

Министерство образования и науки Украины  
**Харьковский национальный университет радиоэлектроники (Украина)**  
Национальный технический университет Украины  
«Киевский политехнический университет» им. И. Сикорского (Украина)  
Украинская академия печати (Украина)  
Университет штата Гуанахуато (Мексика)  
Представительство «Польская академия наук» в Киеве (Польша)  
Варшавская политехника (Польша)  
Белорусский государственный технологический университет (Беларусь)



PRINT  
MULTIMEDIA &  
WEB

# **ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ**

## **2-й Международной научно-технической конференции «Полиграфические, мультимедийные и web- технологии» (PMW-2017)**

Том 1

16-22 мая 2017 года  
г. Харьков, Украина



## ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА САЙТА

*Вовк А.В., к.т.н., доцент, кафедра МСТ ХНУРЭ*  
*Макогон О.О., ст. гр. КТСВПВм-16-1, кафедра МСТ ХНУРЭ*

Чем выше позиция веб-сайта в поисковой системе, тем выше вероятность, что пользователь посетит сайт, поскольку по статистике Google за 2016 г. примерно 99,9% посещают первые три ссылки по результатам выданной поисковой системой, далее количество посетителей стремится к уменьшению – до десятой ссылки первой страницы выдачи добираются 20-30% пользователей. На вторую страницу выдачи поисковой системы заходят 10-20%. По данной статистике можно сказать, что для любого веб-сайта желанно попасть в первую десятку поисковой выдачи [1].

Для привлечения пользователя на веб-страницу необходима ее качественная реализация. Создание веб-документа напрямую зависит от разработанного пользовательского интерфейса (UI/UX), т.е. в каком виде информация будет представлена конечному пользователю. От того, насколько пользовательский интерфейс будет функционален, понятен и удобен пользователю.

Целью данной работы является выбор группы критериев качества сайта, для уменьшения время затрат в процессе разработки и тестирования веб-сайтов.

Критерий оценивания – это средство оценивания, содержащее список критериев оценки задания. Критерий оценивания разбивает назначенную работу на отдельные части и описывает особенности выполнения каждой из частей в зависимости от уровня сложности [2].

Оценка сайта начинается с самого главного критерия – видимость веб-документа поисковой системой. Поскольку главной задачей интернет-ресурса является предоставление пользователю данных.

Для определения набора критериев была собрана фокус-группа: в данную группу входят обычные пользователи интернет-ресурсов и квалифицированные специалисты, а именно тестировщики программных продуктов; численность группы составила 8 участников. По результатам собрания были определены следующие группы критериев оценки качества сайта:

- внешний вид;
- структура и навигация;
- контент (содержание);
- простота;
- юзабилити.

Проведен анализ предложенных критериев, из которого следует:

– внешний вид веб-документа выдвигается на первый план, поскольку дизайн веб-сайта является главным и чаще всего единственным критерием его качества;

- структура и навигация – управление контентом веб-страницы и



различными сервисами (например «корзина заказа», «форма регистрации пользователя и т.д.). Функции сайта должны быть просты и удобны, так как работать с ним будут простые пользователи ПК;

– простота веб-сайта подразумевает визуальные стили такие, как блокировки цвета или большие фотографии, и функциональные тенденции такие, как навигационные структуры, все они могут быть объединены с методами и целями, стоящими за простым дизайном;

– основным критерием оценки качества является удобство использования веб-страницы (usability). С помощью дружественного по отношению к пользователям сайта можно завоевать их доверие, а плохой сайт может его только подорвать. Многочисленные исследования показали, что сайты, которые созданы в соответствии с правилами юзабилити, наиболее популярны и имеют более высокую статистику посещений.

После чего были выбраны критерии оценивания сайта:

- время загрузки;
- единый стиль оформления (цвет, шрифты, графика);
- количество кликов для достижения конечной страницы сайта не более 3-х;
- удовлетворит ли сайт целевую аудиторию;
- читабельность текста;
- сливается ли текст с фоном;
- расположение навигации одинаково от страницы к странице;
- правильность работы ссылок;
- понятность пользователю направлений ссылок;
- присутствуют тупиковые страницы;
- присутствие всплывающих подсказок;
- присутствие лишних или пустых страниц на сайте;
- возможность вернуться на предыдущий уровень;
- соответствие основной информации предназначению сайта;
- достоверность информации;
- наличие поиска;
- работа сайта во всех браузерах;
- адаптивность сайта;
- функция отключения музыки (если необходимо).

Таким образом, можно сделать вывод, что навигация по веб-сайту должна быть простой и удобной, веб-страницы должны загружаться быстро. Например, если происходит процесс, требующий времени, такой как загрузка изображения, правильным будет выводить статус-бар (прелоадер), чтобы пользователь понимал, что сайт не завис, а идет загрузка.

#### Список литературы

1. Google. Аналитика / Веб-аналитика корпоративного уровня – Режим доступа: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/research/> – 25.01.2017. – Загл. с экрана.
2. Шуленин, В.П. Параметрическая статистика / В.П. Шуленин. – Изд-во НТЛ, 2012. – 540 с.