

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ САЙТОВ ОРГАНИЗАЦИЙ БЕЛКООПСОЮЗА

В статье предлагается методика оценки сайтов организаций Белкоопсоюза с использованием метода аналитической иерархии и экспертного оценивания.

The article proposes a methodology for evaluating the sites of Belcoopsoyuz organizations using the method of analytical hierarchy and expert assessment.

*Ключевые слова:* сайт; критерии оценки сайтов; экспертное оценивание.

*Key words:* site; site evaluation criteria; expert assessment.

Сайт организации – важный компонент ее деятельности. Каждый областной союз потребительских обществ Белкоопсоюза имеет свой сайт:

- Белорусский республиканский союз потребительских обществ – bks.gov.by;
- Брестский областной союз потребительских обществ – www.brest.bks.by;
- Витебский областной союз потребительских обществ – www.vitops.bks.by;
- Гомельский областной союз потребительских обществ – www.gomops.by;
- Гродненский областной союз потребительских обществ – oblpo.by;
- Минский областной союз потребительских обществ – www.minops.bks.by;
- Могилевский областной союз потребительских обществ – www.mogops.by.

Предлагается проводить оценивание сайтов с использованием метода аналитической иерархии и экспертного оценивания [1; 2].

Для тестирования всех сайтов создается экспертная группа, которая для оценивания качества сайта определяет критерии. В качестве критериев оценки сайтов организаций Белкоопсоюза экспертной группой были приняты следующие критерии:

1. Дизайн сайта – совокупность графических элементов, шрифтов и цветов, реализованных на сайте.
2. Навигация – удобство пользования сайтом, прозрачность его структуры.
3. Контент – наличие информационного обеспечения пользователей сайта.
4. Интерактивность – наличие и качество интерактивного функционала сайта, в том числе, его коммуникационные возможности.
5. Видимость – доступность сайта в Интернет, т. е. анализ сайта с точки зрения технических характеристик доступности для пользователя.

Дизайн играет значительную роль в формировании образа сайта в целом, становится одним из решающих факторов по формированию первого впечатления пользователя. Для оценки сайта по данному критерию были выбраны следующие характеристики (подкритерии):

- стилевое оформление;
- читабельность;
- сочетаемость оформления с подсайтами;
- удобство просмотра;
- кроссбраузерность.

Навигация оценивается как доступность перемещения по сайту, удобство его структурирования, наличие основных разделов сайта «в шаговой доступности». Для оценки сайта по данному критерию были выбраны следующие характеристики:

- карта сайта;
- переход на сторонние ресурсы;

– наличие «хлебных крошек» (элементов навигации по сайту, которые представляют собой путь от корня сайта, до текущей страницы, на которой в настоящий момент находится пользователь);

– поисковая система (ее работоспособность);

– удобство навигации.

Третий критерий оценки сайтов «Контент» – это информационное наполнение ресурса. Для оценки сайта по данному критерию были выбраны следующие характеристики:

– контактная информация;

– основная информация (документация).

Четвертый критерий «Интерактивность» оценивался на наличие и качество интерактивных сервисов по следующим характеристикам:

– обратная связь;

– ссылки на социальные сети;

– подписка на новости;

– обновляемость;

– внутренняя навигация;

Пятый критерий рейтингования «Видимость» – доступность сайта в Интернете – оценивался на наличие важнейших технологических характеристик и элементов сайта, обеспечивающих доступность пользования сайтом. Оцениваемые параметры:

– Яндекс;

– Google.

Перечень критериев и характеристик сайта для оценивания размещены в таблице.

**Список характеристик по критериям**

Характеристики	Описание
<b>«Дизайн»</b>	
1. Целостность стилового оформления	Все страницы сайта имеют одинаковую цветовую гамму. Цветовая гамма совпадает с цветами фирменного стиля. На сайте всего от 1 до 3 шрифтов
2. Читательность шрифта	Шрифт без засечек (в том числе в заголовках). Размер шрифта при первом заходе на сайт 9–16. Есть возможность поменять шрифт/размер
3. Сочетаемость с оформлением подсайтов	Соответствие подсайтов единому корпоративному стилю по цвету. На любой странице подсайта есть возможность видеть и перейти на главную страницу сайта
4. Удобство просмотра фотографий/видеофайлов	Фотографии открываются в виде фото галереи, с возможностью увеличения. Есть возможность посмотреть фото в режиме слайд шоу. Видео возможно посмотреть. Время загрузки фото/видео не больше 2 минут
5. Кроссбраузерность	Возможность качественного просмотра сайта в различных браузерах: Internet Explorer; Firefox; Opera; Google Chrome; Safari
<b>«Навигация»</b>	
1. Наличие карты сайта	Наличие карты сайта
2. Предупреждение при переходе на сторонние ресурсы и файлы	Указание на формат файлов, доступных для скачивания. Если есть гиперссылка на сторонний ресурс, есть соответствующий значок. Гиперссылки открываются в новом окне
3. Наличие «хлебных крошек»	Навигационная цепочка (Навигационное меню, «Хлебные крошки») – элемент навигации по веб-сайту, представляющий собой путь по сайту от его «корня» до текущей страницы, на которой находится пользователь
4. Работоспособность поисковой системы	В строку поиска вводилось слово
5. Удобство навигации	Навигация в едином стиле, например, всегда подразделы текущего раздела слева. Пользователю видны сразу все разделы. На всех страницах есть основная панель навигации

Окончание таблицы

Характеристики	Описание
«Контент»	
1. Контактная информация	Информация о том, к кому и по каким вопросам можно обратиться, какими способами можно установить контакт с образовательным учреждением (номера телефонов, адрес, электронная почта)
2. Основная информация (документация)	Заполнение сайта информацией, наличие актуальной документации
«Интерактивность»	
1. Наличие обратной связи	Открытая групповая коммуникация – форум. Консультационный сервис – гостевая книга. Наличие активной ссылки или специального окна для создания писем – персонафицированная связь
2. Наличие ссылок на социальные сети	ВКонтакте. Facebook. Twitter. YouTube
3. Подписка на новости	Подписка
4. Обновляемость сайта	Обновление сайта
5. Наличие внутренней информационной системы (вход по логину и паролю)	Электронный портал, Электронная приемная комиссия
«Видимость»	
1. Яндекс	Вычислено с помощью <a href="http://www.cy-pr.com/analysis/">http://www.cy-pr.com/analysis/</a>
2. Google	Вычислено с помощью <a href="http://www.cy-pr.com/analysis/">http://www.cy-pr.com/analysis/</a>

В соответствии с пятью вышеназванными критериями и соответствующими им характеристикам была проведена оценка сайтов всех областных союзов потребительских обществ Белкоопсоюза по всем критериям и характеристикам. Для тестирования всех сайтов по всем параметрам была создана экспертная группа из 5 человек. В нее вошли: Web-дизайнер, Web-разработчик, SEO-специалист и 2 интернет-пользователя.

Проведены парные сравнения всех критериев и характеристик по каждому критерию (например, сравнение критериев на рисунках 1, 2).

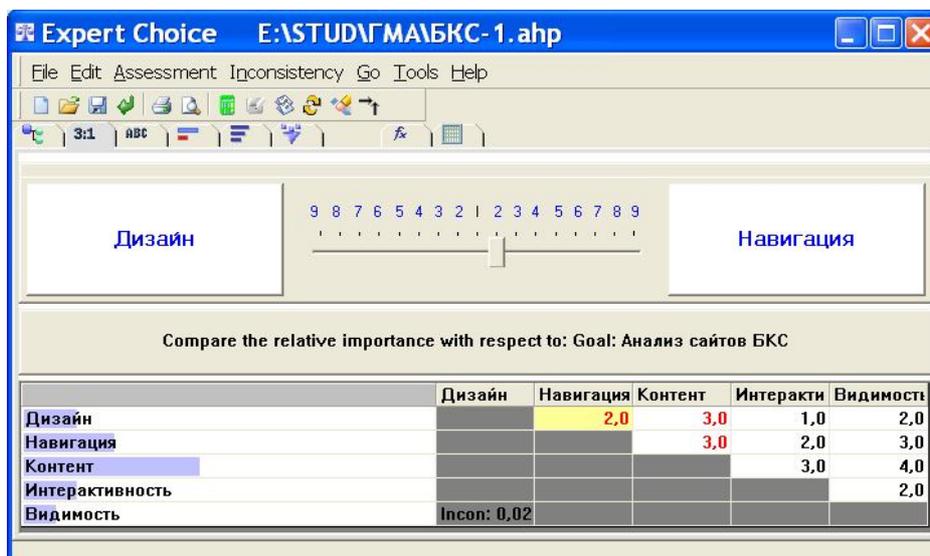


Рисунок 1 – Парные сравнения критериев и отношение согласованности

Аналогично проведено попарное сравнение всех сайтов по каждой характеристике, в результате получен рейтинг сайтов областных союзов потребительских обществ (рисунок 2).

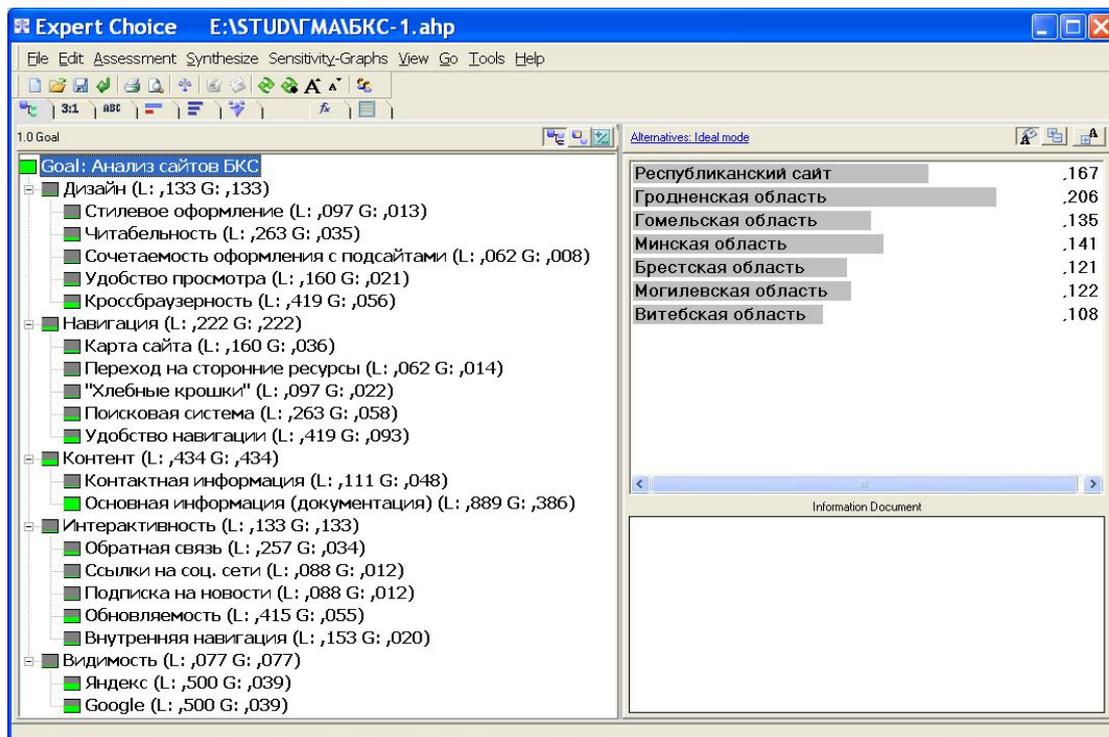


Рисунок 2 – Иерархия критериев, характеристик с локальными и глобальными приоритетами, список сайтов с их глобальными приоритетами

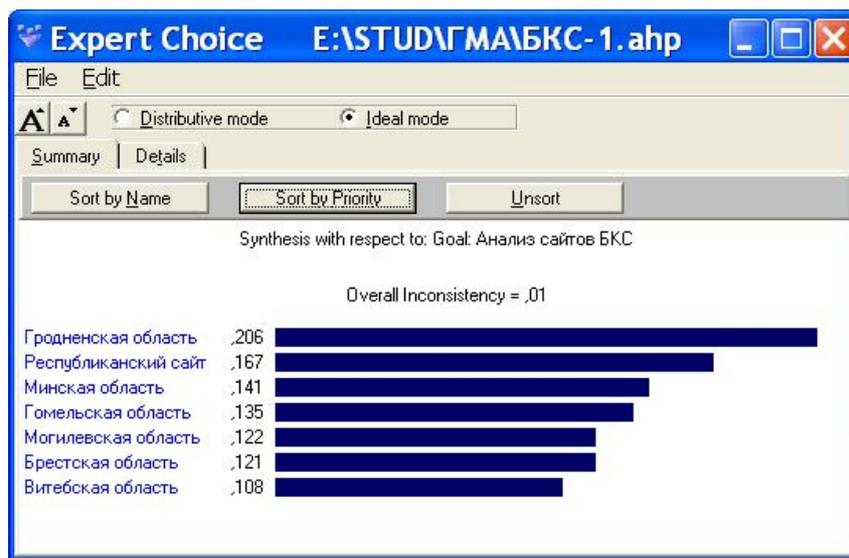


Рисунок 3 – Обобщенные результаты

По результатам анализа выявлено лидерство республиканского сайта Белкоопсоюза – на сайте собран актуальный контент, имеется красивый дизайн и работоспособность отдельных элементов. Самым низкорейтинговым оказался сайт Могилевского областного союза потребительских обществ – данный сайт давно не обновлялся и имеет устаревший дизайн и функционал.

### Список использованной литературы

1. Саати, Т. Аналитическое планирование. Организация систем / Т. Саати. – М. : Радио и связь, 1991. – 218 с.
2. Саати, Т. Принятие решений. Метод аналитической иерархии / Т. Саати. – М. : Радио и связь, 1994. – 321 с.