



Рисунок 1 – Модель вибору типу вуличних світильників за багатьма критеріями

Отже, проблема енергоефективного освітлення є актуальною, необхідність її розв'язання диктуються економічними та соціальними процесами, які відбуваються в нашій країні.

Волошин О. С.

Магістр Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

ВИБІР КРИТЕРІЇВ ДЛЯ ОЦІНКИ САЙТУ ПІДПРИЄМСТВА

Інформаційні технології стрімко змінюють обличчя сучасного підприємства. Все більша кількість підприємств починає активно використовувати можливості, що відкриваються при грамотному використанні мережі Інтернет, web-сайту підприємства. Сьогодні web-сайт –

це головне маркетингове послання підприємства в Інтернет. Звідси підприємство починає наступ на нові ринки. З точки зору маркетингу Web-сайт – це щось на зразок візитної картки підприємства [1].

Розглянемо основні критерії, які використовуються сервісами web-аналітики для оцінки сайту підприємства [1, 2]. Всі критерії можливо поділити на сім груп [2].

Група «Перші враження». Непрофесійність, непривабливість та низька швидкість завантаження web-сайту підприємства зменшують кількість потенційних користувачів. Для оцінки перших вражень від web-сайту підприємству можна застосовувати такі критерії:

- URL-адреса – має бути короткою та простою;
- час завантаження (розмір головної сторінки) – найважливіший фактор у відчуттях ефективності роботи не тільки web-сайту;
- зовнішній вигляд – сторінки повинні легко читатися, бути ясними і легкими для розуміння;
- унікальна пропозиція – надзвичайно важливо, щоб користувач усвідомив, що web-сайт підприємства є для нього потенційно корисний;
- можливість прийняття рішень – web-сайт підприємства повинен бути інтерактивним і заохочувати користувачів до роботи з підприємством;
- наявність на web-сайті підприємства ліцензій та дозволів на діяльність підприємства, що забезпечать довіру користувача;
- надання контактної інформації, адреси електронної пошти та телефонних номерів дозволяє відчувати користувачу довіру при використанні web-сайту підприємства.

Друга група «Навігація». Пошук інформації на web-сайті підприємства має вирішальне значення для користувача. До критеріїв оцінки якості навігації на сайті належать:

- простота навігаційна система, яка повинна бути інтуїтивно зрозумілою та простою у використанні;

–мапа сайту повинна бути зрозумілою та надавати альтернативну можливість пошуку інформації;

–можливість повернення на головну сторінку з будь-якої іншої сторінки;

–непрацюючі посилання відлякують користувачів і створюють непрофесійний образ підприємства;

–використання фреймів – ускладнює навігацію сайту.

Третя група «Зміст». Зміст – найважливіша складова успіху будь-якого інтернет-проекту та web-сайту підприємства зокрема. Для оцінки актуальності та оригінальності інформації, яка розміщена на web-сайті підприємства, слід використовувати такі критерії:

– корисність інформації – документи, що представлені на web-сайті, повинні бути високої інформаційної якості;

– ступінь обґрунтованості інформації – інформація, опублікована на web-сайті, в цілому оцінюється за наявністю такої інформації, як: інформація про особу, яка несе відповідальність за сторінку, кваліфікація цієї особи; дата створення й оновлення сторінки; інформація щодо рубрик сайту, ілюстрації; характеристика джерел інформації та фактичних даних;

– використання графіки – графіка повинна збільшувати продуктивність web-сайту, а не зменшувати її без надання будь-яких реальних вигод для користувачів, використання анімації, використання аудіосупроводу;

– актуальність – документи і матеріали сайту повинні постійно оновлюватися.

Четверта група «Поширеність». До критеріїв, за допомогою яких можна оцінити поширеність ресурсу, слід віднести:

– адреса web-сайту підприємства повинна бути інтуїтивно зрозумілою та бути схожою на назву підприємства чи бренду;

– інтуїтивні ключові слова – це стратегічно важливі ключові слова для пошуку інформації;

– використання мета-тегів – дозволяє підвищити поширеність web-

сайту підприємства в пошукових системах;

- онлайн-реклама – застосування банерів для оптимізації переходів;
- наявність функції «рекомендувати другу».

П'ята група «Встановлення контакту». Всі бізнес-операції вимагають певного рівня комунікації між зацікавленими сторонами. Тому життєво необхідними критеріями оцінки комунікації на web-сайті підприємства є наявність на сайті електронної адреси для листування, наявність відгуків, запитів, автоматичних відповідей, контактних телефонів.

Шоста група «Сумісність браузерів». Web-сайт підприємства повинен враховувати різноманіття інтернет-браузерів, які пропонуються на ринку.

Сьома група «Надійність сайту», тобто здатність web-сайту підтримувати онлайн-режим роботи. Для оцінки надійності можна використовувати такі критерії, як кількість переходів сайту в офлайн-режим, підтвердження запитів, можливість заповнення форм маркерами тощо.

Література:

1. Пилат О. Ю. Критерии качества мультимедийных технологий / О. Ю. Пилат, И. В. Огирко // Сборник «Мультимедийные технологии в образовании» – Киев: Изд-во Национального образовательного университета, 2011.– С. 54.
2. Методи оцінювання usability інтерфейсу користувача [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/22778/1/34-Kirilenko-244-256.pdf>.