



Internetowa aktywność informacyjna instytucji wspierających i aktywizujących działania przedsiębiorcze w Polsce na przykładzie Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości – ocena jakości zasobów sieciowych¹

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest ocena jakości witryn internetowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości zrzeszonych w Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości, zlokalizowanych w Polsce. Do oceny stron WWW instytucji objętych badaniem wykorzystano metodę jakościowo-heurystyczną na podstawie 30 indywidualnie zdefiniowanych kryteriów. Strony internetowe badanych podmiotów uzyskały średnią ocenę równą 18 punktów, wykazując stopień realizacji w ramach wszystkich ocenianych kryteriów przeciętnie na poziomie 60,0%.

→ **SŁOWA KLUCZOWE** – AKADEMICKIE INKUBATORY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, INFORMACJA ONLINE, INFORMACJA ŹRÓDŁOWA, STRONA INTERNETOWA

SUMMARY

Academic Business Incubators: Quality Assessment of their Online Resources as the Example of Sharing Information on the Internet by Institutions Promoting and Supporting Business in Poland²

The aim of the article is to assess website content of fifty-four Academic Business Incubators united in the 'FAIP' (Academic Business Incubators Foundation, "FAIP" in Polish). The assessment employed the quality-heuristic method, which was based on thirty pre-defined

¹ Artykuł finansowany ze środków budżetowych na naukę w latach 2013-2016 jako projekt badawczy w ramach programu Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod nazwą „Diamentowy Grant”.

² The article financed by the budget resources for science for the period 2013-2015 as a research project within the programme of the Ministry of Science and Higher Education 'Diamond Grant'.

individual criteria. Websites researched entities within all evaluation criteria scored an average of equal to 18 points, revealed the degree of realization of criteria at the level an average of 60.0%.

→ **KEYWORDS** – ACADEMIC BUSINESS INCUBATOR, ONLINE INFORMATION, INFORMATION SOURCE, WEBSITE

Internet stanowi największą i najaktualniejszą bazę informacji w dziejach ludzkości. Internet jako technologia pośrednicząca pozwala komunikować się z wieloma podmiotami. Biorąc pod uwagę kierunek i rodzaj transakcji, można wyróżnić relacje między przedsiębiorstwami, jak również pomiędzy przedsiębiorstwem a klientem. W obu tych przypadkach dochodzi do sprzężenia zwrotnego, pozwalającego na obustronną wymianę informacji.

Wraz z rozwojem społeczeństwa informacyjnego Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (AIP) wykorzystują narzędzia internetowe jako kanał informacyjny do komunikowania się z użytkownikami. Witryna internetowa AIP jest przede wszystkim jego wizytówką, a nierzadko pierwszym kontaktem przedsiębiorcy z inkubatorem. Celem niniejszego artykułu jest zatem ocena jakości witryn internetowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości zrzeszonych w Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości, zlokalizowanych w Polsce.

Istota sieci WWW

World Wide Web, nazywana też „WWW” lub „ogólnoświatową pajęczyną”, to „(...) zbiór funkcjonujących w Internecie komputerów, które obsługują określone funkcje hipertekstu”³. WWW to multimedialna sieć komputerowa, która działa na podstawie protokołu HTTP i tworzy wzajemnie powiązany system informacyjny umożliwiający poruszanie się i wyszukiwanie informacji w Internecie⁴. System WWW powstał stosunkowo niedawno,

³ A. Afuah, C.L. Tucci, *Biznes internetowy – strategie i modele*, przekł. P. Kowtka, W. Biliński, Kraków 2003, s. 35.

⁴ Por. C. Żurek-Owczarek, *Technologie informacyjne determinantą współczesnego biznesu*, Łódź 2011, s. 99.

około 1992 roku. Szybko stał się najpopularniejszą usługą Internetu (w 1995 r. wyprzedził usługę FTP)⁵.

System WWW określany jest jako „(...) system hipermedialny, tzn. rozszerzenie koncepcji hipertekstu”⁶. Jego cechą charakterystyczną jest to, że pozwala na łączenie dokumentów za pomocą odsyłaczy hipertekstowych, umożliwiając tworzenie sieci połączonych z sobą informacji⁷.

Technologia WWW to najbardziej znana usługa sieciowa Internetu⁸. Usługa WWW najsilniej dynamizuje rozwój Internetu i stała się lokomotywą rozwoju gospodarki elektronicznej⁹. World Wide Web to uniwersalne medium, dzięki któremu możliwa jest komunikacja między użytkownikami na całym świecie¹⁰.

Strona WWW to pojedynczy plik tekstowy, zawierający odpowiednie polecenia języka HTML¹¹. Strony WWW nazywa się również treścią lub zawartością (*content*), a ich autorów określa się jako kreatorów lub twórców treści¹². Sieć WWW oferuje dostęp do treści za pośrednictwem Internetu, za pomocą tak zwanego hipertekstu. Wskazanie, tj. kliknięcie myszą na określonym odnośniku, słowie lub elemencie graficznym, pozwala użytkownikom zapoznać się z interesującymi ich treściami. W celu otwarcia strony WWW przeglądarka użytkownika łączy się z serwerem, protokołem TCP, „wysyłając polecenie GET protokołu http z nazwą strony oraz z wersją protokołu http, w której

⁵ Por. P. Habela, K. Stencel, *WWW: narzędzia, metody, standardy*, Warszawa 2009, s. 11.

⁶ Tamże.

⁷ Por. N.J. Robbins, *Projektowanie stron internetowych: przewodnik dla początkujących webmasterów po HTMLS, CSS3 i grafice*, przekł. A. Lamża, Gliwice 2014, s. 21.

⁸ Por. A. Afuah, C.L. Tucci, *Biznes internetowy – strategie i modele*, dz. cyt., s. 36.

⁹ Por. L. Borzowski, *Badania i pomiary Internetu dla potrzeb gospodarki elektronicznej. Wybrane problemy i rozwiązania*, w: *Internet w społeczeństwie informacyjnym: podstawowe problemy Internetu*, red. A. Grzywak, Warszawa 2004, s. 97.

¹⁰ Por. S. Ambroszkiewicz, D. Mikułowski, *Web serwisy i semantic Web: idee i technologie*, Warszawa 2006, s. 25.

¹¹ Por. B. Danowski, *Tworzenie stron WWW w praktyce*, Gliwice 2008, s. 14.

¹² Por. J. Nielsen, *Projektowanie funkcjonalnych serwisów internetowych*, przekł. A. Bulandra, Gliwice 2003, s. 114.

ma odbywać się komunikacja”¹³. W swojej odpowiedzi serwer może przesłać informacje dotyczące jej zawartości.

Strona WWW może zawierać formatowany tekst, hipertekst, grafikę, dźwięki oraz inne elementy multimedialne¹⁴. Strony WWW prezentują często wiele elementów graficznych, które są dostarczane użytkownikowi w sposób pośredni, poprzez przekazanie w treści linków do plików: animacji, grafiki oraz z zapisem dźwięku¹⁵. Przeglądarka, która kompletuje stronę, ściąga je, tworząc połączenia TCP z tym samym lub innymi serwerami. Wysłanie odpowiedzi kończy wymianę informacji z przeglądarką. Żadne informacje po stronie serwera nie są zapisywane¹⁶.

Każda strona WWW składa się z trzech podstawowych elementów¹⁷:

- wyglądu,
- treści (zawartości),
- panelu administracyjnego.

Interakcja klienta z witryną, portalem przedsiębiorstwa, organizacji czy instytucji jest najistotniejszą częścią e-biznesu¹⁸. Serwis internetowy najczęściej określany jest jako główna oś komunikacji marketingowej w Internecie, za jego pomocą realizowana jest większość działań komunikacyjnych online¹⁹.

Strona WWW jest odpowiedzialna za stworzenie pierwszego wrażenia i zachęcenie (lub odstraszenie) użytkownika do dalszej nawigacji po niej²⁰.

¹³ M. Skrzewski, *Zagrożenia prywatności w technologii www*, w: *Internet w społeczeństwie informacyjnym: podstawowe problemy Internetu*, dz. cyt., s. 199.

¹⁴ Por. A. Benecewicz-Miazga, *E-Business w Internecie i Multimediach*, Warszawa 2003, s. 24.

¹⁵ Por. P. Frankowski, *Elementy graficzne na stronach WWW: zaprojektuj i wykonaj grafikę dla swojej strony WWW*, Gliwice 2005, s. 40.

¹⁶ Por. M. Skrzewski, *Zagrożenia prywatności w technologii www*, art. cyt., s. 201.

¹⁷ Por. K. Morawski, *Odniesienie sukces w sieci!: praktyczny przewodnik po e-marketingu dla małych i średnich firm*, Gliwice 2013, s. 16.

¹⁸ Por. *Internet w społeczeństwie informacyjnym: komputerowe systemy zarządzania i sterowania*, red. A. Grzywak, P. Buchwald, Dąbrowa Górnicza 2013, s. 95.

¹⁹ Por. *Internet w społeczeństwie informacyjnym: zastosowania Internetu i systemów komputerowych*, red. R. Pregiel, M. Rostański, Dąbrowa Górnicza 2013, s. 55.

²⁰ Por. N.J. Robbins, *Projektowanie stron internetowych: przewodnik dla początkujących webmasterów po HTMLS, CSS3 i grafice*, przekł. A. Lamża, Gliwice 2014, s. 370.

W sieci obowiązują odpowiednie standardy (normy). W przypadku stron internetowych są to tak zwane standardy W3C, które dostępne są pod adresem <<http://validator.w3.org>>²¹.

Cele i hipotezy badawcze

Przedmiotem badania są serwisy oraz podserwisy internetowe prowadzone przez 54 instytucje wspierające i aktywizujące działania przedsiębiorcze w Polsce.

Celem głównym jest analiza jakości i funkcjonalności witryn internetowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości zrzeszonych w Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości (FAIP).

Na podstawie tak sformułowanego celu głównego wyodrębniono następujące cele szczegółowe:

- ocena zakresu, przydatności i dostępności podstawowych informacji na temat działania AIP zamieszczanych na stronach internetowych, szczególnie dla studentów i absolwentów szkół wyższych;
- identyfikacja stopnia zastosowania rozwiązań interaktywnych (fora, materiały wideo, nagrania, spoty reklamowe itp.) na witrynach internetowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości;
- ocena systematyczności aktualizacji wydarzeń, informacji o funkcjonowaniu AIP oraz nowości zamieszczanych w serwisach;
- określenie możliwości kontaktu użytkowników strony z Akademickim Inkubatorem Przedsiębiorczości za pomocą formularza kontaktowego, formularza zapytań lub komunikatora.

Kolejnym etapem w procesie badawczym jest formułowanie hipotez. W badaniu założono główną hipotezę badań:

- Witryny internetowe Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości stanowią dla ich użytkowników istotne źródło informacji przy podejmowaniu decyzji o założeniu firmy w ich strukturach.

W dalszym postępowaniu badawczym sformułowano dodatkowo hipotezy szczegółowe:

²¹ Por. K. Morawski, *Odnieś sukces w sieci!: praktyczny przewodnik po e-marketingu*, dz. cyt., s. 19.

1. Witryny internetowe inkubatorów pełnią funkcję prezentacyjno-informacyjną.
2. Serwisy internetowe Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości oprócz formy prezentacyjno-informacyjnej pełnią funkcję zachęcającą i promującą w zakresie rozwoju potencjału przedsiębiorczego, inicjowania i kreowania zachowań oraz postaw przedsiębiorczych wśród młodych ludzi.
3. Witryny internetowe Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości w niedostatecznym stopniu realizują kryteria w zakresie interakcji, tj. udostępnienia jej użytkownikom potrzebnych dokumentów oraz formularzy w postaci elektronicznej, umożliwienia użytkownikom dyskusji i rozmów online z pracownikami inkubatora.
4. Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości stosują rozwiązania multimedialne (materiały wideo, nagrania, spoty reklamowe itp.) na swoich stronach internetowych.
5. Strony internetowe badanych podmiotów wykazują stopień realizacji w ramach wszystkich ocenianych kryteriów przeciętnie na poziomie 75,0%.

Metody badawcze

Do oceny stron internetowych instytucji objętych badaniem wykorzystano metodę jakościowo-heurystyczną. W metodzie tej stosuje się kryteria oceny treści i formy informacji przedstawionych na stronie WWW²². W ramach badań opracowano zestaw 30 indywidualnie zdefiniowanych kryteriów, które posłużyły jako narzędzie badawcze do zobiektywizowanej oceny stron. Kryteria zostały podzielone na trzy sekcje: graficzną (wygląd i struktura strony), merytoryczną (dotyczącą zawartości treści strony) oraz sekcję użyteczności (związaną z budową strony i jej funkcjonalnością).

Spośród 30 kryteriów wyodrębniono:

- w części graficznej 2 kryteria,
- w części merytorycznej 15 kryteriów,
- w sekcji użyteczności 13 z nich.

²² Por. R. Harris, *Evaluating Internet Research Sources*, <<http://www.virtu-salt.com/evalu8it.htm>> (dostęp: 13.10.2013).

Organizacja i przebieg badań

Właściwa analiza stron w ramach badania przebiegała w okresie od 23 września 2013 roku do 23 października 2013 roku. Procedura badania poszczególnych serwisów była zawsze taka sama. Po odnalezieniu adresów witryn internetowych, stanowiących przedmiot badania, dokonano analizy stopnia realizacji jej kolejnych kryteriów. Serwisy oceniano przy zastosowaniu skali binarnej, wypełniając pola wartościami 1 – w przypadku spełnienia danego kryterium lub 0 – w przypadku niespełnienia warunku zawartego w kryterium.

Prezentacja wyników badań

W tabeli 1 zaprezentowano wykaz 21 witryn internetowych poddanych badaniu.

Tabela 1. Wykaz witryn internetowych poddanych badaniu

Lp.	Adres witryny internetowej
1.	< www.wadimsoft.pl/aip >
2.	< www.aip.olsztyn.pl >
3.	< www.aipbialystok.pl >
4.	< www.aip.bydgoszcz.pl >
5.	< www.inkubatory.torun.pl/cms/index >
6.	< www.aip.org.pl >
7.	< www.aippw.pl >
8.	< www.aipsggw.europromotion.kei.pl >
9.	< www.aipuw.pl >
10.	< www.aipsggh.pl >
11.	< www.aipwat.pl >
12.	< www.aip-lodz.blogspot.com >
13.	< www.kul.pl/akademicki-inkubator-przedsiębiorczosci,14841.html >
14.	< www.aipkielce.pl >
15.	< www.aipwroclaw.pl >
16.	< www.aipprzeszow.pl >

17.	<www.aipkrakow.blogspot.com>
18.	<www.aipczechochowa.pl>
19.	<www.inkubator.gwsp.edu.pl>
20.	<www.swsz.katowice.pl/inkubator>
21.	<www.aipslask.pl>

Źródło: opracowanie własne.

W badaniach założono, że maksymalna suma punktów dla każdego serwisu jest równa liczbie kryteriów ocenianych. W badaniach dla serwisów prowadzonych przez Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości zrzeszone w FAIP maksymalna suma punktów do uzyskania była równa 30. Punktację wszystkich stron internetowych objętych badaniem przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Punktacja witryn internetowych objętych badaniem

Suma uzyskanych punktów	Liczba witryn internetowych
26	1
23	3
22	4
21	2
20	1
19	2
17	1
15	2
14	1
12	1
9	2
8	1
Razem	21

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Witryny internetowe Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości uzyskały średnią ocenę równą 18 punktów, wykazując stopień realizacji w ramach wszystkich ocenianych kryteriów przeciętnie na poziomie 60,0%.

Wśród witryn internetowych analizowanych serwisów najlepszy wynik pod względem stopnia realizacji kryteriów uzyskała strona prowadzona przez:

- Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy Szkole Głównej Handlowej w Warszawie (26 punktów).

Na drugiej pozycji pod względem największej liczby otrzymanych punktów znalazły się trzy serwisy prowadzone przez:

- Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu (23 punkty),
- Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy Uniwersytecie w Białymstoku oraz Wyższej Szkole Finansów i Zarządzania w Białymstoku (23 punkty),
- Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy Uniwersytecie Łódzkim oraz Społecznej Akademii Nauk w Łodzi (23 punkty).

Poniżej przedstawiono krótką charakterystykę witryn internetowych (w odniesieniu do kryteriów przyjętych w badaniu) wyżej wskazanych instytucji wspierających i aktywizujących działania przedsiębiorcze w Polsce.

Strona WWW Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości przy Szkole Głównej Handlowej w Warszawie <www.aipsgh.pl> w ramach trzech sekcji kryteriów wykazuje najwyższy poziom realizacji, tj. 86,6%. Nazwa strony koresponduje z nazwą instytucji wsparcia oraz logo Fundacji AIP. Menu serwisu jest spójne, przejrzyste, kolorystycznie zharmonizowane z całością strony, a elementy bocznej nawigacji znacznie pomagają w poruszaniu się po niej. Witryna internetowa w pełni zaspokaja potrzeby informacyjne odbiorców. Na stronie dostępne są dokumenty programowe i akty prawne, takie jak: regulamin świadczenia usług w inkubatorze oraz wzór umowy o preinkubację. Ponadto umożliwia wyszukiwanie informacji oraz zapewnia użytkownikowi bezpośredni kontakt za pomocą formularza kontaktowego. Strona zawiera informacje o partnerach współpracujących z AIP oraz bieżące ogłoszenia o planowanych konkursach, szkoleniach, warsztatach itp. Posiada odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ) oraz własny profil na Facebooku. Strona zawiera dane teleadresowe punktów informacyjnych, udzielających przyszłym startupom porad i konsultacji, dane teleadresowe do Centrali Fundacji AIP oraz dane kontaktowe do dyrektora AIP SGH. Strona udostępnia użytkownikom szczegółową listę aż 65 startupów wraz z określeniem branży działających w AIP

firm oraz adresami lub przekierowaniami do ich stron WWW, co stanowi największą liczbę dostępnych na stronie firm spośród wszystkich serwisów internetowych, stanowiących przedmiot badania. Dodatkowym walorem jest zamieszczenie na stronie linku przekierowującego użytkownika do formularza aplikacyjnego online, dostępnego na stronie głównej Centrali Fundacji AIP pod adresem: <www.inkubatory.pl>, co umożliwi osobom zainteresowanym rejestrację oraz zgłoszenie własnego pomysłu na przedsięwzięcie biznesowe w strukturach AIP. Takie połączenie pomiędzy powiązаныmi serwisami zapewnia sprawną nawigację jej użytkownikom.

Witryna internetowa Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości przy Szkole Głównej Handlowej w Warszawie może stanowić punkt odniesienia, wzorzec oraz „dobrą praktykę” dla innych stron programowych inkubatorów zrzeszonych w Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości.

Strona WWW Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości przy Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu <<http://www.inkubatory.torun.pl>> w ramach ocenianych kryteriów wykazuje stopień ich spełnienia na poziomie 76,7%. Podobnie jak strona prowadzona przez Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, również witryna internetowa AIP przy Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu zaspokaja potrzeby informacyjne osób zainteresowanych działaniem tego podmiotu. Informuje, kto może skorzystać ze wsparcia Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości, przedstawia ofertę AIP wraz z prezentacją konkretnych form pomocy, wyjaśnia, jak założyć firmę w AIP itp. Na stronie dostępne są również dokumenty programowe i akty prawne, na przykład: regulamin świadczenia usług w inkubatorze oraz wzór umowy uczestnictwa w programie AIP. Strona posiada wewnętrzną wyszukiwarkę umożliwiającą użytkownikom szybkie i łatwe przeglądanie zasobów, których potrzebują. Ponadto strona zapewnia użytkownikowi bezpośredni kontakt za pomocą formularza kontaktowego. Nie posiada jednak odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ) oraz przekierowania do profilu na Facebooku.

Osoby zainteresowane otrzymywaniem informacji o bieżącej działalności tej instytucji mogą zapisać się do newslettera. Ponadto wiadomości dostępne na stronie przekazywane są jej użytkownikom w atrakcyjnych i interesujących formach za pomocą materiałów wideo, nagrań, spotów reklamowych, co nie

tylko wzbogaca zawartość witryny internetowej oraz nadaje jej innowacyjny charakter, ale przede wszystkim rozwija bezpośredni kontakt z użytkownikiem strony.

Zastosowanie takich interaktywnych (multimedialnych) rozwiązań przez Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości zlokalizowany przy Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu może stać się przykładem dla innych witryn internetowych inkubatorów zrzeszonych w Fundacji AIP.

Na drugiej pozycji pod względem największej liczby otrzymanych punktów znalazły się również serwisy prowadzone przez: Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości przy Uniwersytecie w Białymstoku <www.aip.bialystok.pl> oraz przy Uniwersytecie Łódzkim <<http://www.aip-lodz.blogspot.com>>. Obie strony WWW, podobnie jak witryna inkubatora przy Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu, wykazują stopień realizacji wszystkich ocenianych kryteriów na poziomie 76,7%.

Nazwy stron korespondują z nazwą instytucji wsparcia oraz logo Fundacji AIP. Zawierają informacje o partnerach współpracujących z AIP, a także bieżące ogłoszenia o planowanych projektach, konkursach, szkoleniach, warsztatach itp. Obie witryny WWW posiadają zakładkę odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ), wewnętrzną wyszukiwarkę treści oraz hiperłącza odsyłające jej użytkowników do portalu społecznościowego Facebook. Dodatkowym walorem serwisów AIP przy Uniwersytecie w Białymstoku oraz przy Uniwersytecie Łódzkim jest bieżąca aktualizacja informacji zamieszczanych na stronach co najmniej raz w miesiącu. Witryny zawierają dane teleadresowe punktów informacyjnych, udzielających przyszłym startupom porad i konsultacji, oraz dane kontaktowe (telefon lub e-mail) do dyrektorów lub koordynatorów inkubatorów. Strony zawierają informacje na temat oferty AIP wraz z prezentacją konkretnych środków wsparcia, wiadomości o programie „AIP 2.0”, a także podstawowe informacje o celu, misji oraz zakresie działania Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości.

Strona WWW inkubatora przy Uniwersytecie Łódzkim zawiera przydatne linki odsyłające użytkowników strony do oficjalnych serwisów poświęconych funduszom pomocowym, serwisów na temat instytucji biznesu itp. Ponadto umożliwia nawiązanie kontaktu z AIP za pomocą formularza kontaktowego/formularza zapytań. Strona AIP przy Uniwersytecie w Białymstoku nie spełnia jednak tych kryteriów, zawiera natomiast informacje o pakiecie

Benefits for Business (B4B) oraz regulamin świadczenia usług w inkubatorze, czego nie posiada witryna AIP przy Uniwersytecie Łódzkim.

Podsumowanie

Na podstawie analizy i oceny jakości zasobów sieciowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości można wnioskować, że zdecydowana większość serwisów internetowych, stanowiących przedmiot badania, spełnia poszczególne kryteria graficzne. Struktura 90,5% witryn jest przejrzysta, menu spójne, występuje również równowaga pomiędzy formą, kompozycją stron a informacjami na nich zamieszczanymi.

Badanie stron internetowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości potwierdziło założone hipotezy badawcze, że witryny WWW spełniają przede wszystkim funkcję prezentacyjno-informacyjną oraz stanowią dla jej użytkowników istotne źródło informacji przy podejmowaniu decyzji o założeniu firmy w ich strukturach.

Dalsza analiza wyników badań potwierdziła również hipotezę, że witryny internetowe inkubatorów w niedostatecznym stopniu realizują kryteria w zakresie interakcji, tj. udostępnienia użytkownikom potrzebnych dokumentów oraz formularzy w postaci elektronicznej, umożliwienia użytkownikom szybkiego kontaktu elektronicznego, dyskusji i rozmów online z pracownikami inkubatora.

Badania wykazały, że słabym elementem serwisów jest brak zastosowań rozwiązań multimedialnych (materiały wideo, nagrania, spoty reklamowe itp.), co nie potwierdziło sformułowanej hipotezy badawczej w tym zakresie. Dalsza analiza wyników badań nie potwierdziła również hipotezy, że strony internetowe badanych podmiotów wykazują stopień realizacji w ramach wszystkich ocenianych kryteriów przeciętnie na poziomie 75,0%. Na podstawie oceny jakości zasobów sieciowych Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości można wnioskować, że strony WWW wykazują stopień realizacji w ramach wszystkich kryteriów przeciętnie na poziomie 60,0%.

Witryna internetowa Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości przy Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, która uzyskała najlepszy wynik pod względem stopnia realizacji ocenianych kryteriów, może stanowić bazę do porównań dla innych

stron inkubatorów zrzeszonych w Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości. Dzięki takim przykładom inne instytucje wspierające i aktywizujące działania przedsiębiorcze w Polsce mogą poznać najlepsze rozwiązania i tak samo postępować u siebie, w celu skuteczniejszego wykorzystania stron WWW na przykład w marketingu, by zachęcić studentów i absolwentów do skorzystania z ich wsparcia. Działania tego typu są przykładem benchmarkingu, polegającym na uczeniu się i twórczym adaptowaniu najlepszych rozwiązań.

BIBLIOGRAFIA

- Afuah A., Tucci C.L., *Biznes internetowy – strategie i modele*, przekł. P. Kotwica, W. Biliński, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
- Ambroszkiewicz S., Mikułowski D., *Web serwisy i semantic Web: idee i technologie*, Akademicka Oficyna Wydawnicza EXIT, Warszawa 2006.
- Benecewicz-Miazga A., *E-Business w Internecie i Multimediami*, Wydawnictwo Mikom, Warszawa 2003.
- Borzemski L., *Badania i pomiary Internetu dla potrzeb gospodarki elektronicznej. Wybrane problemy i rozwiązania*, w: *Internet w społeczeństwie informacyjnym: podstawowe problemy Internetu*, red. A. Grzywak, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- Danowski B., *Tworzenie stron WWW w praktyce*, Helion, Gliwice 2008.
- Frankowski P., *Elementy graficzne na stronach WWW: zaprojektuj i wykonaj grafikę dla swojej strony WWW*, Helion, Gliwice 2005.
- Habela P., Stencel K., *WWW: narzędzia, metody, standardy*, Wydawnictwo Polsko-Japońskiej Wyższej Szkoły Technik Komputerowych, Warszawa 2009.
- Harris R., *Evaluating Internet Research Sources*, <<http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm>> (dostęp: 13.10.2013).
- Internet w społeczeństwie informacyjnym: komputerowe systemy zarządzania i sterowania*, red. A. Grzywak, P. Buchwald, Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2013.
- Internet w społeczeństwie informacyjnym: zastosowania Internetu i systemów komputerowych*, red. R. Pregiel, M. Rostański, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa Górnicza 2013.
- Morawski K., *Odnieś sukces w sieci!: praktyczny przewodnik po e-marketingu dla małych i średnich firm*, Helion, Gliwice 2013.
- Nielsen J., *Projektowanie funkcjonalnych serwisów internetowych*, przekł. A. Bulandra, Helion, Gliwice 2003.
- Robbins N.J., *Projektowanie stron internetowych: przewodnik dla początkujących webmasterów po HTMLS, CSS3 i grafice*, przekł. A. Lamża, Helion, Gliwice 2014.
- Żurek-Owczarek C., *Technologie informacyjne determinantą współczesnego biznesu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011.