

# ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА САЙТОВ НА ПРОДВИЖЕНИЕ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Глухова О. В., магистрант

Архипова Л. И. – канд. экон. наук., доц.

В докладе предложены меры характеристики качества данных *Полнота (Completeness)* применительно к маркетинговой информации косметической продукции, располагаемой на сайте.

Для целей интернет-маркетинга важное значение имеет оценка характеристик сайта, влияющих на продвижение косметической продукции на рынок. С этой точки зрения следует оценить два аспекта сайта: качество программных средств сайта и качество данных сайта, содержащих маркетинговую информацию.

Модель качества программных средств регламентирована международным стандартом ISO/IEC 25010:2011 [1]. Модель состоит из двух частей – модель качества продукта и модель качества в использовании. Для целей интернет маркетинга для оценки сайта наибольший интерес представляет характеристика качества продукта *Практичность (Usability)* и характеристика качества в использовании *Удовлетворенность (Satisfaction)*. Модель качества данных регламентирована международным стандартом ISO/IEC 25012:2008 [2]. Модель состоит из пятнадцати характеристик качества. Характеристики рассматриваются с двух точек зрения – собственное качество данных и системно-зависимое качество данных. Характеристики качества данных определяются непосредственно мерами качества. Примеры мер качества данных даны в международном стандарте ISO/IEC 25024:2015 [3].

Для оценки качества данных сайта, содержащих маркетинговую информацию, наибольший интерес представляет собственное качество данных. Из этой группы характеристик важное значение для продвижения косметической продукции на рынок имеет *Полнота (Completeness)*. В таблице 1 представлены меры качества, предлагаемые для оценки *Полноты* маркетинговой информации, расположенной на сайте и касающейся косметической продукции. Все предложенные меры определяются по формуле  $\hat{O} = \hat{A} / \hat{A}$ .

Таблица 1 – Меры *Полноты* маркетинговой информации сайта для косметической продукции

Название меры	Исходные данные для вычисления меры по формуле
Наличие информации о составе косметической продукции	$A$ – количество единиц продукции, по которым имеется информация по составу; $B$ – общее количество единиц продукции, представленное на сайте
Наличие информации о воздействии на кожу человека компонентов косметической продукции	$A$ – количество компонентов продукции, информация о которых представлена на сайте; $B$ – общее количество компонентов продукции, представленной на сайте
Понятность описания косметической продукции	$A$ – число понятных описаний косметической продукции; $B$ – общее число описаний косметической продукции
Наличие информации о возрастной категории косметической продукции	$A$ – количество единиц продукции, по которым имеется информация о возрастной категории; $B$ – общее количество единиц продукции, представленное на сайте
Наличие информации о типе кожи косметической продукции	$A$ – количество единиц продукции, по которым имеется информация о типе кожи; $B$ – общее количество единиц продукции, представленное на сайте
Полнота описания косметической продукции	$A$ – количество единиц продукции, по которым имеется полное описание; $B$ – общее количество единиц продукции, представленное на сайте
Наличие информации о стоимости косметической продукции	$A$ – количество единиц продукции, по которым имеется информация о ее стоимости; $B$ – общее количество единиц продукции, представленное на сайте
Наличие информации о магазинах города, где продается косметическая продукция	$A$ – количество единиц продукции, по которым имеется информация о магазинах города, где она продается; $B$ – общее количество единиц продукции, представленное на сайте

Оценка качества информации сайта с помощью предложенных мер позволит маркетологам модифицировать информацию о косметической продукции своего предприятия с целью ее продвижения на рынок.

Список использованных источников:

1. ISO/IEC 25010:2011. Системная и программная инженерия – Требования к качеству и оценка программного продукта (SQuaRE) – Модели качества систем и программных средств. – Введ. 2011-03-01. – Женева : ISO/IEC, 2011.
2. ISO/IEC 25012:2008. Программная инженерия – Требования к качеству и оценка программного продукта (SQuaRE) – Модель качества данных. – Введ. 2008-12-15. – Женева : ISO/IEC, 2008.
3. ISO/IEC 25024:2015. Системная и программная инженерия – Требования к качеству и оценка систем и программных средств (SQuaRE) – Измерение качества данных. – Введ. 2015-10-15. – Женева : ISO/IEC, 2015.