

## Методы оценки юзабилити сайта

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

*Авдошенкова Мария Николаевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: mariaavdoshenkova@gmail.com*

В современном мире в условиях ускоренного темпа цифровой трансформации важность виртуальных площадок все время возрастает. Большая часть из них возникла и существует благодаря Интернету. Это относительно недавно появившееся изобретение в настоящий момент играет огромную роль в нашей повседневной жизни. Обратимся к статистике: 64.4% населения Земного шара пользуется Интернетом каждый день. В переводе на количество человек это около 5.16 млрд [1]. Этот мощный инструмент предоставляет практически безграничные возможности для осуществления профессиональной деятельности, обучения, воплощения всевозможных творческих идей, развлечения, отдыха и многого другого. Виртуальное пространство стало выступать ключевой сферой для взаимодействия между различными организациями и их целевыми аудиториями.

Веб-сайты являются основной площадкой, через которую и происходит основное взаимодействие между различными субъектами в Интернете. Каждую минуту создается около 200 новых веб-сайтов. По состоянию на конец 2023 года всего в мире насчитывается около 1.13 млрд веб-сайтов [2].

В настоящее время веб-сайт — это незаменимый базовый инструмент, площадка для коммуникации между компанией и клиентами. Он важен как для коммерческих, так и для некоммерческих организаций.

Для коммерческих организаций веб-сайт становится виртуальным филиалом компании, ее визиткой в диджитал мире. Хороший сайт является незаменимым инструментом как для привлечения новых клиентов и установления с ними долгосрочных отношений, так и для удержания старых и повышения их лояльности к бренду.

Для некоммерческих организаций, главной целью которых является не получение прибыли, а формирование гражданского общества, хороший веб-сайт также является залогом успешной деятельности. Приятный дизайн, грамотная навигация, понятный и структурированный контент помогут привлечь как можно больше людей на веб-ресурс, вызвать у них доверие и убедить в важности поддержки предлагаемых проектов.

Понятие юзабилити становится ключевым при рассмотрении вопросов эффективности веб-сайта. Юзабилити — это метрика, которая отражает уровень простоты, удобства, эффективности и легкости освоения и использования веб-сайта, мобильного приложения или иного диджитал-продукта. Хорошее юзабилити гарантирует, что посетители могут легко находить необходимую информацию, выполнять действия с минимальными усилиями и испытывать удовлетворение от взаимодействия с ресурсом.

Исходя из всего вышеперечисленного становится очевидным, что юзабилити играет ключевую роль в эффективности веб-сайта. Но вместе с тем возникает вопрос: каким образом можно произвести оценку и измерение юзабилити, чтобы понять, с какими проблемами сталкиваются пользователи при выполнении того или иного сценария и определить возможности для улучшения интерфейса и, соответственно, пользовательского опыта в целом?

Существует множество различных методов оценки юзабилити, каждый из которых обладает своими особенностями, преимуществами и недостатками. Одни подходы фокусируются на качественных характеристиках взаимодействия с продуктом, тогда как другие направлены на оценку эффективности в числовом выражении. Так можно выделить следующие основные методы:

- Юзабилити-тестирование. Это разновидность UX-исследования, направленное на оценку простоты, удобства, эффективности и легкости освоения и использования веб-сайта, мобильного приложения, любого другого диджитал-продукта или даже услуги. Основными элементами тестирования являются: фасилитатор, который наблюдает за процессом исследования и дает обратную связь, задачи, представляющие реалистичные сценарии использования продукта, и участники, в идеале реальные пользователи оцениваемого продукта.
- Эвристическая оценка. Это подход к оценке удобства использования системы, который предполагает то, что специалисты в области юзабилити анализируют интерфейс в соответствии с установленным набором принципов (эвристик). Эти эвристики представляют собой простые правила, которые помогают экспертам выявить потенциальные проблемы и недостатки в интерфейсе. Наиболее популярной и известной во всем мире методологией эвристической оценки являются 10 эвристик юзабилити Якоба Нильсена.
- Традиционные качественные методы исследования: наблюдение, интервью, контекстуальное интервью, фокус-группы, опросы и анкетирования, ведение дневника. Используя данные инструменты, исследователи собирают ценную информацию о субъективных пользовательских предпочтениях, о том, что им нравится или не нравится, какие у них потребности.
- Шкала удобства использования системы (SUS или System Usability Scale) — это количественный метод оценки юзабилити, позволяющий быстро и за относительно небольшие деньги измерить удовлетворенность пользователей от взаимодействия с тем или иным интерфейсом. Данный метод представляет собой Шкалу Лайкерта — это небольшая анкета, состоящая из 10 тщательно отобранных утверждений, с каждым из которых респондент выражает степень своего согласия или несогласия по 5-балльной шкале, где 1 балл — полностью не согласен, 5 баллов — полностью согласен.
- Экспертная количественная оценка (PURE или Practical Usability Rating by Experts) — метод оценки юзабилити, который направлен на измерение трудности выполнения определенного сценария потенциальным пользователем. Группа экспертов юзабилити оценивает каждый сценарий в отдельности на основе определенного набора критериев. Затем оценки всех экспертов объединяются, что и становится окончательной оценкой продукта.

Методов оценки удобства использования (юзабилити) существует достаточное количество и они являются незаменимыми инструментами для постоянного тестирования и улучшения интерфейсов.

Проводить аналитику юзабилити следует на каждом этапе разработки продукта. После запуска сайта частота проведения аналитики будет зависеть от сложности интерфейса, бизнес-целей компании и её финансовых возможностей. В целом рекомендуется проводить аналитику раз в полгода и/или после внесения существенных изменений в функционал сайта.

Важно отметить, что для получения более полного и точного представления о проблемах и возможностях улучшения интерфейса, стоит использовать комплексный подход и, отталкиваясь от конкретных целей и задач проектирования, комбинировать различные методы.

### Источники и литература

- 1) Digital 2023 // URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/> (дата обращения: 10.02.2024)
- 2) How Many Websites Are There in the World? // URL: <https://siteefy.com/how-many-websites-are-there/> (дата обращения: 10.02.2024)