был поставлен на содержимое/структуру/наличие определенной информации, свидетельствующих о полноте и широте предоставляемой услуги, чем больше разделов/категорий информации, тем выше данные характеристики.

Проанализирована законодательная база для создания краткой и структурированной таблицы требований к предоставлению информации, являющейся обязательной.

Рассмотрен приказ Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ от 14.08.2020 № 831 «Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и формату представле-

ния информации» [3].

Составлен перечень разделов с обязательной информацией:

- «Основные сведения»;
- «Структура и органы управления образовательной организации»;
- «Документы»;
- «Образование»;
- «Руководство. Педагогический (научно-педагогический) состав»;
- «Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса»;
- «Платные образовательные услуги»;
- «Финансово-хозяйственная деятельность»;
- «Вакантные места для приема (перевода) обучающихся»;
- «Доступная среда»;
- «Международное сотрудничество».

Выявлено, что большая часть требований является обязательной для исполнения и влияет на существование образовательного веб-ресурса. Меньшая часть требований относится к филиалам или дополнительным подразделениям, данные условия являются обязательными при наличии филиалов.

Отбор критериев для оценки качества сайтов образовательных учреждений на основании теории заинтересованных сторон

Для исследования важным показателем является выполнение требований НД, что будет определяться как бинарный показатель при условии: соответствует или не соответствует, а также средневзвешенный показатель качества – по мнению заинтересованных сторон (здесь рассматривается как количественный показатель удовлетворенности группы). Поэтому необходимо отобрать единичные критерии, формирующие обобщенный показатель. При анализе приказа Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ № 831 определены требования к структуре представления информации на сайте без учета потребительских предпочтений. В связи с этим существует ряд проблем, возникающих при использовании сайта: многие сайты созданы лишь для формальности, т. е. ради соответствия требованиям, без дальнейшей эксплуатации, информация предназначена не для всех категорий целевой аудитории, что существенно снижает интерес к нему [13].

Таким образом, к отбору критериев следует подходить с индивидуальной точки зрения посредством выявления мнения большинства, выделения значимых проблем в использовании веб-ресурсов в научно-образовательной сфере. В основу выбора должен быть положен подход на основе семантического и прагматического аспектов [13].

1. Семантический аспект связан со смысловым наполнением сайта, его структурой, необходимой

потребителю информацией. В частности, для абитуриентов и их родителей главным разделом считаются данные о проходном балле, наличии общежития, вакантных местах на нужную специальность и сведения о ней. Для сотрудника и студента весь смысловой аспект контента сайта положен на раздел «Портфолио», навигацию к важным документам (стипендии, учебно-методические работы).

2. Прагматический аспект подразумевает прак-

тическую оценку сайта с позиции его функциональной пользы для потребителя данной услуги, т. е. отражение потребительской удовлетворенности использованием веб-ресурса.

Посредством рассматриваемых подходов для отбора критериев были выбраны показатели, по которым будет осуществлена оценка качества сайтов образовательных учреждений. Данные критерии приведены на рис. 1.

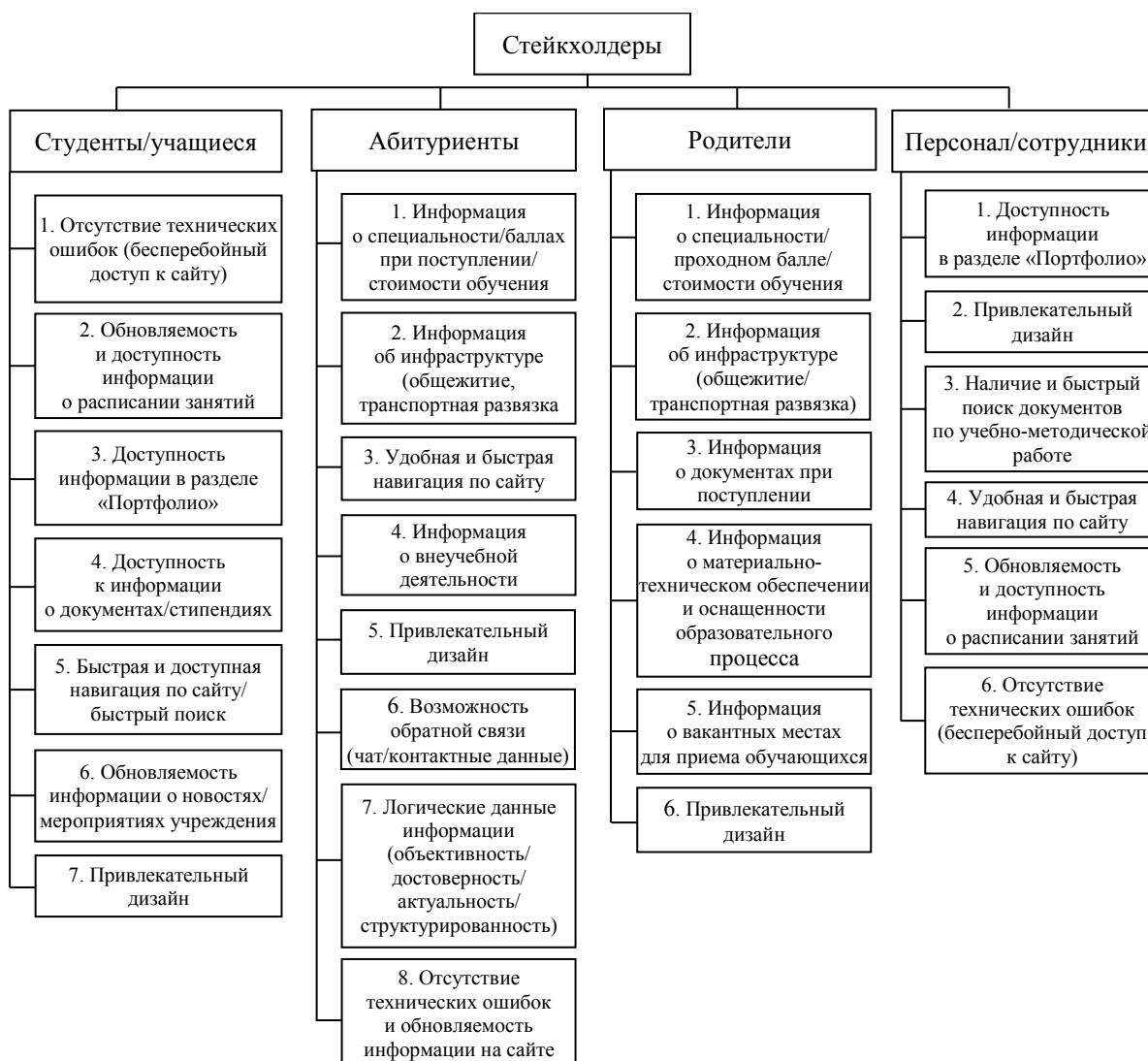


Рис. 1. Критерии для оценки качества образовательных сайтов

Fig. 1. Criteria of educational websites quality evaluating

Для каждой заинтересованной группы выделены по 6–8 критериев с основой на индивидуальном подходе использования функций сайта вуза. Отбор критериев проводился на основании опроса в форме группового интервьюирования с каждой заинтересованной группой для выделения наиболее важных для них требований к наполняемости сай-

та. Отмечено, что многие критерии совпадают для разных групп, можно предположить об их значимости над другими критериями. Например, критерий отсутствия технических ошибок и обновляемости информации на сайте – приоритетный для студентов, абитуриентов и персонала.

Разработка методики оценки качества веб-ресурсов образовательных учреждений

Согласно ГОСТ 28195-89, оценку программных средств можно осуществлять, используя различные методы: экспертный, расчетный, регистрационный и органолептический [15].

В настоящий момент на основе теоретической части и в результате проведения анализа требований, регламентирующих функционирование сай-

тов вузов, а также обоснованного отбора критериев можно предложить разработанную нами методику оценки качества сайтов вузов и апробировать ее на примере сайта ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет» (ВВГУ). Разработанный поэтапный план комплексной оценки качества сайтов образовательных организаций представлен на рис. 2.

Степулёва Л. Ф., Макарова Д. М. Методические основы оценки качества сайтов образовательных организаций (на примере Владивостокского государственного университета)

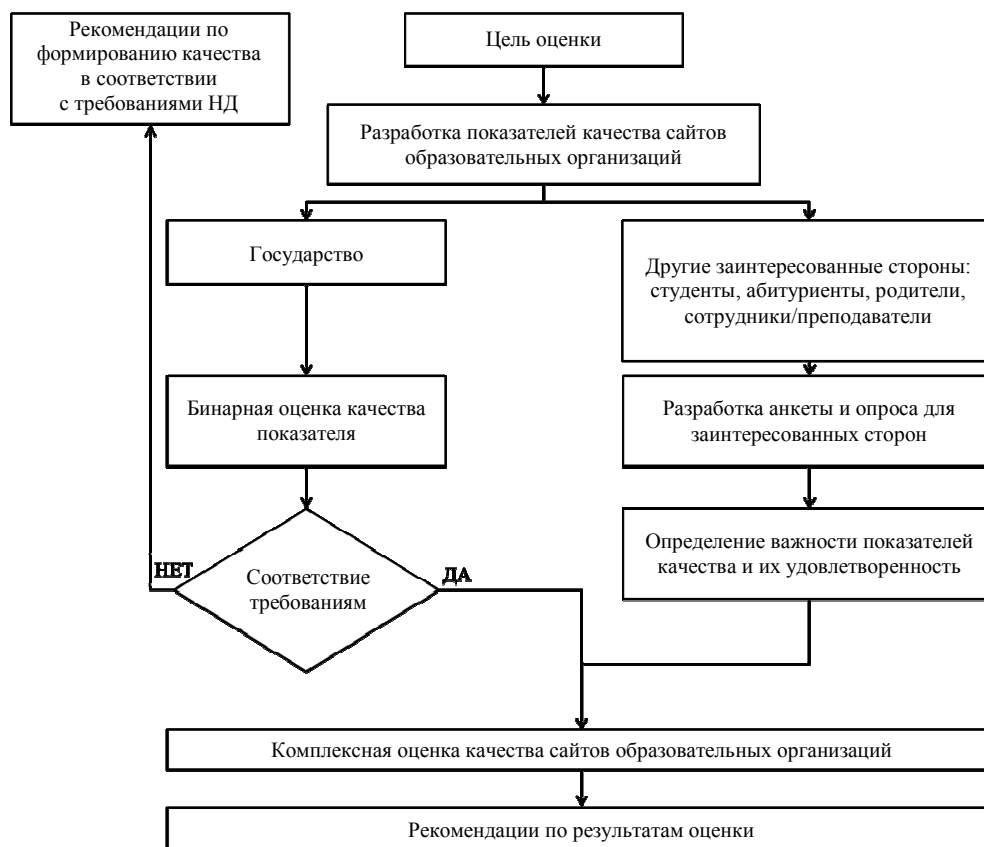


Рис. 2. Алгоритм оценки качества сайтов образовательных организаций

Fig. 2. Algorithm of educational organizations' websites quality evaluating

Данная методика состоит из нескольких этапов:

1. Обоснование цели оценки качества: необходимо осуществлять постоянный мониторинг над функционалом сайта и выявлять степень удовлетворенности целевой аудиторией.

2. На втором этапе производится формирование номенклатуры показателей качества. В работе на этапе изучения НД и рассмотрения семантического и прагматического подходов осуществлен отбор показателей качества сайтов научно-образовательной сферы.

3. Выделяются группы заинтересованных сто-

рон, имеющих значительный фактор влияния на повышение качества веб-ресурса через выявления степени удовлетворенности работой сайта. Были выделены пять групп заинтересованных сторон: государство, студенты, абитуриенты, родители и сотрудники.

4. Принимать решение о бинарности показателей качества можно, если выполняется условие: соответствие или несоответствие. Критерии, относящиеся к другим группам, кроме требований приказа № 831 [3], имеют субъективный характер, т. к. не представлены в общепринятых документах.

Отсюда следует, что соблюдение условий анализируемого приказа Федеральной службы – бинарный показатель, принимающий значение 1 или 0. Без выполнения данного критерия проведение оценки качества считается бессмысленным и предлагаются рекомендации по формированию качества относительно соответствия требованиям НД. Сайт ВВГУ соблюдает все вышеизложенные требования по наполняемости информацией и ее структуре, и дальнейшая апробация методики осуществима.

5. Для понимания степени важности и удовлетворения отобранными показателями разрабатывается анкета/опрос по пятибалльной шкале для дальнейших расчетов. Для оценки качества проведен опрос респондентов в количестве 293 человек,

$$K_{ок} = \prod_{i=1}^k O_{ин} \left(\sum_{a=1}^n m_a P_a + \sum_{s=1}^l m_s P_s + \sum_{t=1}^j m_t P_t + \sum_{p=1}^q m_p P_p \right), \quad (1)$$

где $O_{ин}$ – нормируемый показатель качества; m_a, m_s, m_t, m_p – значения важности единичных критериев для абитуриентов, студентов, сотрудников, родителей соответственно, %; P_a, P_s, P_t, P_p – значения удовлетворенности единичным критерием для абитуриентов, студентов, сотрудников, родителей в баллах; n, l, j, q – числа критериев, участвующих в оценке по параметрам.

Для сравнения полученного результата стоит отметить «идеальное» значение качества сайта учебного заведения, т. к. значение важности вычисляется в процентах, то максимальное значение будет считаться 100 %, аналогично максимальное значение удовлетворенности – 5 баллов. Значит, высокое качество будет соблюдаться при значении 20. На основании этого разработана шкала качества оценки сайтов образовательных организаций, представленная в табл. 2.

Таблица 2

Table 2

Шкала оценки качества
 Quality assessment scale

Баллы	Качество
1–4	Очень низкое
4–8	Низкое
8–12	Среднее
12–16	Выше среднего
16–20	Высокое

Следующим этапом проводим расчеты по формуле (1):

$$K_{ок} = 1 \cdot (3,518885 + 3,40262 + 3,47039 + 3,6215356) = 14,01343.$$

Согласно результатам расчетов значение уровня качества сайта ВВГУ составило $K_{ок} = 14,01343$,

являющихся целевой аудиторией. Данный опрос был пилотным, т. е. проводился в первый раз для апробации методики. Были выбраны четыре группы заинтересованных сторон: 171 студент (52,8 %), 47 абитуриентов (18,9 %), 47 родителей (18,9 %), 28 сотрудников/преподавателей (9,4 %).

6. На основании полученных результатов проводится комплексная оценка качества сайтов образовательных организаций. Следует уточнить, что использование коэффициентов весомости для ненормируемых показателей является необязательным, т. к. данные коэффициенты весомости равны. Оценка качества рассчитывается по разработанной нами формуле

данный показатель выше среднего, что характеризуется достаточной удовлетворенностью функционалом исследуемого веб-ресурса.

При этом следует отметить ряд несоответствий запросам потребителей к функционалу исследуемого сайта. Например, большая часть студентов выделила технические ошибки как наиболее проблемный аспект. Аналогично данная группа не удовлетворена навигацией по сайту. По комментариям из опроса можно сделать вывод, что навигация непонятная, трудная и неудобная при переключении между разделами. Сотрудники/ преподаватели отмечают затруднения при поиске необходимых документов, проблемы в разделе «Портфолио», связанные с отображением всех разделов и сложностью переключения на разделы без технических ошибок. Данные проблемы отмечены целевой группой как самые заметные и вызывающие неудобства при использовании сайта ВВГУ.

Заключение

Формированию социально значимых и профессиональных качеств личности в реалиях информатизации общества способствует образовательная деятельность, осуществляемая на базе информационных и коммуникационных технологий. Объединение всех данных условий представляет собой информационно-образовательную среду, поэтому мониторинг качества данного ресурса является важным и актуальным вопросом для образовательной организации.

Главным имиджевым инструментом для увеличения охвата целевой аудитории и повышения эффективности образовательного процесса является официальный сайт высшего учебного заведения, благодаря которому возможен быстрый доступ к информации научно-образовательной среды.

Для того чтобы удовлетворять запросы заинтересованных сторон по максимальным показателям, важно проводить контроль/мониторинг за структурой и наполняемостью поступающего контента, а также функционалом данного интернет-ресурса.

В настоящем исследовании на примере сайта ВВГУ разработана и апробирована методика оценки качества сайтов образовательных организаций на основе теории заинтересованных сторон. Данная методика может быть использована в качестве алгоритма для проведения с определенной периодичностью мониторинга качества в соответствии с правилом трех «д»:

– достоверность: государственное регулирование функционирования сайтов образовательных организаций;

– доступность: необходимые потребителю открытые сведения на русском языке и обязанность учебного заведения в предоставлении данной информации;

– достаточность: сведения должны быть доста-

точны для того, чтобы потребитель получил необходимую информацию, т. е. выполнение фактора удовлетворенности.

Выделены следующие недостатки функционала сайта ВВГУ с помощью опроса:

– для студентов: технические ошибки со входом, неудобная навигация по сайту, требования создания инструкции по переходу на определенные разделы;

– для сотрудников/преподавателей: требование улучшения обновляемости информации о расписании, проблемы с поиском документов, невозможность посмотреть расписание за прошедшие недели, неполадки с отображением раздела «Портфолио».

Оценка качества сайтов образовательных организаций на основании теории заинтересованных сторон посредством математических вычислений по разработанной методике предложена к использованию в высших учебных заведениях и апробирована на примере сайта ВВГУ.

Список источников

1. Неретина Е. А., Макарец А. Б. Web-сайт вуза как важный инструмент маркетинговых коммуникаций // Вестн. Южно-Урал. гос. ун-та. Сер.: Экономика и менеджмент. 2009. № 41 (174). С. 85–94.

2. Сугак Д. М. Веб-сайт кафедры в структуре единой информационной образовательной среды. СПб.: Фалкон Принт, 2012. 22 с.

3. Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и формату представления информации: Приказ Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки РФ от 14.08.2020 № 831 (с изм. и доп.). URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202011130032?ysclid=lnx67mn2mr333478201> (дата обращения: 03.03.2023).

4. ГОСТ Р 50646-2012. Услуги населения. Термины и определения. URL: <https://nko-expert.ru/assets/files/pdf/gost-r-50646-2012.pdf> (дата обращения: 03.03.2023).

5. Ломакина Ю. М., Кушников К. В. Комплексная оценка качества ИТ-услуг // Трансп. дело России. 2013. № 1. С. 167–170.

6. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200001719> (дата обращения: 03.03.2023).

7. Садовников И. В. Квалиметрия: учеб. пособие. Чита: Изд-во ЧитГУ, 2009. 150 с.

8. Благов Ю. Е. Р. Эдвард Фримен и концепция заинтересованных сторон (предисловие к разделу) // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Менеджмент. 2012. № 1. С. 109–116.

9. Петров М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. Менеджмент. 2004. № 2. С. 51–68.

10. Freeman R. E. Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman Publishing Inc, 1984. 276 p.

11. Когденко В. Г., Мельник М. В. Современное исследование в бизнес-анализе: экосистема компании, анализ охвата бизнес-моделей, возможностей воздействия роста // Регион. экономика: теория и практика. 2018. № 1 (448). С. 38–57.

12. Банникова Е. П. Методология определения ключевых стейкхолдеров и их требований // Хроноэкономика. 2019. № 1 (14). С. 19–22.

13. Федоркевич Е. В., Ветюшев В. О. Отбор критериев оценки качества сайтов образовательных организаций // Мир науки. 2017. Т. 5. № 2. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/43PDMN217.pdf> (дата обращения: 03.03.2023).

14. Коровина В. Д., Молдован А. А. Референтная группа и ее значение для потребительского поведения // Проблемы науки. 2019. № 11-2 (144). С. 37–39.

15. ГОСТ 28195-89. Оценка качества программных средств. Общие положения. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200009135> (дата обращения: 03.03.2023).

References

1. Neretina E. A., Makarets A. B. Web-sait vuza kak vazhnyi instrument marketingovykh kommunikatsii [The university's website as an important tool of marketing communications]. *Vestnik Iuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment*, 2009, no. 41 (174), pp. 85–94.

2. Sugak D. M. *Veb-sait kafedry v strukture edinoi in-*

formatsionnoi obrazovatel'noi sredy [The website of the department in the structure of the unified information educational environment]. Saint-Petersburg, Falcon Print Publ., 2012. 22 p.

3. *Ob utverzhdenii Trebovanii k strukture ofitsial'nogo saita obrazovatel'noi organizatsii v informatsionno-telekommunikatsionnoi seti «Internet» i formatu pred-*

stavleniia informatsii: Prikaz Federal'noi sluzhby po nadzoru v sfere obrazovaniia i nauki RF ot 14.08.2020 № 831 (s izmeneniiami i dopolneniiami) [On approval of the Requirements for the structure of the official website of an educational organization in the information and tele-communications network "Internet" and the format of presentation of information: Order of the Federal Service for Supervision of Education and Science of the Russian Federation dated 08/14/2020 No. 831 (with amendments and additions)]. Available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202011130032?ysclid=lnx67mn2mr333478201> (accessed: 03.03.2023).

4. GOST R 50646-2012. Uslugi naseleniia. Terminy i opredeleniia [GOST R 50646-2012. Public services. Terms and definitions]. Available at: <https://nko-expert.ru/assets/files/pdf/gost-r-50646-2012.pdf> (accessed: 03.03.2023).

5. Lomakina Iu. M., Kushnikov K. V. Kompleksnaia otsenka kachestva IT-uslug [Comprehensive assessment of the quality of OT services]. *Transportnoe delo Rossii*, 2013, no. 1, pp. 167-170.

6. GOST 15467-79. Upravlenie kachestvom produktsii. Osnovnye poniatii. Terminy i opredeleniia [GOST 15467-79. Product quality management. Basic concepts. Terms and definitions]. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/1200001719> (accessed: 03.03.2023).

7. Sadovnikov I. V. Kvalimetriia: uchebnoe posobie [Qualimetry: a textbook]. Chita, Izd-vo ChitGU, 2009. 150 p.

8. Blagov Iu. E. R. Edvard Frimen i kontseptsiiia zainteresovannykh storon (predislovie k razdelu) [R. Edward Freeman and the concept of stakeholders]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment*, 2012, no. 1, pp. 109-116.

9. Petrov M. A. Teoriia zainteresovannykh storon: puti

prakticheskogo primeneniia [Stakeholder theory: ways of practical application]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment*, 2004, no. 2, pp. 51-68.

10. Freeman R. E. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, Pitman Publishing Inc, 1984. 276 p.

11. Kogdenko V. G., Mel'nik M. V. Sovremennoe issledovanie v biznes-analize: ekosistema kompanii, analiz okhvata biznes-modelei, vozmozhnostei vozdeistviia rosta [Modern research in business analysis: company ecosystem, business model coverage analysis, growth impact opportunities]. *Regional'naia ekonomika: teoriia i praktika*, 2018, no. 1 (448), pp. 38-57.

12. Bannikova E. P. Metodologiiia opredeleniia kluchevykh steikkholderov i ikh trebovaniia [Methodology for identifying key stakeholders and their requirements]. *Khronoekonomika*, 2019, no. 1 (14), pp. 19-22.

13. Fedorkevich E. V., Vetoshev V. O. Otbor kriteriev otsenki kachestva saitov obrazovatel'nykh organizatsii [Selection of criteria for evaluating the quality of educational organizations' websites]. *Mir nauki*, 2017, vol. 5, no. 2. Available at: <http://mir-nauki.com/PDF/43PDMN217.pdf> (accessed: 03.03.2023).

14. Korovina V. D., Moldovan A. A. Referentnaia grupa i ee znachenie dlia potrebitel'skogo povedeniia [The reference group and its significance for consumer behavior]. *Problemy nauki*, 2019, no. 11-2 (144), pp. 37-39.

15. GOST 28195-89. Otsenka kachestva programmnykh sredstv. Obshchie polozeniia [GOST 28195-89. Evaluation of the quality of software tools. General provisions]. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/1200009135> (accessed: 03.03.2023).

Статья поступила в редакцию 04.05.2023; одобрена после рецензирования 19.09.2023; принята к публикации 24.10.2023
The article was submitted 04.05.2023; approved after reviewing 19.09.2023; accepted for publication 24.10.2023

Информация об авторах / Information about the authors

Людмила Федоровна Степулёва – старший преподаватель кафедры маркетинга и торговли; Владивостокский государственный университет; step.vl@mail.ru

Liudmila F. Stepuleva – Senior Lecturer of the Department of Marketing and Trade; Vladivostok State University; step.vl@mail.ru

Дана Максимовна Макарова – студент направления 38.03.07 «Товароведение»; Владивостокский государственный университет; Makarova.D@vvsu.ru

Dana M. Makarova – Student, training area 38.03.07 "Commodity research"; Vladivostok State University; Makarova.D@vvsu.ru

