

Az árazás céljai és az ingyenes információ

Egy szervezet első lépése árstratégiájának kialakításában az, hogy meghatározza azokat a célokat, amelyeket az árakkal el szeretne érni. Ezeknek a célkitűzéseknek összhangban kell lenniük az általános célokkal, amelyeket a szervezet stratégiai terve állapít meg mind a rövid távú haszon, mind a hosszú távú stratégiai célok vonatkozásában. Néhány tipikus stratégiai cél a kereskedelmi árpolitikában:

- túlélés közép- és hosszú távon,
- évenkénti profit,
- meghatározott beruházási megtérülési (ROI) szint elérése,
- a piaci részesedés meghatározása vagy növekedése,
- a szervezet szilárd helyzetéhez szükséges készpénzforgalom és likviditás,
- a status quo fenntartása néhány kulcsindikátor tekintetében (piaci részesedés, profit),
- a kiváló termékminőség látszanának megte-remtése.

A fenti célok egyike-másika az információs termékek előállítóira vonatkozik. Látnunk kell, hogy végső soron az információ alapvető fontosságú az egyének, a szervezetek működése és a piac természete, a társadalmak és közösségek megismerésében is. Azok, akik alakítani kívánják a piacot vagy a társadalmakat, az információt fogják erre felhasználni. Pl. a marketing leegyszerűsítve nem más, mint a termékek előnyeinek a potenciális vagy valóságos felhasználókkal való közlése. Ez a kommunikáció pedig maga az információ. Tehát egy online áruház önmagában arról a közösségről szóló gazdag információforrás, amelyet el kíván érni. Minden marketingtevékenység információt továbbít, mind explicit, mind implicit formában. A kereskedelmi szervezetek és az állami intézmények ingyen nyújtják az információt, ha azzal a közösségeket vagy a piacot saját érdekeiknek megfelelő módon alakíthatják. Némely online magazin azon van, hogy a hirdetések éppen úgy támogassák az információtartalmat és annak forgalmát, mint a nyomtatott, előfizetéses

magazinokban. A lényeg az ingyenes információ szolgáltatásában talán éppen az a felismerés, hogy az ár egyes esetekben akkor lehet nulla, ha nincs szükség az igény szabályozására.

Következtetések

Az árszerkezet kialakítását számos környezetben nehezen értik meg. Egyes szerzők szerint gyenge az összefüggés az árazás elmélete és gyakorlata között. Mások szerint az árazás nagymértékben a jó vezetés, a tapasztalatok, a kísérletezgetés (trial and error), az intuíció és a jó szerencse kombinációja. Ismét mások az árazási gyakorlat elméletének fejlesztését a tartalék megoldások, a változtatások lehetőségének kimunkálásában látják. Egy ilyesfajta megközelítés betekintést nyújthat az elektronikus információpiac rejtelmeibe azzal, hogy több variáns vizsgálatán és gyakorlatán alapulva módosítható az árstratégia. Ilyen változók lehetnek a piac növekedése és a versenytársak, vagy az árszerkezetet kialakító szervezet, az árcélok és ármeghatározási módszerek; ezekkel vizsgálhatók a piaci jellemzők és az árdöntés közötti kapcsolatok. Ezzel a megközelítéssel meg lehet ismerni a felhasználók reakcióját az árakra, s tanulmányozni olyan tényezőket, mint az ártudatosság, az árérzékenység, a referenciaárak, a várt ártartomány, az ajánlatok elfogadása, az árinformációk feldolgozása és az ár alkalmazása minőségi mutatóként. Kevés munka foglalkozik azzal, különösen az elektronikus információpiac területén, hogy feltárja mind az információ előállítóinak, mind felhasználóinak a döntési folyamatát azonos termékek vagy azonos termékcsoportok vonatkozásában. Tág tér nyílik a fejlődő információs piac árazási gyakorlatának és politikájának további vizsgálata előtt.

/ROWLEY, Jennifer: Information pricing policy: factors and contexts. = Information Services & Use, 18. köt. 3. sz. 1998. p. 165–173./

(Roboz Péter)

A sikeres weboldalak készítésének szempontjai

Az internet és a World Wide Web számos vállalat, intézmény és szervezet számára a mindennapi élet szerves részévé vált. A könyvtárak és más információs intézmények hamar csatlakoztak a weblappal rendelkezők csoportjához.

Az intézmények nyilvánvalóan azért jelennek meg a világhálón, hogy hírt adjanak magukról főként vizuális módon, szöveg és képek segítségével.

Arra törekednek, hogy a felhasználók megértésük lapjuk tartalmát, és folytassák a böngészést a felkínált csatolókon keresztül a világháló többi részén. A weboldal kialakítása egyrészt az intézményt jellemzi, másrészt pedig befolyásolja a felhasználót, hogy tovább lapozzon-e az intézmény oldalai között.

Megbízható, kutatásokon alapuló ajánlások követésével a webhelyek gazdái biztosak lehetnek benne, hogy a felhasználóban kedvező kép alakul ki intézményükről, és hogy a felkínált csatolók hasznosak számára. A web újdonsága miatt azonban, sajnos kevés megbízható szempont gyűlt még össze a weblapok kialakítására vonatkozóan. Végeztek ugyan kutatásokat televízió- vagy a számítógép-képernyő képének kialakítására vonatkozóan, de a vizsgált képek főként oktatási céllal készültek, a világhálón bemutatkozó intézmények többsége pedig más típusú információk közlésére vállalkozik.

Irodalmi áttekintés

Bár a web kifejlesztő intézménye, az Európai Részecskefizikai Laboratórium (Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire = CERN) 1992 előtt nem közölt a szakirodalomban semmilyen ajánlást az információtovábbítás ezen új módjáról, később szinte burjánzanak a közlemények e témában. Számos nyomtatott dokumentum tartalmaz tanácsokat, mit tegyünk és mit ne tegyünk a weboldalak tervezése során, a világhálón pedig még bőségesebb a kínálat.

A források első típusa javaslatokat tartalmaz a weboldalak vagy webhelyek kialakítására vonatkozóan (a felhasználói igények elemzése, a lapok rendszere stb.), másik típusa pedig a speciális dizájnelemekkel és etikai kérdésekkel foglalkozik. Annak ellenére, hogy számos szerző közül a weblapok készítőinek szóló tanácsokat, kevés olyan dokumentum van, amely kutatási eredményekkel támasztja alá valamely internetes oldal értékelését.

Weboldalkutatások

Jelent meg tanulmány a képtérképek (image-maps) használatának vizuális, navigációs és gyakorlati jellemzőiről, közöltek weboldal-készítési ajánlásokat gyerekek weblapjával összevetve, vizsgálták a könyvtárak weblapjain található ikonokat és jelentésüket. Mindezen tanulmányok annak alapján minősítettek valamely elemet, weboldalt és webhelyet sikeresnek vagy sikertelennek, hogy képes volt-e hatékonyan átadni az információt vagy az elképzelést.

A kutatások megerősítették, hogy a hatékony képtérképek egyszerű, nem pedig művészi vagy bonyolult elemek. A hatékonysághoz elengedhetetlen az olvasók tájékoztatása a képtérképek létezéséről, rendeltetéséről és működéséről. Az olvasók előnyben részesítik az áttekinthető oldalakat, amelyeken jobban tájékozódhatnak, gyorsan megkaphatják a kívánt információkat, majd könnyen visszajutnak a kiindulási oldalhoz. Fontos tényező-

nek tartják az azonos webhelyhez tartozó oldalak ellentmondásmentességét, következetes grafikai kialakítását is.

Kutatások hasonló témakörökben

Ide sorolhatók a számítógép vagy a televízió képernyője által mutatott kép vizsgálatára vonatkozó tanulmányok, amelyek eredményei a színkombinációk alkalmazására, a szöveg, grafika és háttér viszonyára, az oldal elemeinek elrendezésére, összeállítására, valamint az egy oldalon elhelyezhető információ mennyiségére vonatkozóan adhatnak hasznos segítséget a weboldalak készítőinek.

A világháló és használója közötti kölcsönhatás pszichológiája szintén kutatásra érdemes terület.

A számítógép-képernyő nézését vizsgáló szakirodalom általában a fizikai jelenségekkel, a képernyő vibrálásával, a fényerővel, a képelességgel, a betűk alakjával és a betűközök méretével foglalkozik. Az eredmények felhasználásával ajánlásokat lehet megfogalmazni a képernyőképek elrendezésére a weboldalak készítői számára is.

A színek megfelelő használatát sokan tanulmányozták. Kimutatták, hogy különböző korosztályok különböző színkombinációkat részesítenek előnyben, de a képernyő tartalmának megértését is befolyásolja a színösszetétel. A színek nem megfelelő alkalmazása eltérítheti az olvasó figyelmét, a képernyő bizonyos részeinek következetes felhasználása pedig segítheti az információ átadását.

Ajánlások weboldalkészítők számára

A szakirodalomban található ajánlások többsége személyes véleményen vagy megfigyelésen alapul, nem pedig szisztematikus kutatásokon. Egyik ilyen megállapítás, hogy a weboldal készítésekor éppen ellenkező szempontokat kell figyelembe venni, mint nyomtatott dokumentum tervezésekor, mivel nyomtatáskor viszonylag kevés színnel szinte korlátlan számú betűtípust alkalmazhatunk, a weboldalakon viszont úgyszólván bármilyen szint választhatunk viszonylag kevés betűtípushoz, ha azt akarjuk, hogy a különböző böngészőket használó felhasználók közül minél többen el tudják olvasni lapjainkat. Másik általános szempont, hogy a világhálón óvatosan kell a hivatkozásokat kezelni, csak akkor szabad forrásokat megjelölni, ha biztosra vehető későbbi hozzáférhetőségük is.

Fontos az oldalak aláírása és dátumozása, valamint a visszajelzés lehetőségének feltüntetése (e-mail cím megadása, vagy megfelelő kérdéseket tartalmazó interaktív űrlap csatolása). Intézmények

weblapjainak felépítése legyen összhangban nyomtatott dokumentumainak képével.

Különböző szerzők különbözőképpen vélekednek az „építés alatt” felirat kérdésében. Egyesek szerint mindig fel kell tüntetni, hiszen egy weboldal állandóan változik, mások viszont úgy vélik, hogy ez magától értetődik, tehát felesleges külön kiírni. Ha mégis a használata mellett döntünk, ne villogó GIF képként hívja fel magára a figyelmet.

Navigációs jellemzőkre vonatkozó ajánlások

- Legyen a főlapra és/vagy az aktuális lapcsoport kezdetére mutató link.
- Legyen segítségre mutató link.
- Egyazon lapra mutató linkeknek azonos neve legyen.
- Külső forrásra csak akkor mutasson link, ha az kapcsolatban van a saját intézménnyel. Legyen magyarázat a link alkalmazására, és a külső webhelynek pontosan a hivatkozott lapjára mutasson a link.
- Az ugrópontok elérhetősége legyen mindig naprakész, a használó ne találjon „befagyott” linket. Ez automata programokkal is megoldható.
- A menük legyenek érthetők minden felhasználó számára, bárholnan érkeznek is a weblapra. A közvetlenül elérhető lapok önmagukban is legyenek érthetők.

Gyakorlati szempontok

- Legyen a webhely kialakítása következetes és felhasználóbarát, az ikonok és nyomógombok stílusa és elhelyezése legyen minden oldalon egyöntetű.
- A felsorolásokat jelöljük számokkal vagy szimbólumokkal, ne pedig képekkel. Ne legyenek nyomógombra hasonlító, de nem nyomógombként viselkedő elemek.
- Tartsuk meg a képek mérete és az átviteli sebesség közötti egészséges egyensúlyt.

Képek

- Egy oldalon ne legyen több három képnél.
- A képek méretét pixelben adjuk meg.
- Adjunk választási lehetőséget a használónak a grafikus és a szöveges változat között: jelezzük a letölthető képeket méretükkel együtt, vagy mutassuk meg bélyeg formátumban, letölthető kapcsolattal.
- Ne alkalmazzunk 600x400 pixelnél nagyobb képeket.
- A szalagképek mérete ne legyen nagyobb 500x100 pixelnél.
- A képfájlok mérete ne legyen 25 KB-nál nagyobb, lehetőleg maradjon 15 KB alatt. Szükség esetén a gyorsabb letöltés érdekében csökkentjük a színek számát.

Háttér

- Szükség esetén a színek számának csökkentésével érjük el, hogy a háttérként alkalmazott kép mérete ne legyen 5 KB-nál nagyobb.
- Kerüljük a szöveg színét ütő háttérmintát.
- Kerüljük a háttér és a szöveg összeolvadását.
- A háttér színe legyen világoskék, fehér vagy szürke, de ne legyen fekete.
- Speciális hatás elérése céljából használjunk mintás hátteret, de amikor a figyelem fenntartására van szükség, inkább halvány színek legyenek a háttérben.
- Ne használjunk váltott soros fűzésű képeket háttérként.

Színek

- Alkalmazzunk a szöveg funkciójának megfelelő színeket.
- Ne használjunk 50-nél több színt képenként, vagy 150-nél több színt oldalanként.
- Egy képernyőkép ne tartalmazzon négyenél több színt.
- Ne alkalmazzunk JavaScriptet a színek megjelenítésére és elhalványítására.
- Tevékenység jelzésére használjunk meleg színeket.
- Hangsúlyozzunk élénk színekkel.

Hangok

- A szünetek és felesleges zajok kihagyásával csökkentjük a lehető legkisebbre a hangfájlok méretét.
- Rendszeresen ellenőrizzük a hangfájlok működését.

Videó

- A keret méretének és a másodpercenkénti képkockák számának csökkentésével, illetve a felesleges részek kivágásával csökkentjük a videofájlok méretét.

Tartalom

- A webhely tartalma határozza meg kinézetét és ne fordítva.
- A csak szöveges böngészőt használó olvasók és a gyengén látók kedvéért a grafikus oldalaknak legyen szöveges változatuk is, vagy legalább a képek tartalmi leírása jelenjen meg alternatív szöveggel.
- Az olvasók figyelmének felkeltése érdekében az oldalak felső része legyen érdekes és csábító.
- Az oldal tetején legyen szöveg, hogy az olvasó az oldal letöltése alatt is kapjon információt.
- A webhely tartalmát foglaljuk össze az első bekezdésben.
- A fontos információkat a lap tetején helyezzük el.

- Legyen egy „újdonságok” menüpont.
- A weboldal vagy webhely legyen kereshető.
- Legyen ismertetés a lap készítőjéről vagy az intézményről.
- Csak olyan rövidítéseket alkalmazzunk, amelyeket a feltételezett felhasználók megértenek.
- Kerüljük az olyan információk feltüntetését, amelyek naprakészen tartása több fájl karbantartását igényli.

Vizuális jellemzők

A weboldalak készítésére vonatkozó ajánlások utolsó csoportjába olyan témák tartoznak, mint az oldalak felépítése, a szöveg stílusa, illetve hogy felismerhetők-e a linkek, és hogy a jelölésükre használt szöveg és kép ad-e tájékoztatást arról a helyről, ahová vezetnek. Mivel a közölt ajánlások többnyire a szerzők véleményét tükrözik, nem mindig egyértelmű, hogy mi jellemző egy jó weboldalra. Számos vélemény szerint például a honlapnak el kell férnie egy képernyőoldalon, a többletinformációnak külön oldalakon kell megjelennie. Mások viszont a kevesebb oldalból álló webhelyet részesítik előnyben, még ha az oldalak nem is férnek el egyetlen képernyőn. További ajánlások:

- Legyenek a weboldalak egyszerűek, áttekinthetők, tömörek, bekezdésekkel tagolva, és tartalomjegyzékkel kiegészítve.
- Bontsuk a tartalmat fejezetekre és alfejezetekre, vagy vízszintes vonallal, esetleg fejezetcímekkel osszuk fel. Tagolás céljára ne alkalmazzunk képeket.
- A csatolók szövege legyen jellemző arra a webhelyre, ahová a link mutat, illetve külön szöveg vagy felsorolás segítsen, hogy kiderüljön a felhasználó számára, mit várhat, ha követi a felkínált utat. Számos szerző óv a semmitmondó „itt” és „ott” szavak használatától.
- Ne húzzuk külön alá a linkek szövegét, hiszen a legtöbb böngésző megteszi ezt.

- Zárjuk a lap alját vízszintes vonallal.
- Helyezzünk el navigálási lehetőségeket a lap tetején.
- Kerüljük a többféle betűtípus használatát, ritkán alkalmazzunk félkövér vagy dőlt betűs írást, és soha ne írjunk csupa nagybetűvel.
- Bánjunk hatékonyan az üres terekkel. Ne legyen a weboldal túlszűfolt, a különböző elemek szellősen legyenek elhelyezve.

Következtetések

A *Windows* magazin által díjazott, illetve a *Yahoo* listájából kiválasztott, összesen húsz weboldal elemzése révén általánosságban megállapítható, hogy a lapok készítői leginkább azt tartják fontosnak, hogy kerüljék a szöveg színét ütő háttérmentát, a háttér és a szöveg összeolvadását, de figyelnek az oldal elemeinek arányos elhelyezésére is. Legkevésbé tartják szem előtt a linkekhez kapcsolódó szöveg tartalmának vagy formájának megválasztását, illetve a betűtípusok számának alacsony szinten tartását. Ez is jelzi, hogy a szerzők még mindig a nyomtatott dokumentumok szerkesztési elvei szerint dolgoznak, nem tudatosodott még bennük a világháló mint közvetítő eszköz sajtószerű jellege.

Később tisztázandó kérdés marad, hogy a többnyire az egyes szakértők véleményén alapuló ajánlások mennyire esnek egybe az olvasók elvárásaival, és mennyire segíti őket a weblapok tartalmának megértésében, a webhelyen belüli navigálásban, illetve valamilyen speciális információ megtalálásában.

/D'ANGELO, John-LITTLE, Sherry K.: *Successful Web pages: What are they and do they exist? = Information Technology and Libraries*, 17. köt. 2. sz. 1998. p. 71-81./

(Gombos László)

Miként viszonyulnak az orosz akadémikusok és más tudományos akadémiai kutatók az új információs technológiákhoz?

1997 decembere és 1998 márciusa között 60 moszkvai és a főváros régiójába eső, továbbá 21 egyéb városi tudományos akadémiai kutatóintézet akadémikusai és kutatói körében kérdőíves felmérést végeztek arról, hogy az ország tudományos elitje miként viszonyul az új információs technológiákhoz. (Emlékeztetőül: 1979 és 1983 között már

voltak ilyen felmérések, ám azok másféle, sok esetben már „lejárta” technológiák iránt érdeklődtek.)

A felmérésben 366 személy vett részt, köztük 6 akadémikus és levelező tag, 132 tudományok doktora, 182 aspiráns. A többiek „alacsonyabb kutatói rang” tulajdonosai voltak.