

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS
SOCIALINĖS POLITIKOS FAKULTETAS
KOMUNIKACIJOS IR INFORMATIKOS INSTITUTAS

KRISTINA VIPARTIENĖ

Elektroninio verslo vadyba, EVV mns 1-01

LIETUVOS KOLEGIJŲ INTERNETO TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS VEIKSNIAI

Magistro baigiamasis darbas

Darbo vadovas –
prof. dr. Mindaugas Kiškis

Vilnius, 2013

TURINYS

IVADAS.....	3
1. TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS SĄVOKA IR SVARBA	5
1.1. Tinklapių priimtino vartotojams sąvokos teorinis pagrindimas.....	5
1.2. Tinklapių priimtino vartotojams svarba	7
2. BENDRIEJI TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS VEIKSNIAI IR MODELIAI	8
2.1. Kokybės („Quality“) modeliai	8
2.2. Patogumo naudotis („Usability“) modeliai	11
2.3. Pasitenkinimo („Satisfaction“) modeliai	12
2.4. Tinklapių priimtino modelių lyginamoji analizė.....	15
3. KOLEGIJŲ TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS ASPEKTAI	19
3.1. Kolegijų veikla ir jos reglamentavimas.....	19
3.2. Kolegijų tinklapių reglamentavimo aspektai.....	21
3.3. Kolegijų tinklapių turinio ir kokybės aspektai	22
4. KOLEGIJŲ TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS MODELIS	29
5. LIETUVOS KOLEGIJŲ TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS EMPIRINIS TYRIMAS	32
5.1. Tyrimo tikslas ir uždaviniai.....	33
5.2. Tyrimo populiacijos ir imties nustatymas, anketų sudarymas	33
5.3. Apklausos organizavimas.....	35
6. EMPIRINIO TYRIMO REZULTATŲ ANALIZĖ.....	37
6.1. Kolegijų studentų apklausos rezultatų analizė	37
6.2. Kolegijų darbuotojų apklausos rezultatų analizė	44
6.3. Moksleivių apklausos rezultatų analizė.....	49
6.4. Empirinio tyrimo išvados	54
7. PASIRINKTOS KOLEGIJOS TINKLAPIO PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS ANALIZĖ (ATVEJO TYRIMAS)	58
7.1. VTDK tinklapio vartotojų apklausos rezultatų apžvalga	59
7.2. VTDK tinklapio kokybės išsami analizė ir įvertinimas	62
7.3. VTDK tinklapio tobulinimo pasiūlymai	63
IŠVADOS.....	66
TOBULINIMO PASIŪLYMAI.....	68
LITERATŪROS SĄRAŠAS.....	71
SANTRAUKA	76
SUMMARY	77
PRIEDAI	78

IVADAS

Temos aktualumas. Šiuolaikinėje informacinėje visuomenėje sparčiai plintant ir tobulėjant internetinėms technologijoms, organizacijoms ir individualiems vartotojams suteikiamos didžiulės masinės komunikacijos bei naujų veiklos vystymo formų galimybės. Interneto galimybių panaudojimas organizacijos veikloje tapo vienu svarbiausių iššūkių ir tikslų, siekiant efektyviai įgyvendinti savo tikslus bei kuo geriau patenkinti vartotojų poreikius.

Populiariausia elektroninio komunikavimo tarp organizacijų ir vartotojų priemonė yra internetinis tinklapis. Šiuolaikinis vartotojas, pripratęs ieškoti reikiamos informacijos elektroninėje erdvėje, norėdamas sužinoti apie organizaciją, pirmiausiai apsilankys jos internetinėje svetainėje, tikėdamasis patenkinti savo tikslus – lengvai rasti aktualią informaciją, pamatyti gražų estetinį vaizdą, pasinaudoti įmonės paslaugomis, sulaukti operatyvaus aptarnavimo ir pan.

Internetinių tinklapių svarba ir įtaka neišvengiamai auga ir Lietuvos aukštojo mokslo sektoriuje. Pastaraisiais metais įvedus „studijų krepšelį“ bei įvykdžius valstybinių kolegijų transformaciją iš biudžetinių į viešąsias įstaigas, ne tik privačios, bet ir valstybinės kolegijos pradėjo veikti laisvos rinkos principu. Augant kolegijų skaičiui bei stiprėjant konkurencijai, siekiant pritraukti vis retėjančias potencialių studentų gretas, svarbu ne tik pasiūlyti aukšto lygio studijas ir kitas paslaugas, bet ir stiprinti pozicijas elektroninėje erdvėje: išsiskirti iš kitų savo įvaizdžiu, teikti aktualią išsamią informaciją įvairioms vartotojų grupėms, kokybiškas el. paslaugas ir pan. Tam puikiai gali pasitarnauti kokybiška interneto svetainė.

Dar prieš keletą metų kolegijų interneto svetainių reikšmė nebuvo pakankamai vertinama, daugelis jų tebuvo vizitinė kortelė, naudojama statiškam pagrindinės informacijos patalpinimui. Nebuvo skiriama dėmesio patraukliam dizainui, informacijos kokybei ir atnaujinimui, elektroninių paslaugų teikimui, studentų ir kitų lankytojų nuomonės išsiaiškinimui, jų poreikių tenkinimui. Kintant konkurencinėms sąlygoms bei sparčiai vystantis informacinėms technologijoms situacija keičiasi – kolegijos pradeda vis labiau įvertinti elektroninės erdvės svarbą, teikiamas naujas galimybes, dėl to turi siekti kuo labiau pritaikyti savo tinklapius šiuolaikinės visuomenės poreikiams.

Siekiant padidinti kolegijų tinklapių populiarumą ir efektyvumą, labai svarbu suvokti pagrindinius veiksnius, įtakančius tinklapių kokybę ir priimtinumą vartotojams. Neinformatyvi ir neišvaizdi svetainė atbaido lankytojus, tačiau aktualios informacijos patalpinimas ar kokybiško grafinio dizaino sukūrimas tinklapyje nebūtinai bus sėkmės garantu, nes svetainės priimtinumą lemia visas kompleksas lankytojams svarbių kokybės aspektų.

Temos ištirtumas ir naujumas. Nors yra nemažai straipsnių, analizuojančių tinklapių kokybės aspektus [2; 35; 39; 53 ir kiti], vis dėlto dauguma autorių analizuoja internetinį tinklapį iš verslo įmonių pozicijos – kaip e-verslo ar e-komercijos priemonę [6; 7; 9; 17; 27; 35; 47 ir kiti], o ne kaip informacinių, viešųjų (švietimo, kultūros, sveikatos ir pan.) paslaugų teikimo ar valstybinių institucijų, švietimo ir mokslo organizacijų komunikavimo įrankį. Užsienio autorių mokslo darbų, nagrinėjančių aukštųjų mokyklų tinklapių priimtinumą vartotojams nėra daug [5; 11; 15; 52]. Daugumoje darbų šių tinklapių kokybė nagrinėjama siaurais aspektais arba jie yra labiau apžvalginio pobūdžio, nenagrinėjami aukštųjų neuniversitetinių mokyklų tinklapiai. Iki šiol nėra ištirta Lietuvos kolegijų interneto tinklapių kokybė, tik kai kurie šios temos aspektai nagrinėjami aukštojo universitetinio mokslo organizacijų kontekste [39; 46].

Darbo **problema.** Nepaisant didelio internetinių technologijų progreso, kolegijos nepakankamai išnaudoja internetinės svetainės teikiamas galimybes studentų ir kitų lankytojų poreikių tenkinimui, nes nėra išaiškinta vartotojų nuomonė ir poreikiai. Taigi svarbu išsiaiškinti: kokie veiksniai lemia kolegijų interneto tinklapių priimtinumą vartotojams ir koks jų kokybės lygis šiose svetainėse?

Darbo **objektas** – Lietuvos kolegijų interneto tinklapiai ir jų priimtumo vartotojams veiksniai.

Darbo **tikslas** – nustatyti pagrindinius kolegijų tinklapių priimtumo vartotojams veiksnius, sudaryti priimtumo modelį bei atlikti kolegijų tinklapių vertinimą pagal šį modelį.

Šiam tikslui įgyvendinti buvo iškelti tokie **uždaviniai**:

1. Atlikti mokslinės literatūros, nagrinėjančios tinklapių kokybės bei priimtumo vartotojams veiksnius, analizę.
2. Remiantis mokslinės literatūros bei teisinių dokumentų analize, išskirti kolegijų tinklapių priimtumo vartotojams veiksnius ir elementus bei sudaryti priimtumo modelį.
3. Atlikti bendrą kolegijų tinklapių priimtumo vartotojams empirinį tyrimą.
4. Atlikti pasirinktos kolegijos tinklapio kokybės išsamią atvejo analizę bei pateikti tobulinimo pasiūlymus.

Metodai: mokslinės literatūros analizė, teisinių dokumentų analizė, statistinių duomenų apžvalga, lyginamoji analizė, apibendrinimas, empirinis tyrimas, anketinė apklausa, kiekybinių ir kokybinių duomenų analizė, atvejo tyrimas.

1. TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS SĄVOKA IR SVARBA

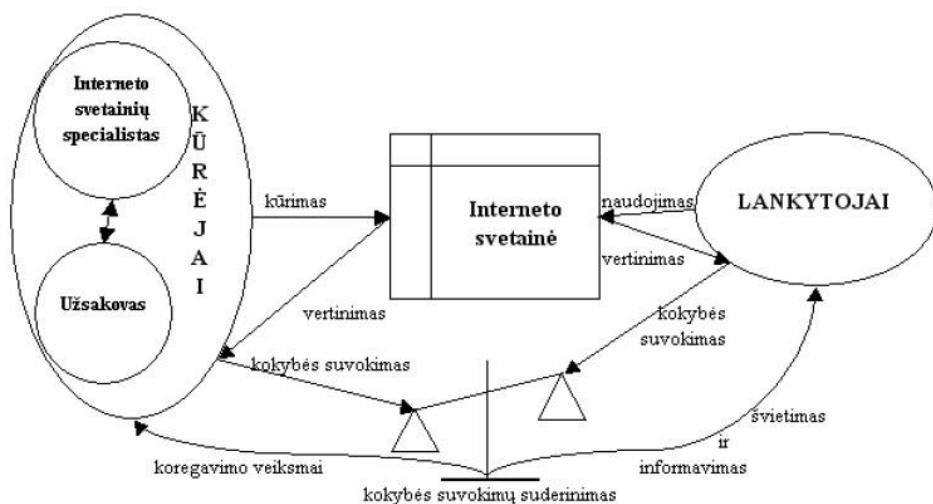
Kiekviena šiuolaikinė organizacija, tiek verslo, tiek nekomercinė, turi savo interneto tinklapį. Internetinio tinklapio tikslas – pritraukti kuo daugiau lankytojų, sudaryti jiems teigiamą įspūdį, patenkinti lūkesčius bei paversti juos nuolatiniais tinklapio, o tuo pačiu ir organizacijos, klientais. Taigi šiuolaikinėje informacinėje visuomenėje labai svarbi užduotis tampa ne tik tinklapio sukūrimas, bet ir nuolatinis jo tobulinimas, norint pasiekti maksimalų jo priimtinumą esamiems ir potencialiems vartotojams.

1.1. Tinklapių priimtino vartotojams sąvokos teorinis pagrindimas

Tinklapių priimtino vartotojams sąvoka yra plati ir skirtingų autorių analizuojama įvairiais aspektais. Literatūroje dažniausiai analizuojami aspektai: tinklapio kokybė („Quality“), patogumas naudoti („Usability“) bei vartotojų pasitenkinimas („Satisfaction“). Nagrinėdami tinklapių ir vartotojų sąveiką, vieni autoriai labiau koncentruojasi į kokybę [1; 8; 37; 39], kiti į naudojimosi patogumą kaip svarbiausią kokybės elementą [15; 32; 48], treči – į vartotojo pasitenkinimą tinklapio, kaip galutinį kokybiško ir patogaus naudoti tinklapio rezultatą [28; 31; 40]. Visi šie trys aspektai yra svarbūs ir papildo vienas kitą atliekant visapusišką tinklapio priimtino vartotojams analizę.

Taigi pradžioje tikslinga apibrėžti tinklapių kokybės, patogumo naudoti bei vartotojų pasitenkinimo sąvokas. ISO programinės įrangos (taip pat ir interneto tinklapio) kokybę apibrėžia kaip programinės įrangos gebėjimą patenkinti išreikštus ir numanomas poreikius, naudojant ją pagal nurodytas sąlygas [43, p. 5]. Siekiant aukštos svetainės kokybės, būtina užtikrinti trijų šalių – užsakovo, svetainės kūrėjo ir jos lankytojo – tarpusavio supratimą ir lūkesčių suderinimą [39, p. 78] (žr. 1 pav.). Ypač svarbu atsižvelgti į galutinio vartotojo (svetainės lankytojo) lūkesčius ir nuomonę, nes būtent jam šis produktas yra kuriamas.

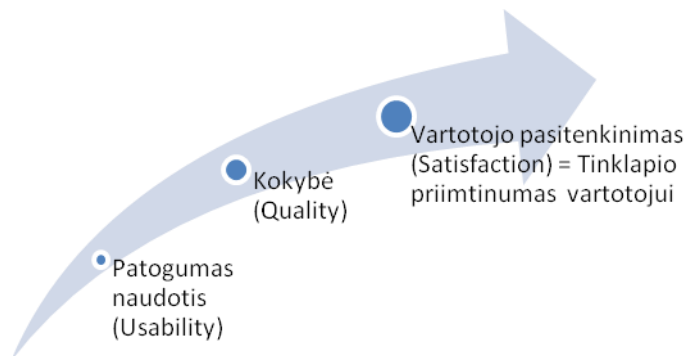
Patogumas naudotis („Usability“) yra kokybės atributas, matuojantis, kaip lengvai ir gerai vartotojas be išankstinių apmokymų gali sąveikauti su tinklapio informacine sistema [3, p. 152; 34]. „Usability“ sąvoka apima tinklapio funkcijų naudojimo paprastumą bei vartotojų užduočių įvykdymo efektyvumą naudojantis tinklapio. Tinklapių naudojimo patogumas apima šias tris pagrindines dimensijas: navigacijos paprastumas, greitis ir interaktyvumas [48, p. 103]. Naudojimo patogumas yra svarbiausias tinklapio dizaino aspektas [32, p. 166].



1 pav. Interneto svetainės kokybės suvokimo modelis [39, p. 78].

Vartotojo pasitenkinimas bendrąja prasme yra diskomforto nebuvimas bei teigiamas požiūris į produkto naudojimą [28, p. 382]. Jis taip pat apibrėžiamas kaip organizacijos tinklapio naudingumo matas, lemiantis vartotojo sprendimų priėmimo procesą [31, p. 545]. Vartotojų pasitenkinimas tinklapiu dažniausiai matuojamas jų vizitais į tą tinklapį bei vizitų pasikartojimo tikimybe [7, p. 26]. Vartotojų pasitenkinimas yra esminis faktorius vystant ilgalaikius santykius su vartotoju ir prisidedantis prie pastovaus pelningumo bei apibrėžiantis bendrą tinklapio sėkmingumą [40, p. 46].

Taigi apibendrinant galima teigti, jog tinklapio priimtumas vartotojui yra daugiadimensinis reiškinys: apima jo kokybės bei patogumo naudotis aspektus ir išreiškiamas vartotojo pasitenkinimu tinklapiu (žr. 2 pav.). Kuo geresnis kokybės bei patogumo naudotis parametų veikimas, tuo labiau patenkintas tinklapio vartotojas ir tuo jam tinklapis yra priimtinesnis.

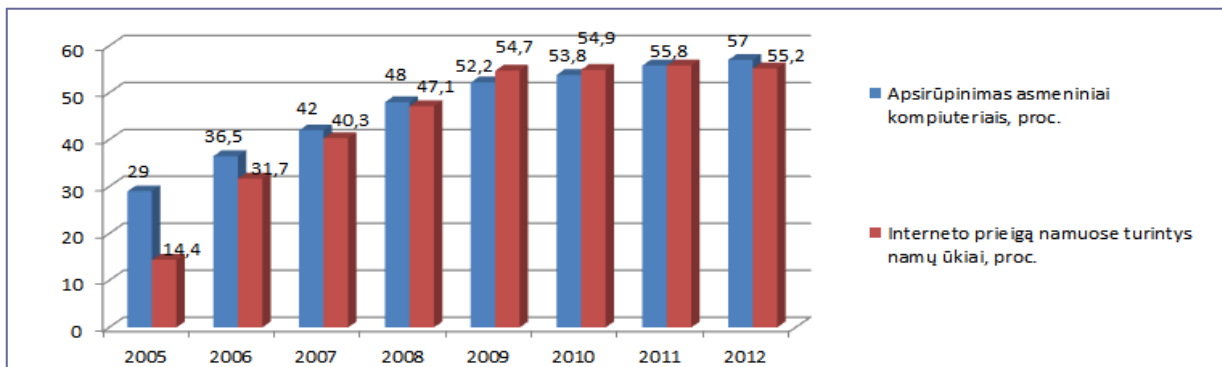


2 pav. Tinklapio priimtumo vartotojui sudedamosios dalys (sudaryta autorės, remiantis literatūros analize).

1.2. Tinklapių priimtino vartotojams svarba

Organizacijų interneto tinklapiai tapo svarbiausia komunikacijos proceso priemone internete [27, p. 49]. Kai kuriais atvejais interneto tinklapis, siūlantis klientams naudingas paslaugas, tampa ir produkto dalimi. Žmonės siekia kokybės visuose sukurituose produktuose, taip pat ir kuriant interneto tinklapius. Todėl eksponentiškai didėjant tinklapiuose pasiekiamo turinio ir paslaugų kiekiui, pasaulyje išplito visuotinis tinklapių kokybės siekis [37, p. 376]. Interneto tinklapio kokybė yra strategiškai svarbi organizacijoms bei jų klientų poreikių patenkinimui [37, p. 379]. Vartotojai susiduria su tinklapio „Usability“ dar prieš jiems pradėdant jį naudoti [33, p. 10], todėl organizacijoms labai svarbu sukurti tinklapį, kurį lengva naudoti bei kuris atitinka organizacijos siekius [31, p. 543; 48, p. 98].

Lietuvoje pastebimos ryškios kompiuterių ir interneto plitimo tendencijos, artimos Europos sąjungos (ES) rodikliams. Statistikos departamento duomenimis, 2012 m. asmeninius kompiuterius namuose turėjo 57 proc., interneto prieigą – 55 proc. namų ūkių [13, p. 43], tuo tarpu 2005 m. apimtis buvo atitinkamai 29 ir 14 proc. [14, p. 57-58] (žr. 3 pav.). Aktyviausi interneto vartotojai yra 16-34 m. amžiaus gyventojai (94 proc.) [13, p. 48]. Lietuvos Informacinės visuomenės plėtros komiteto (IVPK) duomenimis, 2001-2011 m. Lietuvoje interneto vartotojų skaičius išaugo daugiau nei aštuonis kartus – nuo 7,4 proc. iki 63 proc. [30] ir yra artimas ES vidurkiui (70 proc.) [13, p. 102].



3 pav. Kompiuterių ir interneto plitimas Lietuvos namų ūkiuose 2005-2012 m. Sudaryta autorės pagal [13; 14].

Sparčiai augo ir interneto tinklapius turinčių įmonių skaičius. Per 2002-2012 m. tokių įmonių skaičius išaugo daugiau nei 2,5 karto – nuo 27 proc. iki 71 proc. [13, p. 62]. ES vidurkis 2011 m. siekė 69 proc. [13, p. 108]. Interneto tinklapius turi 91 proc. viešojo administravimo įstaigų [13, p. 79] bei visos aukštojo mokslo įstaigos.

Taigi apžvelgus mokslinius šaltinius bei statistinius duomenis galima teigti, jog interneto ir interneto tinklapių, kaip pagrindinės vartotojų ir organizacijų komunikavimo priemonės virtualioje erdvėje, svarba tiek Lietuvoje, tiek užsienio šalyse nuolat auga ir labai svarbiu uždaviniu tampa nuolatinis tinklapių kokybės gerinimas, jų priimtino vartotojams užtikrinimas.

2. BENDRIEJI TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS VEIKSNIAI IR MODELIAI

Išanalizavus įvairių autorių mokslinius straipsnius, skelbtus 2000 – 2012 m., detalesnei analizei pasirinkti dešimt mokslinių darbų, skirtų įvertinti tinklapių priimtinumą vartotojams. Atrenkant mokslinę medžiagą buvo atsižvelgiama, kokioms tinklapių kategorijoms darbai skirti, t.y. buvo labiau orientuojamasi ne į e-komercijos tinklapių vertinimo modelius, bet į universalius arba skirtus vertinti informacinius, viešųjų, valstybinių, švietimo organizacijų tinklapius.

Kadangi įvairūs autoriai, nagrinėdami šią temą, orientuojasi į skirtingus priimtinumą aspektus, modeliai buvo suskirstyti į tris grupes: analizuojantys tinklapio kokybę („Quality“), naudojimosi tinklapio patogumą („Usability“) arba vartotojo pasitenkinimą („Satisfaction“). Šiame skyriuje apžvelgiami šie dešimt modelių bei atliekama jų lyginamoji analizė, siekiant išskirti priimtinumą veiksniai, labiausiai tinkančius kolegijų tinklapių vertinimui.

2.1. Kokybės („Quality“) modeliai

Pirmasis modelis, skirtas matuoti interneto tinklapių kokybę – prancūzų autorių sukurtas penkių kriterijų grupių modelis VPTCS [42]. Šio modelio pagrindu sukurtais automatinėmis priemonėmis bei klausimynais svetainės kūrėjams ir vartotojams buvo vertinama Vilniaus universiteto tinklapio kokybė [39]. VPTCS modelis apima penkis kokybės aspektus: Visibilité (matomumas), Perception (surinkimas), Technique (technika), Contenu (turinys), Services (paslaugos) [39, p. 79; 42]. Šios kriterijų grupės apima tokius kokybės elementus:

1. *Matomumas* – svetainės prieinamumas potencialiai auditorijai (nuorodos, reklama, atstovų žiniasklaidai veiksmai ir kitos svetainės adreso ir santraukos pateikimo vartotojams priemonės).
2. *Surinkimas* – svetainės naudojimo patogumas, nes tai palengvina prieigą prie turinio (trumpi, akivaizdūs nuorodų pavadinimai, visada aiški lankytojo dislokacija svetainėje, principas „mažiau pelės paspaudimų – geriau“, visada prieinama tekstinė informacijos alternatyva ir pan.).
3. *Technika* – kadangi sistemos projektavimo tikslas yra užtikrinti naudojimo paprastumą, techninis kokybės vertinimas remiasi pasiektu funkcionalumo ir koncepcijų sudėtingumo santykiu. Vertinami aspektai – svetainės adreso pastovumas, krovimosi laikas, nuorodų spalva, atsakymo iš serverio gavimo laikas ir pan.

4. *Turinys* – interneto svetainės informacijos patikimumas bei informacijos ir svetainės tikslų atitiktis (informacijos naujumas (aktualumas), archyvo egzistavimas, turinio datavimas, interaktyvaus grįžtamojo ryšio egzistavimas ir pan.)
5. *Paslaugos* – svetainės paslaugų kokybė prasideda nuo galimybės jomis pasinaudoti, t. y. interaktyvi paslauga bus traktuojama kaip kokybiška, jeigu lankytojai noriai ja naudojami ir jei jų kūrėjai teikia paslaugas visa apimtimi ir svetainėje nurodytais terminais.

Antrasis interneto tinklapių kokybės modelis, besiorientuojantis į nekomercinių tinklapių vertinimą, skirtas vertinti viešojo sektoriaus organizacijų interneto tinklapius [1]. Modelis įtraukia šias kategorijas: patogumas naudotis („Usability“), patikimumas („Reliability“), funkcionalumas („Performance“) ir prieinamumas („Accessibility“) [1, p. 662-663]. Šių kriterijų pagrindu formuojamos tinklapių vertinimo gairės bei 39 klausimų vartotojų apklausos anketa. Anketa buvo empiriškai išbandyta apklausiant 182 respondentus apie keturių valstybinių institucijų tinklapių kokybę. Žemiau pateikiami sudėtiniai kriterijų vertinimo elementai.

Patogumo naudoti kriterijai:

- svetainės struktūra (Site map);
- grįžtamasis ryšys ir pagalba (Feedback and help features);
- kalbų pasirinkimas (Foreign language support);
- navigacija (Navigation);
- paieškos galimybė tinklapyje (Search option);
- informacijos suradimo galimybė puslapyje (Finding information option within page).

Patikimumo kriterijai:

- suderinamumas su įvairiomis naršyklėmis (Browsers compatibility);
- kokybiškos nuorodos (Links).

Funkcionalumo kriterijai:

- puslapio krovimosi laikas (Download time);
- greito pasiekiamumo puslapis (Quick access page).

Prieinamumo kriterijai:

- visuotinis tinklapio suprantamumas (Global site understandability);
- skaitomumas (Readability);
- paprastumas (Simplicity);
- šriftai ir spalvos (Fonts and colors).

Trečiojo modelio autorius, remdamasis literatūros analize bei moksline ir praktine patirtimi, sudarė inovatyvų daugiadimensinės struktūros tinklapio kokybės vertinimo modelį [37]. Šis modelis tinkamas vertinti visuotinę tinklapio kokybę įvairioms tinklapių kategorijoms iš įvairių vertintojų perspektyvų. Modelio struktūra paremta charakteristikomis, subcharakteristikomis ir atributais trijose kokybės dimensijose [37, p. 377]:

- *turinio* (tikslumas, pilnumas, tinkamumas, nuoseklumas, atnaujinimas, rašyba ir pan.);
- *paslaugų* (saugumas, patikimumas, privatumas, funkcionalumas, efektyvumas, tikslumas, prieinamumas, atsakymo laikas, laiko taupymas, empatija, reputacija, personalizacija ir pan.);
- *techninės kokybės* (navigacijos žemėlapis, naršymo kelias, paieška, puslapio užkrovimo laikas, naršyklių suderinamumas, nuorodų kokybė, tinklapio pasiekiamumas ir pan.).

Šių dimensijų vertinimo kriterijai gali būti matuojami pagal trijų/ penkių balų Likerto skalę ir koreguojami atsižvelgiant į vertinamo tinklapio kategoriją, organizacijos veiklos pobūdį ar vertinimo metodiką. Modelis kol kas nėra empiriškai išbandytas, tačiau ateityje planuojama tęsti jo vystymą kuriant sveikatos apsaugos įstaigų tinklapių vertinimo ir tobulinimo metodologiją.

Ketvirtasis modelis pateikia tinklapių patogumo naudoti („Usability“) bei vartotojų pasitenkinimo („User satisfaction“) literatūros analize paremtą bendrą tinklapio kokybės įvertinimo anketą (Website Evaluation Questionnaire, WEQ) informacinių ir valdžios institucijų tinklapių įvertinimui [8]. Anketa, kurios struktūra paremta autorių šiek tiek modifikuota [31] šaltinio dimensine vartotojų pasitenkinimo schema, sudaryta iš šių kokybės dimensijų ir subdimensijų [8, p. 299]:

- *išdėstymas* (Layout);
- *turinys* (Content):
 - tinkamumas;
 - išsamumas (jeina ir tikslumas);
 - suprantamumas (jeina ir kalbų naudojimas).
- *navigacija* (Navigation):
 - naudojimo paprastumas;
 - pradinio puslapio kokybė;
 - tinklapio struktūra;
 - nuorodos;
 - greitis;

- paieškos sistema.

Anketa buvo empiriškai išbandyta, apklausiant 1104 respondentus, vertinant penkis skirtingus valstybės institucijų bei informacinius tinklapius. Anketos ir atskirų jos dimensių bei subdimensių patikimumas buvo patvirtintas panaudojant statistinius vertinimo metodus.

2.2. Patogumo naudotis („Usability“) modeliai

Pirmasis modelis – tai paprastos struktūros tinklapių naudojimosi patogumo („Usability“) matavimo skalė, pagrįsta vartotojų suvokimu [48]. Jos reikalingumą autoriai pagrindė tuo, jog „Usability“ yra vienas svarbiausių tinklapio kokybės veiksnių, lemiančių vartotojų požiūrį į tinklapį. Autoriai nurodė, jog tinklapio „Usability“ susideda iš trijų dimensių: *navigacijos paprastumas*, *greitis*, *interaktyvumas* [48, p. 103]. Kiekviena dimensija turi po keletą ją apibūdinančių elementų, kurių pagrindu formuojama anketa vartotojams apklausti. Pirmiausia vartotojai prašomi atlikti konkrečias užduotis su tinklapiu, po to užpildyti anketą. Remiantis tyrimo rezultatais, svarbiausias „Usability“ elementas – navigacija, antras pagal svarbą yra interaktyvumas, trečias – greitis. Empirinis modelio pagrindimas pasižymi maža apimtimi – apklaustas tik vienas vartotojų segmentas (350 studentų), apklausos objektas – tik vienas e-komercijos tinklapis. Taigi skalės rezultatai turėtų būti patikrinti su įvairesnėmis vartotojų ir tinklapių kategorijomis. Pagrindinis modelio privalumas – „usability“ išskaidymas į tris dimensijas, taip pagelbstint tinklapių kūrėjams identifikuoti ne tik bendrą naudojimosi patogumo kokybę, bet ir konkrečias problemas atskirose jos dimensijose.

Kitas modelis analizuoja Bangladešo universitetų tinklapių tinkamumą naudoti vartotojams [15]. Išskirtos penkios pagrindinės naudojimosi patogumo kategorijos, svarbios akademinėms įstaigų tinklapių vartotojams (studentams, dėstytojams, administracijos darbuotojams ir kitiems) [15, p. 472]:

1. *turinys, struktūra ir skaitomumas* (Content, organisation, and readability);
2. *navigacija ir nuorodos* (Navigation and links);
3. *vartotojo sąsajos dizainas* (User interface design);
4. *eksploatacinės savybės ir efektyvumas* (Performance and effectiveness);
5. *studijų informacija* (Educational information).

Teorinis modelis buvo pritaikytas atliekant žvalgomojo pobūdžio empirinį tyrimą. Buvo įvykdyta 150 studentų iš 20-ies Bangladešo universitetų anketinė apklausa bei panaudotos automatizuotos tinklapių tikrinimo priemonės (HTML toolbox ir Webpage Analyser).

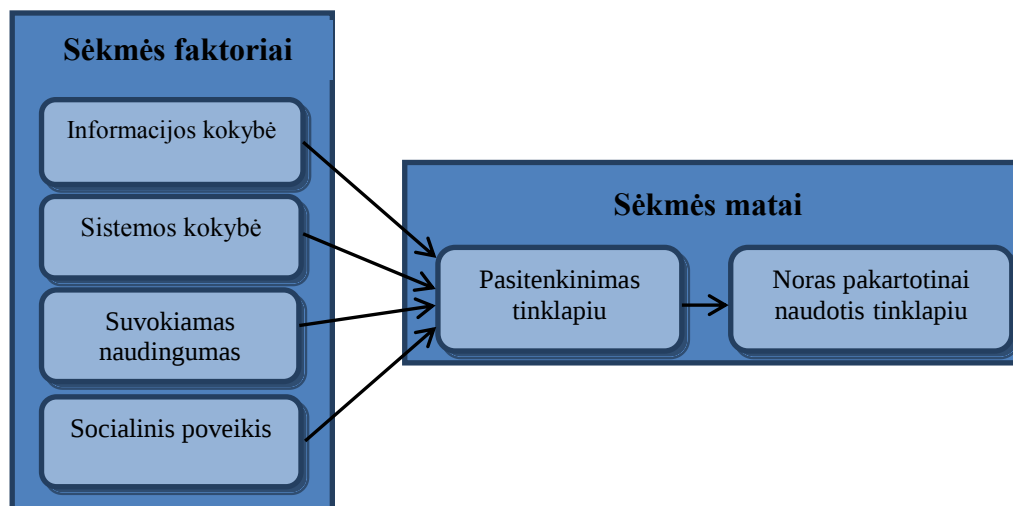
Trečiasis modelis pateikia studentų interneto vartotojų suvokiamo naudojimosi patogumo veiksnius [32]. Remiantis literatūros analize buvo išskirti septyni tinklapio „Usability“ veiksniai, lemiantys studentų interneto vartotojų suvokiamą bendrą tinklapio naudojimosi patogumą [32, p. 166]. Atlikus empirinį tyrimą su daugiau kaip 12 000 Malaizijos studentų užpildytų anketų 36 skirtingose tinklapių kategorijose nustatytas toks „Usability“ faktorių svarbos eiliškumas (nuo pirmo iki septinto pagal svarbą):

1. *spalvos ir šriftai* (Use of Colour and Font (UCF)),
2. *draugiškumo atmosfera* (Friendliness of Website (FOW)),
3. *patikimumas* (Trustworthiness of Website (TOW)),
4. *grafika ir paveikslėliai* (Use of Graphics and Images (UGI)),
5. *interaktyvumas* (Interactivity of Website (IOW)),
6. *navigacijos paprastumas* (Ease of Web Navigation (EWN)),
7. *tinklapio atvertimo greitis* (Download Speed of Website (DSOW)).

Statistinės analizės metu nustatyta, jog visi šie faktoriai yra statistiškai reikšmingi, tačiau svarbiausią reikšmę studentams turi estetiškas tinklapio patrauklumas ir draugiškumo bei patikimumo atmosfera [32, p.181]. Autoriai tyrime koncentravosi į komercinio-pramoginio pobūdžio tinklapius bei apklausė tik Malaizijos studentus. Todėl neaišku, ar šiuos rezultatus galima pilnai taikyti ir kitų šalių, pvz. Europos, studentams interneto vartotojams, ir ar rezultatai būtų panašūs nagrinėjant aukštojo mokslo institucijų tinklapius. Tačiau didelė empirinio tyrimo apimtis leidžia daryti prielaidą, jog rezultatai didžia dalimi gali būti taikomi įvairiems tinklapiams, kurių tikslinė auditorija yra studentai.

2.3. Pasitenkinimo („Satisfaction“) modeliai

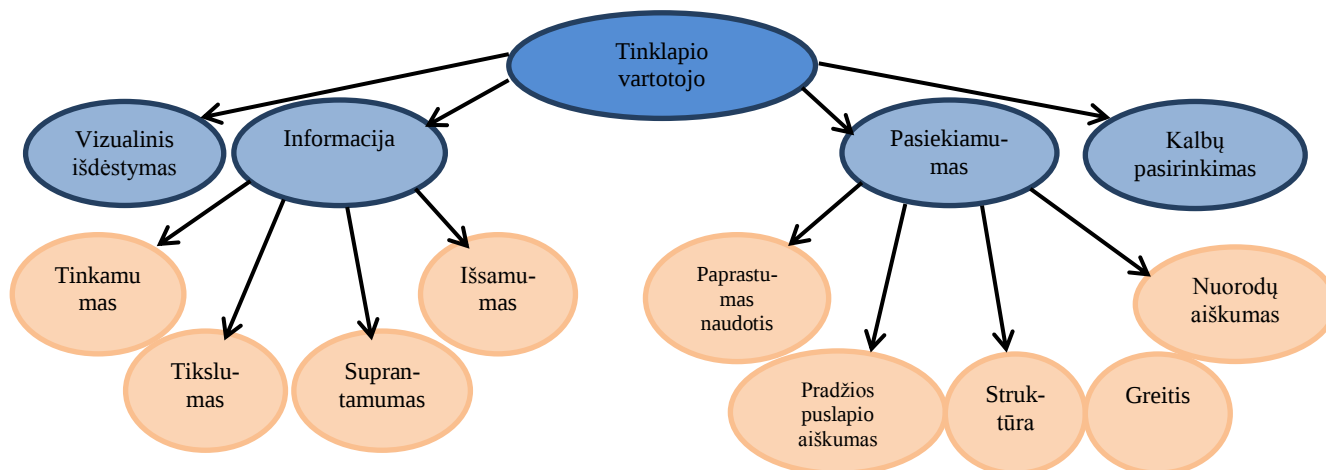
Šis vartotojų pasitenkinimą aprašantis modelis [40] praplečia pasitenkinimo tinklapiu suvokimą už e-komercijos aplinkos ribų. Jis labiau pritaikytas ne e-komercijos įmonėms, kurios negali matuoti savo tinklapio bei veiklos sėkmės pinigine verte (pelnu). Vartotojų norą pakartotinai sugrįžti į tinklapį lemia jų pasitenkinimas tinklapiu, kurį identifikuoja keturių elementų – *informacijos kokybės*, *sistemos kokybės*, *suvokiamo naudingumo* bei *socialinio poveikio* – kombinacija (4 pav.). Suvokiamas naudingumas – tai vartotojo įsitikinimo lygis, jog tinklapis padės jam įvykdyti reikiamas užduotis. Modelyje įvedama naujas, socialinio poveikio, veiksnys, reikšmingai įtakojantis vartotojų pasitenkinimą. Socialinis poveikis – vartotojo suvokimo laipsnis, jog kiti asmenys linkę naudotis tinklapiu.



4 pav. Detalus vartotojų pasitenkinimo tyrimo modelis. Sudaryta autorės pagal [40, p. 51].

Pagal 4 pav. pateiktą schemą sudarytos apklausos anketos patikimumas buvo patikrintas atliekant pilotazines apklausas su mokslininkais, praktikais bei 200 universiteto studentų. Buvo tiriami dviejų tipų – virtualios bendruomenės bei specifikuotos informacijos paieškos – tinklapiai. Rezultatai atskleidė, jog 4 pav. pateiktų elementų kombinacijos gali skirtis vertinant skirtingų tipų tinklapius iš vartotojų perspektyvos, t.y. kiekvienu atveju reikia nustatyti tinkamiausius tinklapio vertinimo modelio elementus.

Antrajame modelyje remiantis išanalizuota mokslinė literatūra bei atlikta kokybine žvalgomąja (pilotine) studija, pateikiama dimensinė vartotojų pasitenkinimo („User Satisfaction“) schema, sudaryta iš keturių pagrindinių dimensijų (*vizualinis išdėstymas* (Layout), *informacija* (Information), *pasiekiamumas* (Connection), *kalbų pasirinkimas* (Language customization)) bei devynių subdimensijų, charakterizuojančių tinklapio informaciją ir pasiekiamumą [31, p. 548] (žr. 5 pav.). Ši schema buvo empiriškai patvirtinta atlikus statistinę analizę, remiantis 837 Vakarų Europos interneto vartotojų anketinės apklausos duomenimis aštuoniose skirtingose tinklapių kategorijose.



5 pav. Dimensinė vartotojų pasitenkinimo interneto tinklapiu schema. Sudaryta autorės pagal [31, p. 548].

Trečiajame modelyje [28] teigiama, jog vertinant tinklapį vartotojų lūkesčių atžvilgiu, šių lūkesčių atskleidimas yra sudėtinga užduotis tinklapių kūrėjams ir tai priklauso nuo tinklapio kategorijos (jo siūlomų specifinių paslaugų) bei vartotojų charakteristikų. Todėl siūloma tinklapių priimtinumą vartotojams vertinimo metodika (apklausos anketos sudarymas) susideda iš dviejų etapų. Pirmame etape tam tikros kategorijos tinklapių vartotojai užpildo bendro pobūdžio vertinimo anketą, kuri apima šias pagrindines vertinimo kategorijas [28, p. 402]:

- *informacijos pateikimas ir išvaizda* (grafika, animacija, spalvos, tekstas, suprantamumas, siuntimo greitis);
- *pasiekiamumas, navigacija, orientacija* (paprasta navigacija, aiški puslapio struktūra; gera informacijos kategorizacija, nedviprasmi ir logiški terminai ir nuorodos, navigacijos kelio atsekimas, efektyvi paieškos sistema);
- *informacijos architektūra* (informacijos reikšmingumas, pilnumas, naujumas, suprantama kalba, tinkamos paslaugos);
- *į vartotoją orientuotas dizainas* (koku lygiu tinklapio struktūra padeda vartotojams pasiekti savo tikslus: ar vartotojas randa tai, ko jam reikia; ar gali patenkinti savo poreikius greitai ir lengvai; ar tinklapio dizainas ir struktūra atitinka jo lūkesčius).

Naujai įvesta yra ketvirta kategorija – į vartotoją orientuotas dizainas, nurodant, jog tinklapio sėkmingumas bei vartotojų pasitenkinimas labiausiai priklauso nuo to, ar jis padeda sėkmingai patenkinti poreikius bei atitikti įvairių vartotojų lūkesčius.

Antrame etape tie patys tyrimo dalyviai yra prašomi savo nuožiūra atlikti veiksmus tinklapyje, vadovaujantis savo lūkesčiais tų tinklapių atžvilgiu. Šio etapo metu vartotojai užrašo savo įspūdžius, nurodo rastas naudingas tinklapio savybes bei trūkumus. Po to tyrėjai išanalizuoja visus vartotojų atsakymus ir suformuluoja papildomus priimtino kriterijus tiriamai tinklapių kategorijai, pagrįstus vartotojų lūkesčiais. Tokiu būdu papildoma pirminė apklausos anketa vartotojams svarbiais kriterijais.

Ši siūloma metodika autorių buvo sėkmingai išbandyta empiriniame tyrime dalyvaujant 150 universiteto studentų. Ji vertinga tuo, jog koncentruojasi į vartotojų lūkesčius ne tik remdamasi teorine analize, bet ir praktiškai įtraukiant realius vartotojus kuriant pilnavertę ir konkrečiam tiriamų tinklapių atvejui tinkamą anketa.

2.4. Tinklapių priimtino modelių lyginamoji analizė

Siekiant nustatyti pagrindinius tinklapių priimtino vertinimo veiksniai, atlikta aukščiau aptartų modelių lyginamoji analizė (žr. 1 lentelę). Pažymėtina, jog lyginant modelius atsirado tam tikrų sunkumų. Pirmiausia skirtingi autoriai tuos pačius tinklapio kokybės elementus priskyrė skirtingoms dimensijoms, pvz. greitis priskiriamas ir prie navigacijos, ir prie patogumo naudoti, ir prie techninės kokybės. Taip pat sunkumų kėlė skirtingas elementų traktavimas – vienuose modeliuose jie priskiriami prie dimensijos, kituose – tie patys elementai tampa dimensijomis, pvz. navigacija ir kaip dimensija, ir kaip patogumo naudoti elementas. Trečia, tos pačios dimensijos skirtingų autorių modeliuose apima skirtingus elementus. Atsižvelgiant į minėtas problemas, modeliai buvo lyginami vadovaujantis šio darbo tikslais, logika ir modelių analize.

Nustatyta, jog dažniausiai autorių minimi tinklapių priimtino veiksniai (dimensijos) yra *turinys, patogumas naudotis ir navigacija, greitis bei vartotojo sąsajos dizainas*. Žemiau aptariami kiekvienas iš šių veiksnių.

Turinys – svarbiausia tinklapio charakteristika, kurio kokybė didžiausia dalimi lemia bendrą tinklapio priimtino vartotojams [1; 8; 37; 40; 45 ir kiti]. Svarbiausias vartotojų tikslas internete – lengvai rasti jiems reikalingą, vertingą informaciją, padedančią įgyvendinti jų poreikius. Jei tinklapio turiniu vartotojai patenkinti, jis jiems yra vertingas, vadinasi didelė tikimybė, jog jie pakartotinai pasinaudos tinklapiu. Pagrindiniai daugumos autorių minėti turinio vertinimo elementai yra informacijos aiškumas, naujumas, išsamumas, įkėlimo datos nurodymas, tikslumas, suprantamumas, kalbų pasirinkimas, rašyba, tinkamas formatas bei informacijos adaptavimo konkrečioms vartotojų grupėms laispmis [1; 8; 10; 15; 37; 42 ir kiti].

1 lentelė. Interneto tinklapių priimtino vartotojams modelių palyginimas.

Tinklapio priimtino aspektas	Kokybė ("Quality")				Naudojimo paprastumas ("Usability")			Vartotojų pasitenkinimas ("User Satisfaction")		
Autoriai	Gateau, Sloim, 2001	AbuAli, Abu-Addose, 2011	Rocha 2012	Elling et al., 2007	Wang, Senecal, 2007	Nathan, Yeow, 2009	Islam, Tsuji, 2011	Schaupp, 2010	Muyllle et al., 2004	Marsico Levialdi 2004
<i>Tyrimų kontekstas</i>	Visų tipų tinklapiai	Valstybės įstaigų ir informaciniai tinklapiai	Visų tipų tinklapiai	Valstybės įstaigų ir informaciniai tinklapiai	E-komerc. tinklapiai	E-komerc. tinklapiai, tikslinis segmentas studentai	Bangladešo niversitetų tinklapiai	Ne e-komercijos tinklapiai	Įvairios tinklapių kategorijos	Kelionių agentūrų tinklapiai
<i>Dimensijos</i>										
Patogumas naudoti	taip	taip	taip	taip				taip	taip	taip
Navigacija	taip	taip	taip	taip	taip	taip	taip		taip	taip
Interaktyvumas					taip	taip				
Greitis		taip	taip	taip	taip	taip	taip		taip	taip
Efektivumas		taip					taip			
Turinys/ Informacijos kokybė	taip	taip	taip	taip			taip	taip	taip	taip
Techninė kokybė	taip	taip	taip							
Vartotojo sąsajos dizainas		taip		taip		taip	taip		taip	taip
Paslaugos	taip		taip							
Matomumas	taip									
Patikimumas/ saugumas						taip				
Draugiškumo atmosfera						taip				
Suvokiamas naudingumas								taip		
Socialinis poveikis								taip		
Į vartotoją orientuotas dizainas										taip

Patogumas naudotis ir navigacija – antras lygiagrečiai svarbus tinklapio priimtino veiksnys, lemiantis jo kokybę bei interneto vartotojų pasitenkinimą. Navigacija yra vienas svarbiausių naudojimosi patogumo elementų. Navigacijos paprastumas tiesiogiai lemia vartotojo sugaištą laiką ir pastangas, reikalingas įvykdyti konkrečią užduotį. Gera navigacija padeda tinklapio lankytojams surasti daugiau reikalingos informacijos bei padaryti tai greičiau, efektyviau [48, p. 101].

Vieni autoriai savo modeliuose labiau akcentuoja vien tik navigaciją kaip pagrindinį patogumo naudotis kriterijų, kiti autoriai šalia navigacijos reikšmę teikia ir kitiems patogaus naudojimo elementams, tokiems kaip grįžtamasis ryšys ir pagalba, paprastas naršymas, logiškas elementų išdėstymas, interaktyvumas, greitis ir pan. Tinklapyje svarbu ne tik pateikti aktualią, suprantamą informaciją, bet ir užtikrinti lengvą, intuityvų jos suradimo procesą bei patogų tinklapio naudojimą.

Tinklapis, kad ir kokia įdomi, naudinga informacija jame bebūtų, vartotojui bus mažai vertingas, jei jame patalpintos informacijos radimas bus komplikuoatas, ilgai užtrunkantis. Kuriant ir tobulinant tinklapį reikia apgalvoti informacijos hierarchijos bei jos išdėstymo optimalų variantą, tinkamose vietose pateikti aiškias nuorodas ir kitas orientavimąsi tinklapyje palengvinančias priemones. Remiantis išanalizuotais modeliais, svarbiausi navigacijos vertinimo elementai yra trumpos ir akivaizdžios nuorodos, gera navigacinė struktūra, visada aiški vartotojo dislokacija tinklapyje, principas „mažiau pelės paspaudimų-geriau“, svetainės struktūros žemėlapis, paieškos tinklapyje ir atskiruose jo puslapiuose įrankiai, naršymo kelio vaizdavimas, aiškus pradinis puslapis, geras informacijos kategorizavimas, aiškūs ir tinkami terminai [8; 37; 42 ir kiti].

Greitis – trečiasis veiksnys, įtakojantis tinklapių priimtinumą vartotojams. Greitis vienuose modeliuose išskiriamas kaip atskira dimensija [32; 48], kituose – kaip patogumo naudotis, efektyvumo ar techninės kokybės elementas [8; 15; 28; 31 ir kiti]. Šis priimtinum elementas apibūdina tinklapio ir atskirų jo puslapių atvertimo bei veikimo greitį. Vartotojai naršydami internete nori pasiekti informaciją greitai ir nėra linkę ilgai laukti, kol puslapis atsivers. Iširta, jog vartotojas puslapio atsivertimo laukia vidutiniškai 1–4 sekundes ar netgi dar trumpiau [44], todėl norint pasiekti vartotojų palankumą svarbu užtikrinti priimtina tinklapio greitį.

Vartotojo sąsajos dizainas – ketvirtasis tinklapio priimtumą lemiantis veiksnys. Pilnavertis kokybiškas tinklapis be naudingo turinio ir efektyvios navigacijos turi pasižymėti patraukliu dizainu, kuris sietųsi su tinklapio kategorija bei turiniu, atitiktų tikslinių tinklapio vartotojų lūkesčius ir sustiprintų teigiamą įspūdį bei malonų ir patogų naršymą. Blogas tinklapių grafinis dizainas (elementų gausa, per ryškios ar per blankios spalvos, netinkama grafika, smulkus tekstas, per daug teksto ir pan.) motyvuotiems vartotojams padaro daugiau žalos negu geras dizainas teikia naudos.

Svarbiausias svetainių kūrėjų siekis yra suderinti grafinius ypatumus ir maksimalų naudojimo patogumą. Visgi vertinant svetainės kokybę iš lankytojo pozicijos, prioritetą turėtų būti skiriamas jos naudojimo patogumui, nes tai palengvina prieigą prie turinio [39, p. 80]. Pagrindiniai grafinės vartotojo sąsajos elementai yra dizaino estetiškumas, spalvos, fonas, šriftai, grafika ir paveikslai, tinkamas elementų išdėstymas puslapyje, teksto skaitomumas [1; 8; 15; 28; 31; 32].

Kiti tinklapių priimtumo veiksniai, nors jie ir buvo rečiau minimi nagrinėtuose modeliuose, taip pat turi pakankamai didelę įtaką jų kokybei ir vartotojų pasitenkinimui. Prie šių veiksmių galima priskirti efektyvumą ir techninę kokybę (suderinamumas su naršyklėmis ir platformomis, URL sudėtingumas, pavienių puslapių egzistavimas, svetainės adreso pastovumas, tinklapio pasiekiamumas) [1; 15; 37; 42], interaktyvumą ir prisitaikymą prie vartotojo [32; 48], el. paslaugų kokybę [37; 42],

patikimumą ir saugumą [32; 48]. Visi šie veiksniai, kartu su turinio, navigacijos, dizaino kokybe lemia vartotojų patirtį, suvokiamą naudingumą bei įtakoja pakartotinius apsilankymus tinklapyje.

Paskutinės keturios lentelėje esančios dimensijos (draugiškumo atmosfera, suvokiamas naudingumas, socialinis poveikis ir pasitenkinimas tinklapio naudojimu) iš kitų išsiskiria tuo, jog jos yra labiau apibendrinamojo pobūdžio ir gali būti traktuojamos kaip visų prieš tai minėtų veiksnių (turinio, naudojimosi patogumo, grafinio dizaino, greičio, saugumo ir pan.) vartotojų suvokiamos kokybės rezultatas. Pvz., jei tinklapis patogus naudoti, estetiškai patrauklus bei interaktyvus, vartotojas jį suvokia kaip draugišką jo atžvilgiu. Jei šalia šių veiksnių yra ir vertingas turinys – vartotojas yra patenkintas tinklapiu ir rekomenduoja jį kitiems (socialinis poveikis).

3. KOLEGIJŲ TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS ASPEKTAI

3.1. Kolegijų veikla ir jos reglamentavimas

Aukštųjų mokyklų, tarp jų ir kolegijų, veiklą reglamentuoja šie pagrindiniai teisės aktai: Lietuvos Respublikos Konstitucija ir Lietuvos Respublikos Mokslo ir studijų įstatymas. LR Konstitucijos 40-42 straipsniai susiję su aukštųjų mokyklų bei mokslo reglamentavimu. Pagrindinės LR Konstitucijoje įtvirtintos su aukštojo mokslo institucijomis susijusios nuostatos [20]: „Aukštosioms mokykloms suteikiama autonomija“; „Kultūra, mokslas ir tyrinėjimai bei dėstymas yra laisvi“; „Valstybė remia kultūrą ir mokslą, rūpinasi Lietuvos istorijos, meno ir kitų kultūros paminklų bei vertybių apsauga“.

Kaip įtvirtinta LR Mokslo ir studijų įstatymo (toliau - Įstatymas) 6 str. 1 d., aukštosios mokyklos yra dviejų tipų: universitetai ir kolegijos [21]. Aukštosios mokyklos gali būti valstybinės ir nevalstybinės. Valstybinė aukštoji mokykla yra viešasis juridinis asmuo, veikiantis kaip viešoji įstaiga, turinti Lietuvos Respublikos Konstitucijos garantuojamą autonomiją bei įstatymų nustatytą specialų statusą. Nevalstybinė aukštoji mokykla yra viešasis juridinis asmuo, veikiantis kaip viešoji įstaiga, arba privatus juridinis asmuo [21].

Įstatyme numatytas aukštųjų mokyklų autonomijos lygis: aukštoji mokykla turi autonomiją, apimančią akademinę, administracinę, ūkio ir finansų tvarkymo veiklą, grindžiamą savivaldos principu ir akademinę laisvę. Tačiau LR Konstitucijos bei įstatymų nustatyta tvarka aukštosios mokyklos autonomija derinama su atskaitomybe visuomenei, steigėjams ir juridinio asmens dalyviams [20; 21].

Pagal Įstatymo 7 str. 3 d., aukštoji mokykla privalo [21]:

- užtikrinti akademinės bendruomenės narių akademinę laisvę;
- informuoti steigėjus, juridinio asmens dalyvius ir visuomenę apie studijų ir mokslinės veiklos kokybės užtikrinimo priemones, o valstybinės aukštosios mokyklos – ir apie savo finansinę, ūkinę ir mokslinę veiklą ir lėšų naudojimą; savo studijų programų išorinio kokybės įvertinimo ir akreditavimo rezultatus;
- teikti Vyriausybės įgaliotoms institucijoms oficialią informaciją (statistinius duomenis ir dalykinę informaciją), reikalingą mokslo ir studijų sistemos valdymui ir stebėsenai;
- teikti studijuojantiems karjeros konsultacijas bei vykdyti kitas teisės aktų nustatytas prievole.

Kolegija – aukštojo neuniversitetinio mokslo institucija, kurioje vykdomos koleginės studijos, plėtojami taikomieji moksliniai tyrimai ir (arba) profesionalusis menas (Įstatymo 9 str.). Kolegijos tikslai [21]:

- vykdyti studijas, teikiančias asmeniui aukštąjį koleginį išsilavinimą ir aukštojo mokslo kvalifikaciją, tenkinančias Lietuvos valstybės bei visuomenės ir ūkio reikmes ir atitinkančias mokslo bei naujausių technologijų lygį;
- plėtoti regionui reikalingus taikomuosius mokslinius tyrimus, konsultuoti vietos valdžios ir ūkio subjektus;
- sudaryti sąlygas asmenų įgytoms žinioms ir gebėjimams tobulinti;
- ugdyti švietimui ir kultūrai imlią visuomenę, gebančią dirbti sparčios technologijų kaitos sąlygomis.

Neuniversitetinio aukštojo mokslo sektorius atsirado 2000 metais, įteisinus aukštojo mokslo įstatyme binarinę aukštojo mokslo sistemą [23, p. 13]. Vykdamas mokslo ir studijų reformą, nuo 2009 m. įvestas „studijų krepšelio“ principas, pagal kurį valstybės finansavimas, skirtas atitinkamai studijų sričiai, paskirstomas pagal gabiausių stojančiųjų pasirinkimą (ir valstybinėse, ir nevalstybinėse aukštosiose mokyklose) [22]. Be to, pagal Įstatymo 93 str. 8 dalį, 2011 m. valstybinės aukštosios mokyklos, tarp jų ir valstybinės kolegijos, buvo pertvarkytos į viešąsias įstaigas [21]. Šios reformos lėmė tai, jog nuo 2011 m. pab. ne tik privačios, bet ir valstybinės kolegijos pradėjo veikti laisvos rinkos principu. Valstybinės kolegijos susidūrė su būtinybe ieškoti finansavimo šaltinių ir pačios save išlaikyti. Kolegijų konkurenciją taipogi skatina didelis jų skaičius bei prastėjanti Lietuvos demografinė situacija, todėl kyla vis daugiau sunkumų tiek pritraukiant studentus, tiek plėtojant užsakomuosius mokslinius tyrimus, tiek įgyvendinant neformalaus švietimo programas.

Šiuo metu Lietuvoje veikia 23 kolegijos, iš jų 13 valstybinių ir 10 nevalstybinių [18]. Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centro (MOSTA) duomenimis, kolegijose studijuojančių studentų dalis, lyginant su universitetuose studijuojančiais studentais, yra gan didelė ir pastaruosius kelerius metus sudarė 40 – 42 proc. nuo visų įstojusiųjų į bakalauro pakopos studijas [26, p. 7]. Taigi kolegijų kaip aukštojo mokslo institucijų vaidmuo Lietuvoje vis didėja, todėl siekiant tolimesnės sėkmingos veiklos, studentų, kursų klausytojų, partnerių pritraukimo, labai svarbu tobulinti teikiamas paslaugas, tarp jų – didinti kolegijos informacijos ir paslaugų pasiekiamumą elektroniniais kanalais, užtikrinti savo tinklapių kokybę bei priimtinumą visoms suinteresuotoms vartotojų grupėms.

3.2. Kolegijų tinklapių reglamentavimo aspektai

Šiuo metu jau visos Lietuvos kolegijos turi savo internetinius tinklapius. Visos valstybinės kolegijos turi laikytis LR Vyriausybės patvirtinto „Bendrųjų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašo“ nuostatų, tačiau šios nuostatos neprivalomos nevalstybinėms aukštosioms mokykloms [4; 24].

Pažymėtina tai, jog „Bendrųjų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašas“ (toliau – Aprašas) yra kol kas vienintelis oficialus paskelbtas valstybinio masto dokumentas lietuvių kalba, kuris privalomai galioja valstybės ir savivaldybių institucijų tinklapiams. Šis aprašas sudarytas iš šešių dalių, kuriose reglamentuojama: bendrosios nuostatos; interneto svetainės struktūra; informacijos reikalavimai; įstatymų ir kitos teisinės informacijos skelbimas interneto svetainėje; interneto svetainės administravimas ir baigiamosios nuostatos [4]. Be šio svarbaus dokumento dar yra du neprivalomi dokumentai, susiję su valstybės įstaigų tinklapių tobulinimu, kurie gali daryti įtaką ir kolegijų tinklapiams:

- „Metodinės rekomendacijos dėl valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainių atitikimo bendriesiems reikalavimams“ – tai Informacinės visuomenės plėtros komiteto (IVPK) užsakymu parengtos metodinės rekomendacijos, kuriomis siekiama paaiškinti ir pavyzdžiais iliustruoti Aprašo nuostatas ir jų taikymą [29].
- „Lietuvos Respublikos Vyriausybės ir ministerijų interneto svetainių dizaino suvienodinimo taisyklių projektas“. Šios taisyklės nustato reikalavimus LR Vyriausybės ir ministerijų interneto svetainių dizainui [25]. Taisyklių projektas nepatvirtintas vyriausybės, bet jo nuostatomis gali vadovautis įstaigos, kurioms taikomos Aprašo nuostatos.

Įstatymo 41 str. 2 dalyje nurodyti privalomi reikalavimai dėl informacijos publikavimo aukštųjų mokyklų (tarp jų – valstybinių ir nevalstybinių kolegijų) tinklapiuose. Aukštoji mokykla turi nuolat interneto tinklalapyje ir kitais būdais viešai skelbti tikslią kiekybinę ir kokybinę informaciją apie [21]:

- studijų programas bei suteikiamas aukštojo mokslo kvalifikacijas,
- mokslo (meno) veiklą,
- įsivertinimo rezultatus,
- studentų, absolventų ir kitų suinteresuotų šalių nuomonę apie studijų kokybę,
- pripažintų institucijų atliktus aukštosios mokyklos veiklos vertinimus,
- absolventų karjeros rodiklius,
- kitus duomenis, kurių reikia visuomenei informuoti apie studijas.

Taigi tiek LR Mokslo ir studijų įstatymo nuostatų dėl informacijos skelbimo aukštųjų mokyklų tinklapiuose, tiek „Bendrųjų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašo“ tikslas – sudaryti visuomenei sąlygas gauti internetu visą viešą informaciją apie valstybines ir viešąsias paslaugas teikiančias institucijas ir įstaigas. Taip pat siekiama užtikrinti šių tinklapių aiškumą, funkcionalumą, turinio patikimumą ir suprantamumą, struktūros vienodumą. Dėl šios priežasties Aprašo nuostatos buvo išanalizuotos ir atrinktos tos, kurios taikytinos kolegijų tinklapiams (žr. 1 priedą). Atrinktos nuostatos, kartu su Įstatymo nuostatomis dėl informacijos skelbimo aukštųjų mokyklų tinklapiuose, įtrauktos į kolegijų tinklapių vertinimo elementų ir kriterijų sąrašą (žr. 2 priedą).

3.3. Kolegijų tinklapių turinio ir kokybės aspektai

Panagrinėjus kolegijų tinklapius pastebima, jog šiuo metu kolegijų tinklapiai naudojami jau ne tik statiškai pateikti svarbiausią informaciją, bet ir palengvinti abipusį bendravimą tarp institucijos ir vartotojų bei teikti el. paslaugas įvairioms lankytojų grupėms. Šiuolaikiniai tinklapiai vis labiau transformuojasi į vis didesnę reikšmę turinčius informacijos ir paslaugų kanalus tarp organizacijų, vartotojų bei kitų suinteresuotų grupių [8, p. 293].

Lietuvos kolegijų tinklapiai skiriasi tarpusavyje lyginant turinio išdėstymą, jo kokybę, svetainės dizainą, teikiamų el. paslaugų ypatybes bei kitas charakteristikas. Dalis kolegijų tinklapių yra keičiami, tobulinami, stengiantis padidinti struktūros ir turinio aiškumą, atsižvelgti į šiuolaikinius techninius standartus, vartotojų poreikius, tačiau galima teigti, jog bendra Lietuvos kolegijų tinklapių kokybė dar nėra labai aukšto lygio, o tai didžia dalimi lemia gan mažą šių tinklapių lankomumą bei žemą vartotojų pasitenkinimą. Dėl to būtina nagrinėti kolegijų tinklapių kokybę bei svarbiausius jų priimtino vartotojams veiksnius, taip siekiant identifikuoti stipriąsias-silpnąsias puses bei tobulinimo galimybes.

Kolegijos tinklapis, kaip ir bet kurios kitos organizacijos tinklapis, turi atspindėti šios institucijos tikslus ir veiklą bei orientuotis į savo tikslinių vartotojų grupę [28, p. 384]. Pirmiausia reikia nustatyti, kokiai kategorijai (-joms) tinklapis priklauso. Tinklapių skirstymas į kategorijas gali būti labai įvairus – pagal tinklapio turinį, interaktyvumo lygį, komercinį-nekomercinį pobūdį, vartotojus, organizacijų, kurioms tinklapis priklauso, tipus, veiklos tikslus ir pan. [49; 50; 52, p. 79]. Atsižvelgiant į aukščiau aptartus kolegijų bruožus, šių institucijų tinklapiai yra mišrios struktūros ir gali būti priskirti prie keleto tinklapių kategorijų: nekomercinio pobūdžio, institucinių, informacinių, paslaugų (švietimo-lavinimo).

Pagal Zhang et al. [52] atliktą šešių skirtingų kategorijų tinklapių kokybės ypatybių empirinį tyrimą, išskirtos penkios svarbiausios informacinių-educacinių tinklapių (prie jų priskiriami ir universitetų bei kolegijų tinklapiai) ypatybių grupės bei savybės (nuo pirmos iki penktos pagal svarbą) [52, p. 85-86]: *navigacija* (navigacijos paprastumas); *informacijos išsamumas*; *techninės tinklapio savybės* (įdiegtos efektyvios paieškos priemonės); *informacijos patikimumas* (tikslumas); *skaitomumas, išsamumas, aiškumas* (aiškus informacijos išdėstymas). Taigi remiantis šiuo tyrimu, svarbiausia kolegijų ir kitų informacinių-educacinių tinklapių elementai yra informacijos kokybė bei paprasta navigacija ir efektyvi paieška.

Kadangi kolegijos pagrindinė veikla yra teikti aukštojo mokslo neuniversitetinių studijų paslaugas, tinklapyje turi atsispindėti su tuo susijusi informacija bei papildomos paslaugos, padedančios kokybiškiau patenkinti lankytojų poreikius. Taigi galima teigti, jog kolegijos tinklapis atlieka dvi svarbiausias funkcijas: *informacijos pateikimo* bei *elektroninių paslaugų* teikimo.

Pirmiausia kolegijos tinklapis – tai *informacijos*, aktualios studentams ir kitoms tikslinėms grupėms bei atspindinčios kolegijos veiklą ir tikslus, pateikimo priemonė. Tinklapis tarsi vizitinė kortelė padeda kolegijoms greitai ir efektyviai pateikti bendro pobūdžio informaciją apie organizaciją, jos tikslus, veiklas ir pasiekimus plačiai visuomenei taip formuojant kolegijos įvaizdį. Tuo pačiu tinklapis tarnauja atskiroms vartotojų grupėms kaip detalios, aktualios informacijos (pvz. apie konkrečias studijų programas, stojimo sąlygas, dalykų vertinimo kriterijus, studijų tvarkos dokumentus, dėstytojų ir katedrų kontaktus ir pan.) pateikimo įrankis.

Išanalizavus Lietuvos kolegijų tinklapių turinio struktūrą, išskiriamos šios pagrindinės kolegijų tinklapiuose pateikiamos turinio kategorijos ir jose pateikiama informacija:

- *Naujienos ir skelbimai* (naujausia informacija apie renginius, seminarus, atvirų durų dienas, pasiekimus bei kitus kolegijos bendruomenei ir lankytojams aktualius klausimus).
- *Bendra informacija apie kolegiją* (tikslai, strategija, veiklos ataskaitos, organizacinė struktūra, savivalda, kontaktai, infrastruktūra, tarptautiniai ryšiai, studijų kokybės užtikrinimas, partneriai, vykdomi projektai, viešieji pirkimai, mokslinė-tiriamoji veikla).
- *Studijų programų informacija* (kiek ir kokių studijų programų vykdoma, studijų programų aprašymai, studijavimo formos, trukmė, studijų dalykai, praktikos, kreditai).
- *Informacija stojantiejiems* (stojimo sąlygos, terminai, pateikiami dokumentai, studijų finansavimas ir mokesčiai, testinių studijų galimybės, bendrabučiai, atvirų durų dienos, kontaktinė informacija konsultacijoms, dažniausiai užduodami klausimai).

- *Fakultetų informacija* (fakultetų studijų programos, administracijos adresai, kontaktai, struktūra, veikla, naujienos, skelbimai).
- *Katedrų informacija* (administracijos ir dėstytojų sąrašas, jų kontaktiniai duomenys, kuruojamos studijų programos, veikla).
- *Informacija studentams* (studijų grafikai, tvarkaraščiai, dėstytojų konsultacijų laikas, laisvai pasirenkamų dalykų sąrašas, baigiamųjų darbų rengimo informacija, praktinis mokymas, Erasmus ir kitos tarptautinių studijų galimybės, bibliotekos informacija, karjeros planavimas, studijų tvarkos dokumentai, prašymų, sutarčių ir kitų dokumentų blankai, įmokų kodai ir kvitai, parama studentams, studentų atstovybės kontaktai, meno, sporto bei kitos popaskaitinės veiklos būreliai, dažniausiai užduodami klausimai).
- *Informacija darbuotojams* (el. paštas, darbo laikas, vadovybės duomenys, įsakymai, nutarimai, dokumentai, veiklos ataskaitos, dokumentų blankai, posėdžių informacija ir pan.).
- *Informacija partneriams, darbdaviams* (kvietimai bendradarbiauti, tarptautinis bendradarbiavimas, atsakingų už bendradarbiavimą asmenų kontaktai, renginių, praktikų, absolventų informacija ir pan.).
- *Informacija kitoms suinteresuotoms grupėms* (baigusiems absolventams (alumni klubas), ieškantiems darbo, žiniasklaidai, mokiniams, mokymo kursų lankytojams ir pan.).

Antroji svarbi kolegijos tinklapio funkcija yra *elektroninių paslaugų* studentams bei kitoms tikslinėms grupėms teikimas. El. paslaugos vis labiau tampa neatskiriama švietimo sistemos, taip pat ir šiuolaikinių aukštojo mokslo institucijų tinklapių, dalis [46, p. 3], ženkliai supaprastinanti daugelį studijų procedūrų bei prisidedanti prie studijų proceso kokybės gerinimo, didesnio pasitenkinimo kolegijos tinklapiu ir pačiu studijų paslaugų organizavimu. Tačiau svarbu siekti ne tik didesnės el. paslaugų įvairovės, bet ir kuo aukštesnės jų kokybės. Paslaugų kokybė prasideda nuo galimybės jomis pasinaudoti, t. y. interaktyvi paslauga bus traktuojama kaip kokybiška, jeigu lankytojai noriai ja naudojami ir jei jų kūrėjai teikia paslaugas visa apimtimi ir svetainėje nurodytais terminais [39, p. 83].

Kadangi pagrindiniai kolegijos klientai bei didžiausia tinklapio vartotojų grupė yra studentai, būtent jiems kuriama ir vystoma didžioji dalis el. paslaugų. Šiuo metu Lietuvos kolegijose siūlomos tokios el. paslaugos studentams (ne visos paslaugos teikiamos visose kolegijose):

- studentų elektroninis paštas;
- virtuali mokymosi aplinka (Moodle ir kitos);
- grupinio darbo sistema (pvz. FirstClass);

- elektroninis dienynas;
- studentų akademinė bazė / studento puslapis (pateikiama platesnė, nei tik dalykų įvertinimai, informacija, įvairūs pranešimai, akademiniai, finansiniai duomenys ir pan.);
- elektroninis pažymų užsakymas;
- susitikimų su dėstytojais registravimo el. sistema;
- el. registracija į laisvai pasirenkamus dalykus;
- bibliotekos paslaugos (elektroniniai katalogai, duomenų bazės, leidinių užsakymas internetu ir pan.).

Kita paslaugų dalis skirta kolegijų darbuotojams, tačiau ši paslaugų grupė yra minimali ir dažniausiai apsiriboja darbuotojų elektroniniu paštu, virtualia mokymo (-si) aplinka (pvz. Moodle) ir vienokios ar kitokios formos darbuotojo/ dėstytojo aplinka, kurioje pateikiama tam darbuotojui (-jams) aktuali informacija (pvz. dokumentų valdymo sistema B-net, grupinio darbo sistema FirstClass ir kt.).

Pažymėtina, jog kolegijų el. paslaugų įvairovė ir kokybė yra gerokai žemesni nei universitetų – kolegijose iki šiol nėra pilnai įdiegta studentų elektroninė knygelė (kai kuriose tik pradėta vystyti), ne visų kolegijų tinklapiuose veikia ir elektroninis dienynas. Šio atsilikimo priežastys yra menkesni kolegijų finansiniai ištekliai bei gerokai trumpesnė veiklos patirtis (kolegijos Lietuvoje įteisintos tik 2000 m.).

Išsiaiškinus pagrindinius kolegijų tinklapių turinio ir kokybės aspektus atsižvelgiant į šių institucijų specifiką, būtina tiksliai apibrėžti tikslines svetainės lankytojų grupes. Vartotojų identifikavimas yra vienas iš svarbiausių klausimų siekiant svetainės priimtinumo didinimo [39, p. 80]. Pagal jų poreikius turi būti pritaikomas visos svetainės turinys ir dizainas. Pagrindinės tikslinės kolegijų tinklapių auditorijos yra šios:

- studentai,
- dėstytojai,
- administracijos darbuotojai,
- besidomintys studijomis asmenys,
- socialiniai ir akademiniai partneriai,
- darbdaviai,
- baigusieji studijas (alumni),
- kiti suinteresuoti asmenys (kursų lankytojai, studentų tėvai, potencialūs darbuotojai, žiniasklaida ir pan.).

Svarbiausi kolegijų interneto tinklapių lankytojai yra studentai, kadangi jie yra ta grupė, kuriai kolegija teikia pagrindines savo paslaugas (aukštojo mokslo neuniversitetinės studijos) ir kuri išsako savo atsiliepimus apie tinklapį visai išorinei aplinkai. Todėl vystant ir vertinant kolegijų tinklapių priimtinumą vartotojams, būtina atsižvelgti į studentų-tinklapio vartotojų charakteristikas, jų lūkesčius, norus ir teikiamus prioritetus.

Antra labai svarbi lankytojų kategorija – besidomintys studijomis asmenys (moksleiviai ir kt.), kadangi jie yra potencialūs kolegijos klientai, kurių siekiama pritraukti kuo daugiau. Norint sudominti šios kategorijos lankytojus labai svarbus pirmasis tinklapio įspūdis – lankytojas turi jaustis patogiai naršydamas svetainėje, greitai rasti tai, ko jam reikia, jausti draugiškumo atmosferą. Jei pirmasis įspūdis bus blogas, tai neabejotinai neigiamai paveiks kolegijos įvaizdį, o tie interesantai greičiausiai nebegrįš į tinklapį antrą kartą.

Taipogi svarbu, jog kolegijos tinklapis būtų patrauklus, informatyvus, patogus ir kolegijos personalui – dėstytojams bei administracijos darbuotojams. Šiai vartotojų kategorijai kolegijos tinklapis yra kaip darbo įrankis, tad kuo jis bus patogesnis, kokybiškesnis, teiks daugiau el. paslaugų – tuo efektyviau bus organizuojamas ir bendras studijų procesas.

Kitos aukščiau įvardintos vartotojų grupės (socialiniai ir akademiniai partneriai, žiniasklaida, darbdaviai ir kt.) priklauso išorinei aplinkai ir taip pat daugiau ar mažiau naudojami tinklapio savo tikslams įgyvendinti. Kuo tinklapis jiems atrodys patrauklesnis, tuo geresnis bus kolegijos įvaizdis ir tuo didesnė tikimybė, jog šie lankytojai norės užmegzti glaudesnę bendradarbiavimą, pasinaudoti kolegijos paslaugomis, pareikšti teigiamą nuomonę viešojoje erdvėje.

Šiame magistro darbe analizuojant ir vertinant kolegijų tinklapių priimtinumą vartotojams bus koncentruojamasi į tris vartotojų kategorijas: kolegijos studentus, kolegijos darbuotojus bei studijomis besidominčius asmenis. Tai yra pagrindinės vartotojų grupės, jų atstovai dažniausiai lankosi tinklapyje, susiduria su įvairiais tinklapio kokybės aspektais, sprendžia iškilusias problemas, ieško informacijos. Jų nuomonė ir poreikiai yra ypač svarbūs sėkmingam tinklapio funkcionavimui.

Analizuojant studentų ir studijomis besidominčių (pagrindė moksleivių) interneto vartotojų tikslines grupes svarbu atsižvelgti į šių konkrečių grupių prioritetus tinklapių priimtinumui. Kadangi moksleiviai ir studentai – tai jaunų, energingų, imlių naujovėms, išsilavinusių ir aukštojo mokslo žinių siekiančių interneto vartotojų grupė, svarbu, jog jiems skirti tinklapiai orientuotųsi į šias charakteristikas ir atitinkamai pritaikytų savo dizainą, turinį bei paslaugas. Kaip buvo aptarta ankstesniame skyriuje, Nathan ir Yeow [32] išanalizavo studentams interneto vartotojams svarbiausius tinklapių naudojimosi patogumo veiksnius. Iširta, jog svarbiausią reikšmę studentams turi estetinis tinklapio patrauklumas, draugiškumo atmosfera, patikimumas, interaktyvumas, navigacijos

paprastumas ir tinklapių atvertimo greitis [32, p. 181]. Nors šie autoriai koncentravosi į komercinio turinio tinklapių naudojimo patogumą, tačiau jų tyrimo išvadas iš esmės galima taikyti ir kolegijų tinklapiams, nes jie taip pat skirti pagrįdinti studentų ir jaunų žmonių auditorijai.

Turinio svarba aukštojo mokslo įstaigų tinklapiuose akcentuojama Islam ir Tsuji [15] darbe, kur teigiama, jog aukštojo mokslo institucijos tinklapių vartotojams svarbiausia yra šie du aspektai: ar norima informacija yra pateikiama tinklapyje; ar informaciją galima rasti greitai ir lengvai. Išskirti turinys, navigacija, grafinis dizainas, patikimas veikimas ir efektyvumas kaip pagrindiniai veiksniai, kurių kokybę turi užtikrinti aukštosios mokyklos savo tinklapiuose.

Apibendrinant šio skyriaus turinį apie kolegijų tinklapių specifiką, visos pagrindinės charakteristikos, susijusios su šių organizacijų tinklapiais, glaustai pateikiamos 2 lentelėje.

2 lentelė. Charakteristikų, susijusių su kolegijų tinklapiais, santrauka.

Charakteristika	Apibūdinimas
Kolegijos veikla	Reglamentuojama įstatymų (griežčiau reglamentuojama valstybinių kolegijų veikla). Tačiau LR Konstitucijoje įtvirtinta aukštųjų mokyklų autonomija (LR Konstitucija, 40 str.). Pagr. tikslai: vykdyti aukštąjį koleginių išsilavinimą teikiančias studijas, plėtoti mokslo taikomuosius tyrimus, siūlyti galimybes asmenų įgytiems įgūdžiams, žinioms tobulinti. Palyginti nedidelė veiklos patirtis – nuo 2000 m. Didelė tarpusavio konkurencija (dėl didelio kolegijų skaičiaus, mažėjančio studentų skaičiaus, valstybinių kolegijų perorganizavimo į viešąsias įstaigas, studijų krepšelio įvedimo).
Tinklapių kategorija	Gali būti priskiriami prie: nekomercinio pobūdžio, institucinių, informacinių, paslaugų.
Tinklapių kokybės reglamentavimas	Pagal LR Mokslo ir studijų įstatymą privalo skelbti informaciją, susijusią su vidiniu kolegijų veiklos kokybės užtikrinimu (41 str. 2 d.). LR Vyriausybės patvirtinto „Bendrųjų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašo“ nuostatos privalomos valstybinėms kolegijoms, tačiau įtakoja visų kolegijų tinklapių struktūrą, kokybę.
Esama tinklapių kokybė	Visos kolegijos turi savo tinklapius, pasižyminčius neaukšta arba vidutine kokybe.
Tinklapių pagrindinės funkcijos	Informacijos pateikimas; elektroninių paslaugų teikimas
Informacija tinklapiuose	Pateikiama daug informacijos pagal įvairias veiklos sritis, įvairioms lankytojų kategorijoms
El. paslaugos	Nedidelė įvairovė, žemas išvystymo ir kokybės lygis
Pagrindinės lankytojų kategorijos	Studentai, kolegijos personalas, besidomintys studijomis asmenys, socialiniai ir akademiniai partneriai, darbdaviai, alumni, kursų lankytojai, žiniasklaida

Sudaryta autorės, remiantis [4; 20; 21] šaltiniais bei kolegijų tinklapių analize.

Taigi, atsižvelgiant į mokslinių straipsnių išvadas, kolegijų veiklos reglamentavimą ir jų tinklapių specifiką, galima teigti, jog siekiant kolegijų tinklapių priimtino vartotojams svarbu suderinti kolegijų veiklos tikslus ir jų tinklapių vartotojų poreikius bei lūkesčius. Siekiant kuo aukštesnio vartotojų vertinimo, kolegijų tinklapiai turi suderinti aiškią, išsamią, aktualią kolegijos veiklos informaciją su estetiškai patraukliu, jaunatvišku dizainu, paprasta ir efektyvia tinklapio struktūra ir navigacija, geromis techninėmis savybėmis ir kokybiškomis elektroninėmis paslaugomis bei sukurti tinklapio lankytojų pasitikėjimo bei draugiškumo atmosferą.

4. KOLEGIJŲ TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS MODELIS

Šiame skyriuje aprašomas kolegijų tinklapių priimtino vartotojams modelis. Pirmas žingsnis: išanalizavus įvairių autorių tinklapių priimtino vartotojams modelius, teisinius dokumentus bei kolegijų tinklapių bruožus, išskirti kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksnus. Remiantis 2 ir 3 skyriais, identifikuoti šie priimtino vartotojams veiksniai:

1. *turinys* (remiantis [1; 8; 15; 28; 31; 37; 40; 42] šaltiniais);
2. *naudojimosi patogumas* (remiantis [1; 8; 15; 28; 31; 32; 37; 40; 42; 48] šaltiniais);
3. *elektroninės paslaugos* (remiantis [37; 42] šaltiniais);
4. *techninės savybės* (remiantis [1; 8; 15; 28; 31; 32; 37; 48] šaltiniais);
5. *grafinis dizainas* (remiantis [1; 8; 15; 28; 31; 32] šaltiniais).

Pirmas, antras ir penktas veiksniai sutampa su 2 skyriuje pagal mokslinės literatūros analizę identifikuotais svarbiausiais tinklapių priimtino veiksniais. Ketvirtasis veiksnys „Techninės savybės“ yra platesnis nei vien tinklapio veikimo greitis ir apima papildomus elementus (tinklapio prieinamumas, veikimas įvairiose naršyklėse ir pan.). Trečiasis veiksnys „Elektroninės paslaugos“ įtrauktas remiantis [37; 42] šaltiniais bei 3 skyriuje aptarta kolegijų veiklos specifika, pagal kurią kolegijų tinklapių viena iš pagrindinių funkcijų – el. paslaugų teikimas studentams ir kitiems vartotojams. Išsamus veiksmų aprašymas ir pagrindimas pateiktas 2 skyriuje.

Kiekvienas veiksnys susideda iš įvairių jį detalizuojančių elementų, pvz. turinio kokybę apibūdina jo naujumas, išsamumas ir pan.; grafinis dizainas susideda iš spalvų, paveikslų, šrifto ir pan. Taigi antras žingsnis – elementų, geriausiai aprašančių būtent kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksmus, atrinkimas, remiantis moksline literatūra, kolegijų tinklapių analize bei praktine patirtimi. 6 paveiksle pateikiami atrinkti kiekvieną veiksmą charakterizuojantys elementai.

Atkreiptinas dėmesys, jog techninės tinklapio savybės šiame darbe vertinamos tik iš vartotojų pozicijos, todėl šiam veiksmui priskirti tie elementai, kuriuos gali įvertinti patys vartotojai, naršydami svetainėje. Tokios techninės savybės, kaip tikslus puslapio užkrovimo laikas, HTML kodo klaidos, paveikslų ir HTML dokumentų skaičius, paveikslų dydis ir pan., kurios gali būti įvertinamos tik automatinėmis priemonėmis (pvz. HTML toolbox ar pan.), nebuvo įtrauktos.

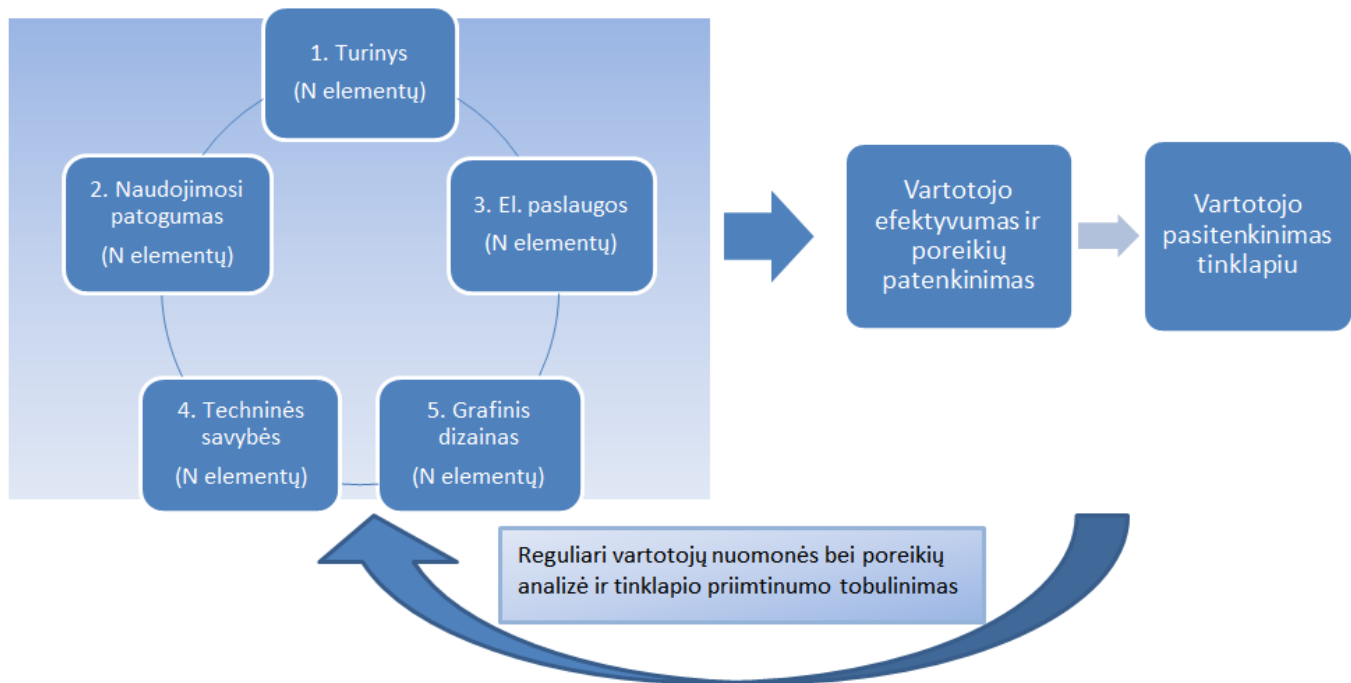


6 pav. Kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksniai ir elementai (sudaryta autorės remiantis mokslinės literatūros bei kolegijų tinklapių analize).

Vertinant kolegijų tinklapių priimtumą vartotojams praktiškai, naudinga priimtumo *elementus apibrėžti tiksliau*, kad būtų aišku, kas yra matuojama, kokie siejami parametrai (pvz. rekomenduojamas tinklapio plotis kompiuterio ekranui apie 900-1000 pikselių [29; 51]). Be to, kai kurie elementai (pvz. nuorodų kokybė, patikimumas, pagalba vartotojui ir kt.) gali būti vertinami pagal keletą kriterijų. Aiškių *vertinimo kriterijų* nurodymas yra pagalba vertintojams, palengvinanti

vertinimo atlikimą ir objektyvumą. Kolegijų tinklapių priimtino vartotojams elementai ir jų vertinimo kriterijai, kuriais bus vadovaujama šiame darbe, pateikti 2 priede.

Taigi pabaigoje, atlikus aukščiau paminėtus žingsnius, sudarytas toks apibendrintas kolegijų tinklapių priimtino vartotojams modelis (žr. 7 pav.).



7 pav. Kolegijų tinklapių priimtino vartotojams modelis (sudaryta autorės remiantis mokslinės literatūros bei kolegijų tinklapių analize).

Kolegijos tinklapio priimtino vartotojams priklauso nuo penkių veiksnių kokybės: *turinio*, *patogumo naudotis*, *el. paslaugų*, *techninių savybių* bei *grafinio dizaino*. Kiekvienas šių veiksnių įvertinamas pagal jį charakterizuojančius elementus (žr. 6 pav.), kuriuos kiekviena kolegija gali nusistatyti, vadovaudamasi tinklapio kūrėjų, ekspertų ir / arba vartotojų nuomone, arba pasinaudoti šiame darbe išskirtais elementais. Tinklapio priimtino veiksniai ir elementai turi sietis su kolegijos veiklos specifika, tikslais bei tikslinėmis tinklapio vartotojų grupėmis. Priimtino veiksnių kokybės kombinacija lemia tinklapio vartotojo efektyvumą (kaip gerai, greitai vartotojas gali įvykdyti užduotis ir patenkinti savo poreikius naudodamasis tinklapiu). Kuo vartotojas efektyviau patenkina savo poreikius (informacinius, estetinio pasitenkinimo, naršymo patogumo, efektyvaus komunikavimo su sistema), tuo didesnis vartotojo pasitenkinimas tinklapiu. Labai svarbu nuolat stebėti tinklapio populiarumą, vartotojų pasitenkinimo, poreikių pokyčius ir atsižvelgiant į tai tobulinti tinklapį.

5. LIETUVOS KOLEGIJŲ TINKLAPIŲ PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS EMPIRINIS TYRIMAS

Tiriant interneto tinklapių kokybę bei jų priimtinumą vartotojams, neužtenka vien teoriškai apibrėžti svarbius tinklapio kokybės aspektus. Juk tinklapio kūrėjų ir jo vartotojų nuomonės apie tai, kas tinklapyje kokybiška, o kas ne, kas svarbiausia, o kas nereikalinga, gali ir nesutapti. Todėl kitas svarbus žingsnis – išskiaiškinti realių tinklapio lankytojų lūkesčius bei jų nuomonę apie tinklapį. Tinklapis pagal savo paskirtį yra skirtas vartotojams (informuoti, sudominti, pateikti naudingos medžiagos bei reikalingų paslaugų), todėl jo populiarumas ir kokybė yra užtikrinama tobulinant tai, kas svarbu lankytojams.

Siekiant ištirti tinklapio kokybę bei vartotojų nuomonę apie tinklapį, gali būti taikomi įvairūs metodai: anketinė apklausa, naršymo elgesio stebėjimas, vertinimo gairių ekspertinė atranka, automatizuotos tinklapio vertinimo priemonės ir kt. [8, p. 293; 28, p. 389-392; 39, p. 84]. Dažniausiai yra taikomas anketinės apklausos metodas. Tai vienas populiariausių empirinių tyrimų metodų socialiniuose moksluose [16, p. 86; 36; 38, p. 15]. Šis metodas atskleidžia vartotojų nuomonę apie svetainę, svarbiausius jiems svetainės kokybės veiksnius, jų poreikius ir lūkesčius [39, p. 83]. Anketinės vartotojų apklausos privalumai [1, p. 656]:

- šį metodą gana paprasta išmokti naudoti;
- didelės metodo pritaikymo galimybės;
- tinkamai jį taikant pasiekiamas efektyvus rezultatas;
- gaunamas grįžtamasis ryšys ir informacija iš vartotojų pozicijos;
- lengva administruoti;
- galima taikyti uždarus ir atvirus klausimus;
- leidžia daryti apibendrinamuosius vertinimus;
- palyginti lengvai analizuojami surinkti duomenys.

Taigi dėl aukščiau išvardintų priežasčių šiame darbe atliekamam empiriniam tyrimui buvo pasirinktas anketinės apklausos metodas.

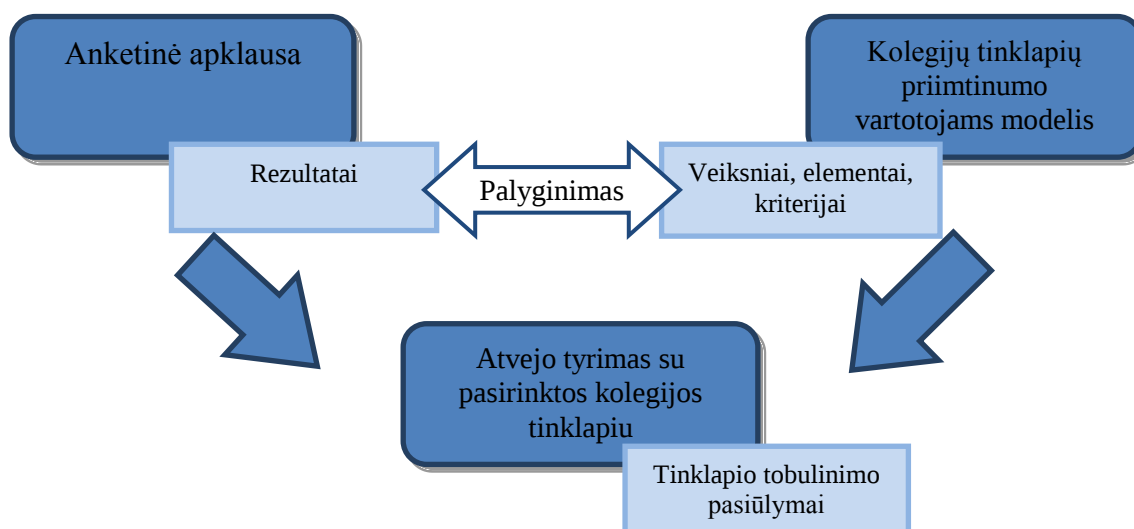
5.1. Tyrimo tikslas ir uždaviniai

Empirinio tyrimo (anketinės apklausos) *tikslas* – ištirti vartotojų nuomonę apie kolegijų tinklapius bei identifikuoti jiems svarbius kolegijų tinklapių priimtino aspekto.

Empirinio tyrimo *uždaviniai*:

- nustatyti tiriamą populiaciją bei imties dydį;
- parengti apklausos anketas ir atlikti apklausą;
- išanalizuoti anketinės apklausos duomenis;
- identifikuoti vartotojams svarbius kolegijų tinklapių priimtino aspektus ir palyginti juos su teorinėje dalyje nustatytais priimtino veiksniais;
- išsiaiškinti vartotojų nuomonę apie kolegijų tinklapius, siekiant nustatyti priimtino vartotojams lygį ir tobulintinas sritis.

Trečioje darbo dalyje anketinės apklausos duomenys bei priimtino vartotojams modelio veiksniai ir elementai bus panaudoti atliekant atvejo tyrimą su konkrečios kolegijos tinklapiu, siekiant išsamiai įvertinti priimtino lygį, atskleisti stipriąsias ir silpnąsias puses bei pateikti tobulinimo pasiūlymus. Žemiau pateikiama grafinė tiriamosios darbo dalies schema (8 pav.).



8 pav. Tiriamosios darbo dalies veiksmų grafinė schema (sudaryta autorės).

5.2. Tyrimo populiacijos ir imties nustatymas, anketų sudarymas

Kaip ir daugelio tinklapių, taip pat ir kolegijų tinklapių lankytojai priklauso tam tikroms kategorijoms, pvz. studentai, dėstytojai, besidomintys studijomis asmenys, darbdaviai, partneriai ir

pan. Siekiant kiek galima plačiau išanalizuoti vartotojų nuomonę buvo apklausiamos trys pagrindinės kolegijų tinklapių vartotojų kategorijos:

- kolegijų nuolatinių studijų studentai;
- kolegijų darbuotojai (dėstytojai bei studijas aptarnaujantis personalas (fakultetų vadovai, pavaduotojai, katedrų vedėjai, studijų koordinatoriai ir pan.));
- besidomintys studijomis moksleiviai.

Atliekant tyrimą, svarbu nustatyti reikalingą minimalų tyrimų skaičių (imties dydį), kad būtų galima padaryti statistiškai reikšmingas išvadas [16, p. 115]. Kai populiacijos dydis žinomas, imties dydžiui nustatyti galima taikyti šią formulę [38, p. 21; 41]:

$$n = \frac{N \cdot 1,96^2 \cdot p \cdot q}{\varepsilon^2 \cdot (N-1) + 1,96^2 \cdot p \cdot q}$$

Formulės kintamieji:

N – populiacijos dydis;

reikšmė 1,96 – atitinka standartizuoto normaliojo skirstinio 95 proc. pasiklivimo lygmenį;

p – numatoma įvykio baigmės tikimybė, kad nagrinėjamas požymis pasireikš tiriamoje populiacijoje (dažniausiai imama blogiausio varianto tikimybė – požymis būdingas pusei, t. y. 50 proc. populiacijos, ir pasirenkama p=0,5);

q – tikimybė, kad nagrinėjamas požymis nepasireikš tiriamoje populiacijoje (q=1–p=0,5);

ε – pageidautinas tikslumas, socialiniuose tyrimuose dažniausiai ε=0,05.

Taigi buvo nustatyta kiekvienos vartotojų grupės populiacija („N“):

- nuolatinių studijų studentų skaičius kolegijose 2012 m. – 28 883 [26, p. 10];
- kolegijų dėstytojų skaičius 2012 m. – 3 729 [19];
- abiturientų, laikusių brandos egzaminus, skaičius 2012 m. – 44 852 [12].

Kadangi nepavyko rasti informacijos apie kolegijose dirbančių darbuotojų skaičių, buvo paimti Statistikos departamento pateikiami duomenys apie kolegijų dėstytojų skaičių.

Taikant imties dydžio nustatymo formulę apskaičiuota, jog norint gauti statistiškai patikimus duomenis, kuriuos būtų galima priskirti visai generalinei visumai (tiriamai populiacijai), imties dydis atskirose vartotojų kategorijose turi būti toks:

- nuolatinių studijų studentų – 379;
- kolegijų darbuotojų – 348;
- moksleivių – 381.

Tyrimo imtims sudaryti buvo pasirinktas atsitiktinės atrankos metodas (tikimybinė imtis). Toks būdas užtikrina vienodas visų populiacijos elementų galimybes patekti į imtį [38, p. 18].

Remiantis teorinėje dalyje sukonstruotu kolegijų tinklapių priimtino vartotojams modeliu, pagal jame išskirtus priimtino veiksnus ir elementus buvo sudarytos trys anketos atskiroms lankytojų kategorijoms, siekiant empiriškai patikrinti priimtino veiksnų ir tam tikrų elementų svarbą kolegijų tinklapių vartotojams bei atskleisti jų nuomonę apie esamų kolegijų tinklapių priimtumą.

Visos trys anketos, skirtos atskiroms vartotojų grupėms, susideda iš trijų dalių. Viena dalis apima klausimus apie respondento charakteristikas (amžius ir lytis, studentams – kolegija, kurioje studijuoja, kursas, darbuotojams – kolegija, kurioje dirba). Kitos dalies klausimais siekiama identifikuoti vartotojų teikiamą svarbą tam tikriems tinklapio veiksniams ir elementams. Trečia dalis klausimų skirti respondentams įvertinti konkretų savo kolegijos tinklapį (moksleiviams – bendrai visų aplankytų kolegijų tinklapius), išsakyti savo nuomonę apie to tinklapio (tinklapių) atskirų elementų priimtumą, bendrą kokybės lygį. Moksleivių anketos klausimai šiek tiek skiriasi nuo kitų dviejų anketų, nes moksleiviai vertina ne vienos, o visų Lietuvos kolegijų tinklapius. Todėl klausimai formuluojami siekiant identifikuoti konkrečius priimtinus ir nepriimtinus kolegijų tinklapius ir jų priimtumo/ nepriimtumo priežastis.

Didžioji dalis klausimų anketose yra uždari, tačiau siekiant gauti kuo išsamesnę vartotojų nuomonę buvo įtraukti 7-8 atviri klausimai. Uždaruose klausimuose duomenų grupavimui pagrindu panaudota ranginė skalė. Jos esmė ta, kad visi atsakymai eina griežtai didėjančia ar mažėjančia tvarka, taip įgalinant suteikti atsakymams skaitines reikšmes, pvz. nuo 1 (jei respondentas visiškai nepitaria teiginiui) iki 5 (jei teiginiui visiškai pritaria) [16, p. 95]. Tokiu būdu gauti duomenys įgyja skaitines reikšmes ir gali būti lyginami tarpusavyje, skaičiuojami vidurkiai bei kitos skaitinės charakteristikos.

5.3. Apklausos organizavimas

Apklausos atlikimo laikotarpis – vasario mėnuo, kai jau pasibaigusi egzaminų sesija ir studentų atostogos bei prasidėjęs pavasario semestras. Išstėtinių studijų studentams apklausos metu nevyko paskaitos, todėl nuspręsta į tyrimą jų neįtraukti.

Apklausa buvo atliekama elektroniniu būdu patalpinus anketas internetinių apklausų sistemoje www.publika.lt. Šis būdas buvo pasirinktas dėl patogumo bei galimybės greitai ir lengvai pasiekti respondentus visoje Lietuvoje.

Atliekant kolegijų studentų ir dėstytojų apklausą buvo susidurta su tam tikrais sunkumais. Kadangi tyrimas susijęs su oficialiomis organizacijomis (jų tinklapiais ir vidaus bendruomenių nariais), buvo būtina raštu kreiptis į kiekvienos tiriamos kolegijos vadovybę ir gauti oficialų kolegijos sutikimą dėl apklausos atlikimo. Oficialūs elektroniniai laiškai su išsamiu tyrimo pristatymu bei pasiūlymu dalyvauti tyrime buvo išsiųsti dvidešimt vienai Lietuvos kolegijai pagal MOSTA pateiktą Lietuvos kolegijų sąrašą [26]. Kolegijų sąrašas, kurioms buvo išsiųsti kvietimai dalyvauti tyrime, pateiktas 6 priede.

Į laiškus atsakė ir tyrime sutiko dalyvauti 8 kolegijos. Dalis kolegijų atsisakė dalyvauti tyrime dėl to, jog kuria naują savo tinklapio versiją, todėl esamo tinklapio kokybė jiems nebeaktuali. Likusiose kolegijose, joms nesutikus dalyvauti, tyrimo atlikti vien savo iniciatyva nebuvo įmanoma. Į laiškus atsiliepusioms kolegijoms buvo išsiųstas antras laiškas, kuriame nurodyti du laiškais-kreipimaisi respondentams su trumpu tyrimo pristatymu bei nuorodomis į elektronines anketas. Vienas laiškas skirtas studentams, kitas – darbuotojams. Kolegijų atstovai buvo paprašyti persiųsti šiuos laiškus su nuorodomis į anketas atitinkamiems respondentams, taip pat patalpinti nuorodas į anketas socialiniame tinkle Facebook. Darbo autorė siuntė laiškus tiesiogiai tiems respondentams, kurių elektroninio pašto adresai buvo viešai paskelbti. Apklausos eigoje buvo sekamas atsakytų anketų skaičius pagal kolegijas. Mažą atsakytų anketų skaičių turinčioms kolegijoms pakartotinai išsiųsti priminimo laiškai dalyvavimo apklausoje aktyvumui paskatinti. Anketa moksleiviams buvo platinama elektroniniu paštu siunčiant el. laiškus vidurinėms mokykloms, gimnazijoms bei profesinėms mokykloms, taip pat pasinaudojant socialiniu tinklu Facebook.

6. EMPIRINIO TYRIMO REZULTATŲ ANALIZĖ

Tyrimo metu buvo siekiama apklausti apskaičiuotą imties dydį atitinkantį respondentų skaičių, tačiau šį tikslą pavyko įgyvendinti tik su studentų apklausa. Atsakiusių į anketas skaičius pagal tinklapių lankytojų grupes yra pateiktas 6.1 lentelėje.

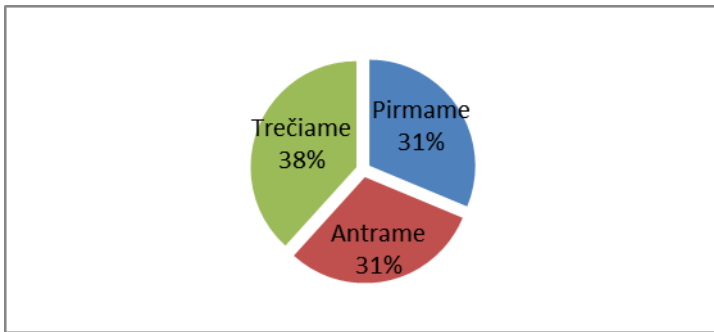
6.1 lentelė. Anketinės apklausos atsakymų rezultatai pagal respondentų grupes.

Respondentų grupė	Apskaičiuotas imties dydis	Užpildytų anketų skaičius	Apklaustų kolegijų skaičius
Kolegijų studentai	379	380	7
Kolegijų darbuotojai	348	128	5
Moksleiviai	381	104	-

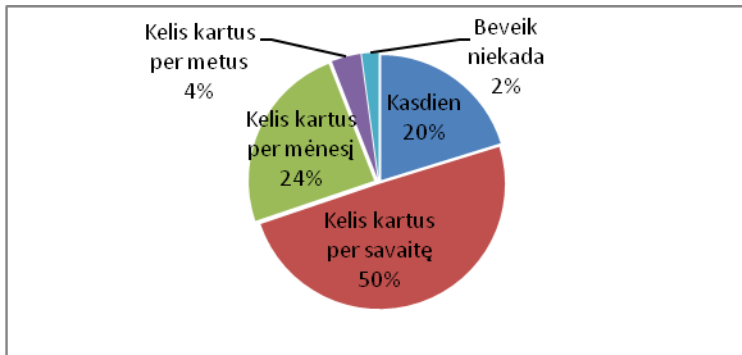
Imties dydį atitinka tik apklaustųjų studentų skaičius, o atsakiusių į anketas kolegijų darbuotojų bei moksleivių skaičius yra gerokai mažesnis už reikiamą imties dydį. Todėl statistiškai patikimas tyrimo išvadas, taikytinas visai populiacijai, galima daryti tik analizuojant studentų apklausos duomenis. Tiriant kolegijų darbuotojų bei moksleivių nuomonę, dėl nepakankamos imties duomenų analizės išvados gali būti taikomos tik apklausoje dalyvavusiai grupei, o ne visai populiacijai. Visgi darbuotojų ir moksleivių atsakymų analizė naudinga, nes bus pagerintos žinios apie tinklapių kokybės problemas šioms vartotojų grupėms, identifikuotos pagrindinės nuomonės, tendencijos. Ateityje rekomenduojama tęsti tyrimą šioms respondentų grupėms, jo duomenis palyginti su dabartinės apklausos rezultatais, juos patvirtinant arba pakoreguojant.

6.1. Kolegijų studentų apklausos rezultatų analizė

Iš viso buvo surinktos 380 užpildytos apklausos anketos. Daugumą apklaustųjų sudarė moterys (66 proc.), o vyrai – 34 proc. visų respondentų. Vidutinis respondentų amžius – 22,3 m. Šiek tiek aktyviau apklausoje dalyvavo trečio kurso studentai, antroje vietoje yra pirmakursiai ir antrakursiai (žr. 6.1 pav.). Pusė respondentų lankosi kolegijos svetainėje kelis kartus per savaitę, 24 proc. kelis kartus per mėnesį, 20 proc. – kasdien (žr. 6.2 pav.).



6.1 pav. Apklaustųjų studentų pasiskirstymas pagal kursą, kuriame studijuoja.



6.2 pav. Apklaustųjų studentų lankymosi kolegijos tinklapyje dažnumas.

Informacija ir jos kokybė

Labiausiai studentus dominanti informacija yra ši (nuo labiausiai iki mažiausiai dominančios, skliaustuose – visų respondentų tam variantui skirtų balų, nuo 1 iki 5, vidurkis):

1. tvarkaraščiai (4,7);
2. elektroninis dienynas (4);
3. informacija apie praktikų (praktinio mokymo) vykdymą (3,7);
4. informacija apie studijų eigą, tvarką, mokesčius (3,7);
5. dėstytojų bei studijas aptarnaujančio personalo kontaktinė informacija, darbo ir konsultavimo valandos (3,5);
6. informacija apie studijų programas (3,5);
7. parama studentams (3,3);
8. naujienos, renginiai (3,2);
9. bibliotekos informacija (3,1);
10. studijas reglamentuojantys dokumentai (2,8);
11. informacija apie dalines studijas užsienyje (Erasmus ir kt.) (2,6).

Kita, studentų atvirame klausime nurodyta, *aktuali informacija*: dėstytojų metodiniai darbai, virtuali mokymosi aplinka Moodle, dėstytojų užimtumas, stipendijų ir rotacijų informacija. Kai

kurie respondentai paminėjo ir šią informaciją: el. paštas, dalykų įvertinimų vidurkiai, grįžtamasis ryšys (komentarai, klausimai-atsakymai), nuotraukų galerija, studentų atstovybės veikla, kolegijos tinklaraštis, studentų įsidarbinamumo rodikliai, studentų akademinė bazė, laisvai pasirenkami dalykai, informacija akademiniams skolininkams, studentiška veikla.

Studentai *prieštarigai* vertina didžiosios dalies *informacijos kokybę*. Vienu atveju tą lemia skirtinga informacijos kokybė skirtingų kolegijų tinklapiuose – vienos kolegijos studentai tą pačią informaciją nurodo kaip kokybišką, o kitos – kaip nekokybišką, pvz. el. dienyno turinį, praktikų, studijų programų, mokesčių ir stipendijų, bibliotekos informaciją, Moodle sistemą. Kitu atveju tų pačių kolegijų tą pačią informaciją vieni studentai nurodė kaip kokybišką, kiti – kaip nekokybišką (tvarkaraščiai, naujienos ir renginiai). Ši prieštara rodo informacijos kokybės spragas, kurios vienus vartotojus erzina, o kiti neteikia joms reikšmės.

Vieningą nuomonę studentai išreiškė apie šią *kokybišką* informaciją: informacija apie studijų procesą (pvz. paskaitų laikai, egzaminai, skolų perlaikymai, registracija studijoms ir pan.), nuotraukų galerija bei dėstytojų metodinė medžiaga.

Vieninga studentų nuomonė yra apie šią *nekokybišką* informaciją: dėstytojų konsultavimo laikai ir kontaktinė informacija, studijų kainos ir finansavimas, Erasmus ir tarptautiniai ryšiai, klausimų-atsakymų skiltis, parama studentams, angliška tinklapio versija.

Kolegijos tinklapio priimtino vartotojams veiksmų ir elementų vertinimas

Siekiant išsiaiškinti priimtino veiksmų svarbą, studentai turėjo įvertinti (nuo 1-„mažiausiai svarbu“ iki 5-„labiausiai svarbu“) penkis kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksmus. Šiuos veiksmus respondentai išrikiavo taip (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

1. turinys (4);
2. patogumas naudotis (4);
3. techninės savybės (greitas veikimas ir kt.) (4);
4. elektroninės paslaugos (3,9);
5. grafinis dizainas (3,3).

Studentai vienodai svarbiais veiksmiais, įvertintais vidutiniškai po 4 balus, laiko turinį, patogumą naudotis, technines savybes bei elektronines paslaugas. Grafinis dizainas yra mažiau svarbus.

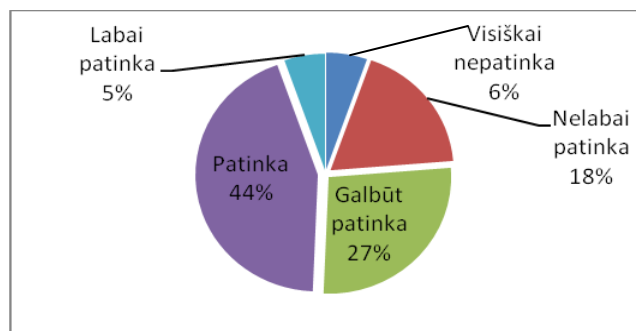
Šešių tinklapio elementų reikalingumą (nuo 1-„mažiausiai svarbu“ iki 5-„labiausiai svarbu“) kolegijų svetainėms studentai įvertino taip (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

1. aiškus ir neperkrautas pradžios puslapis (3,9);
2. informacijos paieškos funkcija (3,8);
3. pagalba vartotojui realiu laiku („online“) (3,57);
4. galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, komentarai, pastabos, užklausos) (3,56);
5. svetainės versija neįgaliesiems (3,55);
6. svetainės versijos užsienio kalbomis (3,38).

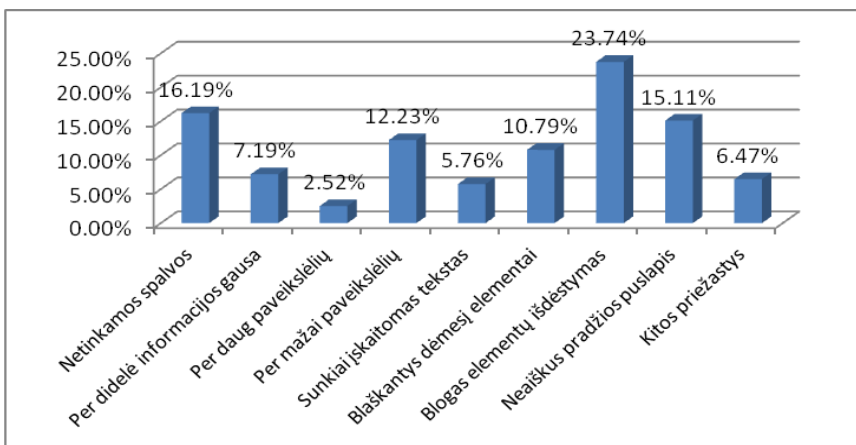
Visi elementai yra svarbūs kolegijos tinklapiui, nes surinko daugiau nei 3 balus. Kalbant apie kitus studentams svarbius elementus, dauguma pakartotinai pabrėžė, jog svarbiausia tinklapio struktūros aiškumas, greit randama informacija, jos aiškumas ir aktualumas. Taip pat buvo paminėta nuorodų į socialinius tinklus (Facebook, Twitter ir pan.) publikavimas kolegijos svetainėje.

Grafinis dizainas

Vertindami kolegijos tinklapio grafinį dizainą, iš 5 galimų balų dauguma studentų įvertino 4 („patinka“) ir 3 („galbūt patinka“) balais – atitinkamai 44 proc. ir 27 proc. respondentų (žr. 6.3 pav.). Vertinimo vidurkis – 3,24 balo. Pagrindinės svetainės išvaizdos nepatikimo priežastys: blogas elementų išdėstymas, netinkamos spalvos, neaiškus pradžios puslapis, per mažai paveikslėlių (žr. 6.4 pav.). Tarp kitų priežasčių paminėtas perkrautas ir chaotiškas puslapių vaizdas, nemodernus dizainas, išskirtinumo trūkumas.



6.3 pav. Kolegijų tinklapių grafinio dizaino vertinimas (studentų vertinimas).

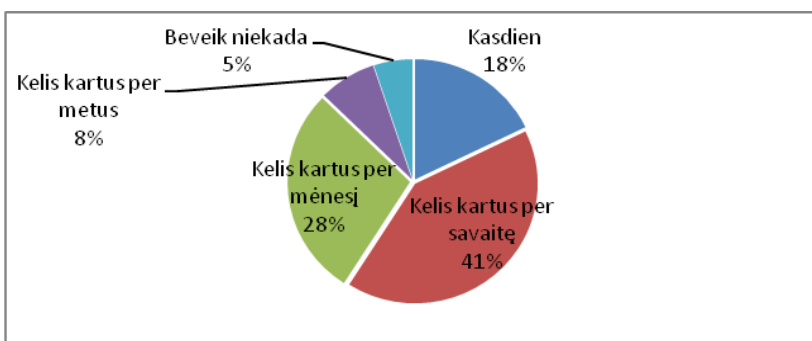


6.4 pav. Kolegijų tinklapių grafinio dizaino neigiamo vertinimo priežastys (studentų vertinimas).

Elektroninės paslaugos

Dauguma respondentų elektroninėmis paslaugomis naudojami kelis kartus per savaitę arba keliskart per mėnesį (žr. 6.5 pav.). Svetainėje teikiamas el. paslaugas respondantai vertino balais nuo 1 iki 3. Vertinimo vidurkis – 2,52 balo. Žemiau pateiktas el. paslaugų sąrašas pagal kokybės įvertinimus (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

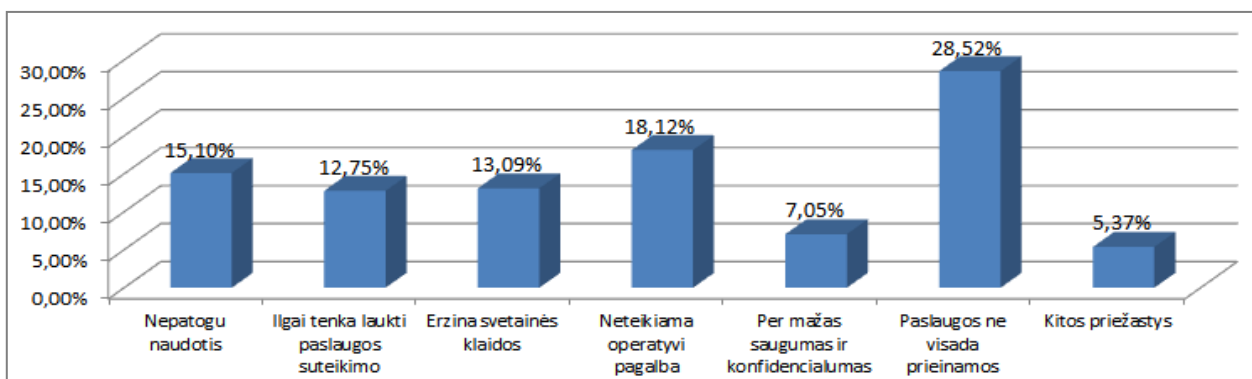
1. pažymų užsakymas el. būdu (2,6);
2. prašymų pateikimas el. būdu (2,6);
3. studentų elektroninis paštas (2,6);
4. virtuali mokymosi aplinka (Moodle arba kitos) (2,6);
5. elektroninė susitikimų su dėstytojais registracijos sistema (2,5);
6. elektroninis dienynas (2,4);
7. elektroninė registravimosi į laisvai pasirenkamus dalykus sistema (2,36).



6.5 pav. Studentų naudojimosi el. paslaugomis dažnumas.

Kaip svetainėje neteikiamas, bet reikalingas el. paslaugas, respondantai nurodė šias: registravimosi į laisvai pasirenkamus dalykus el. sistema (25,6 proc.); susitikimų su dėstytojais

registracijos el. sistema (21,6 proc.); prašymų pateikimas el. būdu (16 proc.); pažymų užsakymas el. būdu (15 proc.); el. dienynas (11,5 proc.). Papildomai studentai nurodė šias pasigendamas el. paslaugas: konkursinių balų skaičiuoklė, didesnis el. dienyno informatyvumas (tarpiniai dalykų įvertinimai, semestro įvertinimų vidurkiai) ir prieinamumas. Pagrindinės el. paslaugų neigiamo vertinimo priežastys: paslaugos ne visada prieinamos, nesuteikiama operatyvi pagalba vartotojui, nepatogu naudotis (žr. 6.6 pav.).



6.6 pav. El. paslaugų neigiamo vertinimo priežastys (studentų vertinimas).

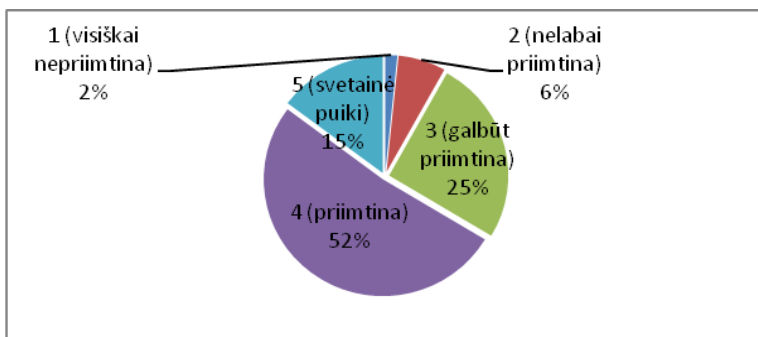
Bendras svetainės vertinimas

Siekiant išsiaiškinti esamų kolegijų svetainių naudingumą, studentai turėjo įvertinti balais nuo 1 („visiškai nesutinku“) iki 5 („visiškai sutinku“) penkis priimtinumų kriterijus. Jie įvertinti taip (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

- svetainė veikia greitai (3,6);
- svetainėje randu tą informaciją, kurios ieškau (3,46);
- svetainė aiški ir patogi naudotis (3,44);
- informacija išsami ir aktuali (3,36);
- svetainėje jaučiu draugiškumo studentui atmosferą (3,1).

Išreiškdami savo nuomonę, kokius dar neigiamus aspektus pastebi kolegijos tinklapyje, kurie nebuvo paminėti anketoje, studentai įvardijo: neaiški struktūra, perkrautas turinys, nėra reikiamos informacijos, ji per retai atnaujinama, erzinti pradinio puslapio animacija ir partnerių reklama.

Bendrą kolegijos svetainės priimtinumą penkiabalėje sistemoje dauguma studentų įvertino 4 ir 3 balais (žr. 6.7 pav.), įvertinimų vidurkis – 3,72 balo.



6.7 pav. Bendras kolegijų svetainių priimtinumą studentams.

Paskutiniame, atvirame, klausime studentai aktyviai išsakė įvairius kolegijos svetainės tobulinimo pasiūlymus. Pasiūlymai turinio tobulinimui:

- reikalinga studento aplinka („profilis“), kuriame būtų tvarkaraštis, el. dienynas, finansiniai duomenys, rotacijos, stipendijos, grupės sąrašas ir kita aktuali informacija;
- laiku atnaujinti informaciją;
- pradiname puslapyje palikti tik svarbiausią informaciją;
- pateikti išsamesnę informaciją (apie studijų programas, dėstomus dalykus, studijų organizavimą, testinumą, baigiamuosius darbus, praktinį mokymą, renginius ir kt.);
- publikuoti videoreportažus, kolegijos ir studentų pasiekimus.

Pasiūlymai naudojimosi patogumo ir techninių savybių tobulinimui:

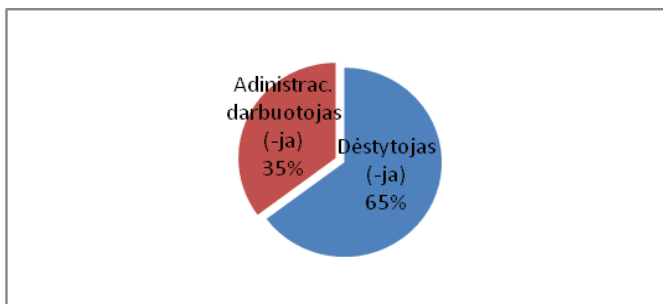
- tobulinti tinklapio struktūrą – aktualios informacijos pasiekimas per 1-2 pelės paspaudimus;
- padaryti efektyvią paiešką, operatyviau atsakyti į studentų klausimus;
- užtikrinti didesnę veikimo greitį ir gerą svetainės veikimą visose naršyklėse;
- padaryti aiškesnę bibliotekos nuorodą, nuorodą į dėstytojų metodinę medžiagą publikuoti pradiname puslapyje.

Grafinio dizaino, el. paslaugų bei kiti tobulinimo pasiūlymai:

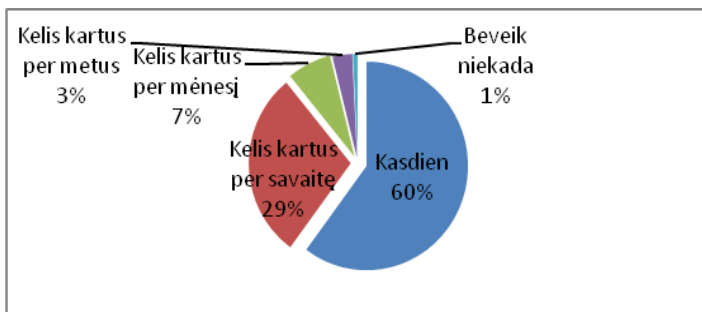
- siekti dizaino vientisumo, šiuolaikiškumo, daugiau spalvingumo, pakeisti akį rėžiančias spalvas;
- publikuoti daugiau nuotraukų, paveikslėlių;
- tobulinti sistemos Moodle patogumą ir aiškumą, el. dienyno prieinamumą, suteikti galimybę jame sužinoti dalykų įvertinimų vidurkius;
- sukurti virtualų kolegijos pastatų žemėlapi su nuorodomis, ką kur galima rasti;
- suburti darbo komandą efektyviam tinklapio tobulinimo veiklų įgyvendinimui.

6.2. Kolegijų darbuotojų apklausos rezultatų analizė

Iš viso apklausoje dalyvavo 128 darbuotojai iš penkių kolegijų. Daugumą respondentų (80 proc.) sudaro moterys, 20 proc. – vyrai. Respondentų amžiaus vidurkis – 43 metai. Dalyvavusių dėstytojų buvo beveik dvigubai daugiau negu administracijos darbuotojų (žr. 6.8 pav.), nes dėstytojų skaičius kolegijose gerokai didesnis nei administracijos darbuotojų. Dauguma darbuotojų svetainėje lankosi kasdien (60 proc.), 29 proc. – kelis kartus per savaitę (žr. 6.9 pav.).



6.8 pav. Apklaustųjų darbuotojų pasiskirstymas pagal pareigas.



6.9 pav. Apklaustųjų darbuotojų lankymosi kolegijos tinklapyje dažnumas.

Informacija ir jos kokybė

Labiausiai darbuotojus dominanti informacija yra ši (nuo labiausiai iki mažiausiai dominančios, skliaustuose – visų respondentų tam variantui skirtų balų, nuo 1 iki 5, vidurkis):

1. tvarkaraščiai (4,6);
2. naujienos, renginiai (4,5);
3. informacija apie studijų programas (4,3);
4. studijų procesą reglamentuojantys dokumentai (4,2);
5. informacija apie studijų eigą, tvarką, mokesčius (4,1);
6. darbuotojų kontaktinė informacija (4);
7. projektinė veikla (3,7);
8. tarptautiniai ryšiai (3,68);
9. informacija apie akreditacijas (3,64);

10. mokslinė taikomoji veikla (3,64);
11. kolegijos veiklos strategija, veiklos ataskaitos (3,6);
12. kokybės politika ir jos įgyvendinimas (3,58);
13. kolegijos socialiniai ir akademiniai partneriai (3,52);
14. informacija apie praktikų vykdymą (3,47).

Kita darbuotojus dominanti informacija yra: renginių nuotraukos, informacija stojantiejiems, stažuotojų ir kvalifikacijos tobulinimo informacija, biblioteka, dėstytojų metodiniai darbai, Moodle sistema, informacija diplomantams, dėstytojų ir studentų pasiekimai, darbuotojų el. paštas, dokumentų formos, teisinė informacija, studentų atstovybė ir studentų laisvalaikis.

Kokybiškiausia informacija svetainėje, daugumos darbuotojų nuomone, yra naujienos ir renginiai, tvarkaraščiai, teisiniai ir kiti dokumentai. Kai kurie paminėjo ir studijų programų informaciją, kolegijos veiklos strategiją ir veiklos ataskaitas, studijų proceso informaciją.

Nekokybiškiausia informacija: darbuotojų kontaktai, katedrų ir kitų padalinių sudėtis ir veikla, praktikų vykdymo informacija, projektinė ir mokslinė veikla, socialiniai ir akademiniai partneriai, tarptautiniai ryšiai, informacija stojantiejiems, informacija apie būsimus renginius.

Kolegijos tinklapio priimtino vartotojams veiksmų ir elementų vertinimas

Darbuotojai įvertino balais (nuo 1 iki 5) penkių tinklapio priimtino veiksmų svarbą kolegijos tinklapiui. Visi veiksniai surinko 4 ir daugiau balų. Žemiau pateikiamas veiksmų sąrašas pagal visų respondentų tam variantui skirtų balų vidurkį:

1. turinys (4,4);
2. patogumas naudotis (4,4);
3. techninės savybės (greitas veikimas ir kt.) (4,4);
4. elektroninės paslaugos (4,2);
5. grafinis dizainas (4).

Vertindami šešių tinklapio elementų reikalingumą kolegijų svetainėms, darbuotojai turėjo skirti nuo 1 („mažiausiai svarbu“) iki 5 („labiausiai svarbu“) balų. Visi elementai surinko daugiau nei 3,5 balo, todėl jie yra reikalingi kolegijos tinklapyje. Žemiau pateiktas elementų sąrašas pagal svarbą (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

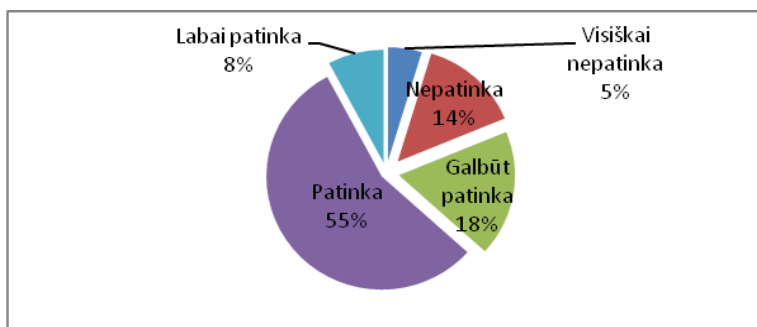
1. aiškus ir neperkrautas pradžios puslapis (4,33);
2. informacijos paieškos funkcija (4,15);
3. svetainės versijos užsienio kalbomis (4);
4. svetainės versija neįgaliesiems (3,88);

5. galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, komentarai, pastabos, užklausos) (3,66);
6. pagalba vartotojui realiu laiku („online“) (3,57).

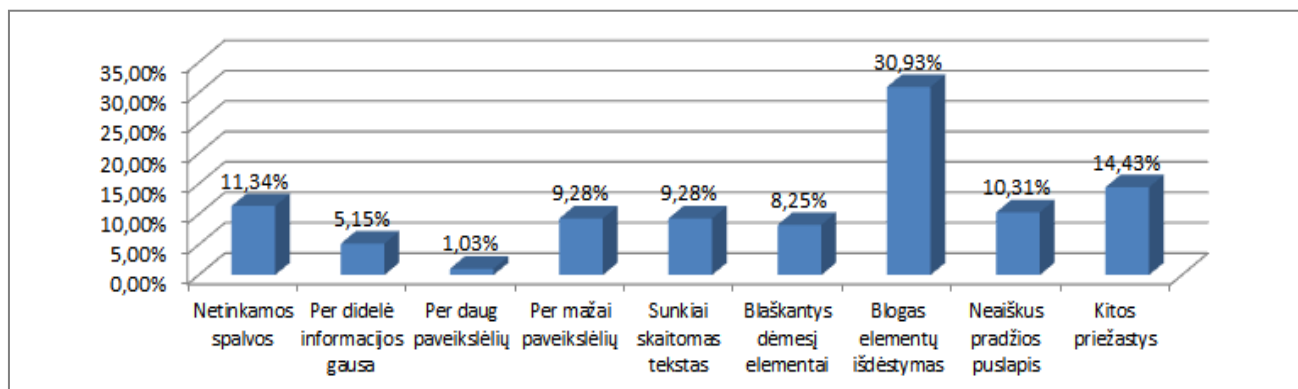
Kiti paminėti kolegijos tinklapiui svarbūs elementai yra informacijos atnaujinimo operatyvumas ir objektyvumas, turinio ir el. paslaugų prieinamumas (pvz. prie el. dienyno). Dauguma respondentų dar kartą pabrėžė, jog svarbu paprasta struktūra ir patogi navigacija.

Grafinis dizainas

Dauguma darbuotojų kolegijos svetainės išvaizdą vertino 4 („patinka“) ir 3 („galbūt patinka“) balais (žr. 6.10 pav.). Vertinimo vidurkis – 3,47. Pagrindinės svetainės išvaizdos nepatikimo priežastys: blogas elementų išdėstymas, netinkamos spalvos, neaiškus pradžios puslapis (žr. 6.11 pav.). Kitos priežastys: dizaino nenuoseklumas, nykumas, netvarkingumas, nekokybiški reklaminiai skydeliai, per mažai studentiškos dvasios.



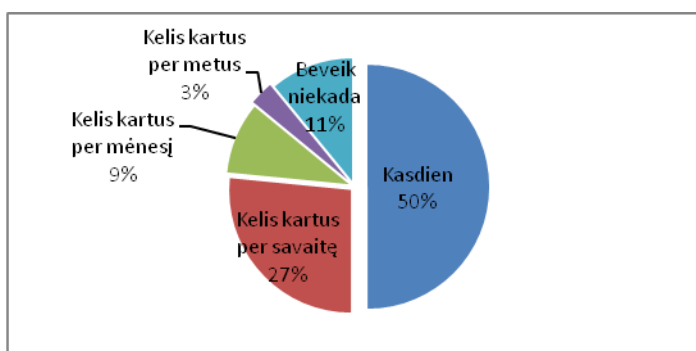
6.10 pav. Kolegijų tinklapių grafinio dizaino vertinimas (darbuotojų vertinimas).



6.11 pav. Kolegijų tinklapių grafinio dizaino neigiamo vertinimo priežastys (darbuotojų vertinimas).

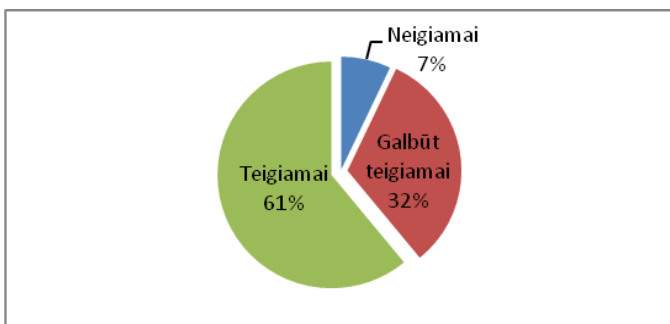
Elektroninės paslaugos

Kolegijos el. paslaugomis daugiau nei trys ketvirtadaliai darbuotojų naudojami kasdien arba kelis kartus per savaitę (žr. 6.12 pav.). Dauguma apklaustųjų darbuotojų įvardijo šias el. paslaugas, prieinamas iš kolegijos svetainės: el. paštas, virtuali mokymosi aplinka Moodle, el. dienynas. Kai kurių kolegijų tinklapiuose taip pat yra grupinio darbo sistema FirstClass, dokumentų valdymo sistema B-net, darbuotojo asmeninė aplinka, susitikimų sudėstytojais registracijos el. sistema, kalendorius. Darbuotojams trūksta šių el. paslaugų: el. dienyno, asmeninės darbuotojo (dėstytojo) aplinkos.

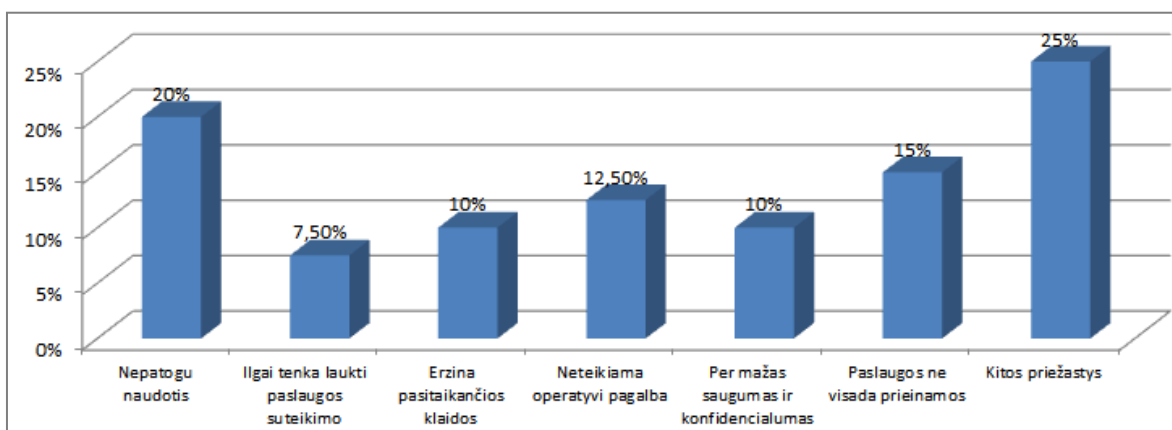


6.12 pav. Darbuotojų naudojimosi el. paslaugomis dažnumas.

El. paslaugų kokybę darbuotojai turėjo vertinti nuo 1 iki 3 balų (1 – „neigiamai“, 2 – „neturiu nuomonės“, 3 – „teigiamai“). Vertinimo vidurkis – 2,54 balo. Didžioji dalis apklaustųjų el. paslaugų kokybę vertina teigiamai (61 proc.) (žr. 6.13 pav.). Pagrindiniai nusiskundimai dėl paslaugų kokybės yra nepatogus naudojimas, pasitaikantis paslaugų neprieinamumas bei operatyvios pagalbos vartotojui nebuvimas (žr. 6.14 pav.). Papildomai nurodytos nepasitenkinimo priežastys: lėtas veikimas, menkas funkcinių galimybių panaudojimas.



6.13 pav. El. paslaugų kokybės vertinimas (darbuotojai).



6.14 pav. El. paslaugų neigiamo vertinimo priežastys (darbuotojų vertinimas).

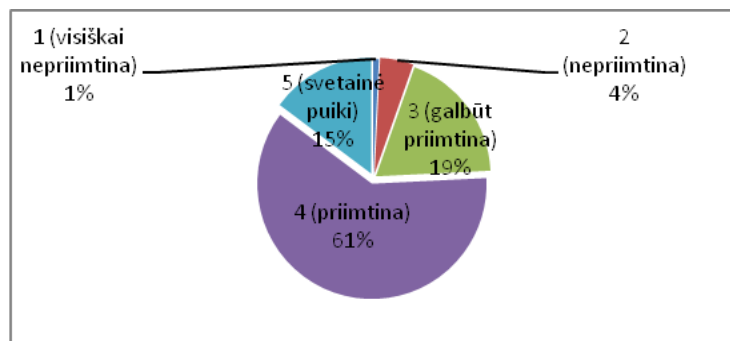
Bendras svetainės vertinimas

Vertindami savo kolegijos svetainės priimtinumą (nuo 1 iki 5 balų) pagal penkis aspektus, darbuotojai visus įvertino panašiais balais ir geriau nei vidutiniškai – po 3,4-3,8 balo:

- svetainė veikia greitai (3,83);
- svetainėje randu tą informaciją, kurios ieškau (3,79);
- svetainė aiški ir patogi naudotis (3,72);
- informacija išsami ir aktuali (3,68);
- svetainėje jaučiu draugiškumo atmosferą (3,4).

Atvirame klausime apie tai, kas apskritai nepatinka kolegijos tinklapyje, respondentai įvardijo šiuos aspektus: chaotiškas vaizdas, turinys išdėstytas ištisu tekstu ir padrikai, neaiški navigacija, nėra versijos užsienio kalbomis, per mažai informacijos svetainės versijoje užsienio kalba, nėra darbuotojų nuotraukų, pateikiamos ne visos kolegijos veiklą atspindinčios funkcijos, nėra pagalbos vartotojui realiu laiku, blogai veikia nuorodos.

Bendrą kolegijos svetainės priimtinumą penkiabalėje sistemoje dauguma darbuotojų įvertino 4 ir 3 balais (žr. 6.15 pav.), įvertinimų vidurkis – 3,85 balo.



6.15 pav. Bendras kolegijų svetainių priimtinumas darbuotojams.

Paskutiniame klausime darbuotojai išsakė tobulinimo pasiūlymus kolegijų tinklapiams. Pasiūlymai dėl turinio kokybės tobulinimo:

- laiku atnaujinti informaciją ir neperkrauti turinio bereikalingais elementais;
- pateikti daugiau išsamesnės informacijos (apie studentų popaskaitinę veiklą, dėstytojų užimtumo informaciją, mokslinę veiklą, tarptautinius ryšius, stažuotes ir kt.);
- suteikti galimybę dalintis komentarais ir diskutuoti aktualiais kolegijai klausimais;
- sukurti svetainės versijas užsienio kalbomis ir jose teikti aktualią, išsamią informaciją.

Darbuotojų pateikti tinklapio naudojimosi patogumo tobulinimo pasiūlymai:

- supaprastinti struktūrą, padaryti patogesnę navigaciją;
- sutvarkyti pradinį puslapį (palikti tik esminę informaciją, neperkrauti);
- įdiegti efektyvią paiešką, pagalbą vartotojui realiu laiku, patogesnę grįžtamąjį ryšį.

Grafinio dizaino, el. paslaugų ir kiti tobulinimo pasiūlymai:

- pakeisti grafinį dizainą modernesniu, teikti daugiau vizualinės informacijos (originalūs „baneriai“ (kaičiosios reklamos), nuotraukų ir video galerijos);
- didinti el. paslaugų kiekį, prieinamumą, naudojimosi patogumą;
- patobulinti el. dienyną (galimybė prisijungti ir suvesti įvertinimus iš bet kurios vietos, sklandaus veikimo užtikrinimas).
- reklamuoti svetainę kituose internetiniuose puslapiuose.

6.3. Moksleivių apklausos rezultatų analizė

Moksleiviai apklausoje dalyvavo ne taip gausiai kaip kolegijų studentai ir darbuotojai. Iš viso buvo gautos 104 užpildytos anketos. Negausų dalyvavimą galima aiškinti tuo, jog dauguma moksleivių dar nėra apsisprendę, kurioje aukštojoje mokykloje studijuos. Kol jie nėra apsisprendę ar įstoję studijuoti, jiems nėra tiesioginės naudos, kuri skatintų aktyviau dalyvauti apklausoje.

Iš visų respondentų merginos sudaro 75 proc., vaikinai – 25 proc. Dažniausiai moksleiviai lankėsi šių kolegijų svetainėse: Vilniaus kolegijos (24 proc.), Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos (10 proc.), Socialinių mokslų kolegijos (7,4 proc.), Kauno kolegijos (7 proc.), Vilniaus dizaino kolegijos (7 proc.) bei kitose (žr. 7 priedą).

Aktuali informacija

Moksleiviams kolegijų svetainėse *aktualiausia informacija* (nuo labiausiai iki mažiausiai dominančios, skliaustuose – visų respondentų tam variantui skirtų balų, nuo 1 iki 5, vidurkis):

1. informacija apie studijų programas (4,3);
2. informacija apie mokesť už studijas bei studijų finansavimą (4,3);
3. priėmimo sąlygos, tvarka, terminai (4,2);
4. informacija apie stipendijas ir paramą studentams (4);
5. informacija apie praktinį mokymą (3,5);
6. kolegijos studentų ir absolventų atsiliepimai apie studijas (3,4);
7. bendro pobūdžio informacija apie kolegiją (3,27);
8. atvirų durų dienos ir kiti renginiai (3,1);
9. nuotolinių studijų galimybės (2,9);
10. priėmimo komisijos kontaktai (2,9);
11. dažniausiai užduodami klausimai (DUK) (2,8).

Kita mokinių nurodyta *svarbi informacija*: konkursiniai balai, stojant reikalingi egzaminai, tvarkaraščiai (planuojant laiką studijoms, gyvenamąją vietą, darbą), tarptautinė veikla ir studijų mainų programos, studijų formų platesnis aprašymas, nuotraukų galerija, svarbios nuorodos.

Kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksmų ir elementų vertinimas

Kolegijų interneto svetainių priimtino veiksmus moksleiviai pagal svarbą (nuo 1 iki 5 balų) išrikiavo taip (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

1. turinys (4,15);
2. patogumas naudotis (4);
3. techninės savybės (greitas veikimas ir kt.) (3,9);
4. grafinis dizainas (3).

Pirmi trys veiksniai yra svarbiausi, o grafiniam dizainui teikiama santykinai mažiausia reikšmė. Elektroninės paslaugos nebuvo įtrauktos į apklausą moksleiviams, nes nė viena kolegija el. paslaugų besidomintiems studijomis lankytojams (išskyrus kai kur rastą konkursinio balo skaičiuoklę) nesiūlo.

Šešių tinklapio elementų reikalingumą (nuo 1 (mažiausiai svarbu) iki 5 (labiausiai svarbu)) kolegijų svetainėms moksleiviai įvertino taip (skliaustuose – visų respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

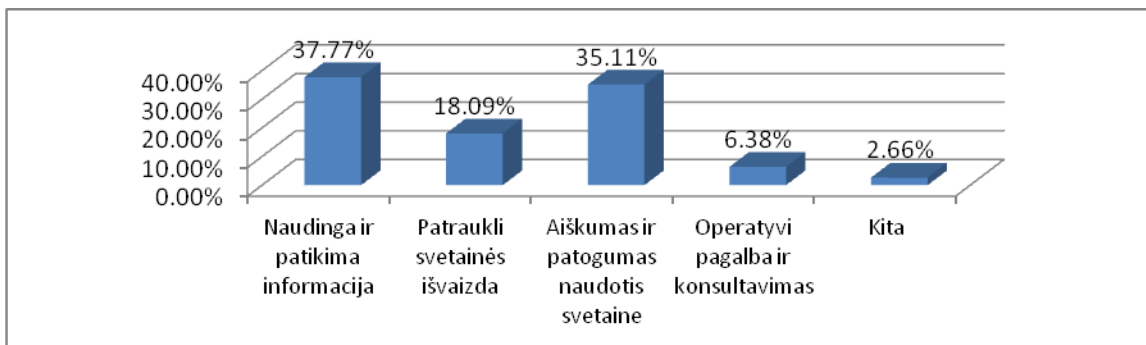
1. aiškus ir neperkrautas pradžios puslapis (4,1);
2. informacijos paieškos funkcija (3,98);

3. pagalba vartotojui realiu laiku („online“) (3,6);
4. svetainės versijos užsienio kalbomis (3,6);
5. svetainės versija neįgaliesiems (3,6);
6. galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, komentarai, pastabos, užklausos) (3,56).

Priimtini ir nepriimtini tinklapiai bei grafinis dizainas

Kaip labiausiai patikusį kolegijos tinklapį, dauguma moksleivių nurodė Vilniaus kolegijos tinklapį www.viko.lt (40 proc.). Kitos daugiausiai minėtos kolegijų svetainės: Marijampolės kolegijos (8,7 proc.), Kauno kolegijos (6,7 proc.), Vilniaus dizaino kolegijos (5,8 proc.), Utenos kolegijos ir Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos (po 3,9 proc.) (žr. 7 priedą).

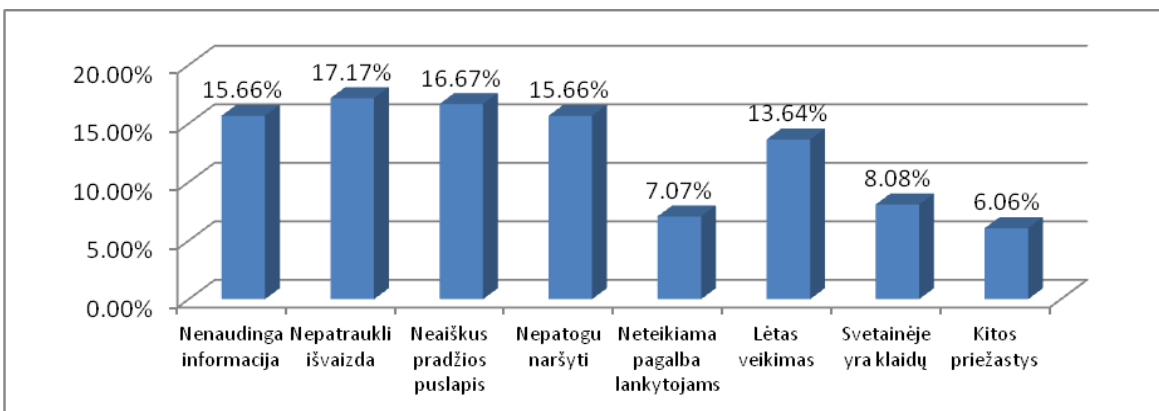
Labiausiai moksleiviams patiko naudinga ir patikima informacija, patogumas naudotis svetaine bei grafinis dizainas (žr. 6.16 pav.). 87,5 proc. respondentų jiems patikusias svetaines rekomenduotų ir savo draugams, o likę 12,5 proc. draugams nerekomenduotų.



6.16 pav. Moksleiviams labiausiai patikę elementai palankiai įvertintų kolegijų svetainėse.

Kaip labiausiai nepatikusias iš aplankytų kolegijų svetainių, respondentai nurodė šias: Vilniaus kolegijos (9,6 proc.), Alytaus kolegijos (7,7 proc.), Kauno kolegijos (6,7 proc.), Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos (3,9 proc.) ir kitas (žr. 7 priedą). Vilniaus kolegijos tinklapis pirmauja ir kaip labiausiai patikęs ir kaip labiausiai nepatikęs. Tą galima aiškinti tuo, jog šios didžiausios Lietuvoje kolegijos tinklapis yra lankomas dažniausiai, todėl dažniausiai ir minimas. Be to, pastebėti prieštaraivimai tarp mokinių nuomonių ir apie kitų kolegijų tinklapių kokybę (pvz. Kauno kolegijos, Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos, Marijampolės kolegijos). Nevieningos moksleivių nuomonės dėl tinklapių priimtimumo rodo, jog svetainių kokybė turi būti tobulinama.

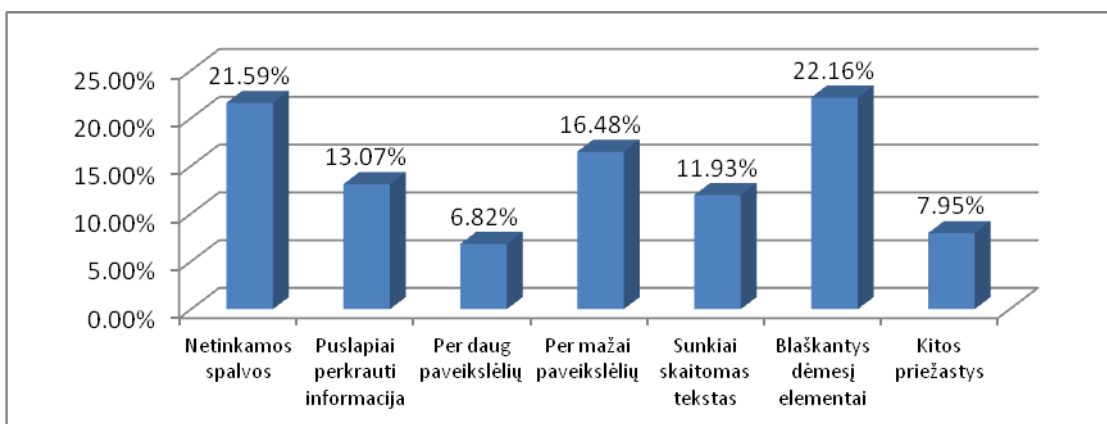
Nurodytose svetainėse mokiniams labiausiai nepatiko grafinis dizainas, neaiškus pradžios puslapis, nepatogi navigacija, pasenusi nenaudinga informacija (žr. 6.17 pav.).



6.17 pav. Moksleiviams labiausiai nepatikę elementai nepalankiai įvertintų kolegijų svetainėse.

Tarp labiausiai moksleiviams patikusių kolegijų svetainių grafinio dizaino atžvilgiu, taipogi pirmenybė buvo teikiama Vilniaus kolegijos svetainei (32,4 proc. respondentų). Kitų kolegijų svetainių išvaizda, patikusi respondentams: Kauno kolegijos (12,4 proc.), Marijampolės kolegijos (7,6 proc.) ir Vilniaus dizaino kolegijos (7,6 proc.) (žr. 7 priedą).

Tarp nepatikusios išvaizdos svetainių dažniausiai paminėti tinklapiai: Vilniaus kolegijos (9,6 proc.), Kauno ir Alytaus kolegijų (po 8,7 proc.), Vilniaus kooperacijos kolegijos (4,8 proc.), Šiaulių valstybinės kolegijos (3,8 proc.), Socialinių mokslų kolegijos (3 proc.) (žr. 7 priedą). Pagrindinės nepatikusio grafinio dizaino priežastys: blaškantys dėmesį elementai, nepatikusios spalvos, per mažai paveikslėlių, per didelė informacijos gausa (žr. 6.18 pav.).



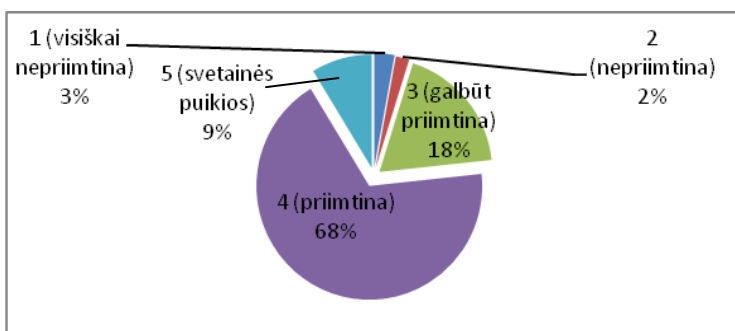
6.18 pav. Grafinio dizaino neigiamo vertinimo priežastys (moksleivių vertinimas).

Mokinių nuomonė apie grafinio dizaino atžvilgiu patikusias ir nepatikusias svetaines taipogi prieštaringa, tos pačios svetainės nurodomos kaip patrauklios ir kaip nepatrauklios išvaizdos (Vilniaus, Kauno, Vilniaus technologijų ir dizaino, Alytaus, Vilniaus kooperacijos ir kitos kolegijos)

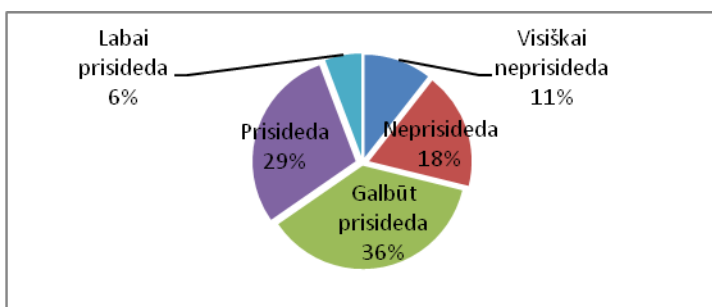
(žr. 7 priedą). Todėl visų šių prieštaringai vertinamų kolegijų tinklapių grafinis dizainas turi būti tobulinamas.

Bendras svetainių vertinimas

Bendrą kolegijų svetainių priimtinumą penkiabalėje sistemoje dauguma moksleivių įvertino 4 ir 3 balais (žr. 6.19 pav.), įvertinimų vidurkis – 3,78 balo. Paklausus, ar kokybiškas kolegijos tinklapis prisideda prie moksleivių sprendimo stoti į tą kolegiją, 36 proc. moksleivių teigia, jog galbūt prisideda, 29 proc. atsakė, jog prisideda (žr. 6.20 pav.).



6.19 pav. Bendras aplankytų kolegijų svetainių priimtumas moksleiviams.



6.20 pav. Moksleivių nuomonė: ar kokybiškas kolegijos tinklapis prisideda prie sprendimo stoti į tą kolegiją.

Mokinių pasiūlymai dėl kolegijų svetainių tobulinimo. Didelė dauguma pasiūlymų buvo susiję su turinio ir naudojimosi patogumo kokybe:

- informacija turi būti konkreti, išsami, aiškiai struktūrizuota, nuolat atnaujinama;
- pateikti daugiau stojantiejiems aktualių temų (stojamieji balai, konkursinio balo skaičiuoklė, ateities karjeros perspektyvos, studentų atsiliepimai apie studijas, nuotraukų galerija, daugiau renginių besidomintiems studijomis moksleiviams);
- padaryti patogią navigaciją ir kokybišką, suprantamą pradinį puslapį;
- efektyvi informacijos paieška, galimybė gauti konsultaciją realiu laiku („online“).

Tobulinimo pasiūlymai grafiniam dizainui ir kolegijos išskirtinumui iš kitų kolegijų:

- reikalingas jaunimui patrauklus dizainas, daugiau grafinės informacijos;
- neperkrauti svetainės nereikšminga informacija, paveikslėliais, nuorodomis;
- svetainė turi išsiskirti iš kitų tarpo originalumu, sudaryti gerą pirmą įspūdį;
- kolegija savo svetainėje turi pademonstruoti, kuo ji pranašesnė už kitas kolegijas.

6.4. Empirinio tyrimo išvados

1. Visose respondentų grupėse didžioji dauguma atsakiusiųjų buvo moterys (66 – 80 proc.).

2. Studentai ir darbuotojai dažnai lankosi kolegijų tinklapiuose, bet šiek tiek dažnesni lankytojai yra darbuotojai negu studentai:

- 60 proc. darbuotojų lankosi kasdien ir 29 proc. keliskart per savaitę;
- 50 proc. studentų lankosi kasdien ir 20 proc. keliskart per savaitę.

3. *Kolegijų tinklapių priimtinumam vartotojams veiksmų ir elementų vertinimas.* Visos trys respondentų grupės kolegijų tinklapių priimtinumam veiksniams, išskyrus grafinį dizainą, skyrė vidutiniškai po 4 ir daugiau balų penkiabalėje sistemoje. Visi vartotojai veiksmus pagal svarbą išrikiavo šia tvarka (skliaustuose – visų trijų grupių respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

1. turinys (4,18);
2. patogumas naudotis (4,13);
3. techninės savybės (greitas veikimas ir kt.) (4,1);
4. elektroninės paslaugos (4,05);
5. grafinis dizainas (3,43).

Taigi visų respondentų bendra nuomonė yra vieninga ir patvirtina teorinėje dalyje identifikuotus svarbiausius kolegijų tinklapių priimtinumam vartotojams veiksmus (žr. 7 pav.).

Vertinant šešis elementus, jų svarbą visų grupių respondentai penkiabalėje sistemoje įvertino daugiau nei trimis balais. Todėl visi jie yra svarbūs vertinant kolegijų tinklapių priimtinumą vartotojams ir turi efektyviai funkcionuoti šiose svetainėse. Elementų sąrašas pagal svarbą (skliaustuose – visų trijų grupių respondentų skirtų balų tam variantui vidurkis):

1. aiškus ir neperkrautas pradžios puslapis (4,11);
2. informacijos paieškos funkcija (3,98);
3. svetainės versija neįgaliesiems (3,68);
4. svetainės versijos užsienio kalbomis (3,66);
5. galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, komentarai, pastabos, užklausos) (3,6);

6. pagalba vartotojui realiu laiku („online“) (3,58).

Kiti vartotojų įvardinti priimtumo elementai: informacijos atnaujinimo operatyvumas, informacijos tikslumas, el. paslaugų prieinamumas, tinklapio struktūros paprastumas, navigacijos patogumas, nuorodų į socialinius tinklus publikavimas. Visi šie elementai buvo įtraukti į kolegijų tinklapių priimtumo vartotojams elementų ir kriterijų sąrašą.

4. *Informacija ir jos kokybė.* Skirtingos respondentų kategorijos kolegijų svetainėse domisi labai įvairia informacija. Dauguma nurodė šią labiausiai dominančią informaciją:

- *studentai:* tvarkaraščiai; elektroninis dienynas; informacija apie praktikų vykdymą, studijų eigą, tvarką, mokesčius; dėstytojų ir kitų darbuotojų kontaktai; studijų programų informacija; Moodle sistema; dėstytojų metodinė medžiaga.
- *darbuotojai:* tvarkaraščiai; naujienos, renginiai; studijų programų informacija; studijų procesą reglamentuojantys dokumentai; informacija apie studijų tvarką, mokesčius; darbuotojų kontaktinė informacija, Moodle sistema, dėstytojų metodiniai darbai.
- *moksleiviai:* studijų programų informacija; mokestis už studijas bei studijų finansavimas; priėmimo sąlygos, tvarka, terminai; stipendijos ir parama studentams.

Nuomonė dėl turinio kokybės studentų tarpe yra prieštaringa, ta pati informacija nurodoma ir kaip kokybiška, ir kaip nekokybiška (tvarkaraščiai, el. dienynas, naujienos ir renginiai, studijų programų, studijų mokesčių ir stipendijų, bibliotekos, praktinio mokymo informacija, Moodle sistema). Vadinasi visos šios informacijos kokybė ir naudingumas studentams turi būti gerinami.

Dėstytojai vieningiau nurodė kokybišką ir nekokybišką informaciją: teigiamai įvertino naujienas ir renginius, tvarkaraščius bei teisinius ir kitus dokumentus; neigiamai vertino darbuotojų kontaktinę informaciją, katedrų ir kitų padalinių sudėtį ir veiklą, praktikų vykdymo, projektinės ir mokslinės veiklos, partnerių, tarptautinių ryšių informaciją bei informaciją stojantiesiems.

Moksleivius lankytuose kolegijų tinklapiuose informacijos kokybė labiau tenkina negu netenkina – 38 proc. nurodė, jog patikusių tinklapių informacija išsami ir naudinga, o 16 proc. teigė, kad nepatikusių tinklapių informacija nenaudinga.

5. *Grafinis dizainas.* Grafinio dizaino kokybę penkiabalėje sistemoje studentai ir darbuotojai įvertino pakankamai teigiamai – vidutiniškai 3,36 balo. Palankiau grafinio dizaino kokybę vertina kolegijų darbuotojai negu studentai – 4 ir 5 balus penkiabalėje sistemoje grafiniam dizainui skyrė 63 proc. darbuotojų ir 49 proc. studentų. Mažiausius balus (1 ir 2) taipogi labiau linkę skirti studentai (24 proc.) negu dėstytojai (19 proc.). Moksleiviai, turėję įvardinti patikusio ir nepatikusio grafinio dizaino kolegijų tinklapius, santykinai daugiau nurodė patikusios išvaizdos tinklapių (76 proc.

respondentų) negu nepatikusios (69 proc. respondentų). Iš to galima spręsti, kad grafinį dizainą moksleiviai vertina gan palankiai.

Didžiausios grafinio dizaino nepatrauklumo priežastys tarp visų respondentų: blogas elementų išdėstymas puslapiuose, netinkamos spalvos, blaškantys dėmesį elementai, per mažai paveikslėlių, neaiškus pradžios puslapis, sunkiai įskaitomas tekstas. Nemažai moksleivių išskyrė puslapių perkrovimą informacija (nėra aiškumo, kur ką žiūrėti lange).

6. *Elektroninės paslaugos*. El. paslaugų priimtinumą vertino tik kolegijų studentai ir darbuotojai, nes besidomintiems studijomis lankytojams el. paslaugos (išskyrus konkursinio balo skaičiuoklę kai kurių kolegijų tinklapiuose) neteikiamos. El. paslaugų kokybę triblalėje sistemoje abi respondentų grupės įvertino teigiamai – vidutiniškai 2,53 balo. Nepasitenkinimo el. paslaugomis pagrindinės priežastys: el. paslaugos ne visada prieinamos, nepatogu naudotis, neteikiama operatyvi pagalba vartotojams. Dažniau el. paslaugomis naudojasi darbuotojai (77 proc. naudojasi kasdien ar keliskart per savaitę) nei studentai (59 proc. naudojasi kasdien ar keliskart per savaitę).

El. paslaugų įvairovė skiriasi priklausomai nuo konkrečios kolegijos, tačiau dažniausiai teikiamos el. paslaugos – el. paštas, virtuali mokymosi aplinka Moodle ir el. dienynas. Studentams labiausiai trūksta šių el. paslaugų: elektroninė registravimosi į laisvai pasirenkamus dalykus sistema, elektroninė susitikimų su dėstytojais registracijos sistema, prašymų pateikimas el. būdu, pažymų užsakymas el. būdu, el. dienynas ir / arba jo informatyvumo tobulinimas (galimybė peržiūrėti tarpinius įvertinimus, semestro įvertinimų vidurkius, suteiktas stipendijas). Dėstytojams labiausiai trūksta el. dienyno bei asmeninės darbuotojo (dėstytojo) aplinkos.

7. *Bendras svetainės vertinimas*. Palankiausiai svetainių bendrą priimtinumą įvertino darbuotojai (3,85 balo), mažiau palankiai – moksleiviai (3,78 balo) ir studentai (3,72 balo). Kolegijų svetainių priimtumas pagal atskirus vertinimo aspektus vartotojų vertinamas geriau nei vidutiniškai: 3,25-3,7 balai iš 5. Kolegijų svetainių atskirų aspektų priimtumą palankiau vertino darbuotojai negu studentai. Palankiausiai įvertintos el. paslaugos, veikimo greitis bei informacijos naudingumas, nepalankiausiai – draugiškumo atmosfera bei grafinis dizainas. Bendrą tinklapio priimtumą vartotojai vertina aukščiau negu atskirus jo aspektus (žr. 6.2 lentelę).

6.2 lentelė. Vartotojų įvertinimai skirtingiems kolegijų tinklapių priimtinumui aspektams.

Vertinamas požymis Balas (nuo 1 iki 5)	Informacijos naudingumas	Informacijos kokybė (išsamumas ir naujumas)	Naudojimosi patogumas	Veikimo greitis	El. paslaugos (nuo 1 iki 3 balų)	Grafinis dizainas	Draugiškumo atmosfera	Bendras svetainės priimtinumumas
Studentai	3,46	3,36	3,44	3,6	2,52	3,24	3,1	3,72
Darbuotojai	3,79	3,68	3,72	3,83	2,54	3,47	3,4	3,85
Bendras vertinimas	3,63	3,5	3,58	3,7	2,53	3,36	3,25	3,8

Visų trijų grupių respondentai aktyviai išsakė labiausiai nepriimtinius kolegijų tinklapių aspektus bei siūlė įvairias jų tobulinimo galimybes. Dauguma vartotojų teikė šiuos tobulinimo pasiūlymus kolegijų svetainėms: laiku atnaujinti informaciją, teikti įvairesnės ir išsamesnės informacijos visoms vartotojų grupėms, tobulinti el. paslaugų kokybę (el. dienyno, Moodle sistemos) ir plėsti jų skaičių, padaryti efektyvią paiešką, vartotojų konsultavimą realiu laiku, operatyvų grįžtamąjį ryšį, aiškų neperkrautą pradžios puslapį, patogesnę navigaciją ir aiškesnę tinklapio struktūrą, originalesnę, jaunatviškesnę grafinį dizainą, talpinti daugiau grafinės informacijos.

7. PASIRINKTOS KOLEGIJOS TINKLAPIO PRIIMTINUMO VARTOTOJAMS ANALIZĖ (ATVEJO TYRIMAS)

Šioje dalyje atliekamas atvejo tyrimas, kurio *tikslas* – praktiškai pritaikyti empirinio tyrimo duomenis bei teorinėje dalyje nustatytus kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksnius ir elementus pasirinktos kolegijos internetinio tinklapio kokybės analizei ir pateikti tobulinimo pasiūlymus. Atvejo analizei, atsižvelgiant į apklausos rezultatus, pasirinktas Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos (VTDK) tinklapis. 7.1 pav. pateiktas šio tinklapio pradžios puslapio vaizdas. VTDK kolegijos studentai ir darbuotojai aktyviausiai dalyvavo apklausoje, jos tinklapį gan dažnai lankė ir apklaustieji moksleiviai. Todėl, siekiant turėti kuo daugiau apklaustų vartotojų duomenų ir visapusiškai išanalizuoti tinklapį, buvo pasirinkta būtent VTDK svetainė.

Atvejo tyrimo eiga (uždaviniai):

1. išanalizuoti VTDK kolegijos tinklapio apklaustų vartotojų nuomonę ir pasiūlymus;
2. išanalizuoti ir įvertinti VTDK kolegijos tinklapį remiantis kolegijų tinklapių priimtino vartotojams kriterijais ir vartotojų apklausos rezultatais;
3. identifikuoti VTDK kolegijos tinklapio stipriąsias ir silpnąsias puses ir pateikti tinklapio tobulinimo pasiūlymus.



7.1 pav. Tinklapio www.vtdko.lt pradinio puslapio vaizdas.

7.1. VTDK tinklapių vartotojų apklausos rezultatų apžvalga

Tinklapyje www.vtdko.lt lankėsi 27 apklaustieji moksleiviai (10 proc. visų apklaustų moksleivių). Kadangi moksleiviai reiškė apibendrintą nuomonę apie visus jų aplankytus kolegijų tinklapius, detali analizė, susijusi su www.vtdko.lt tinklapiu, yra negalima. Pastebėta, jog atviruose klausimuose, susijusiuose su konkrečių kolegijų tinklapių nurodymu, www.vtdko.lt tinklapis buvo minimas tarp labiausiai patikusių ir nepatikusių (jį įvardijo po 4 respondentus) bei tarp patraukliausių ir nepatraukliausių grafinio dizaino atžvilgiu (jį įvardijo po 2 respondentus). Ši prieštaringa nuomonė identifikuoja tinklapio trūkumus bei būtinybę jį tobulinti siekiant didesnio priimtino visiems lankytojams.

Toliau yra detaliau aptariami ir palyginami VTDK studentų ir darbuotojų apklausos rezultatai. Apklausti visų trijų kursų studentai bei įvairių pareigybių darbuotojai. Abiejų grupių vartotojai kolegijos tinklapiu bei el. paslaugomis naudojasi dažnai, nors darbuotojai naudojasi dažniau nei studentai (žr. 7.1 lentelę).

7.1 lentelė. Pagrindinė apklaustųjų www.vtdko.lt vartotojų statistika.

Požymis	Apklaustųjų skaičius	Pasiskirstymas pagal kursus/pareigas	Lankymosi tinklapyje dažnumas	Naudojimosi el. paslaugomis dažnumas
Studentai	113	1 k. (35%), 2 k. (26%), 3 k. (39%)	Kelis kartus per sav. (57%) Kelis kartus per mėn. (21%)	Kelis kartus per sav. (43%) Kelis kartus per mėn. (25%)
Darbuotojai	28	Administracijos darbuotojai (36%), Dėstytojai (64%)	Kasdien (69%) Kelis kartus per sav. (32%)	Kasdien (61%) Kelis kartus per sav. (29%)

Studentai ir darbuotojai vidutiniškai arba šiek tiek geriau nei vidutiniškai vertina bendrą tinklapio priimtinumą bei priimtumą pagal 7 skirtingus tinklapio kokybės aspektus – 2,7-3,46 balo iš penkių galimų. Bendras VTDK tinklapio priimtumas vertinamas žemiau lyginant su bendros kolegijų tinklapių vartotojų apklausos vertinimu – atitinkamai 3,46 ir 3,8 balai (žr. 6.2 ir 7.2 lenteles). Žemiausiai įvertinta draugiškumo vartotojui atmosfera bei informacijos kokybė. Geriausiai įvertintas veikimo greitis ir informacijos naudingumas. Visų požymių kokybę ir bendrą priimtumą aukštesniais balais vertino darbuotojai negu studentai. Taip pat pastebėta, jog, kaip ir bendrojoje kolegijų tinklapių vartotojų apklausoje, bendrą tinklapio priimtumą vartotojai vertina aukščiau negu atskirus jo aspektus.

7.2 lentelė. Tinklapių www.vtdko.lt priimtumo vertinimas.

Vertinamas požymis Balas (nuo 1 iki 5)	Informacijos naudingumas	Informacijos kokybė (išsamumas ir naujumas)	Naudojimosi patogumas	Veikimo greitis	El. paslaugos (nuo 1 iki 3 balų)	Grafinis dizainas	Draugiškumo atmosfera	Bendras svetainės priimtumas
Studentai	3,2	3	3	3,4	2,28	3,06	2,7	3,45
Darbuotojai	3,5	3,25	3,4	3,46	2,43	3,25	3,1	3,46
Bendras vertinimas	3,35	3,1	3,2	3,43	2,36	3,2	2,9	3,46

Vertindami tinklapių informacijos kokybę studentai ir darbuotojai kaip kokybišką informaciją įvardijo naujienas ir skelbimus bei tvarkaraščius. Gerokai daugiau nurodyta nekokybiškos informacijos: el. dienynas (per retai atnaujinami duomenys, neprieinamumas), tvarkaraščiai (per vėlai įkeliami, sudėtinga struktūra), būsimi renginiai (per vėlai publikuojama), dėstytojų ir darbuotojų kontaktai ir konsultavimo laikas (nepilna, pasenusi informacija), padalinių sudėtis ir veikla (nėra aiškių nuorodų, menka ir neatnaujinta informacija). Platesnė informacija pateikta 7.3 lentelėje.

7.3 lentelė. Informacijos kokybės bei grafinio dizaino vertinimas.

Požymis	Informacija, kuri vertinama kaip kokybiška	Informacija, kuri vertinama kaip nekokybiška	Trūkstanti informacija	Nepasitenkinimo tinklapių išvaizda priežastys
Studentai	Tvarkaraščiai; skelbimai ir naujienos; studijų programų aprašymai; stojamųjų egzaminų informacija	El. dienyno turinys; tvarkaraščiai; renginiai; dėstytojų ir darbuotojų kontaktai ir konsultavimo laikas; parama studentams; praktikos galimybės; Erasmus informacija; angliška tinklapių versija	Dalykų įvertinimų vidurkiai; rotacijų rezultatai; renginiai; studentų pasiekimai; darbo pasiūlymai; grįžtamasis ryšys (atsiliepimai, klausimai); dėstytojų užimtumo grafikas	Blogas elementų išdėstymas; nepatrauklus pradžios puslapis; netinkamos spalvos; per mažai paveikslėlių
Darbuotojai	Skelbimai, naujienos; tvarkaraščiai; bibliotekos informacija; veiklą reglamentuojantys dokumentai; kolegijos veiklos strategija ir veiklos ataskaitos	Darbuotojų kontaktinė informacija; padalinių sudėtis ir veikla; socialiniai partneriai; būsimų renginių skelbimai; tarptautiniai ryšiai; mokslinė-tiriamoji veikla; kolegijos istorija; angliška tinklapių versija	Kvalifikacijos tobulinimas ir stažuotės; apibendrinti apklausų rezultatai; virtualus kolegijos pastatų žemėlapis; dėstytojų ir studentų pasiekimai	Blogas elementų išdėstymas; sunkiai skaitomas tekstas; per mažai paveikslėlių; nepatrauklus pradžios puslapis

Didelė dauguma apklaustųjų anketose nurodė nepasitenkinimą svetainės grafiniu dizainu, kuris vartotojų nuomone yra nuobodus, atgyvenęs, nereprezentuojantis kolegijos. Nurodyti

pagrindiniai neigiami aspektai – tai blogas elementų išdėstymas, nepatrauklus pradžios puslapis, netinkamos spalvos, per mažai paveikslėlių, sunkiai skaitomas tekstas (žr. 7.3 lentelę).

Palyginus su įvairių kolegijų tinklapiais, VTDK tinklapyje prieinama panaši paslaugų įvairovė kaip ir kitose kolegijose, tačiau vartotojų nuomone, jas reikia tobulinti (ypač el. dienyną, Moodle sistemą) bei plėsti jų skaičių (žr. 7.4 lentelę). Pagrindinės nepasitenkinimo el. paslaugų kokybe priežastys yra el. paslaugų neprieinamumas bei operatyvios pagalbos vartotojui neteikimas. Studentai pageidauja įvairių naujų el. paslaugų diegimo bei el. dienyno tobulinimo, siekiant jį padaryti visada prieinamą, aktualaus turinio bei didesnio informatyvumo (pvz. galimybė matyti įvertinimų vidurkius, suteiktas stipendijas). Dėstytojai taipogi pageidauja tobulinti el. dienyną (galimybė prisijungti prie sistemos ir suvesti informaciją iš bet kurios vietos) bei turėti asmeninę darbuotojo/ dėstytojo aplinką, kurioje būtų pateikta jiems asmeniškai reikalinga informacija, pranešimai (grupių studentų sąrašai ir kontaktai, diplomantai, dokumentai, el. dienyno ir kitų el. paslaugų prieiga, skelbimai, kvalifikacijos tobulinimas ir kt.).

7.4 lentelė. Elektroninių paslaugų vertinimas.

Požymis	Teikiamos el. paslaugos	Pageidaujamos el. paslaugos	Kokybiškiausios el. paslaugos	Nekokybiškiausios el. paslaugos	Nepasitenkinimo el. paslaugomis pagr. priežastys
Studentai	El. dienynas, studentų el. paštas, pažymų užsakymo el. sistema, Moodle sistema	Susitikimų su dėstytojais registracijos el. sistema, registravimosi į laisvai pasirenkamus dalykus el. sistema, prašymų el. pateikimas	Pažymų užsakymo el. sistema	El. dienynas	El. paslaugų neprieinamumas, neteikiama operatyvi pagalba vartotojui, ilgai tenka laukti paslaugos suteikimo
Darbuotojai	El. dienynas, darbuotojų el. paštas, dokumentų valdymo sistema B-net, Moodle sistema	Asmeninė darbuotojo/ dėstytojo aplinka	--	El. dienynas	Neteikiama operatyvi pagalba vartotojui, erzina klaidos, per mažas saugumo užtikrinimas, el. paslaugų neprieinamumas

Dauguma VTDK studentų ir darbuotojų siūlo tobulinti informacijos bei el. paslaugų kokybę ir įvairovę, padaryti aiškesnę struktūrą ir paprastesnę naudojimąsi, iš esmės atnaujinti grafinį dizainą į originalų ir modernų. Visos bendrai pateiktos studentų ir darbuotojų rekomendacijos:

- pateikti aiškia, išsamia informaciją, laiku atnaujinti duomenis;
- publikuoti skyrelius „Studentų pasiekimai“, „Dėstytojų pasiekimai“;
- padaryti aiškesnę tinklapio struktūrą, patogesnę navigaciją;
- patobulinti elektroninį dienyną, tobulinti sistemos Moodle patogumą ir aiškumą;

- pakeisti dizainą į modernesnę, pakeisti spalvas, daugiau vizualinės informacijos;
- suburti tam skirtą darbo grupę, kurie būtų atsakingi už tinklapio administravimą ir tobulinimą;
- diegti naujoves, siekti šiuolaikiškumo.

Studentų papildomai pateiktos rekomendacijos tinklapio tobulinimui:

- teikti išsamesnę informaciją apie aktualias temas: paskutinių kursų studentams (baigiamoji praktika, praktikos sutarčių pavyzdžiai), mokėtini studijų mokesčiai, dėstytojų užimtumo grafikas; bei publikuoti video reportažus;
- padaryti patogų ir reprezentatyvų pagrindinį puslapį;
- aiškiai išskirti katedrų nuorodas ir pritaikyti jų veiklą atspindintį (susiję su technika, su transportu, su dizainu, su statyba ir pan.) grafinį dizainą.

Darbuotojų papildomai pateikti pasiūlymai tinklapio tobulinimui:

- įdiegti efektyvią paieškos funkciją bei grįžtamojo ryšio palikimo galimybę;
- pateikti informaciją rusų kalba, daugiau informacijos anglų kalba.

7.2. VTDK tinklapio kokybės išsami analizė ir įvertinimas

Tinklapis www.vtdko.lt buvo išanalizuotas ir įvertintas remiantis sudarytu kolegijų tinklapių priimtino vartotojams elementų ir kriterijų sąrašu bei vartotojų apklausos rezultatais. Išsamūs analizės rezultatai pateikti 8 priede. Vertinant tinklapį, kiekvieno elemento kokybei buvo skiriami balai nuo 1 (jei visai nekokybiškas) iki 5 (jei kokybė puiki). Jeigu to elemento išvis nėra tinklapyje – balų nebuvo duodama.

Bendras tinklapio priimtino įvertinimas – 99,8 *balo* (maksimalus balas – 200). Vadinasi VTDK interneto svetainė 50 *proc.* atitinka kokybės reikalavimus ir vartotojų lūkesčius. Aukščiausiai buvo įvertinta techninės savybės ir grafinis dizainas, žemiausiai – naudojimosi patogumas ir el. paslaugos. Atskirų priimtino veiksmų kokybės įvertinimai pateikti 7.5 lentelėje.

7.5 lentelė. VTDK interneto tinklapio priimtino veiksmų kokybės vertinimas.

Veiksny	Turinys	Naudojimosi patogumas	El. paslaugos	Techninės savybės	Grafinis dizainas
Duotas balų skaičius	23,8	11	15	17,5	32,5
Maksimalus balų skaičius	45	50	30	20	55
Kokybės lygis, %	52,8	22	50	87,5	59

VTDK tinklapio stipriosios ir silpnosios pusės

Geriausiai (4 ir daugiau balų) buvo įvertinti šie elementai: reklamų skaičius, puslapių atvertimo laikas, tinklapio pasiekiamumas, veikimas skirtingose naršyklėse, veikimas skirtinguose el. įrenginiuose, judančių elementų (animacijos, „banerių“) skaičius, lentelių ir karkasų (formų) skaičius, tinklapio plotis (žr. 8 priedą).

Prasčiausiai (2 ir mažiau balų) įvertinti elementai: informacijos patikimumas, pritaikymas užsienio vartotojams, svetainės informacijos sklaida, nuorodos, navigacija, pradžios puslapis, pagalba ir informacija el. paslaugų vartotojui, el. paslaugų prieinamumas, vizualinis elementų išdėstymas, spalvos, paveikslai ir nuotraukos, teksto skaitomumas (žr. 8 priedą).

Elementai, kurie buvo nevertinami, nes tinklapyje jų nėra: paieška, grįžtamasis ryšys, pagalba vartotojui, svetainės versija neįgaliesiems, versija spausdinimui (žr. 8 priedą).

7.3. VTDK tinklapio tobulinimo pasiūlymai

Pasiūlymai turinio kokybės tobulinimui.

1. Skelbti kolegijai, kaip aukštajai valstybinei mokyklai, privalomą (pagal [4;21]) informaciją:
 - a. valdymo struktūros schema;
 - b. vadovo nuotrauka ir gyvenimo aprašymas;
 - c. visų padalinių darbuotojų sąrašas su pareigomis ir kontaktais bei darbo/ priėmimo valandos;
 - d. mokslinė-tiriamoji veikla;
 - e. studentų, absolventų ir kitų šalių atsiliepimai apie studijas, absolventų karjeros rodikliai.
2. Padaryti aiškias nuorodas į fakultetų katedras. Padaryti meniu punktus absolventams, partneriams ir darbdaviams bei kitiems suinteresuotiems asmenims (pvz. skyrius „Viešieji ryšiai“), kur būtų aktuali informacija.
3. Vengti ilgų sakinių ir pavadinimų formuluočių.
4. Didinti informacijos išsamumą (pagal 8 priedo pastabas prie elemento „Išsamumas“), ypač:
 - a. dėstytojų ir kitų darbuotojų kontaktinę bei katedrų informaciją;
 - b. publikuoti daugiau studentams, darbuotojams, stojantiejiems rūpimos informacijos (dėstytojų užimtumo grafikas, rotacijos, stipendijos, baigiamieji darbai, praktikos, laisvai pasirenkami dalykai, studijų dalykų aprašai, mokesčiai už studijas, konkursiniai balai, stojant reikalingi dokumentai).
 - c. atnaujinti „Karjeros centro“, „Tarptautinių ryšių“ skyrius;
 - d. atnaujinti ir papildyti informaciją anglų kalba, pateikti versiją rusų kalba.

5. Laiku atnaujinti visą informaciją, ypač kontaktus, tvarkaraščius, el. dienyno įvertinimus bei skelbimus apie būsimus įvykius. Skelbti informacijos įkėlimo datas (ypač tvarkaraščių, kontaktų, naujienų ir skelbimų) bei, kur tikslinga, autorius/ šaltinius.
6. Nurodyti visos svetainės bei pagrindinių turinio kategorijų administratorius, jų kontaktus.
7. Didinti tinklapio populiarumą ir turinio sklaidą šiomis priemonėmis:
 - a. įdėti nuorodas iš tinklapio į soc. tinklus (Facebook, Twitter, LinkedIn ir kt.), bei nuorodas iš soc. tinklų į kolegijos tinklapį;
 - b. sukurti tinklapio aplikaciją (-jas) mobiliems telefonams;
 - c. įdiegti turinio rekomendavimo draugui galimybę ir suteikti vartotojams naujienų prenumeratos galimybę per RSS (apie tvarkaraščių keitimus, aktualijas ir kt.);
 - d. įdiegti diskusijų forumą, tinklaraštį („blog’ą“), skyrelius „Apie kolegiją žiniasklaidoje“, „Kolegijos svarbiausi įvykiai ir pasiekimai“;
 - e. publikuoti nuotraukų ir video galerijas, daugiau ir įvairesnės informacijos apie studentų veiklą, klubus, būrelius.

Pasiūlymai naudojimosi patogumo ir techninių savybių tobulinimui.

1. Įdiegti efektyvias patogesnio naudojimosi tinklapiu funkcijas: paiešką, grįžamojo ryšio palikimo galimybę, pagalbą vartotojui, svetainės versijas neįgaliesiems ir spausdinimui;
2. Patobulinti tinklapio struktūrą ir navigaciją (supaprastinant hierarchiją, publikuojant svetainės struktūros medį, vengiant puslapių apkrovimo nuorodų gausa, naikinant besidubliuojančias nuorodas, rodant naršymo kelią („breadcrumbs“), aiškiai pažymint nuorodą (ir jos tėvines nuorodas), kurioje naršoma esamu momentu).
3. Padidinti pradinio puslapio aiškumą – mažiau įvairių meniu ir nuorodų.
4. Visuose dideliuose meniu taikyti išsiskleidžiantį meniu sąrašą.
5. Pažymėti naujame lange atidaromas nuorodas ir užtikrinti, kad jos atsidarytų atskirame lange, neužverčiant pagrindinės vtdko.lt svetainės.
6. Padaryti aiškiai matomą kalbų pasirinkimo nuorodą. Pradžios puslapio nuoroda turi būti ne tik ant viršutinio logotipo, bet ir kaip visur aiškiai matomas meniu punktas.
7. Padaryti aiškiau perskaitomas visų meniu nuorodas (tamsesnis ir didesnis šriftas, didesni tarpai tarp meniu punktų).
8. Užtikrinti greitą tinklapio veikimą ir kokybišką vaizdą visose naršyklėse ir el. įrenginiuose.

Tobulinimo pasiūlymai elektroninėms paslaugoms.

1. Pagal galimybes plėsti el. paslaugų įvairovę – įdiegti susitikimų su dėstytojais registracijos el. sistemą, registracijos į laisvai pasirenkamus dalykus el. sistemą, konkursinio balo skaičiuoklę, interaktyvų kalendorių.
2. Sukurti studento asmeninę aplinką, kurioje būtų priejimas prie el. paslaugų akademinių ir finansinių duomenų (pvz. tvarkaraštis, grupės sąrašas ir kontaktai, seniūnai, mentoriai, dalykų aprašai, dokumentų formos, informacija apie įsiskolinimus/ permokas, stipendijų, rotacijų informacija, el. dienynas ir kt.).
3. Sukurti darbuotojo/ dėstytojo asmeninę aplinką jiems aktualios informacijos peržiūrai bei jungimuisi prie el. paslaugų (pvz. tvarkaraštis, grupių studentų ir seniūnų sąrašai ir kontaktai, diplomantai, dokumentai, el. dienynas, asmeniniai pranešimai ir kt.).
4. Patobulinti el. dienyną, dėl kurio funkcionalumo ir informatyvumo kyla daug nepasitenkinimo (pagal 8 priedo pastabas prie elemento „Patogumas naudotis“).
5. Tobulinti sistemos Moodle patogumą ir aiškumą, turinio išsamumą ir kokybę.
6. Prie el. paslaugos prisijungimo publikuoti aiškią naudojimosi instrukciją vartotojams, įdiegti pagalbos vartotojui funkciją, siekti didesnės el. sistemų apsaugos bei konfidencialumo.

Grafinio dizaino ir kiti tobulinimo pasiūlymai.

1. Iš esmės atnaujinti viso tinklapio grafinį dizainą į šiuolaikiškesnį, jaunatviškesnį, suteikti išskirtinumo iš kitų kolegijų tinklapių. Daugiau spalvingumo, grafinių elementų, nuotraukų.
2. Pakeisti ar visai panaikinti pradžios puslapio viršutinį „banerį“ (kaičiąją reklamą).
3. Modifikuoti katedrų ir kitų padalinių puslapių dizainą (pvz. Karjeros centro, tarptautinių ryšių, studentų veiklos), labiau atspindint jų veiklą.
4. Sukurti grafinį dizainą el. paslaugų puslapiams.
5. Vengti ilgų prozinių tekstų, nereikalingų formatavimo elementų, suvienodinti teksto pateikimą puslapiuose, aiškiau išskirti pastraipas, antraštes, svarbiausius dalykus.
6. Suburti iniciatyvią darbo grupę, kuri būtų atsakinga už tinklapio administravimą ir tobulinimą.

IŠVADOS

1. Aukštojo mokslo įstaigų interneto tinklapių priimtino vartotojams tema yra menkai analizuota moksliniuose darbuose, ypač Lietuvos autorių mokslinėje literatūroje. Internetinei erdvei ir el. paslaugoms įgyjant vis didesnę reikšmę švietimo sektoriuje, atsiranda poreikis identifikuoti vartotojams svarbiausius šių tinklapių kokybės aspektus, ištirti šių tinklapių kokybės lygį bei numatyti tobulinimo galimybes.
2. Remiantis dešimties atrinktų tinklapių priimtino modelių (labiau besiorientuojančių į nekomercinių organizacijų tinklapius) lyginamąją analizę bei Lietuvos kolegijų veiklos ir tinklapių analize nustatyta, jog kolegijos tinklapių priimtumas vartotojams priklauso nuo penkių veiksnių kokybės: *turinio, patogumo naudotis, techninių savybių, el. paslaugų bei grafinio dizaino*. Kiekvienas šių veiksnių įvertinamas pagal jį charakterizuojančius elementus ir kriterijus.
3. Kolegijų tinklapių priimtino modelis susieja daugiadimensinius priimtino veiksnus, vartotojo pasitenkinimą tinklapiu ir tinklapių tobulinimo procesą. Priimtino veiksnių kokybė lemia tinklapių vartotojo poreikių patenkinimo efektyvumą ir pasitenkinimą tinklapiu. Tinklapių priimtino vartotojui kūrimas yra nuolatinis procesas, kai nuolat stebimas tinklapių populiarumas, vartotojų poreikių pokyčiai ir atsižvelgiant į tai tobulinamas tinklapis.
4. Siekiant empiriškai ištirti vartotojų nuomonę apie kolegijų tinklapius bei identifikuoti jiems svarbius priimtino aspektus, buvo atlikta trijų vartotojų kategorijų – kolegijų studentų, darbuotojų ir besidominčių studijomis kolegijose moksleivių – anketinė apklausa. Statistiškai patikimas išvadas galima daryti iš studentų apklausos duomenų, nes apklaustųjų skaičius atitiko apskaičiuotą imties dydį. Dėl ribotų laiko ir finansinių išteklių nebuvo surinktas pakankamas skaičius kolegijų darbuotojų ir moksleivių anketų, todėl siekiant moksliai pagrįstų duomenų, ateityje šių vartotojų grupių tyrimai turėtų būti pratęsti.
5. Apklausos rezultatai patvirtino, jog respondentų nuomonė yra vieninga ir patvirtina visų penkių teorinėje dalyje identifikuotų kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksnių svarbą.
6. Bendrą kolegijų tinklapių priimtumą ir atskirus priimtino aspektus palankiau vertina darbuotojai, mažiau palankiai – moksleiviai ir studentai. Svetainių kokybė įvertinta geriau nei

vidutiniškai – 3,7-3,85 balai iš 5 galimų. Tačiau bendrą tinklapio priimtinumą studentai ir darbuotojai vertina aukščiau negu atskirus jo aspektus.

7. Studentai ir darbuotojai palankiau įvertino el. paslaugas, veikimo greitį ir informacijos naudingumą; mažiau palankiai – draugiškumo atmosferą, grafinį dizainą, turinio išsamumą ir aktualumą bei naudojimosi patogumą. Pastebėtas studentų nuomonių prieštaravimas vertinant skirtingų informacijos rūšių kokybę, o moksleivių nuomonės buvo prieštaringos įvardijant patikusius ir nepatikusius kolegijų tinklapius. Tai indikuoja tinklapių ir juose publikuojamos informacijos kokybės tobulinimo būtinybę. Visos trys vartotojų grupės pateikė įvairių tobulinimo pasiūlymų, susijusių su visais penkiais priimtumo veiksniais.

8. Atlikta VTDK kolegijos tinklapio kokybės išsami atvejo analizė ir pateikti tobulinimo pasiūlymai. Dėl ribotos darbo apimties, kitų kolegijų tinklapių priimtumas nebuvo įvertintas šiuo būdu, todėl siūloma pratęsti analizę ateityje, įvertinant kitų kolegijų tinklapių priimtumą, palyginti kokybės skirtumus ir pasiūlyti tobulinimo būdus.

9. VTDK interneto svetainė 50 proc. atitinka kokybės reikalavimus ir vartotojų lūkesčius. Aukščiausiai buvo įvertinta techninės savybės ir grafinis dizainas, žemiausiai – naudojimosi patogumas ir elektroninės paslaugos. Patys VTDK tinklapio vartotojai tinklapio priimtumą vertina žemiau (3,46 balais iš 5) lyginant su bendros kolegijų tinklapių vartotojų apklausos vertinimu (3,8 balai iš 5).

10. Anketinės apklausos ir atvejo tyrimo rezultatai parodė, kad kolegijų tinklapių priimtumo vartotojams elementų ir vertinimo kriterijų sąrašas yra veiksminga šių tinklapių vertinimo priemonė, galinti padėti kolegijos tinklapio kūrėjams bei valdytojams nustatyti jo trūkumus ir tobulinimo sritis, atsižvelgiant į vartotojų poreikius ir lūkesčius. Šiuo sąrašu gali naudotis kolegijos, atliekant ekspertinį vertinimą ir / arba formuojant tinklapio vartotojų apklausos anketą.

TOBULINIMO PASIŪLYMAI

Lietuvos kolegijų tinklapiams

1. Užtikrinti informacijos išsamumą ir pateikimą laiku. Pateikti šią išsamią informaciją:

- *studentams ir darbuotojams*: dėstytojų ir darbuotojų kontaktai, konsultavimo laikas, dėstytojų užimtumo grafikas, aktualijos, studijų programos, mokesčiai ir finansavimas, stipendijos ir parama, studentų veikla ir pasiekimai, katedrų ir kitų padalinių sudėtis ir veikla, praktikų vykdymas, projektinė ir mokslinė veikla, tarptautinių ryšių informacija, studentų įspūdžiai apie dalines studijas pagal mainų programas (Erasmus ir kt.); publikuoti nuotraukų ir video galerijas;
- *stojantiesiems*: stojamieji balai, konkursinio balo skaičiuoklė, įsidarbinamumas ir karjeros perspektyvos, atsiliepimai apie studijas, renginiai stojantiesiems.

2. Diegti tinklapio versijas užsienio kalbomis ir skelbti jose išsamią bei aktualią informaciją.

3. Didinti tinklapio populiarumą ir informacijos sklaidą: publikuoti nuorodas į socialinius tinklus (Facebook, Twitter ir pan.) ir nuorodas soc. tinkluose į kolegijos tinklapį, siūlyti naujienų prenumeratą (RSS), sukurti mobilių tinklapio aplikacijų.

4. Padaryti aiškesnę tinklapio struktūrą ir pradžios puslapį, panaikinti nuorodų perteklių ir mažareikšmę informaciją, užtikrinti gerą visų nuorodų veikimą.

5. Užtikrinti greitą svetainės veikimą, efektyvią paieškos funkciją, pagalbą vartotojui realiu laiku.

6. Didinti interaktyvumą: grįžtamasis ryšys, diskusijų forumas, operatyvūs atsakymai į lankytojų klausimus.

7. Tobulinti el. paslaugų kokybę: užtikrinti prieinamumą, pagalbą ir informaciją vartotojui, reguliariai atnaujinti el. dienyno informaciją, padaryti patogesnę ir išsamesnio turinio virtualaus mokymosi aplinką Moodle. Pagal galimybes plėsti el. paslaugų kiekį įdiegiant registravimosi į

laisvai pasirenkamus dalykus el. sistemą, susitikimų su dėstytojais registracijos el. sistemą, pažymų užsakymą el. būdu, el. dienyną, konkursinių balų skaičiuoklę.

8. Tobulinti grafinį dizainą: siekti patrauklesnio ir neperkrauto elementų išdėstymo puslapiuose, suteikti daugiau šiuolaikiškumo, spalvų, daugiau grafinių elementų, nuotraukų, turinį išdėstyti ne ištisiniu tekstu ir padrikai, o struktūrizuotai, aiškiai.

VTDK kolegijos tinklapiui

1. Skelbti kolegijai, kaip aukštajai valstybinei mokyklai, privalomą informaciją: valdymo struktūros schema, vadovo ir padalinių bei darbuotojų išsami informacija, mokslinė-tiriamoji veikla, studentų, absolventų ir kitų šalių atsiliepimai apie studijas, absolventų karjeros rodikliai.

2. Padaryti aiškas nuorodas į fakultetų katedras. Publikuoti skyrių „Viešieji ryšiai“ su aktualia informacija absolventams, partneriams, darbdaviams bei kitiems suinteresuotiems asmenims.

3. Padidinti informacijos išsamumą ir laiku ją atnaujinti, ypač kontaktus, tvarkaraščius, dėstytojų užimtumo grafiką, el. dienyno įvertinimus, skelbimus apie būsimus įvykius. Atnaujinti ir praplėsti informaciją anglų kalba, įdiegti versiją rusų kalba. Skelbti informacijos atnaujinimo datas, kur tikslinga, autorius/ šaltinius. Nurodyti svetainės bei pagrindinių turinio kategorijų administratorius.

4. Didinti tinklapio populiarumą ir turinio sklaidą įdiegiant: nuorodas į tinklapį socialiniuose tinkluose ir atv. – nuorodas iš tinklapio į soc. tinklus; turinio rekomendavimą draugui; naujienų prenumeratą (RSS); tinklapio aplikacijas mobiliems telefonams; tinklaraštį, forumą, informaciją apie kolegijos bendruomenės pasiekimus ir studentų veiklą, video ir nuotraukų galerijas.

5. Įdiegti paiešką, grįžtamojo ryšio palikimo galimybę, pagalbą vartotojui, svetainės versijas neįgaliesiems ir spausdinimui.

6. Patobulinti viso tinklapio ir pradinio puslapio struktūrą ir navigaciją: svetainės struktūros medžio rodymas, puslapių apkrovimo nuorodomis mažinimas, besidubliuojančių nuorodų naikinimas, naršymo kelio („breadcrumbs“) rodymas, išsiskleidžiančio meniu sąrašo taikymas.

7. Pažymėti naujame lange atidaromas nuorodas ir užtikrinti jų atvertimą atskirame lange, neužverčiant pagrindinės svetainės. Padaryti aiškesnes kalbų pasirinkimo ir pradžios puslapio nuorodas. Padaryti aiškiau perskaitomas visų meniu nuorodas (tamsesnis ir didesnis šriftas, didesni tarpai tarp meniu punktų).
8. Pagal galimybes plėsti el. paslaugų įvairovę ir užtikrinti esamų el. paslaugų kokybę, prieinamumą (el. dienyno ir sistemos Moodle). Publikuoti aiškią informaciją vartotojams apie visas el. paslaugas, įdiegti pagalbos vartotojui funkciją. Užtikrinti didesnę apsaugą bei konfidencialumą.
9. Užtikrinti greitą, sklandų tinklapio veikimą ir kokybišką vaizdą visose naršyklėse ir el. įrenginiuose.
10. Atnaujinti grafinį dizainą į šiuolaikiškesnį, jaunatviškesnį, keisti spalvinius sprendimus, įdėti daugiau grafinių elementų, nuotraukų. Pakeisti ar visai panaikinti pradžios puslapio viršutinį „banerį“ (kaičiąją reklamą). Sukurti grafinį dizainą el. paslaugų puslapiams.
11. Modifikuoti katedrų ir kitų padalinių (pvz. Karjeros centro, tarptautinių ryšių, studentų veiklos) puslapių dizainą, labiau atspindint jų veiklą, išskirtinumą.
12. Vengti ilgų prozinių tekstų, nereikalingų formatavimo elementų, suvienodinti teksto vizualinį pateikimą puslapiuose, aiškiau išskirti pastraipas, antraštes, svarbiausius dalykus.
13. Suburti iniciatyvią darbo grupę efektyviam tinklapio administravimo ir tobulinimo veiklų įgyvendinimui.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. AbuAli, A. N., Abu-Addose, H. Y. A comparative study of techniques used for evaluating web page quality of the public organizations in Jordan Jordan–Amman. International journal of academic research, March 2011, Vol. 3, No. 2, Part III, pp. 655-672.
2. Baležentis, A. Organizacijų interneto svetainių vertinimo metodikos inovaciniai aspektai. Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai. Mykolo Romerio universitetas, 2008, Nr. 15 (4).
3. Benbunan-Fich, R. Using protocol analysis to evaluate the usability of a commercial website. Information and Management, 2001, No. 39, pp. 151-163.
4. Bendrųjų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašas, LR Vyriausybės patvirtintas 2003 m. balandžio 18 d. nutarimu Nr. 480. Valstybės žinios, 2003, Nr. 38-1739. < http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=442095 > [2013-03-10].
5. Carlos, V. S., Rodrigues, R. G. Web site quality evaluation in Higher Education Institutions. CENTERIS 2012 - Conference on ENTERprise Information Systems / HCIST 2012 – International Conference on Health and Social Care Information Systems and Technologies, 2012, pp. 273-282.
6. Davidavičienė, V., Tolvaišas, J. Elektroninės prekybos interneto svetainių Lietuvoje vertinimas. Informacijos mokslai, 2011, Nr. 55, pp. 103-116.
7. DeLone, W. H., McLean, E. R. Measuring e-commerce success: Applying the DeLone & McLean information systems success model. International Journal of Electronic Commerce, 2004, No. 9 (1), pp. 31–47.
8. Elling, S., Lentz, L., de Jong, M. Website Evaluation Questionnaire: Development of a Research-Based Tool for Evaluating Informational Websites. M. A. Wimmer, H. J. Scholl, and A. Grönlund (Eds.): EGOV, 2007, LNCS 4656, pp. 293–304.
9. Esrock, S. L., Leichty, G. B. Organization of Corporate Web Pages: Publics and Functions. Public relations review, 2000, pp. 327–344.
10. Fogg, B. J. Stanford Guidelines for Web Credibility. A Research Summary from the Stanford Persuasive Technology Lab. Stanford University, 2002. < <http://credibility.stanford.edu/guidelines/> > [2013-02-12].

11. Gordon, J., Berhow, S. University websites and dialogic features for building relationships with potential students. *Public Relations Review*, 2009, No. 35, pp. 150–152.
12. Informacija apie kandidatų pasirinkimus laikyti 2012 brandos egzaminus. Nacionalinis egzaminų centras. < <http://www.nec.lt/naujienos/280/> > [2013-02-18].
13. Informacinės technologijos Lietuvoje, Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2012.
14. Informacinės technologijos Lietuvoje, Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2010.
15. Islam, A., Tsuji, K. Evaluation of Usage of University Websites in Bangladesh. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, November 2011, Vol. 31, No. 6, pp. 469-479.
16. Kardelis, K. Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas. Kaunas, 2002. Modulio konspektas.
17. Kuster, I., Vila, N. Successful SME web design through consumer focus groups. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 2011, Vol. 28, No. 2, pp. 132-154.
18. Lietuvos kolegijos. VšĮ „Švietimo tinklas“, 2012. < <http://www.tinklas.lt/kur-studijuoti/studijos/lietuvas-kolegijos> > [2013-02-01].
19. Lietuvos pedagogai. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, 2012. < <http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=10661&print=1&PHPSESSID=2ce9f0b7d30d4acaab7d1aa467b46676> > [2013-02-18].
20. Lietuvos Respublikos Konstitucija. Valstybės žinios, 1992, Nr. 33-1014. < <http://www3.lrs.lt/home/Konstitucija/Konstitucija.htm> > [2013-03-10].
21. Lietuvos Respublikos mokslo ir studijų įstatymas. Valstybės žinios, 2009, Nr. 54-2140. < http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=424020 > [2013-03-10].
22. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerija. Kas gaus studijų krepšelį. Konferencija „Studijuok Lietuvoje!“ Vilnius, 2009. < http://www.smm.lt/msr/docs/Kas_gaus_studiju_krepseli.pdf > [2013-03-18].
23. Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministerijos antrojo švietimo reformos etapo prioritetų įgyvendinimo uždavinių vykdymo 1999-2001 m. ataskaita. < http://www.smm.lt/strategija/docs/srp/DOC_isa_vykdymo%20ATASKAITA_2002.pdf > [2013-03-10].
24. Lietuvos Respublikos teisės gauti informaciją iš valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų įstatymas. Valstybės žinios, 2000, Nr. 10-236. < http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=423690 > [2013-03-18].

25. Lietuvos Respublikos Vyriausybės ir ministerijų interneto svetainių dizaino suvienodinimo taisyklių projektas. <
http://www.ivpk.lt/uploads/Bendrieji%20reikalavimai/LR%20Vyriausybes%20ir%20ministeriju%20internetu%20svetainiu%20dizaino%20suvienodinimo%20taisykles_svetainei.pdf > [2013-03-10].
26. Lietuvos švietimas skaičiais 2012. Studijos. Vilnius: Mokslo ir studijų stebėsenos ir analizės centras, 2012.
27. López, I., Ruiz, S. Explaining website effectiveness: The hedonic–utilitarian dual mediation hypothesis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2011, No. 10, pp. 49–58.
28. Marsico, De M., Levialdi, S. Evaluating web sites: exploiting user’s expectations. *Int. J. Human-Computer Studies*, 2004, No. 60, pp. 381–416.
29. Metodinės rekomendacijos dėl valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainių atitikimo bendriesiems reikalavimams. <
http://www.ivpk.lt/uploads/Leidiniai/bendieji_galut_docas_fin241.pdf > [2013-03-10].
30. Mokslas.lt. „Per dešimtmetį interneto vartotojų skaičius Lietuvoje išaugo daugiau nei 8 kartus“. <
<http://www.15min.lt/mokslasit/straipsnis/technologijos/per-desimtmeti-internetu-vartotoju-skaicius-lietuvoje-isaugo-daugiau-nei-8-kartus-646-158595> > [2013-01-18].
31. Muylle, S., Moenaert, R., Despontin, M. The conceptualization and empirical validation of web site user satisfaction. *Information & Management*, 2004, No. 41, pp. 543–560.
32. Nathan, R. J., Yeow, P. H. P. An empirical study of factors affecting the perceived usability of websites for student Internet users. *Universal Access in the Information Society*, 2009, Vol. 8, No. 3, pp. 165–184.
33. Nielsen, J. *Designing web usability*. New Riders Publishing, Indianapolis, IN, 2000.
34. Nielsen, J. *Usability 101: Introduction to Usability*. Nielsen Norman group, 2012. <
<http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/> > [2013-01-12].
35. Pilipevič, Z. Tinklalo efektyvumo vertinimo modelis. Magistro baigiamasis darbas. Darbo vadovas prof. dr. R. Gatautis, MRU, 2008.
36. Reed, R. Online Website Feedback Surveys – The Questions You Need to Ask. *Internet and Business Online*, 2007. < <http://ezinearticles.com/?Online-Website-Feedback-Surveys---The-Questions-You-Need-to-Ask&id=480224> > [2013-02-12].
37. Rocha, A. Framework for a Global Quality Evaluation of a Website. *Online Information Review*, 2012, Vol. 36, Iss: 3, pp. 374 – 382.
38. Rudzkienė, V. *Socialinė statistika*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2005.

39. Ruževičius, J., Guseva, N. Interneto svetainių kokybės vertinimo ypatumai. EKONOMIKA, 2006, N. 75, pp. 77-90.
40. Schaupp, L. C. Web site success: antecedents of web site satisfaction and re-use. Journal of Internet Commerce, 2010, No. 9, pp. 42–64.
41. Schwarze, J. Grundlagen der Statistik 2. 5th edition. Herne/Berlin: Neue Wirtschaftsbriefe, 1993.
42. Sloim, E., Gateau, E. Critères généraux d'évaluation de la qualité des services en ligne. < <http://www.temesis.com/ressources/articles/le-metier/criteres-generaux-d-evaluation-de.html> >. [2013-01-12].
43. Software Engineering – Software Product Quality Requirements and Evaluation (SquaRE) – Quality Requirements. ISO/IEC 25030:2007. The British Standards Institution, 2008.
44. Software quality matters: „How long will you wait for a webpage to load?“. < <http://blog.smartbear.com/software-quality/bid/170076/5-10-15-seconds-How-Long-Will-You-Wait-For-a-Web-Page-to-Load> > [2013-03-02].
45. The Research-Based Web Design & Usability Guidelines. U.S. Department of Health and Human Services, 2006. < <http://www.usability.gov/guidelines/> > [2013-01-18].
46. Urbietytė, L. Universitetas kaip elektroninių viešųjų paslaugų teikėjas: situacijos analizė ir plėtros tendencijos. Magistro baigiamasis darbas. Darbo vadovė doc. dr. D. Šaparnienė, ŠU, 2007.
47. Van der Merwe R., Bekker J. A framework and methodology for evaluating e-commerce web sites. Internet Research: Networking Applications and Policy, 2003, Vol. 13, No. 5, pp. 330-341.
48. Wang, J., Senecal, S. Measuring perceived website usability. Journal of Internet Commerce, 2008, Vol. 6, Iss: 4, pp. 97-112.
49. Web Design: The Complete Reference. „What is Web Design“. < <http://www.webdesignref.com/chapters/01/ch1-04.htm> > [2013-02-02].
50. Web Developers Notes: „Types of web sites – a categorization based on content“. < http://www.webdevelopersnotes.com/basics/types_of_websites.php > [2013-02-02].
51. Webstarts.com: „What is the right width for my website?“. < <http://webstarts.com/blog/web-design/what-is-the-right-width-for-my-website/> > [2013-01-18].
52. Zhang, P., Von Dran, G. M., Blake, P., Pipithsuksunt, V. Important Design Features in Different Web Site Domains: An Empirical Study of User Perceptions. E-Service Journal. Indiana University Press, Fall 2001, Vol. 1, No. 1, pp. 77-91.

53. Zhang, P., Von Dran, G. M. Satisfiers and dissatisfiers: a two factor model for web site design and evaluation. *Journal of the American Society for Information Science*, 2000, Vol. 51, No. 14, pp. 1253–1268.

SANTRAUKA

Magistro baigiamajame darbe nagrinėjami Lietuvos kolegijų interneto tinklapių priimtino vartotojams teoriniai ir praktiniai ypatumai. *Darbo problema*: kokie veiksniai lemia kolegijų interneto tinklapių priimtino vartotojams ir koks jų kokybės lygis šiose svetainėse. *Objektas* – Lietuvos kolegijų interneto tinklapiai ir jų priimtino vartotojams veiksniai. *Darbo tikslas* – nustatyti pagrindinius kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksnius, sudaryti priimtino modelį bei atlikti kolegijų tinklapių vertinimą pagal šį modelį. Tikslui pasiekti buvo įvykdyti šie *uždaviniai*: atlikta mokslinės literatūros ir teisinių dokumentų analizė, išskirti kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksniai ir elementai bei sudarytas priimtino modelis, atliktas bendras kolegijų tinklapių priimtino vartotojams empirinis tyrimas bei konkrečios kolegijos tinklapio kokybės atvejo analizė. Darbo pabaigoje pateikti kolegijų tinklapių tobulinimo pasiūlymai. Darbe panaudoti šie *tyrimo metodai*: mokslinės literatūros analizė, teisinių dokumentų analizė, statistinių duomenų apžvalga, lyginamoji analizė, apibendrinimas, empirinis tyrimas, anketinė apklausa, kiekybinių ir kokybinių duomenų analizė, atvejo tyrimas.

Remiantis mokslinės literatūros, teisinių dokumentų bei kolegijų veiklos analize nustatyti pagrindiniai kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksniai, sudarytas kolegijų tinklapių priimtino modelis bei vertinimo elementų ir kriterijų sąrašas, kuriuo efektyviai gali naudotis kolegijų tinklapių kūrėjai ir administratoriai. Nustatyta, jog kolegijų tinklapių priimtino vartotojams veiksniai yra *turinys, naudojimosi patogumas, techninės savybės, elektroninės paslaugos ir grafinis dizainas*. Šių veiksnių svarbą patvirtino kolegijų tinklapių vartotojų (studentų, darbuotojų ir moksleivių) anketinės apklausos rezultatai. Vartotojai kolegijų tinklapių bendrą priimtino vartotojams įvertino geriau nei vidutiniškai: 3,7-3,85 balais iš 5. Palankiau svetainės įvertino darbuotojai, mažiau palankiai – moksleiviai ir studentai. Palankiau įvertintas veikimo greitis, informacijos naudingumas bei el. paslaugos, mažiau palankiai – draugiškumo atmosfera, grafinis dizainas, informacijos kokybė ir naudojimosi patogumas. VTDK kolegijos tinklapio kokybės atvejo analizės duomenimis, šis tinklapis 50 proc. atitinka kokybės reikalavimus ir vartotojų lūkesčius. Aukščiausiai įvertinta techninės savybės ir grafinis dizainas, žemiausiai – naudojimosi patogumas ir elektroninės paslaugos.

SUMMARY

In the final Master's Thesis there are analyzed theoretical and practical user friendliness peculiarities of Lithuanian college websites. *The thesis issue*: what are the factors that cause the user friendliness of college websites for users and what is their quality level on these websites. *The object* is Lithuanian college websites and their user friendliness factors for users. *The aim of the Master's thesis* is to define the key user friendliness factors of college websites for users, to complete the acceptability model and carry out the assessment of college websites according to this model. In order to achieve the following aim, there were conducted the following *objectives*: executed the analysis of scientific literature and legal documents, distinguished user friendliness factors and elements of college website and completed acceptability model, conducted general empirical research in the acceptability of college websites for users and the quality analysis case study of the certain college website. At the end of the final thesis there are provided development proposals for college websites. There were applied the following *research methods* in the thesis: analysis of scientific literature, analysis of legal documents, review of statistical data, comparative analysis, generalization, empirical research, questionnaire survey, analysis of quantitative and qualitative data and case study.

Following the analysis of scientific literature, legal documents and college activities there were defined the key user friendliness factors of college websites and completed the acceptability model of college websites and the list of assessment elements and criteria, that can be applied by the college website designers and administrators effectively. The factors determining user friendliness of college websites are as following: *Content, Usability, Technical characteristics, E-services and Graphic design*. The outcomes of the questionnaire survey conducted with college website users (students, employees and pupils) proved the significance of all above mentioned factors. The users assessed the general acceptability of college websites better than the average: 3,7-3,85 points from 5. The employees assessed websites more favorably, pupils and students less favorably. The operational speed, usefulness of information and e-services were assessed more favorably and friendly atmosphere, graphic design, quality of information and usability – less favorably. Under the analysis data in the case study of VTDK college website quality, the following website complies with quality requirements and users' needs by 50 percent. Technical characteristics and graphic design got the highest scores and usability and e-service were given the lowest scores.

PRIEDAI

1 priedas. „Bendrujų reikalavimų valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų interneto svetainėms aprašo“ nuostatos, taikytinos Lietuvos kolegijų interneto tinklapiams:

Bendrosios nuostatos:

- rekomenduojamas informacijos pateikimas vadovaujantis trijų pelės paspaudimų taisykle (visą svarbiausią ieškomą informaciją svetainės lankytojas turi rasti trimis pelės paspaudimais);
- turi būti svetainės versija, pritaikyta naudotis neįgaliesiems;
- informacija turi būti susisteminta ir reguliariai atnaujinama;
- garantuojamas abipusis ryšys tarp interneto vartotojo ir įstaigos (elektroninio pašto ir (arba) klausimų ir atsakymų forma);
- lengvas pradžios puslapio atpažinimas: nurodyta įstaigos pavadinimas, logotipas;
- pradiniam puslapyje turi būti nurodoma kontaktinė informacija: buveinės adresas, telefono, fakso numeriai ir elektroninio pašto adresas;
- skelbiant įstaigos struktūrą, kontaktus, naujienas ir atsakymus į klausimus, turi būti nurodyta informacijos pateikimo data;
- svetainėje turi būti sudarytos sąlygos užsisakyti naujienas bei pranešimus elektroniniu paštu ar kitais formatais, kuriais galima greitai pasiekti informaciją ir kuriais sudaroma galimybė patogiai sekti informacijos interneto svetainėje pasikeitimus joje neapsilankius;
- gali būti pateikiamos nuorodos į informaciją apie įstaigos veiklą socialinio bendravimo svetainėse, pvz. *Facebook, Twitter, Linked In, MySpace, YouTube* ir kitur;
- svarbiausia įstaigos veiklos informacija pateikiama ir užsienio kalbomis (pirmiausia – anglų kalba).

Interneto svetainės struktūra:

- įstaigos interneto svetainės struktūra turi būti aiški, paprasta ir patogi, meniu antraštės – tikslios ir trumpos;
- kolegijoms gali būti pritaikomi šie turinio struktūros reikalavimai:
 - struktūra ir kontaktai;
 - veikla:
 - nuostatai;
 - planavimo dokumentai;
 - veiklos sritys;
 - viešieji pirkimai;
 - biudžeto vykdymo ataskaitų rinkiniai;
 - finansinių ataskaitų rinkiniai.
 - paslaugos;
 - nuorodos.

Informacijos reikalavimai:

- skelbiama tik aktuali informacija, kuri atnaujinama pagal jos keitimosi periodiškumą;
- skyriuje „Struktūra ir kontaktai“ turi būti pateikiami šie duomenys:

- įstaigos valdymo struktūros schema;
 - vadovo (-ų) nuotrauka (-os) ir gyvenimo aprašymas (-ai);
 - administracijos padaliniai, darbuotojų sąrašas su kontaktine informacija (vardas ir pavardė, pareigos, telefono numeris, elektroninio pašto adresas) ir pareigos, įstaigos priimamojo darbo grafikas, telefono, fakso numeriai, elektroninio pašto adresas.
- prie paslaugų nurodoma: paslaugos gavėjas, paslaugos rezultatas, aprašymas, reikalingi pateikti dokumentai; nurodoma paslaugos suteikimo trukmė, už paslaugos suteikimą atsakingų asmenų ar įstaigos padalinio kontaktiniai duomenys;
 - svetainėje turi būti sudaryta galimybė paslaugos vartotojui balsavimo forma ir (arba) komentavimo galimybe įvertinti teikiamos paslaugos kokybę;
 - svetainėje turi būti įdiegta informacijos rodyklė (svetainės žemėlapis), joje pateikiama nuosekli įstaigos interneto svetainės puslapių struktūra ir kita papildoma informacija
 - būtina įdiegti paieškos sistemą, kuri leistų ieškoti reikiamos informacijos pagal raktinius žodžius visoje įstaigos interneto svetainėje.

2 priedas. Kolegijų tinklapių priimtino vartotojams elementų ir vertinimo kriterijų sąrašas.

Veiksny	Elementas	Vertinimo kriterijus (-jai)
TURINYS	Informacijos kategorizavimas	Informacija tinkamai suskirstyta į kategorijas pagal lankytojų grupes ir informacijos temas (pagal 3 sk., p. 23-25)
	Suprantamumas	Informacija (kalba, terminai, rašymo stilius) lengvai suprantama Nėra gramatinių klaidų
	Išsamumas	Turinio struktūra apima šiuos elementus: • struktūra ir kontaktai (valdymo struktūros schema, vadovo nuotrauka ir gyvenimo aprašymas, administracijos padaliniai, fakultetai, katedros ir kt. strukt. vienetai, jų informacija – darbuotojų sąrašas su pareigomis ir kontaktine informacija, įstaigos darbo laikas, telefonas, faksas, el.paštas); • veikla: nuostatai; planavimo dokumentai; veiklos sritys; viešieji pirkimai; biudžeto vykdymo ataskaitų rinkiniai; finansinių ataskaitų rinkiniai. • paslaugos; • nuorodos. Pateikta tiksli informacija šiomis temomis: • studijų programos bei suteikiamos kvalifikacijos, • mokslo (meno) veikla, • įsivertinimo rezultatai, • studentų, absolventų ir kitų suinteresuotų šalių nuomonė apie studijų kokybę, • pripažintų institucijų atlikti aukštosios mokyklos veiklos vertinimai, • absolventų karjeros rodikliai, • informacija apie studijų kokybės sistemą, • informacija stojantiems, studentams, darbuotojams (pagal 3 skyrių); • informacija partneriams, darbdaviams, kitiems suinteresuotiems asmenims (pagal 3 skyrių);

		informacija apie kolegiją; naujienos, skelbimai.
	Naujumas/ aktualumas	Informacija aktuali, laiku atnaujinta
	Naudingumas	Informacija naudinga lankytojams
	Patikimumas	Svetainės administratoriaus kontaktai Informacijos šaltinių nurodymas Autorių/ turinio administratorių nurodymas Informacijos pateikimo datų nurodymas: skelbiant įstaigos struktūrą, kontaktus, naujienas ir atsakymus į klausimus ir kt.
	Pritaikymas užsienio vartotojams	Yra kalbų pasirinkimas tinklapyje Pateikiama pakankamai aktualios informacijos užsienio lankytojams
	Reklamų skaičius	Minimalus reklamų skaičius Reklamos susijusios su kolegija ir svetainės vartotojams naudingos
	Svetainės informacijos sklaida	Galima užsisakyti naujienas bei pranešimus elektroniniu paštu ar kitais formatais (RSS) Pateikiamos nuorodos į informaciją apie kolegijos veiklą socialiniuose tinkluose, pvz. <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , ir atv. – kolegijos svetainėje yra nuorodos į jos puslapius soc. tinkluose Galima svetainės informaciją rekomenduoti draugui
NAUDOJIMOSI PATOĞUMAS	Svetainės struktūra	Aiški, logiška struktūra Greitai pasiekiamas svarbiausia informacija (per 2-3 pelės paspaudimus) Yra svetainės medis
	Nuorodų kokybė	Visur aiškiai matomos nuorodos Nėra neveikiančių/ blogai veikiančių nuorodų Nuorodų pavadinimai trumpi ir atitinka tame puslapyje esančią informaciją Užvedus pelę, keičiasi nuorodų spalva Aiškiai pažymėtos nuorodos, kuriose tuo metu naršoma Pažymėtos nuorodos su naujai atidaromais langais
	Pradžios puslapis	Lengvas kolegijos ir tinklapio atpažinimas – viršuje nurodytas pavadinimas ir logotipas Nurodyta kontaktinė informacija (adresas, telefonas, faksas, el. paštas) Aiškiai išdėstyta informacija Ne per ilgai pradžios puslapio meniu (7-10 punktų)
	Paieška	Efektyviai veikianti paieška visoje svetainėje ir atskiruose jos puslapiuose
	Grįžtamasis ryšys	Vartotojai gali susisiekti su organizacija per tinklapį, išreikšti pastabas, atsiliepimus ir operatyviai gauti atsakymus
	Pagalba vartotojui	Efektyviai veikia vartotojo pagalba (instrukcijos, „online“ konsultacijos, atsakymai į užklausas)
	Svetainės versija neįgaliesiems	Yra versija neįgaliesiems
	Navigacija	Navigacijos vientisumas (vienodas stilius ir išdėstymas svetainėje) Navigacijos patogumas (yra navigacinės nuorodos „į puslapio viršų“, „grįžti“, „daugiau informacijos“, naršymo kelio rodymas, nėra horizontalaus slinkimo, patogiai išdėstyti meniu)
	Nuorodos į pradžios puslapį	Visuose puslapiuose yra nuoroda į pradžios puslapį
	Versija spausdinimui	Yra puslapių versija spausdinimui
EL. PASLAUGOS	El. paslaugų skaičius	Yra visos el. paslaugos, kurių reikia vartotojams
	Pagalba ir informacija vartotojui	Informacija apie paslaugą (kam skirta, teikimo terminai, rezultatai) Administratorių kontaktai Konsultavimas realiu laiku Naudojimosi instrukcijos Galimybė pateikti užklausą ir gauti greitą atsakymą Yra galimybė paslaugos vartotojui balsavimo forma ir (arba) komentavimo galimybė įvertinti teikiamos paslaugos kokybę

	Paslaugų teikimo greitis	Paslaugos teikiamos greitai, visada laikomasi terminų
	Patogumas naudotis	Sistema patogi, ja lengva išmokti naudotis
	Paslaugų prieinamumas	Paslaugos visada prieinamos
	Saugumas ir konfidencialumas	Naudojamos patikimos priemonės saugumui ir konfidencialumui užtikrinti Vartotojai jaučiasi saugūs naudodamiesi paslauga
TECHNINĖS SAVYBĖS	Svetainės ir atskirų puslapių atvertimo laikas	Svetainė ir jos puslapiai atverčiami greitai (per 1-4 sek.)
	Tinklapių pasiekiamumas	Tinklapis visada prieinamas vartotojams
	Veikimas skirtingose naršyklėse	Tinklapis vienodai gerai veikia visose pagrindinėse naršyklėse (Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome)
	Veikimas skirtinguose el. įrenginiuose	Tinklapis gerai veikia, atrodo ir yra patogus naršyti šiuose el. įrenginiuose: kompiuterio ekrane (su 1024×768, 1280x1024, 1920x1200 px raiškomis), mobiliajam telefone, planšetiniame kompiuteryje
GRAFINIS DIZAINAS	Atitiktis svetainės tipui / organizacijos paskirčiai	Grafinio dizaino stilius atitinka svetainės/ organizacijos tipą, paskirtį – klasikinis stilius (švarus, aiškus, vyrauja simetrija, įtraukta originalių, jaunatviškų elementų, spalvų)
	Elementų išdėstymas	Puslapiai neperkrauti elementų gausa Palikta erdvė tarp elementų Išdėstymas aiškus, dėmesys krypta ten, kur svarbiausia Svarbiausia informacija išdėstyta viršuje, kad nereikėtų slinkti puslapio žemyn
	Erzinantys elementai	Nėra erzinančių elementų (blykčiojančio teksto ar grafikos, per ryškių spalvų, bereikšmės animacijos ir pan.)
	Spalvos ir fonas	Tinkami kolegijos tinklapiui – ne per ryšku, derinamos spalvos tarpusavyje, vyrauja tamsios raidės šviesiame fone, fonui nenaudojami paveikslėliai
	Judančių elementų (animacijos, „banerių“) skaičius	Minimalus judančių elementų skaičius, jie naudojami tikslingai
	Išvaizdos estetiškumas	Vartotojams patinka tinklapio išvaizda, jie jaučiasi jaukiai, patogiai
	Lentelių ir karkasų (formų) skaičius	Lentelės ir karkasai naudojami, tik jei tikrai to reikia
	Dizaino nuoseklumas	Visuose puslapiuose vienodas dizaino stilius, elementų išdėstymo principai
	Paveikslai ir nuotraukos	Ne per daug ir ne per mažai grafinių elementų, jie naudojami tikslingai, estetiškai ir profesionaliai atrodo
	Teksto skaitomumas ir šriftas	Tinkamo dydžio ir stiliaus šriftai Tinkamo dydžio ir paryškintos antraštės Teksto grupavimas į pastraipas, numeruotus ar kitaip ženklinčius sąrašus Tinkamas kontrastas tarp fono ir teksto Tinkamas teksto linijų ilgis (apie 50-75 simboliai linijoje)
	Tinklapių plotis	Pakankamas tinklapio plotis ekrane (rekomenduojama 900-1000 pikselių)

Sudaryta autorės remiantis mokslinės literatūros, teisinių dokumentų ir kolegijų tinklapių analize.

3 priedas. Kolegijų interneto svetainių priimtino studentams anketa.

KOLEGIJOS SVETAINĖS PRIIMTINUMO STUDENTAMS VERTINIMO ANKETA

Mieli studentai, šiuo metu atliekamas tyrimas, kurio tikslas – išsiaiškinti Jūsų nuomonę apie kolegijos interneto svetainę bei išskirti svarbiausius svetainės priimtinumą lemiančius veiksnius. Jūsų nuomonė padės išanalizuoti Lietuvos kolegijų svetainių kokybės lygį bei numatyti galimas tobulinimo kryptis. Anketa yra anoniminė. Jūsų pateikti atsakymai bus panaudoti tik magistro baigiamojo darbo tyrimo tikslais. Iš anksto dėkoju už Jūsų laiką ir atsakymus.

1. Kolegijos, kurioje studijuojate, pavadinimas:

2. Kuriame kurse studijuojate? ☐Pirmame ☐Antrame ☐Trečiame

3. Kaip dažnai lankotės kolegijos svetainėje?

- a) kasdien
- b) kelis kartus per savaitę
- c) kelis kartus per mėnesį
- d) kelis kartus per metus
- e) beveik niekada

4. Kokia informacija Jus domina kolegijos svetainėje?

	1 (visai nedomina)	2 (beveik nedomina)	3 (kartais domina)	4 (dažniausiai domina)	5 (visada domina)
Informacija apie studijų eigą, tvarką, mokesčius					
Informacija apie studijų programas					
Studijas aptarnaujančio personalo, dėstytojų kontaktinė informacija, darbo ir konsultavimo valandos					
Studijas reglamentuojantys dokumentai					
Informacija apie praktikų vykdymą					
Naujienos, renginiai					
Tvarkaraščiai					
Elektroninis dienynas					
Parama studentams					
Bibliotekos informacija					
Informacija apie dalines studijas užsienyje (Erasmus ir kt.)					

Kita (įrašykite)

5. Kokia informacija kolegijos svetainėje yra kokybiškiausia (aiški, išsami ir nuolat atnaujinama)?

.....

6. Kokia informacija kolegijos svetainėje yra nekokybiškiausia (retai atnaujinama, neišsami)?

.....

7. Įvertinkite pagal svarbą žemiau pateiktus kolegijos svetainės elementus nuo 1 (mažiausiai svarbu) iki 5 (labiausiai svarbu):

	1	2	3	4	5
Kokybiškas ir informatyvus turinys					
Patogumas naudotis svetaine					
Patrauklus grafinis dizainas					
Greitas veikimas ir kitos techninės savybės					
Kokybiškos elektroninės paslaugos (pvz. el. dienynas, virtuali mokymosi aplinka)					
Kita (įrašykite):					

8. Kaip dažnai naudojotės kolegijos svetainės elektroninėmis paslaugomis?

- a) kasdien
- b) kelis kartus per savaitę
- c) kelis kartus per mėnesį
- d) kelis kartus per metus
- e) beveik niekada

9. Kaip vertinate kolegijos svetainėje teikiamas elektronines paslaugas studentams?

	1 (neigiamai)	2 (neturiu nuomonės)	3 (teigiamai)	Tokios paslaugos nėra, bet ji reikalinga	Tokios paslaugos nėra ir ji nereikalinga	Tokia paslauga yra, bet ji nereikalinga
Elektroninis dienynas						
Virtuali mokymosi aplinka (Moodle arba kitos)						
Studentų elektroninis paštas						
Elektroninė susitikimų su dėstytojais registracijos sistema						
Elektroninė registravimosi į laisvai pasirenkamus dalykus sistema						
Pažymų užsakymas el. būdu						
Prašymų pateikimas el. būdu						

Pasigendu šių man svarbių paslaugų (įrašykite).....

10. Jei paslaugas vertinate neigiamai, tai kodėl? (galimi keli priimtini variantai)

- a) nepatogu naudotis
- b) ilgai tenka laukti paslaugos suteikimo
- c) erzina svetainėje pasitaikiančios klaidos
- d) nesuteikiama operatyvi pagalba vartotojui
- e) nepakankamas saugumo ir konfidencialumo užtikrinimas
- f) paslaugos ne visada prieinamos
- g) kita (įrašykite)

11. Ar patinka Jūsų kolegijos svetainės grafinis dizainas?

- a) visiškai nepatinka
- b) nepatinka
- c) galbūt patinka
- d) patinka
- e) labai patinka

12. Jei grafinis dizainas nepatrauklus, tai kodėl? (galimi keli priimtini variantai)

- a) netinkamos spalvos
- b) per didelė informacijos gausa
- c) per daug paveikslėlių
- d) per mažai paveikslėlių
- d) sunkiai skaitomas tekstas
- e) blaškantys dėmesį elementai
- f) blogas elementų išdėstymas
- g) neaiškus pradžios puslapis
- h) kita (įrašykite)

13. Ar reikalingi kolegijos svetainėje šie elementai?

	1 (visiškai nereikalinga)	2 (nereikalinga)	3 (galbūt reikalinga)	4 (reikalinga)	5 (labai reikalinga)
Informacijos paieškos funkcija					
Galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, komentarai, pastabos, užklausos)					
Pagalba vartotojui realiu laiku („online“)					
Aiškus ir neperkrautas pradžios puslapis					
Svetainės versijos užsienio kalbomis					
Svetainės versija neįgaliesiems					

14. Įvardinkite, kas Jums nepatinka kolegijos svetainėje (kas dar nebuvo paminėta anketoje):

.....

15. Įvertinkite kolegijos svetainę pagal žemiau išvardintus kriterijus:

	1 (visiškai nesutinku)	2 (nesutinku)	3 (galbūt sutinku)	4 (sutinku)	5 (visiškai sutinku)
Svetainė aiški ir patogi naudotis					
Svetainėje randu tą informaciją, kurios ieškau					
Informacija išsami ir aktuali					
Svetainė veikia greitai					
Svetainėje jaučiu draugiškumo studentui atmosferą					

16. Įvertinkite bendrą Jūsų kolegijos svetainės priimtinumą nuo 1 iki 5 balų:

- a) 1 (visiškai nepriimtina)
- b) 2 (nepriimtina)
- c) 3 (galbūt priimtina)
- d) 4 (priimtina)
- e) 5 (svetainė puiki)

17. Kaip reikėtų patobulinti kolegijos svetainę, kad ji būtų kokybiškesnė ir priimtinesnė studentams?

.....

Jūsų lytis: ☐ Vyras ☐ Moteris

Jūsų amžius: ☐ 18 - 20 m. ☐ 21 – 25 m. ☐ 26 – 30 m. ☐ daugiau nei 30 m.

Dėkoju už Jūsų atsakymus!

4 priedas. Kolegijų interneto svetainių priimtimumo darbuotojams anketa.

KOLEGIJOS SVETAINĖS PRIIMTINUMO DARBUOTOJAMS VERTINIMO ANKETA

Mieli kolegijos darbuotojai, šiuo metu atliekamas tyrimas, kurio tikslas – išsiaiškinti Jūsų nuomonę apie kolegijos, kurioje dirbate, interneto svetainę bei išskirti svarbiausius svetainės priimtinumą lemiančius veiksnius. Jūsų nuomonė padės išanalizuoti Lietuvos kolegijų svetainių kokybės lygį bei numatyti galimas tobulinimo kryptis. Anketa yra anoniminė. Jūsų pateikti atsakymai bus panaudoti tik magistro baigiamojo darbo tyrimo tikslais. Iš anksto dėkoju už Jūsų laiką ir atsakymus.

1. Kolegijos, kurioje dirbate, pavadinimas:

2. Jūs esate:

- a) dėstytojas (-ja)
- b) studijas aptarnaujantis darbuotojas (-ja) (pvz. prodekanas, studijų koordinadorius ir pan.).

3. Kaip dažnai lankotės kolegijos svetainėje?

- a) kasdien
- b) kelis kartus per savaitę
- c) kelis kartus per mėnesį
- d) kelis kartus per metus
- e) beveik niekada

4. Kokia informacija Jus domina kolegijos svetainėje?

	1 (visai nedomina)	2 (beveik nedomina)	3 (kartais domina)	4 (dažniausiai domina)	5 (visada domina)
Kolegijos veiklos strategija, veiklos ataskaitos					
Kokybės politika ir jos įgyvendinimas					
Informacija apie akreditacijas					
Tarptautiniai ryšiai					
Mokslinė taikomoji veikla					
Projektinė veikla					
Kolegijos socialiniai ir akademiniai partneriai					
Informacija apie studijų eigą, tvarką, mokesčius					
Informacija apie studijų programas					
Darbuotojų kontaktinė informacija					
Studijų procesą reglamentuojantys dokumentai					
Informacija apie praktikų vykdymą					
Naujienos, renginiai					
Tvarkaraščiai					

Kita Jus dominanti informacija (įrašykite)

5. Kokia informacija kolegijos svetainėje yra kokybiškiausia (išsami, aiški, atnaujinama)?

.....

6. Kokia informacija kolegijos svetainėje yra nekokybiškiausia (retai atnaujinama, neišsami)?

.....

7. Įvertinkite pagal svarbą žemiau pateiktus kolegijos svetainės elementus nuo 1 (mažiausiai svarbu) iki 5 (labiausiai svarbu):

	1	2	3	4	5
Kokybiškas ir informatyvus turinys					
Patogumas naudotis svetaine					
Patraukli svetainės išvaizda					
Greitas veikimas ir kitos techninės savybės					
Kokybiškos elektroninės paslaugos (pvz. el. diennas, virtuali mokymosi aplinka ir kt.)					
Kita (įrašykite)					

8. Ar patinka Jūsų kolegijos svetainės grafinis dizainas?

- a) visiškai nepatinka
- b) nepatinka
- c) galbūt patinka
- d) patinka
- e) labai patinka

9. Jei svetainės išvaizda nepatraukli, tai kodėl? (galimi keli priimtini variantai)

- a) netinkamos spalvos
- b) per didelė informacijos gausa
- c) per daug paveikslėlių
- d) per mažai paveikslėlių
- e) sunkiai skaitomas tekstas
- f) blaškantys dėmesį elementai
- g) blogas elementų išdėstymas
- g) neaiškus pradžios puslapis
- h) kita (įrašykite)

10. Kokios elektroninės paslaugos darbuotojams yra teikiamos Jūsų kolegijos tinklapyje (pvz. el. paštas, asmeninė dėstytojo/ darbuotojo aplinka, susitikimų su dėstytojais registracijos el. sistema ir kt.)?

.....

11. Kokių Jums reikalingų elektroninių paslaugų pasigendate kolegijos tinklapyje?

.....

12. Kaip dažnai naudojate kolegijos svetainės elektroninėmis paslaugomis darbuotojams?

- a) kasdien
- b) kelis kartus per savaitę
- c) kelis kartus per mėnesį
- d) kelis kartus per metus
- e) beveik niekada

13. Kaip vertinate kolegijos svetainėje teikiamų el. paslaugomų darbuotojams kokybę?

- a) neigiamai
- b) neturiu nuomonės
- c) teigiamai

14. Jei paslaugas vertinate neigiamai, tai kodėl? (galimi keli priimtini variantai)

- a) nepatogu naudotis
- b) ilgai tenka laukti paslaugos suteikimo
- c) erzina svetainėje pasitaikiančios klaidos
- d) nesuteikiama operatyvi pagalba vartotojui
- e) nepakankamas saugumo ir konfidencialumo užtikrinimas
- f) paslaugos ne visada prieinamos
- g) kita (įrašykite)

15. Ar reikalingi kolegijos svetainėje šie elementai?

	1 (visiškai nereikalinga)	2 (nereikalinga)	3 (galbūt reikalinga)	4 (reikalinga)	5 (labai reikalinga)
Informacijos paieškos funkcija					
Galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, pastabos, užklausos)					
Pagalba vartotojui realiu laiku („online“)					
Aiškūs ir neperkrautas pradžios puslapis					
Svetainės versijos užsienio kalbomis					
Svetainės versija neįgaliesiems					

16. Įvardinkite, kas Jums apskritai nepatinka kolegijos svetainėje (kas dar nebuvo paminėta anketoje):

.....

17. Įvertinkite kolegijos svetainę pagal žemiau išvardintus kriterijus:

	1 (visiškai nesutinku)	2 (nesutinku)	3 (galbūt sutinku)	4 (sutinku)	5 (visiškai sutinku)
Svetainė aiški ir patogi naudotis					
Svetainėje randu tą informaciją, kurios ieškau					
Informacija išsami ir aktuali					
Svetainė veikia greitai					
Svetainėje jaučiu draugiškumo atmosferą					

18. Įvertinkite bendrą Jūsų kolegijos svetainės priimtinumą nuo 1 iki 5 balų:

- a) 1 (visiškai nepriimtina)
- b) 2 (nepriimtina)
- c) 3 (galbūt priimtina)
- d) 4 (priimtina)
- e) 5 (svetainė puiki)

19. Kaip reikėtų patobulinti kolegijos svetainę, kad ji būtų priimtinesnė lankytojams?

.....

Jūsų lytis: ☐ Vyras ☐ Moteris

Jūsų amžius:

☐ 20 – 25 m. ☐ 26 – 30 m. ☐ 31 – 40 m. ☐ 41 – 50 m. ☐ 51 – 60 m. ☐ daugiau nei 60 m.

Dėkoju už Jūsų atsakymus!

5 priedas. Kolegijų interneto svetainių priimtino moksleiviams anketa.

KOLEGIJŲ SVETAINIŲ PRIIMTINUMO MOKSLEIVIAMS VERTINIMO ANKETA

(anketą pildo besidomintys studijomis Lietuvos kolegijose moksleiviai)

Mieli moksleiviai, šiuo metu atliekamas tyrimas, kurio tikslas – išsiaiškinti Jūsų nuomonę apie kolegijų interneto svetaines bei išskirti svarbiausius šių svetainių priimtino mą lemiančius veiksnus. Jūsų nuomonė padės išanalizuoti Lietuvos kolegijų svetainių kokybės lygį bei numatyti galimas tobulinimo kryptis. Anketa yra anoniminė. Jūsų pateikti atsakymai bus panaudoti tik magistro baigiamojo darbo tyrimo tikslais. Iš anksto dėkoju už Jūsų laiką ir atsakymus.

1. Kurių Lietuvos kolegijų internetinėse svetainėse lankėtės?

.....

2. Kokia informacija Jus domina kolegijų svetainėse?

	1 (visai nedomina)	2 (beveik nedomina)	3 (kartais domina)	4 (dažniausiai domina)	5 (visada domina)
Bendro pobūdžio informacija apie kolegiją					
Informacija apie studijų programas					
Priėmimo sąlygos, tvarka, terminai					
Informacija apie mokestį už studijas bei studijų finansavimą					
Informacija apie stipendijas ir paramą studentams					
Dažniausiai užduodami klausimai (DUK)					
Priėmimo komisijos kontaktai					
Atvirų durų dienos ir kiti renginiai					
Kolegijos studentų ir absolventų atsiliepimai apie studijas					
Nuotolinių studijų galimybės					
Informacija apie praktinį mokymą					

Kita Jus dominanti informacija (įrašykite)

3. Įvertinkite žemiau pateiktus kolegijų svetainių elementus nuo 1 (mažiausiai svarbu) iki 5 (labiausiai svarbu):

	1	2	3	4	5
Kokybiškas ir informatyvus turinys					
Patogumas naudotis svetaine					
Patrauklus grafinis dizainas					
Greitas veikimas ir ktios techninės savybės					
Kita (įrašykite)					

4. Kurios aplankytos kolegijų internetinės svetainės Jums labiausiai patiko?

.....

5. Kas Jums labiausiai patiko ankstesniame atsakyme paminėtų kolegijų svetainėse? (galimi keli priimtini variantai)

- a) naudinga ir patikima informacija
- b) patraukli svetainės išvaizda
- c) aiškumas ir patogumas naudotis svetaine
- d) operatyvi pagalba ir konsultacijos realiu laiku („online“)
- e) kita (įrašykite)

6. Ar rekomenduotumėte apsilankyti Jums patikusiose kolegijų interneto svetainėse savo klasiokams, draugams?

- a) taip
- b) ne

7. Kurios aplankytų kolegijų internetinės svetainės Jums labiausiai nepatiko?

.....

8. Kas labiausiai nepatiko ankstesniame atsakyme paminėtų kolegijų svetainėse? (galimi keli priimtini variantai)

- a) nenaudinga, pasenusi informacija
- b) nepatraukli svetainės išvaizda
- c) neaiškus pradžios puslapis
- d) nepatogu naršyti svetainėje
- e) svetainėje neteikiama pagalba lankytojams
- f) lėtas svetainės veikimas
- g) svetainėje pastebėjau klaidų (pvz. neveikiančios nuorodos, gramatinės klaidos, nepilna informacija ir kt.)
- h) kita (įrašykite)

9. Kurių Jūsų aplankytų kolegijų tinklapių išvaizda patiko labiausiai?

.....

10. Kurių Jūsų aplankytų kolegijų tinklapių išvaizda nepatiko?

.....

11. Kodėl ankstesniame atsakyme paminėtų kolegijų tinklapių išvaizda Jums atrodo netinkama? (galimi keli priimtini variantai)

- a) netinkamos spalvos
- b) per didelė informacijos gausa
- c) per daug paveikslėlių
- d) per mažai paveikslėlių
- d) sunkiai skaitomas tekstas
- e) blaškantys dėmesį elementai
- f) kita (įrašykite)

12. Ar reikalingi kolegijų svetainėse šie elementai?

	1 (visiškai nereikalinga)	2 (nereikalinga)	3 (galbūt reikalinga)	4 (reikalinga)	5 (labai reikalinga)
Informacijos paieškos funkcija					
Galimybė palikti grįžtamąjį ryšį (atsiliepimai, pastabos, užklausos)					
Pagalba vartotojui realiu laiku („online“)					
Aiškūs ir neperkrautas pradžios puslapis					
Svetainės versijos užsienio kalbomis					
Svetainės versija neįgaliesiems					

13. Įvertinkite bendrą Jūsų aplankytų kolegijų svetainių priimtinumą nuo 1 iki 5 balų:

- a) 1 (visiškai nepriimtina)
- b) 2 (nepriimtina)
- c) 3 (galbūt priimtina)
- d) 4 (priimtina)
- e) 5 (svetainės puikios)

14. Ar patrauklus ir informatyvus kolegijos tinklapis prisideda prie Jūsų apsisprendimo stoti į tą kolegiją?

- a) visiškai neprisideda
- b) neprisideda
- c) galbūt prisideda
- d) prisideda
- e) labai prisideda

15. Kaip reikėtų patobulinti kolegijų svetaines, kad jos būtų kokybiškesnės ir priimtinesnės moksleiviams, besidominties studijomis kolegijose?

.....

Jūsų lytis: ☐ Vyras ☐ Moteris

Jūsų amžius: metų

Dėkoju už Jūsų atsakymus!

6 priedas. Kolegijų sąrašas, kurioms buvo išsiųsti kvietimai dalyvauti tyrime.

Valstybinės kolegijos	Nevalstybinės kolegijos
Vilniaus kolegija	UAB Tarptautinė teisės ir verslo aukštoji mokykla
Kauno kolegija	VšĮ Socialinių mokslų kolegija
Klaipėdos valstybinė kolegija	VšĮ Vilniaus kooperacijos kolegija
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija	Lietuvos verslo kolegija
Šiaulių valstybinė kolegija	V. A. Graičiūno aukštoji vadybos mokykla
Utenos kolegija	VšĮ Vilniaus verslo kolegija
Panevėžio kolegija	Vilniaus dizaino kolegija
Žemaitijos kolegija	VšĮ Kolpingo kolegija
Marijampolės kolegija	
Kauno technikos kolegija	
Alytaus kolegija	
Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla	
Kauno miškų ir aplinkos inžinerijos kolegija	

Šaltinis [26].

7 priedas. Moksleivių anketinės apklausos 1; 4; 7; 9; 10 klausimų detalūs rezultatai.

1 lentelė. 1 klausimo rezultatai („Kurių Lietuvos kolegijų internetinėse svetainėse lankėtės?“).

Kolegija	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, skaičius	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, dalis (proc.)
Vilniaus kolegijos	69	24,38
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos	27	9,54
Socialinių mokslų kolegijos	21	7,42
Kauno kolegijos	20	7,07
Vilniaus dizaino kolegijos	20	7,07
Marijampolės kolegijos	15	5,3
Tarptautinės teisės ir verslo aukštosios mokyklos	14	4,95
Vilniaus kooperacijos kolegijos	13	4,59
Utenos kolegijos	11	3,89
Vilniaus verslo kolegijos	9	3,18
Lietuvos verslo kolegijos	8	2,83
Panevėžio kolegijos	8	2,83
Klaipėdos valstybinės kolegijos	7	2,47
Kolpingo kolegijos	7	2,47
Alytaus kolegijos	6	2,12
Kauno technikos kolegijos	5	1,77
Lietuvos aukštosios jūreivystės mokyklos	5	1,77
Šiaulių valstybinės kolegijos	5	1,77
V. A. Graičiūno aukštosios vadybos mokyklos	5	1,77

Žemaitijos kolegijos	5	1,77
Kauno miškų ir aplinkos inžinerijos kolegijos	3	1,06
Iš viso:	283	100%

2 lentelė. 4 klausimo rezultatai („Kurios aplankytos kolegijų internetinės svetainės Jums labiausiai patiko?“).

Atsakymai	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, skaičius	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, dalis (proc.)
Vilniaus kolegijos	42	40,4
Marijampolės kolegijos	9	8,7
Kauno kolegijos	7	6,7
Vilniaus dizaino kolegijos	6	5,8
Utenos kolegijos	4	3,85
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos	4	3,85
Tarptautinės teisės ir verslo aukštosios mokyklos	3	2,9
Panevėžio kolegijos	2	1,9
Socialinių mokslų kolegijos	2	1,9
Vilniaus kooperacijos kolegijos	2	1,9
Alytaus kolegijos	1	0,96
Klaipėdos valstybinės kolegijos	1	0,96
Šiaulių valstybinės kolegijos	1	0,96
V. A. Graičiūno aukštosios vadybos mokyklos	1	0,96
Neatsakė arba neturėjo nuomonės	11	10,6
Visos svetainės nepatiko	7	6,7
Visos svetainės patiko	1	0,96
Iš viso:	104	100%

3 lentelė. 7 klausimo rezultatai („Kurios aplankytų kolegijų internetinės svetainės Jums labiausiai nepatiko?“).

Kolegija	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, skaičius	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, dalis (proc.)
Vilniaus kolegijos	10	9,6
Alytaus kolegijos	8	7,7
Kauno kolegijos	7	6,7
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos	4	3,9
Tarptautinės teisės ir verslo aukštosios mokyklos	3	2,9
Kolpingo kolegijos	2	1,9
Marijampolės kolegijos	2	1,9
Socialinių mokslų kolegijos	2	1,9

Šiaulių valstybinės kolegijos	2	1,9
Vilniaus dizaino kolegijos	2	1,9
Vilniaus kooperacijos kolegijos	2	1,9
Kauno miškų ir aplinkos inžinerijos kolegijos	1	0,96
Kauno technikos kolegijos	1	0,96
Panevėžio kolegijos	1	0,96
Utenos kolegijos	1	0,96
Žemaitijos kolegijos	1	0,96
Neatsakė arba neturėjo nuomonės	32	30,8
Nebuvo tokios, kuri nepatiktų	16	15,4
Visos svetainės nepatiko	4	3,9
Visos svetainės patiko	3	2,9
Iš viso:	104	100%

4 lentelė. 9 klausimo rezultatai („Kurių Jūsų aplankytų kolegijų tinklapių išvaizda patiko labiausiai?“).

Atsakymai	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, skaičius	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, dalis (proc.)
Vilniaus kolegijos	34	32,4
Kauno kolegijos	13	12,4
Marijampolės kolegijos	8	7,62
Vilniaus dizaino kolegijos	8	7,62
Lietuvos verslo kolegijos	2	1,9
Socialinių mokslų kolegijos	2	1,9
Tarptautinės teisės ir verslo aukštosios mokyklos	2	1,9
Vilniaus kooperacijos kolegijos	2	1,9
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos	2	1,9
Alytaus kolegijos	1	0,95
Kauno technikos kolegijos	1	0,95
Utenos kolegijos	1	0,95
V. A. Graičiūno aukštosios vadybos mokyklos	1	0,95
Vilniaus verslo kolegijos	1	0,95
Neatsakė arba neturėjo nuomonės	20	19,05
Visų svetainių išvaizda nepatiko	5	4,76
Visų svetainių išvaizda patiko	2	1,9
Iš viso:	105	100%

5 lentelė. 10 klausimo rezultatai („Kurių Jūsų aplankytų kolegijų tinklapių išvaizda nepatiko?“).

Atsakymai	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, skaičius	Respondentų, pasirinkusių šį atsakymą, dalis (proc.)
Vilniaus kolegijos	10	9,6
Kauno kolegijos	9	8,65
Alytaus kolegijos	9	8,65
Vilniaus kooperacijos kolegijos	5	4,8
Šiaulių valstybinės kolegijos	4	3,8
Socialinių mokslų kolegijos	3	3
Klaipėdos valstybinės kolegijos	2	1,9
Kolpingo kolegijos	2	1,9
Marijampolės kolegijos	2	1,9
Panevėžio kolegijos	2	1,9
Tarptautinės teisės ir verslo aukštosios mokyklos	2	1,9
Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos	2	1,9
Kauno miškų ir aplinkos inžinerijos kolegijos	1	0,96
Kauno technikos kolegijos	1	0,96
Utenos kolegijos	1	0,96
Vilniaus dizaino kolegijos	1	0,96
Žemaitijos kolegijos	1	0,96
Neatsakė arba neturėjo nuomonės	29	27,9
Nebuvo tokios, kurios išvaizda nepatiktų	13	12,5
Visų svetainių išvaizda nepatiko	3	3
Visų svetainių išvaizda patiko	2	1,9
Iš viso:	104	100%

8 priedas. Vilniaus technologijų ir dizaino kolegijos tinklapio www.vtdko.lt analizė ir įvertinimai pagal kolegijų tinklapių priimtino vartotojams elementų ir kriterijų sąrašą.

Elementas	Įvertinimas (nuo 1 iki 5 balų)	Pastabos
TURINYS		
Informacijos kategorizavimas	3,5	Yra informacijos kategorijos stojantiesiems, studentams, dėstytojams, kursų lankytojams, bet nėra atskirų kategorijų kitiems suinteresuotiems asmenims – nuorodos partneriams, darbdaviams ir absolventams („alumni“) paslėptos po nuoroda „Karjeros centras“. Yra kategorijos apie kolegijos veiklą ir kai kuriuos padalinius (fakultetai, biblioteka, tarptautiniai ryšiai, projektai ir kt.), bet nėra aiškių nuorodų į fakultetų katedras.
Suprantamumas	3,5	Visame tinklapyje (išskyrus kai kurias naujienas) kalba oficiali, sausoka. Kai kur yra rašybos klaidų (kai kurių studijų programų aprašymuose, naujienose, akreditacijų informacijoje), teisinių bei kitų dokumentų skyreliuose dokumentų pavadinimų tekstai labai ilgi ir gali būti neaiškūs vartotojams. Vartotojai nori patrauklesnio informacijos pateikimo.
Išsamumas	3	Vartotojų vertinimas 3 balai iš 5. Trūkstanti informacija (remiantis vartotojų nuomone bei literatūros analize) pateikta žemiau. Nėra valdymo struktūros schemos. Nėra direktorės nuotraukos ir gyvenimo aprašymo, pagrindinių administracijos darbuotojų nuotraukų. Ne visų padalinių aprašymuose pateiktas darbuotojų sąrašas su pareigomis ir kontaktais. Nenurodytos administracijos ir padalinių darbo/ priėmimo valandos. Nepilna ir ne visur atnaujinta padalinių kontaktų informacija (ne visur yra el. paštai, telefonai, kabinetų nr.). Skurdi katedrų informacija – pateikti tik nepilni kontaktai, nėra kuriojamų studijų programų, veiklos aprašymo. Nurodyta ne visa veikla – nėra skyrelių apie mokslinę-tiriamąją veiklą bei apie kolegijos mokslinį žurnalą „Technologijos ir menas“. Naudingos nuorodos yra tik prie fakultetų meniu, tačiau jos skurdokos, išvardinta pagrinde tik įmonės, trūksta įvairesnių profesinių, valstybės institucijų, tarnybų ir kt. nuorodų. Nepublikuojama studentų, absolventų atsiliepimai apie studijas. Nepublikuojami absolventų karjeros rodikliai. Nėra išsamių studijuojamų dalykų aprašymų (pasigenda studentai ir moksleiviai). Skyriuje „Stojantiesiems“ nėra informacijos apie studijų finansavimą, konkursinius balus, konkursinio balo skaičiuoklės, stojant reikalingus pateikti dokumentus, nuotolines studijas, studijų tęstinumą, DUK, neakcentuojama praktinis mokymas, atvirų durų dienos, karjeros perspektyvos. Skyriuje „Studentams“ nėra laisvai pasirenkamų dalykų sąrašo, baigiamųjų darbų ir praktikų išsamesnės informacijos, rotacijų rezultatų, prašymų blankų, informacijos apie atostogas, įmokų sumas, atmintinės pirmo kurso studentams. Darbuotojams ir studentams reikalinga informacija apie dėstytojų užimtumą (kada, kokioje auditorijoje, su kokia grupe dirba konkretus dėstytojas). Skurdi informacija partneriams, darbdaviams, kitiems suinteresuotiems asmenims. Studentai ir darbuotojai siūlo publikuoti skyrelius „Kolegijos svarbiausi įvykiai ir pasiekimai“, „Studentų pasiekimai“, „Darbuotojų pasiekimai“. Vartotojams reikalingas virtualus kolegijos pastatų žemėlapis. Darbuotojų ir studentų nuomone reikalinga video galerija. Karjeros centro skiltyje galėtų būti publikuojami realūs darbo pasiūlymai, o ne tik nuorodos į darbo skelbimų ir praktikų paieškos portalus. Svarstytinas forumo diegimas aktualijoms aptarti, pasiūlymams, pastaboms reikšti, diskutuoti, skyrelis „Apie kolegiją žiniasklaidoje“.
Naujumas/aktualumas	3	Vartotojų vertinimas 3 balai iš 5. Dažniausiai laiku atnaujinama naujienos, parama studentams, stojimo reikalavimai ir datos. Nemažai informacijos vėluojama atnaujinti (administracijos, dėstytojų, padalinių kontaktai, studijų programų aprašai, el. dienynas, tvarkaraščiai, skelbimai apie būsimus renginius)

		arba visai neatnaujinama (Karjeros centro informacija, informacija puslapyje anglų kalba).
Naudingumas	3,3	Vartotojų vertinimas 3,3 balai iš 5. Dauguma informacijos yra pakankamai naudinga. Tačiau kai kuriuose skyriuose informacija menkos vertės (pvz. tarptautinių ryšių, Karjeros centro).
Patikimumas	1	Nėra svetainės administratoriaus kontaktų. Niekur (išskyrus kai kurią tvarkaraščių informaciją) nenurodoma informacijos įkėlimo datos, nėra informacijos autorių, šaltinių (išskyrus kai kurią paramos studentams informaciją). Įkėlimo datos bei, kur reikalinga, šaltiniai ir autoriai turėtų būti skelbiama bent prie tvarkaraščių, kontaktų, naujienų ir skelbimų, teisinių ir kitų kolegijos dokumentų, paramos studentams, priėmimo informacijos. Prie stambiausių kategorijų informacijos turi būti nurodyta tos kategorijos turinio administratorius (-iai).
Pritaikymas užsienio vartotojams	1,5	Yra versija tik anglų kalba. Informacija neišsami, pasenusi, nepatraukliai pateikta (sausą kalbą, ištisinis tekstas, be grafikos elementų). Vartotojai pasigenda išsamesnės informacijos anglų kalba, svetainės versijos rusų kalba.
Reklamos	4,5	Gerai. Reklamų nedaug ir jos tikslingos. Iš viso yra trys reklamos, susijusios su studijomis ir siūlomais tobulinimosi kursais. Blogai. Toks pats agitavimo studijuoti VTDK reklamos „baneris“ stovi jau visus metus, be to, neturi nuorodos.
Svetainės informacijos sklaida	0,5	Studentų pastebėjimu, nėra nuorodų iš tinklapio į soc. tinklus (Facebook, Twitter, LinkedIn ir kt.), nėra nuorodų iš soc. tinklų į kolegijos tinklapį. Yra tik sunkiai pastebimas Facebook mygtuko „Patinka“ įskiepis. Nėra naujienų užsisakymo (RSS) ir rekomendavimo draugui funkcijų.
NAUDOJIMOSI PATOGUMAS		
Svetainės struktūra	2,5	Gerai. Dauguma informacijos pasiekama gan greit – per 2-3 pelės paspaudimus (išskyrus tvarkaraščius, studijų programų aprašus, Erasmus mobilumo informaciją). Blogai. Daugumai vartotojų struktūra nepriimtina, trūksta aiškumo, greitesnio priejimo prie svarbiausios informacijos. Struktūra nėra labai aiški, ypač lankantis pirmą kartą (neaiški informacijos hierarchija, daugybė nuorodų ir meniu, informacija studentams ir stojantiesiems talpinama keliuose skirtinguose meniu, nukreipama į naujus langus, neatskirta el. paslaugų sritis. Nėra svetainės struktūros medžio.
Nuorodų kokybė	2	Gerai – užvedus ant nuorodos pelytę, keičiasi jos spalva. Įmokų skyrelyje yra patogios nuorodos pagal mokėjimo kategorijas, nukreipiančios tiesiai į el. bankininkystės sistemą su užpildyta reikiama informacija. Pdf dokumentai atidaromi naršyklėje. Blogai. Nepažymėtos nuorodos, kurios atidaro informaciją kitame lange, o tokių yra daug (9). Atverčiami puslapiai kitame lange turi atsiversti naujame naršyklės skirtuke, o dauguma atsidaro tame pačiame lange, kur buvo naršomas kolegijos tinklapis. Turi būti aiškiau pažymėta ta nuoroda, kuri paspausta esamu momentu. Fakultetų nuorodų pažymėjimas dingsta paspaudus ant antro lygio fakulteto nuorodos (pvz. Technikos fakultetas → Kontaktai). Viena nuoroda neatsidaro išvis. Sunkiai pastebima kalbų pasirinkimo nuoroda. Netinkami meniu – neryškus šriftas, nuorodos eina lyg ištisiniu tekstu, per maži tarpai tarp jų. Dubliuojančios nuorodos – paspaudus ant vienos nuorodos, nukreipama į kitos nuorodos informaciją (pvz. kai kurios naujienos, studijų programos, tvarkaraščiai).
Pradžios puslapis	2	Studentai, darbuotojai bei moksleiviai nepalankiai vertina pradžios puslapį, nes jis perkrautas meniu ir nuorodų gausa, neaišku, kur ko ieškoti, o išvaizda atgyvenusi. Meniu reikia taikyti išsiskleidžiantį nuorodų sąrašą, kad nebūtų apkrautas vaizdas.
Paieška	0	Nėra
Grįžtamasis ryšys	0	Nėra
Pagalba vartotojui	0	Nėra
Svetainės versija neįgaliesiems	0	Nėra
Navigacija	2	Gerai. Navigacija vientisa, meniu ir nuorodos visada tose pačiose vietose, vienodu principu veikia nuorodų paryškinimai, patekimas į pradžios puslapį. Nėra horizontalaus slinkimo. Blogai. Nepatogią navigaciją vartotojai įvardijo kaip tinklapio trūkumą. Naršymą

		apsunkina daugybę nuorodų ir meniu, dubliuojančios nuorodos, nukreipimai į naujus langus, uždarančią pagrindinį tinklapį. Nėra navigacijos funkcijų „į puslapio viršų“, „į pradžią“. Nerodomas naršymo kelias, todėl lankytoji ne visada aišku, kurioje tinklapio vietoje jis yra, kaip jis ten atsidūrė ir kur geriausia toliau eiti.
Nuorodos į pradžios puslapį	2,5	Į pradžios puslapį patenkama paspaudus ant kolegijos logotipo viršuje. Bet ne visi lankytojai gali patys tą surasti. Turėtų būti kiekviename puslapyje aiškiai matoma nuoroda „Pradžios puslapis“. Atskirame lange atsidarančiuose puslapiuose (pvz. el. dienynas, pažymų užsakymas, kursai ir kt.) nėra nuorodos į pradžios puslapį.
Versija spausdinimui	0	Nėra
EL. PASLAUGOS		
El. paslaugų skaičius	3,5	Gera. El. paslaugų skaičius panašus kaip ir kitose kolegijose: el. dienynas, el. paštas, Moodle sistema, pažymų el. užsakymas (studentams), dokumentų valdymo sistema B-net (darbuotojams). Blogai. Studentų ir darbuotojų nuomone reikia plėsti el. paslaugų skaičių. Darbuotojams reikalinga asmeninė darbuotojo (dėstytojo) aplinka. Studentams – asmeninė studento aplinka („profilis“), kuriame būtų tvarkaraštis, el. dienynas, asmeninė informacija apie įsiskolinimus/permokas kolegijai, grupės sąrašas, stipendijų, rotacijų informacija ir kt. Taipogi reikalinga registravimosi į laisvai pasirenkamus dalykus el. sistema, susitikimų su dėstytojais registracijos el. sistema, prašymų pateikimas el. būdu. Moksleiviai pageidauja konkursinio balo skaičiuoklės.
Pagalba ir informacija vartotojui	1,5	Dauguma vartotojų įvardijo kaip minusą. Daugumoje el. paslaugų nėra informacinio aprašo, administratoriaus kontaktų bei pagalbos galimybių, likusiose el. paslaugose – informacija minimali.
Paslaugų teikimo greitis	2,5	Pagrindinis minusas – per retai atnaujinamas el. dienynas, per menkai pildoma ir atnaujinama Moodle sistema. Kitos paslaugos teikiamos laiku.
Patogumas naudotis	3	Dalis vartotojų įvardijo nepatogų naudojimąsi el. paslaugomis. El. dienynas dėstytojams prieinamas tik tam tikrose vietose, jungiantis į sistemas negalima pakeisti savo slaptažodžio ir pan. Dauguma studentų ir darbuotojų siūlo patobulinti el. dienyną (dažnesnis informacijos atnaujinimas, galimybė pasikeisti slaptažodį, prisijungti ir suvesti įvertinimus iš bet kurios vietos, matyti tarpinius įvertinimus, semestro vidurkius, skirtas stipendijas). Studentai siūlo patobulinti sistemos Moodle patogumą ir aiškumą. Administracijos darbuotojai siūlo labiau išnaudoti dokumentų valdymo sistemos B-net galimybes.
Paslaugų prieinamumas	2	Didelė dauguma studentų skundžiasi neprieinamumu prie el. dienyno, dėstytojai pageidauja galimybių prisijungti ir suvesti įvertinimus iš bet kurios vietos.
Saugumas ir konfidencialumas	2,5	Dalies vartotojų nuomone jis yra nepakankamas. Kai kuriose paslaugose nesudėtinga nulaužti slaptažodžius, apsaugas.
TECHNINĖS SAVYBĖS		
Svetainės ir atskirų puslapių atvertimo laikas	4	Lėtai atverčiami puslapiai, kurie atsidaro kitame lange (pvz. nuorodos į el. bankininkystės sistemą, Moodle sistemą, studijų programų aprašus).
Tinklapio pasiekiamumas	5	Pasiekiamas visada (neįtraukiant el. paslaugų).
Veikimas skirtingose naršyklėse	4	Internet Explorer: tinklapis neatsidaro naršyklėje, jei URL adreso priekyje neparašyta „www“; šiek tiek lėtesnis veikimas nei kitose naršyklėse. Gera veikia naršyklėse Mozilla Firefox, Google Chrome.
Veikimas skirtinguose el. įrenginiuose	4,5	Kompiuteryje, mob. telefone, planšetiniame kompiuteryje veikia gerai, neiškraipomas dizainas. Tik planšetinio kompiuterio ekrane nesimato viso puslapio pločio, atsiranda horizontali slinktis.
GRAFINIS DIZAINAS		
Atitiktis svetainės tipui / organizacijos	2,5	Gera. Didžia dalimi atitinka, nes laikomasi švaresnės klasikinio stiliaus, nuoseklumo, vyrauja balta spalva, naudojama mėlyna, juoda, šiek tiek raudona. Spalvos derinasi su kolegijos logotipo spalvomis. Blogai. Vartotojų nuomone, toks stilius nuobodus, neatspindi studentiškos dvasios,

paskirčiai		aktyvaus kolegijos gyvenimo, jos išskirtinumo kaip Technologijų ir Dizaino sferų atstovės, todėl ji reikia derinti su originalesniu, modernesiu stiliumi, suteikti daugiau išskirtinumo iš kitų. Studentai siūlo šiek tiek modifikuoti katedrų ir kt. padalinių puslapių dizainą, labiau atspindint jų veiklą.
Elementų išdėstymas	1,5	Vartotojai tai įvertino kaip vieną didžiausių dizaino minusų. Blogas teksto išdėstymas – daug ištisinio teksto puslapiuose, neišskirta svarbiausia informacija, antraštės, pastraipos. Per daug įvairių meniu – kiekviename puslapyje po 3-4 skirtingus meniu. Nuotraukos tekste publikuojamos padrikai, įvairaus dydžio, kokybės, nepatogu peržiūrėti. Klaidos elementų eiliškume pagal datas (pvz. Erasmus atrankų rezultatai pagal semestrus, veiklos ir finansinės ataskaitos, akreditacijų informacija pagal metus).
Erzinantys elementai	3	Kai kuriuos studentus erzina neestetiškas ir jau atsibodęs viršutinis pirmo puslapio „baneris“, vartotojus erzina ilgi proziniai tekstai, nereikalingi ir visur skirtingi formatavimo elementai.
Spalvos ir fonas	2	Gera. Vyrauja balta spalva ir baltas fonas, šiek tiek mėlynų elementų ir juodas tekstas, neblaško dėmesio, tvarkingumo įspūdis. Blogai. Vartotojai įvardijo kaip vieną blogos dizaino kokybės priežasčių. Jų nuomone, visuose puslapiuose visiškai vienodos spalvos (balta-mėlyna-juoda) ir dizainas, todėl per monotoniška, neoriginalu. Reikia daugiau spalvingumo, jaunatviškumo.
Judančių elementų (animacijos, „banerių“) skaičius	4	Tik vienas „baneris“ – pradiniam puslapyje, agituojantis studijuoti kolegijoje, tačiau jis per daug ryškus ir didelis, todėl kai kuriuos vartotojus tai erzina.
Išvaizdos estetiškumas	3	Vartotojai įvertino 3 balais iš 5. Nors išlaikomas klasikinis stilius, bet jis toks pats jau ilgą laiką. Studentų, darbuotojų, moksleivių nuomone išvaizda nemoderni, nuobodi, nepatrauklus pradžios puslapio dizainas. El. paslaugų prisijungimo puslapiai išvis neturi jokio grafinio dizaino.
Lentelių ir karkasų (formų) skaičius	4,5	Minimalus. Naudojamos lentelės šiuose skyriuose: kontaktai, studijų programos, paskaitų laikas, priėmimo datos, pagr. priėmimo kriterijai.
Dizaino nuoseklumas	3,5	Nuoseklus, išskyrus prisijungimo prie el. paslaugų langus, iš kurių išvaizdos neaišku, kokia organizacija jas teikia arba parašytas tik organizacijos pavadinimas.
Paveikslai ir nuotraukos	2	Vartotojų nuomone per mažai nuotraukų, nėra nuotraukų galerijos. Nėra nuotraukėlių prie naujienų žanginio aprašymo, kas padidintų informatyvumą ir vizualinį patrauklumą.
Teksto skaitomumas ir šriftas	2	Gera. tekstuose baltas fonas ir juodos raidės, tinkamas šrifto stilius ir dydis. Blogai. Per šviesi meniu punktų spalva. Visame tinklapyje (išskyrus kontaktus) dėstomas ištisinis tekstas, kurio yra daug ir įvairiai suformatuoto, todėl skaityti sunku ir nuobodu. Netikslingai naudojami sąrašų ženklai – dedama, kur nereikia, nededama, kur reikia. Nėra aiškaus pastraipų atskyrimo, antraščių ir svarbiausių dalykų paryškinimo.
Tinklapių plotis	4,5	Plotis 1200 pikselių. Šiek tiek per platu siauresniems ekranams (mob. telefono, planšetės), tačiau tinkamas daugumai kompiuterių ekranų.