

УДК 338.43

Е. С. Куликова

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: e.s.kulikova@inbox.ru

Е. Л. Молокова

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург,
e-mail: elmo.sm@mail.ru

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРИМЕРОВ

Ключевые слова: интернет-сайты, сельские территории, визуальная привлекательность, удобство навигации, мобильная адаптация, актуальность информации.

В условиях глобальной цифровизации интернет-сайты играют ключевую роль в продвижении и развитии сельских территорий. Данная статья посвящена разработке критериев и методов оценки интернет-сайтов сельских территорий на примере российских и зарубежных веб-ресурсов. Основной целью исследования является выявление сильных и слабых сторон сайтов, а также разработка рекомендаций по их улучшению. В статье рассматриваются следующие критерии: дизайн и визуальная привлекательность, удобство навигации и структура, мобильная адаптация, содержание и актуальность информации, функциональность и интерактивность, оптимизация и производительность, ориентированность на пользователя. На примере российских, а также зарубежных сайтов проведен сравнительный анализ. Выявлены ключевые недостатки российских сайтов, такие как устаревший дизайн, недостаточная мобильная адаптация, избыток официальной информации и недостаток контента для туристов. В то же время, отмечены и их сильные стороны: качественный контент, удобная структура и актуальность информации. Зарубежные примеры демонстрируют высокий уровень визуальной привлекательности, интерактивности и мобильной адаптации, что способствует более эффективному продвижению сельских территорий. Результаты исследования позволяют предложить конкретные рекомендации по улучшению российских сайтов, включая обновление дизайна, адаптацию для мобильных устройств и увеличение разнообразия контента, ориентированного на туристов. В заключении, авторы формируют ряд рекомендаций, охватывающих дизайн, структуру, контент и функциональность, чтобы сделать сайты сельских территорий в России привлекательными, удобными и полезными для широкой аудитории.

E. S. Kulikova

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, e-mail: e.s.kulikova@inbox.ru

E. L. Molokova

Ural State University of Economics, Ekaterinburg, e-mail: elmo.sm@mail.ru

CRITERIA FOR EVALUATING INTERNET SITES IN RURAL TERRITORIES: COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND FOREIGN EXAMPLES

Keywords: internet sites, rural areas, visual appeal, navigation convenience, mobile adaptation, information relevance.

In the context of global digitalization, Internet sites play a key role in the promotion and development of rural areas. This article is devoted to the development of criteria and methods for assessing Internet sites in rural areas using the example of Russian and foreign web resources. The main purpose of the study is to identify the strengths and weaknesses of sites, as well as to develop recommendations for their improvement. The article examines the following criteria: design and visual appeal, ease of navigation and structure, mobile adaptation, content and relevance of information, functionality and interactivity, optimization and performance, user focus. A comparative analysis was carried out using the example of Russian and foreign sites. Key shortcomings of Russian websites have been identified, such as outdated design, insufficient mobile adaptation, abundance of official information and lack of content for tourists. At the same time, their strengths are also noted: high-quality content, convenient structure and relevance of information. Foreign examples demonstrate a high level of visual appeal, interactivity and mobile adaptation, which contributes to more effective promotion of rural areas. The results of the study allow us to offer specific recommendations for improving Russian websites, including updating the design, adapting for mobile devices and increasing the variety of content aimed at tourists. Finally, the authors formulate a series of recommendations covering design, structure, content and functionality to make Russian rural websites attractive, user-friendly and useful to a wide audience.

Введение

Интернет-сайты стали важным инструментом для продвижения и развития сельских территорий в условиях цифровой экономики. Несмотря на широкое использование веб-ресурсов в различных сферах, проблема оценки и оптимизации интернет-сайтов сельских поселений остается недостаточно изученной. Большинство исследований сосредоточено на городских территориях и крупных туристических объектах, в то время как сельские регионы часто остаются на периферии научного интереса. Существует необходимость в систематическом анализе и разработке критериев оценки эффективности интернет-сайтов, что позволит выявить их сильные и слабые стороны и предложить пути для их улучшения. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью интернет-технологий в продвижении территорий и привлечении туристов, инвесторов и новых жителей. В условиях глобальной цифровизации традиционные методы продвижения становятся менее эффективными, что подчеркивает необходимость использования современных интернет-ресурсов. Для сельских территорий, обладающих уникальными природными и культурными ресурсами, создание и оптимизация интернет-сайтов являются ключевыми элементами в стратегии развития. Качественные веб-ресурсы могут значительно повысить привлекательность сельских регионов и способствовать их социально-экономическому развитию.

Многие ученые рассматривали и изучали маркетинг сельских территорий и сельский туризм. Например, Беляев В.И. и Волкова Н.В. исследовали маркетинг в управлении сельскими территориями на материалах Алтайского края [4]. Боровских Н.В. также рассматривал развитие маркетинга сельских территорий [5]. Ибрагимхалилова Т.В. изучала маркетинг сельских территорий в контексте развития агропредпринимательства [8]. Иванищева Н.А. исследовала роль сельского туризма в формировании имиджа территории [9], а Карасев М.А. и Котлярова Л.Д. сосредоточились на событийном маркетинге сельских территорий как инструменте развития агротуризма [10]. Миненко А.В. и Селиверстов М.В. рассматривали территориальный маркетинг как инструмент оценки потенциальных возможностей сельского муниципаль-

ного образования [14]. Чижикова Т.А. и Федотенко С.А. исследовали маркетинг территории как фактор развития сельской местности [15], а Чулкова Г.В. изучала понятие маркетинга сельских территорий [16].

Однако вопросами эффективности конкретно такого инструмента, как веб-сайт, никто не занимался, что и составляет научную новизну настоящего исследования. Работа направлена на разработку и систематизацию критериев оценки интернет-сайтов сельских территорий. В отличие от существующих исследований, сосредоточенных на городских регионах, данная работа выявляет специфические особенности и потребности сельских территорий в контексте их интернет-представительства. Это позволит разработать новые подходы и стратегии, учитывающие уникальные характеристики сельских регионов, такие как ограниченные ресурсы, низкая плотность населения и особенности инфраструктуры.

Цель исследования – разработать критерии оценки интернет-сайтов сельских территорий и предложить рекомендации по их улучшению для повышения эффективности продвижения сельских регионов.

Материалы и методы исследования

Для достижения этой цели проведен анализ интернет-сайтов российских и зарубежных сельских территорий с использованием разработанных критериев, выявлены сильные и слабые стороны исследованных [1] сайтов, разработаны рекомендации по улучшению дизайна, структуры, контента и функциональности интернет-сайтов сельских территорий.

Результаты исследования и их обсуждение

Создание официального сайта для сельских территорий является ключевым элементом в стратегии интернет-маркетинга. Официальный сайт служит основным источником информации для туристов, инвесторов и местных жителей. Чтобы сайт эффективно выполнял свои функции, необходимо учитывать следующие основные требования:

1. Вся информация на сайте должна быть актуальной и регулярно обновляемой. Это касается данных о достопримечательностях, мероприятиях, инфраструктуре, услугах и контактной информации [3, 7].

2. Дизайн сайта должен быть современным и привлекательным, с использованием качественных фотографий и визуальных элементов, которые подчеркивают уникальность сельской территории [6, 12].

3. Структура сайта должна быть интуитивно понятной и удобной для пользователей. Меню должно быть логически организованным, а доступ к важной информации – легким и быстрым [11-13].

Рассмотрим примеры успешных зарубежных сайтов:

1. Visit Tuscany (www.visittuscany.com)

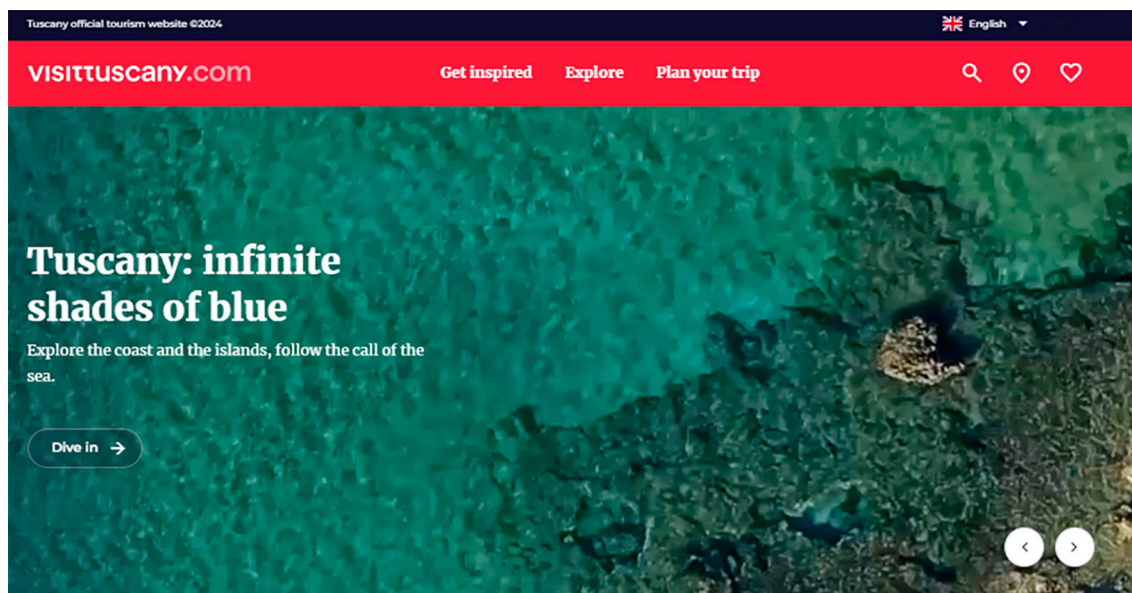
Сайт региона Тоскана в Италии является отличным примером официального сайта, который успешно сочетает все перечисленные выше элементы. Сайт привлекает внимание современным дизайном, качественными

фотографиями и видео, удобной навигацией и многоязычностью. Он предоставляет подробную информацию о достопримечательностях, мероприятиях и маршрутах, а также содержит интерактивные элементы, такие как карты и виртуальные туры (рисунок 1).

2. Discover Central Otago (www.centralotagoz.com)

Сайт региона Центральное Отаго в Новой Зеландии предлагает пользователям богатый контент, включая рассказы о местных традициях, истории и культуре. Сайт имеет удобную структуру, качественные изображения и видеоматериалы, а также интерактивные карты, что делает его привлекательным и информативным (рисунок 2).

Далее кратко рассмотрим примеры российских сайтов сельских поселений.



Trending now

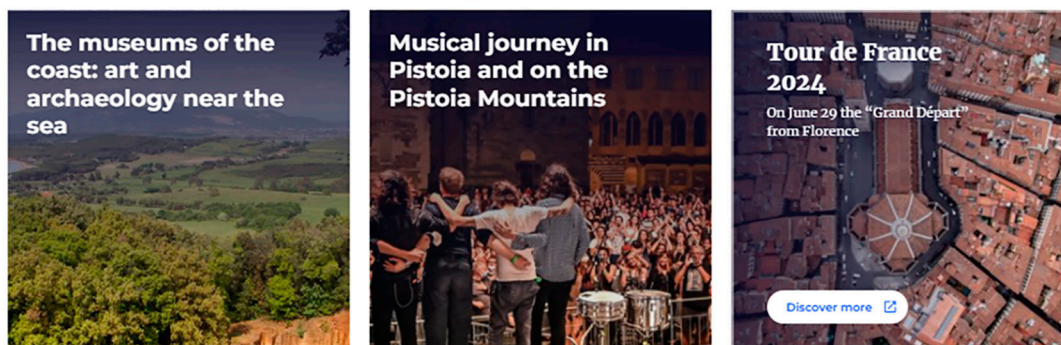


Рис. 1. Главная страница «Visit Tuscany»

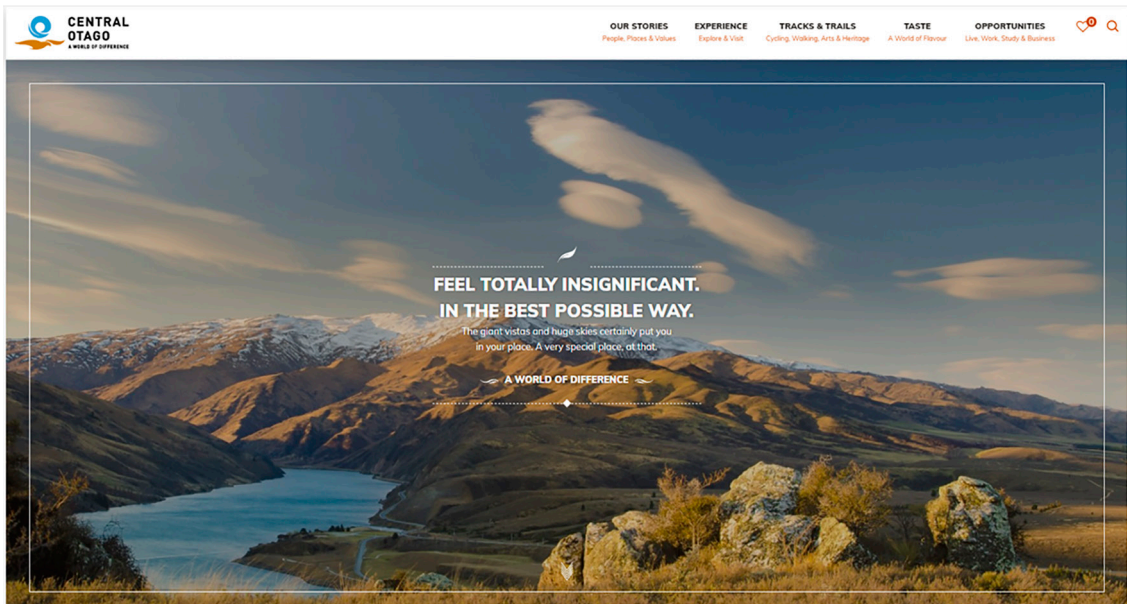


Рис. 2. Главная страница «Discover Central Otago»

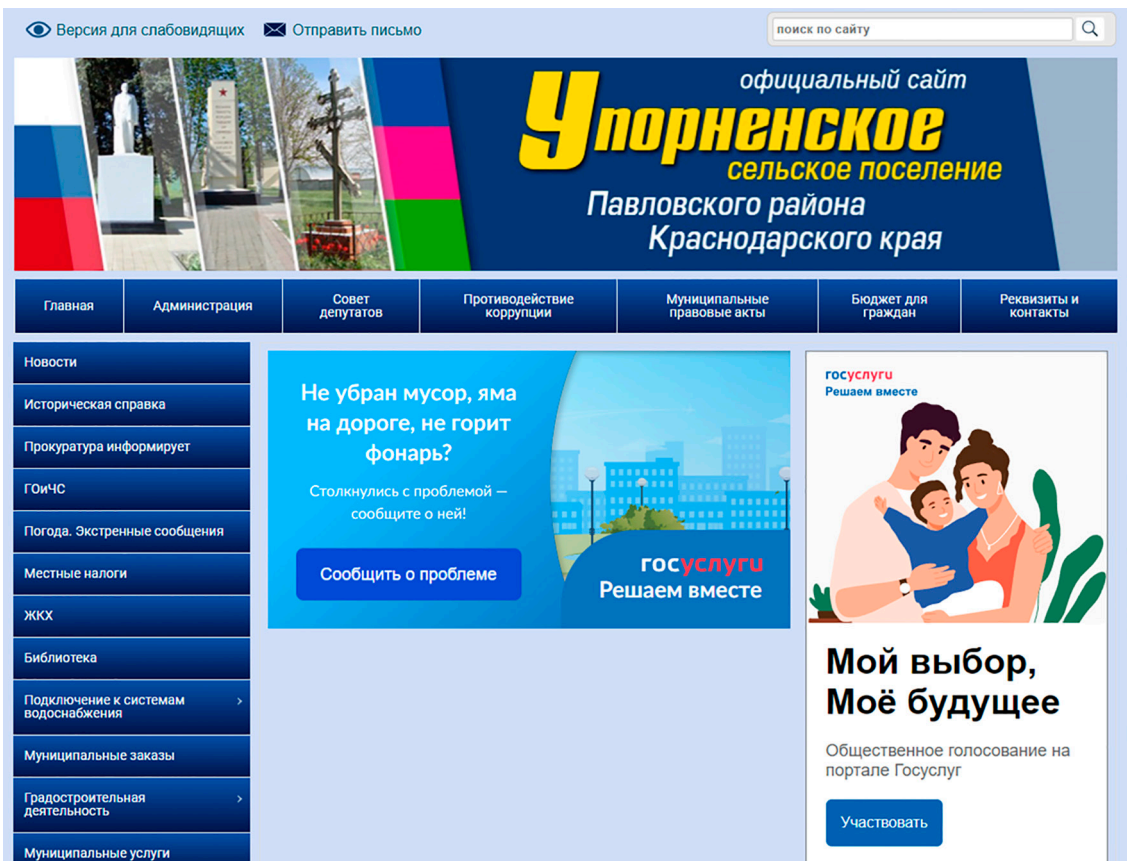


Рис. 3. Главная страница сайта Администрации Упорненского сельского поселения Павловского района Краснодарского края

Сайт Упорненского сельского поселения предоставляет пользователям богатый контент, включая рассказы о местных традициях, истории и культуре. Сайт имеет удоб-

ную структуру, качественные изображения и видеоматериалы, а также интерактивные карты, что делает его привлекательным и информативным (рисунок 3).

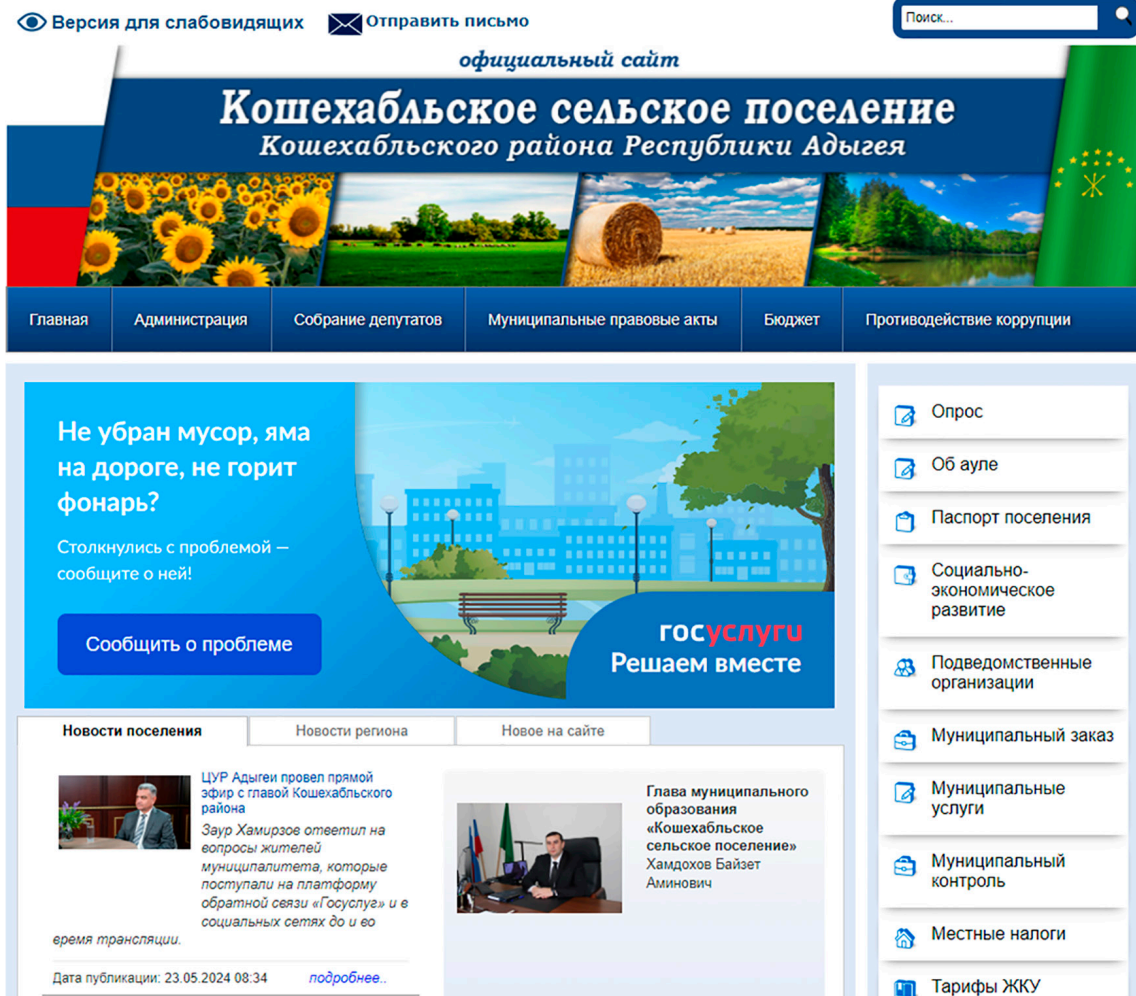


Рис. 4. Главная страница сайта Кошехабльского сельского поселения



Рис. 5. Главная страница сайта Васуринского сельского поселения

Сайт Кошехабльского сельского поселения является примером успешного использования интернет-маркетинга для продвижения сельской территории. Он предлагает пользователям богатый контент, включающий информацию о местных традициях, истории и культуре поселения (рисунок 4).

Сайт Васюринского сельского поселения предоставляет актуальные новости, информацию об административных услугах и проектах. Он имеет удобную структуру и качественные изображения, что делает его информативным для жителей и посетителей. Недостатки включают устаревший дизайн и недостаточную адаптацию для мобильных устройств, а также преобладание официальной информации над туристической (рисунок 5).

Сайт Старотитаровского сельского поселения предлагает пользователям детальную информацию о местных инициативах, истории и культуре поселения. Преимущества включают качественный контент и интерактивные элементы. Но сайт имеет устаревший дизайн и недостаточно адаптирован для мобильных устройств, что может ограничивать его удобство использования (рисунок 6).

Оценим данные веб-сайты по критериям, представленным в таблице 1 для дальнейше-

го выявления рекомендаций по улучшению контента, внешнего вида и юзабилити.

Для универсализации анализа интернет-сайтов сельских территорий будем использовать следующие уровни оценки по каждому критерию: высокий уровень, средний уровень и низкий уровень. Это позволит провести объективное и систематическое сравнение различных сайтов, выявить их сильные и слабые стороны и предложить рекомендации по улучшению. Каждый уровень будет обоснован следующим образом:

1. Дизайн и визуальная привлекательность

- **Высокий уровень:** Современный и привлекательный дизайн, гармоничная цветовая схема, высококачественные изображения и видеоматериалы. Сайт привлекает внимание и вызывает положительные эмоции у пользователей.

- **Средний уровень:** Дизайн удовлетворительный, но может выглядеть устаревшим. Изображения и видео приемлемого качества, цветовая схема и шрифты читаемы, но не выделяются.

- **Низкий уровень:** Дизайн устаревший или непривлекательный, низкое качество изображений и видео, несогласованная цветовая схема и трудно читаемые шрифты.

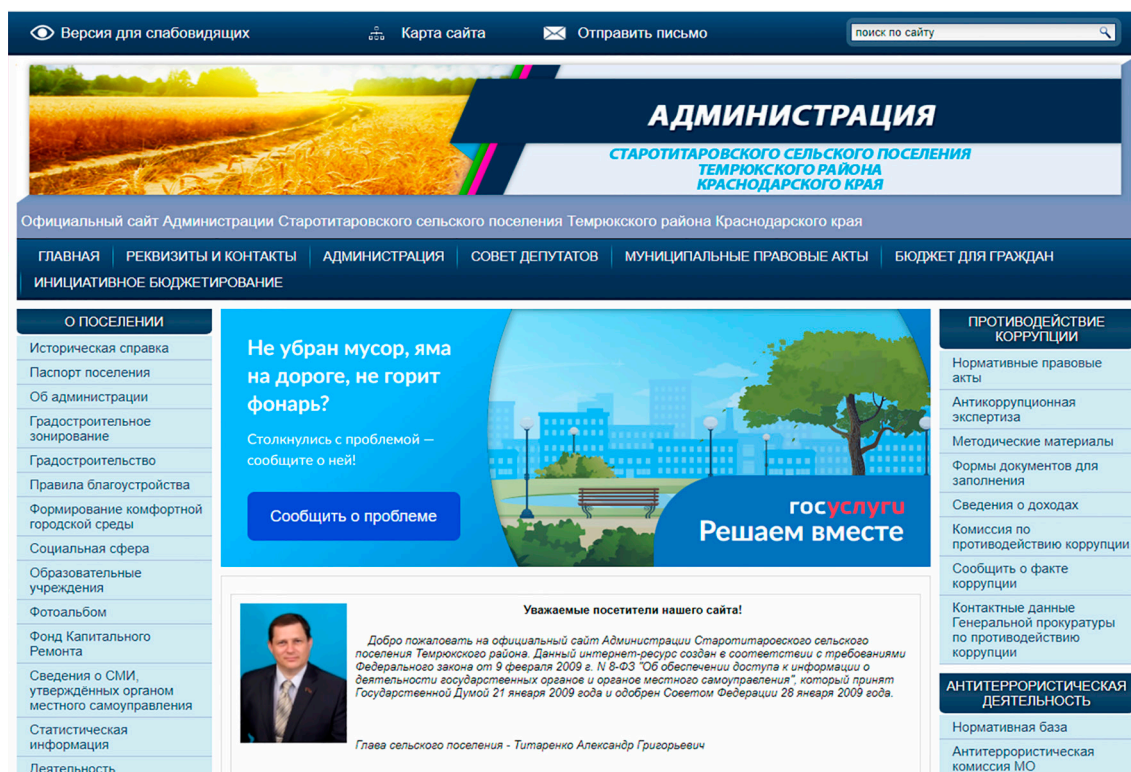


Рис. 6. Главная страница сайта Васюринского сельского поселения

Критерии для анализа сайтов сельских территорий

№	Критерий	Подкритерии
1	Дизайн и визуальная привлекательность	Современность дизайна (К1)
		Качество изображений и видеоматериалов (К2)
		Цветовая схема и шрифты (К3)
2	Удобство навигации и структура	Интуитивность навигации (К4)
		Логичность структуры (К5)
3	Мобильная адаптация	Мобильная версия сайта (К6)
		Отзывчивость дизайна (К7)
4	Содержание и актуальность информации	Актуальность контента (К8)
		Разнообразие контента (К9)
		Информативность (К10)
5	Функциональность и интерактивность	Интерактивные элементы (К11)
		Формы для обратной связи (К12)
		Дополнительные сервисы (К13)
6	Оптимизация и производительность	Скорость загрузки страниц (К14)
		SEO-оптимизация (К15)
7	Ориентированность на пользователя	Пользовательский интерфейс (К16)
		Доступность информации (К17)
		Многоязычность (К18)

2. Удобство навигации и структура

- Высокий уровень: Логичная и интуитивно понятная структура, легкость навигации, хорошо организованные меню и ссылки, все важные разделы легко доступны.

- Средний уровень: Структура и навигация удовлетворительны, но могут быть улучшены. Меню организовано, но не всегда интуитивно понятно.

- Низкий уровень: Сложная и нелогичная структура, трудности в навигации, плохо организованные меню и ссылки, доступ к важной информации затруднен.

3. Мобильная адаптация

- Высокий уровень: Сайт полностью адаптирован для мобильных устройств, дизайн отзывчивый, все элементы корректно отображаются на различных экранах.

- Средний уровень: Сайт частично адаптирован для мобильных устройств, некоторые элементы могут отображаться некорректно или неудобно.

- Низкий уровень: Сайт не адаптирован для мобильных устройств, пользователи сталкиваются с трудностями при попытке просмотра на смартфонах или планшетах.

4. Содержание и актуальность информации

- Высокий уровень: Актуальная, разнообразная и информативная информация, ре-

гулярные обновления новостей и событий, контент охватывает все аспекты жизни сельской территории.

- Средний уровень: Информация удовлетворительна, но может быть не полностью актуальной. Обновления происходят нерегулярно, контент достаточно разнообразен.

- Низкий уровень: Устаревшая, ограниченная или неактуальная информация, редкие обновления, недостаток разнообразного контента.

5. Функциональность и интерактивность

- Высокий уровень: Наличие интерактивных элементов (карты, виртуальные туры), работающие формы обратной связи, дополнительные полезные сервисы.

- Средний уровень: Некоторые интерактивные элементы присутствуют, но могут работать некорректно. Формы обратной связи присутствуют, но дополнительные сервисы ограничены.

- Низкий уровень: Отсутствие интерактивных элементов, неработающие или отсутствующие формы обратной связи, минимум дополнительных сервисов.

6. Оптимизация и производительность

- Высокий уровень: Быстрая загрузка страниц, хорошая SEO-оптимизация, сайт легко находится в поисковых системах.

Таблица 2

Комплексный анализ веб-сайтов сельских территорий по представленным критериям.

Критерии	www.visitusany.com	www.centratagonz.com	urognenskoesp.ru	mokoshelabsp.ru	vayuirinskaya.ru	adm-starotitarovskaya.ru
K1	Высокий	Высокий	Средний	Средний	Низкий	Средний
K2	Высокий	Высокий	Низкий	Средний	Средний	Средний
K3	Высокий	Средний	Средний	Средний	Низкий	Средний
K4	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Средний	Высокий
K5	Средний	Средний	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий
K6	Высокий	Высокий	Средний	Низкий	Низкий	Низкий
K7	Высокий	Высокий	Средний	Низкий	Низкий	Низкий
K8	Высокий	Высокий	Средний	Высокий	Средний	Средний
K9	Высокий	Высокий	Средний	Средний	Средний	Средний
K10	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Средний	Высокий
K11	Высокий	Высокий	Средний	Средний	Средний	Средний
K12	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий
K13	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий
K14	Высокий	Средний	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий
K15	Высокий	Высокий	Средний	Средний	Средний	Средний
K16	Высокий	Высокий	Средний	Средний	Средний	Средний
K17	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий	Высокий
K18	Высокий	Высокий	Низкий	Низкий	Низкий	Низкий

- Средний уровень: Удовлетворительная скорость загрузки, базовая SEO-оптимизация, сайт иногда трудно найти в поисковых системах.

- Низкий уровень: Медленная загрузка страниц, отсутствие или слабая SEO-оптимизация, сайт трудно найти в поисковых системах.

7. Ориентированность на пользователя

- Высокий уровень: Удобный и интуитивно понятный интерфейс, легкий доступ к ключевой информации, поддержка нескольких языков.

- Средний уровень: Удовлетворительный интерфейс, доступ к информации возможен, но не всегда легок, ограниченная многоязычность.

- Низкий уровень: Сложный и неудобный интерфейс, трудности в доступе к информации, отсутствие многоязычности.

Использование данных уровней оценки позволит провести объективный анализ интернет-сайтов сельских территорий, выявить их сильные и слабые стороны и предложить обоснованные рекомендации по улучшению (таблица 2).

Для повышения эффективности интернет-сайтов сельских территорий России необходимо провести ряд улучшений, охватывающих дизайн, структуру, контент и функциональность. Важно учитывать современные тенденции в веб-дизайне и потребности пользователей, чтобы сделать сайты привлекательными, удобными и полезными для широкой аудитории. Ниже приведены комплексные рекомендации:

1. Применение современных веб-дизайн стандартов, таких как минимализм, использование качественных изображений и видео, гармоничная цветовая схема и легко читаемые шрифты.

2. Сайт должен быть полностью адаптирован для мобильных устройств, что особенно важно, так как более 90% пользователей просматривают контент с мобильных телефонов. Использование адаптивного дизайна (responsive design) обеспечит корректное отображение сайта на различных устройствах.

3. Организация логичной и интуитивно понятной структуры сайта. Все важные разделы должны быть легко доступны через хорошо организованное меню.

4. Создание отдельных разделов для туристов, инвесторов, местных жителей и других заинтересованных сторон.

5. Обеспечение регулярного обновления информации о событиях, новостях, проектах и других важных аспектах жизни сельского поселения.

6. Размещение контента, подчеркивающего уникальные природные, культурные и исторические особенности региона.

7. Добавление разделов с информацией для потенциальных инвесторов, включая экономические показатели, проекты развития, доступные ресурсы и контакты для связи.

8. Создание разделов с информацией для туристов, включающих описания достопримечательностей, маршруты, места размещения, рекомендации по посещению и событиям. Хотя официальная информация важна, необходимо увеличить количество контента, ориентированного на туристов и инвесторов.

9. Внедрение интерактивных карт, виртуальных туров и других элементов, которые улучшат пользовательский опыт и вовлеченность.

10. Обеспечение наличия и корректной работы форм для обратной связи, подачи заявок и обращений.

11. Оптимизация сайта для быстрой загрузки страниц. Это включает уменьшение размера изображений, использование кэширования и минимизацию HTTP-запросов.

12. Проведение поисковой оптимизации сайта, включая использование релевантных ключевых слов, мета-тегов и создание качественного контента, чтобы улучшить видимость сайта в поисковых системах.

13. Разработка интерфейса, который будет удобен и интуитивно понятен для пользователей. Это включает создание логичных переходов между страницами, использование подсказок и объяснений.

14. Поддержка нескольких языков для привлечения международной аудитории. Это особенно важно для туристов и инвесторов из других стран.

Заключение

Веб-сайты являются важным инструментом в интернет-маркетинге для продвижения сельских территорий. Они способствуют созданию и поддержанию интереса к региону, улучшению его видимости в поисковых системах и вовлечению аудитории. Систематическое создание качественного контента помогает эффективно привлекать туристов, инвесторов и новых жителей, способствуя развитию и процветанию сельских

территорий. Внедрение предложенных рекомендаций позволит сделать интернет-сайты сельских территорий России более привлекательными и удобными для пользователей. Это, в свою очередь, будет способствовать привлечению туристов, инвесторов и новых жителей, что окажет положительное влияние на социально-экономическое развитие

сельских регионов. Интернет-сайты являются важным инструментом продвижения и развития сельских территорий. Их качественное улучшение позволит максимально эффективно использовать потенциал сельских регионов, повышая их конкурентоспособность и привлекательность в современном цифровом мире.

Библиографический список

1. Агаларова Е.Г. К вопросу развития маркетинга сельских территорий в условиях инновационной экономики // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. 2019. Т. 10, № 4. С. 10-21.
2. Атаманов А. Внедрение маркетинга для продвижения сельских территорий // Столыпинский вестник. 2023. Т. 5, № 7. С. 4109-4117.
3. Бастрыкин К.А. Маркетинг сельских территорий на примере России // Digital. 2021. Т. 2, № 2. URL: <http://digital-journal.ru/wp-content/uploads/2021/04/2-1.pdf> (дата обращения: 15.06.2024).
4. Беляев В.И., Волкова Н.В. Маркетинг в управлении сельскими территориями: актуальность и принципы применения (на материалах Алтайского края) // Экономика. Профессия. Бизнес. 2019. № 1. С. 24-38. DOI 10.14258/201904.
5. Боровских Н.В. Развитие маркетинга сельских территорий // Омский научный вестник. Серия Общество. История. Современность. 2016. № 1. С. 83-88.
6. Вихорева М.В. Анализ соответствия муниципальных программ стратегическим альтернативам маркетинга территорий (на примере сельских территорий) // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 7(58). С. 93-99. DOI: 10.24412/2500-1000-2021-7-93-99.
7. Грымак О.Я., Кравцов И.К. Роль маркетинга в развитии сельских территорий приграничного региона: евроинтеграционный контекст // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. 2016. Т. 18, № 2-4(69). С. 33-40.
8. Ибрагимхалилова Т.В. Маркетинг сельских территорий в контексте развития агропредпринимательства // Торговля и рынок. 2022. № 2(62). С. 100-107.
9. Иванищева Н.А. Сельский туризм в формировании имиджа территории // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2021. Т. 7, № 3. С. 45-54.
10. Карасев М.А., Котлярова Л.Д. Событийный маркетинг сельских территорий как инструмент развития агротуризма // Экономика и предпринимательство. 2024. № 1(162). С. 695-699. DOI: 10.34925/EIP.2024.162.1.131.
11. Кирилова О.В. Развитие комплекса маркетинга сельских территорий // Экономика и предпринимательство. 2023. № 8(157). С. 632-636. DOI: 10.34925/EIP.2023.157.8.113.
12. Куликова Е.С., Молокова Е.Л. Разработка сайта сельской территории как элемент маркетинга территории // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 5(49). С. 415-418.
13. Макурина Ю.А., Алетдинова А.А., Королева Н.С. Концептуальные подходы к интернет-маркетингу устойчивого развития сельских территорий // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2018. № 1(68). С. 248-264.
14. Миненко А.В., Селиверстов М.В. Территориальный маркетинг как инструмент оценки потенциальных возможностей сельского муниципального образования // Экономика XXI века: инновации, инвестиции, образование. 2022. Т. 10, № 2. С. 40-42.
15. Чижикова Т.А., Федотенко С.А. Маркетинг территории как фактор развития сельской местности // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9, № 2(31). С. 371-373. DOI: 10.26140/anie-2020-0902-0089.
16. Чулкова Г.В. Понятие маркетинга сельских территорий // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. № 2. С. 10-13.