

DOI: <https://doi.org/10.53486/9789975359023.39>

CZU: 004.77+621.395.721.5

THE IMPORTANCE OF USABILITY IN DEVELOPING WEBSITES AND MOBILE APPS

ВАЖНОСТЬ ЮЗАБИЛИТИ В РАЗРАБОТКЕ ВЕБ-САЙТОВ И МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

STATNIK Aurel, student, specialitatea: TI,

Academia de Studii Economice din Moldova,

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Datele de contact ale autorului: tel. (+373) 69527043

e-mail autor: aurel.statnyk@gmail.com

Abstract. *In terms of incorporating a website in a business direction, website usability is very important. Good website usability creates a good impression for visitors that may be potential clients. It is an important strategy to make the website easy to navigate; enabling visitors to quickly find what they are searching for. Without this feature, visitors will simply move onto another relevant website offering what they want. Therefore a potential client is lost. Website usability focused on visitors could mean potential clients for the business and in turn the success of online business.*

Key words: *Website usability, efficiency, usability rules, application quality, UX.*

JEL CLASSIFICATION: C61, M11, M15, M31

ВВЕДЕНИЕ.

Юзабилити — это мера того, насколько хорошо конкретный пользователь в конкретном контексте может использовать продукт/дизайн для эффективного, действенного и удовлетворительного достижения поставленной цели. Дизайнеры обычно измеряют удобство использования дизайна на протяжении всего процесса разработки — от макетов до конечного результата — чтобы обеспечить максимальное удобство использования. Юзабилити можно описать как способность системы обеспечивать своим пользователям условия для безопасного, эффективного и результативного выполнения задач, получая при этом удовольствие [2].

Целью данного исследования - познакомиться с тем что такое юзабилити приложений и понять его важность. Как с помощью некоторых простых приемов можно улучшить понимание приложений для рядовых пользователей.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ.

Чтобы ответить более подробно на этот вопрос, нужно хорошо изучить данную проблему. Узнать какие виды структур приложений существуют на данный момент, как они воспринимаются пользователями, и какие мы можем применять решения для улучшения визуального восприятия веб-сайтов или мобильных приложений.

Анализ литературных источников. Мы можем вполне успешно работать, не зная ни одного приема по улучшению визуала приложения, но это чревато в будущем тем, что многие конкуренты, которые предоставляют такие же услуги, будут намного удобнее и понятнее для большего количества аудитории. Более того, с каждым годом появляются все больше и больше веб-сайтов и мобильных приложений и чем они удобнее в использование тем спрос на них выше. Важным аспектом является то, что нужно очень глубоко понимать как ведет себя

человек когда пользуется приложением, куда двигаются его глаза и на что он чаще всего заостряет свое внимание. «Юзабилити-инжиниринг» — это процесс выявления потребностей пользователей, чтобы убедиться, что продукт может эффективно и действенно достигать конкретных целей, что приводит к общему удовлетворению и успеху. Чтобы смягчить проблемы пользователей и убедиться, что продукт работает для целевой аудитории, нужно погрузиться в мир инженерии удобства использования. Пользователи ищут легкости, когда речь идет об использовании технологий. То есть разработка удобного интерфейса — это первый шаг к хорошему принятию. Чтобы сделать этот опыт действительно замечательным для пользователей, все должно работать безупречно. Вот несколько советов, чтобы гарантировать, что это произойдет.

В источнике [3] говорится о том, что было проведено три исследования, чтобы выяснить, насколько быстро люди формируют мнение о визуальной привлекательности веб-страницы. В первом исследовании участники дважды оценивали визуальную привлекательность домашних страниц в течение 500 мс каждая. Второе исследование повторило первое, но участники также оценили каждую веб-страницу по семи конкретным параметрам дизайна. Было обнаружено, что визуальная привлекательность тесно связана с большинством из них. В исследовании 3 снова были воспроизведены условия 500 мс, а также добавлены условия 50 мс с использованием тех же стимулов, чтобы определить, можно ли интерпретировать первое впечатление как «простой эффект воздействия» (Zajonc, 1980). Повсюду рейтинги визуальной привлекательности сильно коррелировали от одной фазы к другой, как и корреляции между условиями 50 мс и 500 мс. Таким образом, визуальную привлекательность можно оценить в течение 50 мс, что позволяет предположить, что у веб-дизайнеров есть около 50 мс, чтобы произвести хорошее первое впечатление.

В книге «Не заставляйте меня думать» [1], Стив Круг говорит о том, что правильная веб-страница должна быть очевидна, пользователи должны понять как она работает, не прикладывая усилий. Надписи должны быть очевидны людям, незнакомым с продуктом. Элементы управления, с которыми можно взаимодействовать должны выглядеть соответствующе. Пользователи не читают сайт, они его “сканируют”, потому что они ищут что-то конкретное, они не хотят читать все и они обычно торопятся.

Правила юзабилити трактуются по-разному, в некоторых источниках приводятся до 50 подробных условий правильного юзабилити, в других около 10 – основных и общих правил. Укажем основные:

1. Правило 7-ми. Научно доказано, что количество сущностей, которое кратковременно может запомнить человек, от 5 до 9. Исходя из этой теории выявлено оптимальное количество пунктов для навигации – 7.

2. Правило 2-х секунд. Одним из главных показателей для пользователя является время отклика. Чем меньше время отклика, тем больше вероятность, что пользователь останется на интернет ресурсе. Экспериментально выявлен оптимальный временной интервал отклика программы, к которому стоит стремиться – 2 секунды.

3. Правило 3-х кликов. Для любого пользователя важно попасть с главной страницы на любую другую и обратно. Комплексным мероприятием по выявлению приемлемого количества кликов было определено: пользователь должен попасть на любую страницу сайта не больше чем в 3 клика. Такой подход будет актуален для индексации поисковыми системами.

4. Правило Фиттса. Опубликованная Паулем Фиттсом в 1954 году модель движений человека, определяет время, необходимое для быстрого перемещения в целевую зону как функцию от расстояния до цели и размера цели. Если кнопка (объект интерфейса) выглядит крупно и заметно, не нужно делать ее еще больше и ярче.

5. Перевернутая пирамида. Это правило относится к контенту сайта, а именно к статьям. Начало статьи это итоговые выводы. После выводов идут ключевые моменты и в завершение

остальная маловажная информация. Пользователи веб сайтов желают получить нужную информацию максимально быстро, чего позволяет добиться правило перевернутой пирамиды [4].

Описание использованного метода исследования. На данный момент я работаю над проектом, который включает в себя очень сложную логику создания списков задач. Для того чтобы приложение казалось максимально удобным и простым в использовании, наш дизайнер воспользовался некоторыми приемами. Оценивать эффективность данных приемов будем ниже. Методология, использованная в исследовании, является «прикладным научным исследованием», которое представляет собой оригинальную исследовательскую деятельность для накопления новых знаний, но ориентированную, прежде всего, к конкретной практической цели.

Результаты. Я провел исследование исходя из читаемой литературы и приложил данные знания для оценки юзабилити проекта над которым мы работаем. По показателю ориентации приложения – пользователю сразу понятно то, что приложение создано для того, чтоб он создавал задачи, подзадачи, списки задач и работал с ними. Эффективность приложения так же на высоком уровне, потому что, когда человек только ее запускает сразу же имеет возможность воспользоваться основным функционалом приложения. По показателю запоминаемости нет никаких видимых проблем, так как основная кнопка приложения выражена красным цветом и находится практически всегда в фокусе для пользователя. Ошибки, совершенные пользователем минимальны и не так страшны в мобильных приложениях, как на веб-сайтах.

В нашем приложении нет навязчивых анимаций, соблюдается правило 7-ми, правило 2-х секунд, о котором говорится выше, а также правило 3-х кликов.

ВЫВОДЫ.

Подводя вывод вышперечисленному можно сказать следующее: Для успешного создания и ведения веб-сайта требуется периодический анализ интернет ресурса на правила юзабилити. Если соблюдать данные правила, то всегда будут получаться эффективные инструменты, если же пренебречь данными правилами, то Зайдя на сайт с большим количеством не систематизированной информации, множеством блоков и деталей, пользователь просто закроет его и больше не вернется.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability (3rd Edition). Steve Krug. Published December 2013.
2. <https://knowtechie.com/the-importance-of-usability-in-mobile-apps/>
3. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/04/24/the-four-web-design-trends-businesses-should-actually-care-about/?sh=3c1980550734>
4. <https://habrahabr.ru/company/webprofessionals/blog/132564/>

Coordonatorul științific: CAPAȚINA Valentina, dr., conf. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
Datele de contact ale coordonatorului: tel. (+373) 60145666
e-mail: vcapatina@yahoo.com