

яка щонайкраще відповідатиме потребам саме його клієнтів і загальній маркетинговій стратегії. У той же час управлінська структура має бути гнучкою, щоб підприємство могло вчасно пристосуватися до мінливої ситуації на ринку у відповідності до своєї мети.

*Література:*

1. Проненко Г. С. Відділ маркетингу – каталізатор упровадження загального управління якістю (TQM) / Г. С. Проненко // Маркетинг в Україні. – 2002. – №2. – С. 57-59.

**Половинкіна А. Д.**  
**Студентка гр. СЕ-21, ВПІ НТУУ «КПІ»**  
**Науковий керівник: к. і. н., доц. Сошинська Я. Є.**

## **КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ОФІЦІЙНИХ ВЕБ-САЙТІВ ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНИХ КОМПАНІЙ**

Інтернет приваблює видавництва і поліграфічні компанії не тільки як рекламний засіб, а й як унікальний спосіб організації взаємодії підприємця і покупця. Повноцінне наповнення веб-сайту й регулярне оновлення інформації є наслідком продуманої комунікаційної політики підприємства, розуміння тих потенційних можливостей, які надають для бізнесу сервіси глобальної мережі.

Кожен повнофункціональний сайт є системою автоматизованих інформаційних технологій (САІТ), призначеною для використання як відвідувачем мережі, так і працівником підприємства. Створення САІТ потребує багато зусиль і часу. Основними підсистемами САІТ є: 1) технічна інфраструктура комп'ютерного та мережевого устаткування з системним програмним забезпеченням; 2) система управління базами даних (СУБД); 3) програмне забезпечення для підтримки функціональних властивостей САІТ; 4) інформаційно-лінгвістичне забезпечення. Перелічені елементи взаємозалежні та створюються паралельно в процесі реалізації САІТ.

За допомогою веб-сайтів видавництва і поліграфічні компанії мають змогу повноцінно представити себе в Інтернеті. Однак, не завжди веб-сайти призначені для електронної комерції, деколи вони створюються з метою реклами товарів чи послуг або для вивчення попиту на ринку. Для того, щоб сайт підприємства був ефективним, з високими показниками не тільки відвідування, а й конверсії, варто регулярно оцінювати його за певною системою критеріїв, а саме:

- функціональність сайту (зручна навігація і пошук, доступні і різноманітні форми оплати та доставки товару, наявність служби підтримки, зворотний зв'язок тощо);

- дизайн (корпоративний стиль, символіка, дизайнерські рішення для окремих сторінок або блоків інформації, зручність її сприйняття, у т. ч. на мобільних пристроях );

- наповнення (повна і достовірна інформація про компанію, товар чи послугу, її зрозумілість, логічність, візуалізація, найближчі пункти продажу, реклама, регулярне оновлення інформації на веб-сайті тощо);

- технічні характеристики (достатній рівень безпеки для компанії та клієнтів, справна робота усіх елементів, здатність працювати на всіх пристроях).

Виходячи з вказаних критеріїв, пропонуємо матрицю оцінки якості веб-сайтів поліграфічних підприємств та видавництв, яку ми вже апробували при вивченні дисципліни «Інформаційні системи в менеджменті».

Таблиця 1

### **Оцінка якості веб-сайтів підприємств**

Сайт компанії	Функціональність (3 бали)	Дизайн (3 бали)	Наповнення (6 балів)	Технічні характеристики (3 бали)	Загальна сума балів
Наукова думка (ndumka.kiev.ua)	2	1	1	2	6
Зелений пес (greenpes.com)	2	1	4	2	9
Фоліо (folio.com.ua)	1	2	4	2	9
Видавництво Старого Лева (starylev.com.ua)	3	3	5	3	14

Всеукраинская сеть типография «Вольф» (wolf.ua)	3	3	6	3	15
Типография «50 Копеек» (50kopeek.kiev.ua)	2	3	5	3	13
VRM (vrm.com.ua)	2	2	3	2	9
ВсёПечатник (vseprint.com.ua)	1	1	2	1	5

Виходячи з аналізу, можна спостерігати взаємозалежність між успішністю видавничо-поліграфічної компанії та якістю її сайту: кращі типографії та видавництва України отримали найвищі бали за свої веб-сайти. Завдяки високій функціональності своїх сайтів підприємства мають змогу не лише підтримувати свій статус лідерів галузі, але й розширювати коло потенційних замовників, покращувати свій сервіс, налагоджувати нові партнерства.

Перспективою подальших досліджень може бути більш детальне оцінювання ефективності веб-сайтів комерційного спрямування, створення універсальної системи кількісної оцінки якості інтернет-ресурсів видавничо-поліграфічної галузі.

#### *Література:*

1. Виговська І. Що читати: Топ-5 кращих українських видавництв [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: <http://afisha.tochka.net/ua/58579-что-читат-top-5-luchshikh-ukrainskikh-izdatelstv>.
2. Имиджевый интернет-портал «ТОП 9 – только профессионалы!» [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: <http://top9company.com/find/117/poligrafiya-shirokoformatnaya-pechat.html>.
3. Комарницький І. М. та ін. Розробка концепції оцінки якості веб-сайтів як умови розвитку електронного підприємництва / Комарницький І. М., Бублик М. І., Мужилівський М. Д. // Вісник ЖДТУ. – 2008. – № 1 (43). – С. 177-189.