

## ORGANIZACIJŲ INTERNETO SVETAINIŲ VERTINIMO METODIKOS INOVACINIAI ASPEKTAI

**Alvydas Baležentis**

*Mykolo Romerio universitetas*

Straipsnyje aptariami organizacijų interneto svetainių vertinimo metodikos klausimai. Daugiausia dėmesio skiriama inovaciniams aspektams. Tyrimo metu suformuluoti metodiniai organizacijų interneto svetainių informacijos administravimo vertinimo principai ir kriterijai. Parengta vertinimo metodika, apimanti strategiškumo, inovatyvumo, atnaujinimo, įvaizdžio, paieškos, reklamos, marketingo ir komunikavimo kriterijus. Tyrimo rezultatai svarbūs formuojant internetinę infrastruktūrą, taip pat analizuojant ir vertinant organizacijų interneto svetainių kokybę. *aktiniai žodžiai: informacijos administravimas, inovatyvumas, interneto svetainė, internetinė infrastruktūra, turinio valdymas.*

### **Įvadas**

*Temos aktualumas.* XXI amžiuje vadyba vis labiau telkiama virtualioje erdvėje, kuriamos tokios elektroninės veiklos sritys kaip e. marketingas (Chaffey, 2008), e. verslas (Holden, 2008), e. komercija (Schneider, 2007), kuriose pagrindinį vaidmenį atlieka interneto svetainės. Formuojasi nauja tyrimų sritis – svetainių valdymas (angl. *Web content management*), kurios objektas yra informacijos administravimas, turinio valdymas (Jian Qin, 2005).

Europos Sąjungos kaimo plėtra vis labiau atspindima bendroje pasaulinėje interneto infrastruktūroje. Valstybinių ir verslo organizacijų personalo funkcijas – įvaizdžio kūrimą, komunikavimą su lankytojais, marketingą ir reklamą bei daugelį kitų – vis dažniau perima interneto svetainės, todėl svarbu objektyviai įvertinti organizacijų interneto svetainių kokybę ir ypač jos inovacinius aspektus. Pastaraisiais metais atlikti interneto svetainių kokybės vertinimo tyrimai valstybės institucijose (Lietuvos Respublikos ... nutarimas Nr. 480, 2003; Valstybės institucijų interneto svetainių tyrimo ataskaita, 2008) ir verslo organizacijose (Baležentis, 2004).

*Tyrimo problema.* Internetinės infrastruktūros plėtra miesto ir kaimo verslo organizacijose kelia naujus reikalavimus interneto svetainėms. Tuo pačiu metu nėra praktiškos ir paprastos metodikos interneto svetainių kokybės vertinti. *Tyrimo objektas.* Organizacijų interneto svetainių turinio valdymo – informacijos administravimo – vertinimo sistema.

2006–2007 2006–2007 70-metis

*Tyrimo tikslas.* Parengti organizacijų interneto svetainių kokybės vertinimo metodiką.

Tikslui pasiekti straipsnyje keliami šie *uždaviniai*: nustatyti vertinimo principų (kriterijų) sistemą, parengti interneto svetainės turinio kokybės vertinimo klausimyną ir atlikti atvejo analizę.

## Tyrimo metodika

Pagrindiniai metodiniai svetainių vertinimo klausimai: vertinimo koncepcija, kriterijai ir skalės. Interneto svetainė atlieka svarbias organizacijos valdymo ir personalo vadybos funkcijas: įvaizdžio kūrimą, komunikavimą, marketingą, reklamą ir kitas. Todėl priimta svetainės vertinimo koncepcija – svetainės kokybė vertintina taip pat, kaip ir atitinkami organizacijos darbuotojo gebėjimai.

Pagal Lietuvos ir užsienio tyrimų ir mokslinės literatūros šaltinių (Baležentis, 2004; Echer, 2005; Malik, 2005; Vidžiūnas, 2005; Davidavičius, 2008) analizę sudaryta interneto svetainės vertinimo kriterijų sistema pagal vadybinius (inovacinius) ir funkcinis principus.

Pagrindiniai vadybiniai inovaciniai vertinimo principai:

- |                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| A – strategiškumas; | C – atnaujinimas;       |
| B – inovatyvumas;   | D – įvaizdžio dizainas. |

Pagrindiniai funkciniai vertinimo principai:

- |                    |                        |
|--------------------|------------------------|
| E – komunikavimas; | G – marketingas;       |
| F – reklama;       | H – paieškos dizainas. |

Svetainei vertinti sudaryta metodika (klausimynas) teikiant po penkis klausimus prie kiekvieno paminėto principo (kriterijaus). Teigiamų atsakymų skaičius lygus atitinkamo kriterijaus vertinimo balui. Vertinimas pagal teigiamų atsakymų skaičių yra pranašesnis už intervalinių skalių naudojimą, nes nereikia sudaryti ir taikyti sudėtingos kiekvieno balo nustatymo ir įvertinimo metodikos. Remiantis vertinimo balais sudaroma žvaigždinė diagrama, išreiškianti svetainės vertinimo profilį (visumą), taip pat atliekama vertinimo analizė.

## Rezultatai

### *Interneto svetainės informacijos administravimo vertinimo metodika.*

Internetinės svetainės turinio kokybei įvertinti parengtas klausimynas pagal aukščiau suformuluotus svetainių vertinimo kriterijus.

Interneto svetainės vertinimo klausimynas:

A. Strategiškumas (pagal svetainės puslapį „Apie“):

- Ar nurodyta organizacijos misija?
- Ar nurodyti pagrindiniai organizacijos stabilumo požymiai?
- Ar pateikti pagrindiniai organizacijos raidos faktai?
- Ar nurodyta vadovybė: nuotraukos ir trumpos biografijos?
- Ar nurodyti kontaktai (ryšių duomenys) ir adresai, nuoroda į kontaktų

puslapį?

B. Inovatyvumas (pagal svetainės puslapį „Naujienos“):

- Ar informuojama apie visas svarbiausias naujoves?
- Ar yra išsami informacija apie kiekvieną naujieną?
- Ar išsami informacija apie renginius pateikiama iš anksto?
- Ar nurodomos publikacijų datos?
- Ar pašalinama pasenusi, neaktuali informacija?

C. Atnaujinimas (pagal paskutinio atnaujinimo datą):

- Atnaujinama iš karto, pasikeitus situacijai, po įvykio (5 balai).
- Atnaujinama kasdien (4 balai).
- Atnaujinama kartą per savaitę (3 balai).
- Atnaujinama kartą per mėnesį (2 balai).
- Atnaujinama kartą per metus arba rečiau (1 balas).

D. Įvaizdžio dizainas (pagal svetainės pirmąjį puslapį):

- Ar yra bendras ir įsimenantis organizacijos pavadinimo, emblemos bei svetainės dizainas?
- Ar yra patraukiančios dėmesį antraštės apie svarbiausią organizacijos veiklą?
- Ar yra nurodyti partneriai ir jų indėlis?
- Ar yra pateiktos nuorodos į kitus puslapius ir informatyvios santraukos?
- Ar galima informacija užsienio kalbomis?

E. Komunikavimas (pagal svetainės puslapį „Kontaktai“):

- Ar pateikti kontaktinių asmenų pareigybės ir telefonai?
- Ar pateikti elektroninio pašto adresai?
- Ar pateiktas organizacijos pašto adresas?
- Ar galima surasti organizaciją pagal pateiktą vietą žemėlapyje?
- Ar numatyta komunikavimo (paklausimų) su lankytojais tvarka?

F. Reklama (pagal svetainės puslapį „Paslaugos, prekės“):

- Ar pateikiama paslaugų, prekių apžvalga?
- Ar yra detalūs kiekvienos paslaugos, prekės aprašymai arba nuorodos į juos?
- Ar nurodyti paslaugų, prekių pranašumai?
- Ar yra nurodyti paslaugų teikimo vietos, regionai, šalys ir pagrindiniai jų užsakovai?
- Ar pateikti pagrindinių užsakovų atsiliepimai?

G. Marketingas (pagal svetainės puslapį „Paslaugų teikimas, pirkimas“):

- Ar yra nurodytos paslaugų teikimo, prekių pirkimo sąlygos?
- Ar pateiktos paslaugų, prekių kainos ir nuolaidos?
- Ar paslaugos teikiamos elektroniniu būdu?
- Ar pateikti atsiskaitymui būtini finansiniai rekvizitai?
- Ar aptarti dažniausiai užduodami klausimai?

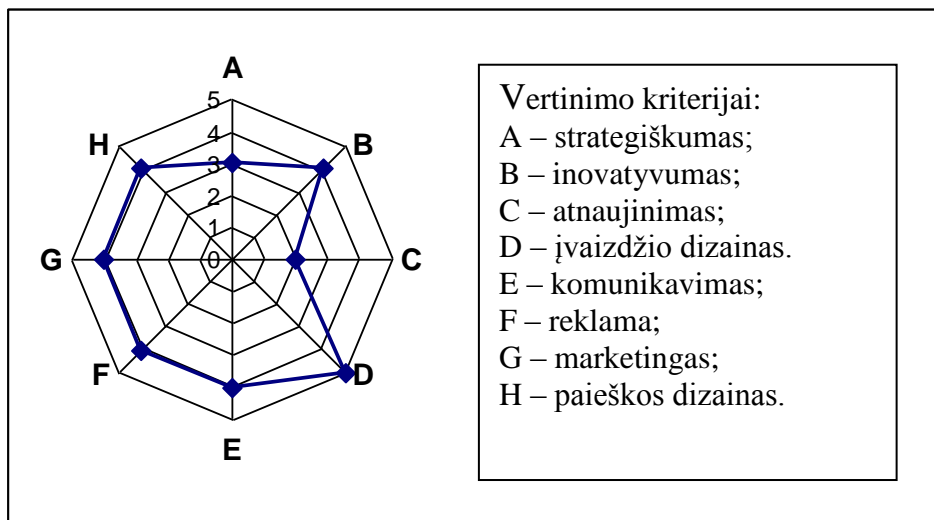
H. Paieškos dizainas (pagal ekspertų ar lankytojų apklausą):

- Ar kiekviename puslapyje yra bendroji informacija (pavadinimas, antraštė, autorius, publikacijos data, kontaktiniai duomenys, pagrindinės struktūros nuorodos)?
- Ar neperkrautas svetainės turinys – ar neužgožiama svarbi informacija?
- Ar paieška yra paprasta – nesudėtinga struktūra ir paprasta navigacija?
- Ar patogus spalvinis dizainas – ar tekstas lengvai skaitomas?
- Ar yra paieškos laukelis, leidžiantis ieškoti informacijos?

Interneto svetainės kokybės kriterijai vertinami pagal penkių balų skalę – už kiekvieną teigiamą atsakymą skiriamas vienas balas. Kriterijai A, B, D, E, F, G ver-

tinami pagal svetainėje pateiktą informaciją. C – pagal atnaujinimo datą, H – remiantis lankytojų (ekspertų) apklausa.

**Atvejo analizė.** Pagal parengtą interneto svetainių vertinimo metodiką atlikta svetainės (<http://www.atostogoskaime.lt>) vertinimo analizė ir parengtas jo grafinis profilis (pav.).



Pav. Interneto svetainės vertinimo profilis

Vertinant svetainę, kiekvienas teigiamai atsakytas metodikos klausimas gavo po vieną balą. Analizuojamos svetainės kokybė įvertinta tokiais balais: įvaizdžio dizainas – 5 balai; inovatyvumas, komunikavimas, reklama, marketingas, paieškos dizainas – 4 balai; strategiškumas – 3 balai; atnaujinimas – 2 balai. Pagal gautus vertinimus, pagrindinės svetainės tobulinimo kryptys yra atnaujinimo ir strategiškumo. Tokiu būdu, parengtos metodikos taikymas leidžia nustatyti svetainės kokybės gerinimo kryptis ir priemones.

## Išvados

1. Interneto svetainės vertinimo koncepcija – svetainė yra personalo funkcijų atlikėja ir todėl vertintina taip pat, kaip personalo darbuotojo gebėjimai. Interneto svetainės vertinimo kriterijų sistema sudaroma pagal vadybinius inovacinius ir funkcinius principus.

2. Vadybiniai inovaciniai svetainės rezultatai priklauso nuo vadybos lygio. Pagrindiniai svetainės turinio valdymo inovaciniai kriterijai: strategiškumas; inovatyvumas; atnaujinimas; įvaizdžio dizainas. Funkciniai svetainės rezultatai priklauso nuo programinio parengimo. Pagrindiniai funkciniai vertinimo kriterijai: komunikavimas; marketingas; reklama; paieškos dizainas.

3. Svetainės kokybės kriterijams vertinti taikytina penkių balų skalė – pagal teigiamų atsakymų skaičių. Vertinimas atliekamas pagal svetainėje pateiktą informaciją, išskyrus: atnaujinimo – pagal paskutinio atnaujinimo datą, paieškos dizaino – remiantis lankytojų (ekspertų) apklausa.

4. Parengtos metodikos taikymo galimybės: svetainių kūrimas, savianalizė, vertinimas, profilio vizualizacija, lyginamoji analizė. Metodikos pranašumai: universalumas, vaizdumas ir praktiškumas.

## Literatūra

1. Baležentis, A., Pamedytis, R. (2004). Internetinė svetainė – Jūsų darbuotojas // Personalo vadyba. Nr. 3 (61). – Vilnius: EMC.
2. Davidavičius, A. ir kt. (2008). Interneto gidas. – Vilnius: Viešosios politikos strategijų centras, MILK dizainas.
3. Chaffey, D., Simth, P. R. (2008). eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing. – Oxford: Butterworth–Heinemann.
4. Echer, C., Hunley, E., Simmons, E. (2005). Profesionalus tinklapių dizainas. Metodai ir šablonai. / vert. iš anglų k. – Kaunas: Smaltijos leidykla.
5. Holden, G. et al. (2008). E-business. – New York: Wiley Pathways.
6. Jian Qin (2005). Web content management // The Internet Encyclopedia. Volume 3. – New York: John Wiley & Sons.
7. Lietuvos kaimo turizmo asociacija. <http://www.atostogoskaime.lt> [2008].
8. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. balandžio 18 d. nutarimas Nr. 480 „Dėl bendrųjų reikalavimų valstybės institucijų interneto svetainėms patvirtinimo“ // Valstybės žinios, 2003-04-24, Nr. 38-1739. [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=209540&p\\_query=&p\\_tr2=](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=209540&p_query=&p_tr2=) [2008].
9. Malik, F. (2005). Vadovauti, veikti, gyventi: veiksmingas valdymas naujausiais laikais. / vert. iš vok. k. – Mūsų knyga.
10. Schneider, G. P. (2007). Electronic commerce. – United States: Thomson.
11. Valstybės institucijų interneto svetainių tyrimo ataskaita. (2008). – Vilnius: VšĮ Visuomenės plėtros centras.
12. Vidžiūnas, A., Barzdaitis, V. (2005). Interneto svetainių ir tinklalapių kūrimas. – Kaunas: Smaltijos leidykla.

## INOVATIVE ASPECTS OF THE METHODOLOGY FOR EVALUATION OF ORGANIZATIONS' INTERNET WEBSITES

**Alvydas Baležentis**  
*Mykolas Romeris university*

### Summary

The methodical issues for the evaluation of the organization Internet websites are discussed in the article. The biggest attention is paid to the innovative aspects of this methodology. The methodical principles and criterion for the evaluation of the information administration in the organization Internet websites have been formulated during the research. The methodology for the evaluation which encompasses such criterion as strategy, innovation, renewal, image, search, advertisement, marketing and communication has been prepared.

The results of the research are relevant for the formation of Internet infrastructure as well as for the analysis and evaluation of the quality of the organization Internet websites.

*Keywords: content management, internet website, information administration, innovation, internet infrastructure.*