

## Лабораторне завдання 13

### Аналіз зручності використання веб-сайтів (аудит юзабіліті)

Зважаючи на те, що у середньому користувачі знаходяться на одному сайті 1 хв 49 секунд перед тим, як перейти до іншого, а вірогідність повторного відвідування переглянутого веб-сайту дорівнює лише 12%, перед розробниками стоїть завдання використовувати всі можливі фактори затримки відвідувача на своєму сайті на більш довготривалий час.

## Завдання

### 1 Достатній рівень знань

Провести базовий аналіз одного із сайтів на предмет зручності використання за наведеними параметрами. Зробити висновки і рекомендації про ступінь юзабіліті (простоти і зручності використання) сайту з урахуванням наступних чинників. Вважати рівень простоти і зручності вище за середній, якщо тестування виявить відповідність необхідним параметрам мінімум **на 70%**. Якщо відсоток відповідності становить **50%**, необхідно покращити сайт мінімум на третину.

#### Параметри тестування сайтів:

Головна сторінка

1. Швидкість завантаження  
*(Зважаючи на той факт, що користувач затримується на головній сторінці в середньому 20-30 секунд, необхідно скоротити швидкість завантаження головної сторінки, не обтяжуючи її контент різноманітними графічними елементами і текстовою інформацією).*
2. Чи вдається користувачу встановити кому належить сайт, та яка його мета?
3. Текст. Чи зручно його читати/сканувати  
*(Згідно досліджень на головній сторінці ввідна інформація повинна містити не більше 80-100 слів).*
4. Навігація (меню горизонтальні, вертикальні, карта сайту і т.і.)  
*(Необхідно створити зручну навігацію по сайту, сайт повинен мати чітку зрозумілу структуру. Елементи навігації повинні бути незмінними, знаходитися в одному й тому ж місці, зручними і простими).*
5. Кількість графічних об'єктів та їх розміри  
*(Розмір сторінок повинен обмежуватися 100 Кбайт, кількість графічних об'єктів повинна бути невеликою, рекомендовано використовувати графічні мініатюри).*
6. Відповідність ключових слів до вмісту сайту  
*(Дивитись ключові слова у вихідному html-кодi сторінок).*
7. Наявність архіву та зручність його використання.
8. Наявність пошуку всередині сайту.
9. Кількість екранів  
*(Відсоток користувачів, що взагалі прокручують сторінки становить 15-20%, з них прокручується лише 1,3 повних екрана. Тобто негативно слід відмітити сторінки з розміром більше 2,3 екрани).*

Внутрішні сторінки сайту

*(При розробленні сторінок слід враховувати факт, що на внутрішніх сторінках сайту користувачі проводять на 70-80% більше часу, ніж на головній).*

10. На яку аудиторію орієнтований сайт? Чи залежить розмір шрифту і кількість інформації від аудиторії?  
*(Шрифт не повинен бути менший за 10 розмір. Для різних груп населення рекомендують різні розміри шрифтів, наприклад: загальна аудиторія (10-12 pt); люди похилого віку зі слабим зором (12-14); діти і малодосвідчені читачі (12-14 pt); підлітки).*
11. Розподільна здатність екрана  
*(Необхідно орієнтуватися на середню розподільну здатність 1024\*768 пікс).*
12. Які шрифти використовуються, їх кількість та кольори  
*(Досить поширеними є такі шрифти: Arial, Georgia, Times New Roman, Trbuchet MS, Verdana. Не потрібно виділяти різні елементи різними кольорами, не слід використовувати більше 4 кольорів та більше 3 різних шрифтів, не рекомендується використовувати шрифт у верхньому регістрі, не можна використовувати текст у вигляді графічних зображень, не слід використовувати змінний текст та мерехтливі рядки).*
13. Чи легко сприймати інформацію, подану на сайті?  
*(Кольори фону та шрифту не повинні бути яскравими, „жорсткими”, „агресивними” і складними для сприйняття).*
14. Посилання  
*(Користувач повинен чітко знати, де він уже був у структурі сайту, де знаходиться, за якими посиланнями він може піти. Рекомендують виділяти відвідані посилання іншим кольором. Якщо такі посилання йому допомогли, він швидше знайде їх і знову відвідає потрібний сайт).*
15. Неможливість відміни своїх дій  
*(Користувачам зручно використовувати кнопку «Назад», вона завжди доступна, досить велика для натискання порівняно із текстовим посиланням).*
16. Відкриття нового вікна браузера  
*(Слід уникати відкриття посилання у новому вікні браузера, оскільки екран завантажуються додатковими вікнами, повернення до попередньої сторінки стає неможливим, можна закрити вікно, з яким працював користувач. Винятки становлять документи pdf і т. ін.).*
17. Вікна, що спливають  
*(Більшість користувачів миттєво закривають вікна, що спливають, не дочекавшись їх повного завантаження. При цьому виникає негативне враження про сайт. Винятки становлять необхідні вікна з додатковою інформацією, а також значення слів у словниках).*
18. Елементи дизайну схожі на рекламу  
*(Існує поняття «банерна сліпота» - негативна реакція користувачів на рекламо-подібні елементи, тобто їх слід уникати).*
19. Чи порушуються основні правила традиційного дизайну  
*(Користувач не повинен витратити свій час на ознайомлення та звикання з використанням нетрадиційним дизайном).*
20. Сторінки, які не містять корисної інформації.
21. Насиченість текстом на сторінках.
22. Використання кадрів та flash-технологій  
*(Використання фреймів та флеш-анімації не рекомендуються).*
23. Фіксована ширина сторінок  
*(Не слід використовувати фіксовану ширину сторінок, оскільки може виникнути ситуація використання смуг прокручування та утворення тонкого текстового стовпчика на моніторі з великою роздільною здатністю).*
24. Нестандартні елементи дизайну

*(Користувач може очікувати іншого від нестандартних елементів дизайну, він може неправильно зрозуміти їх мету, бути «збитим з пантелику»).*

25. Наявність мультимедійних елементів  
*(Не слід зловживати елементами мультимедіа. Незважаючи на розвиток мультимедійних можливостей Web, не слід перевищувати тривалість відеоролика більше 1 хв).*
26. Чи є реєстрація на сайті?
27. Чи використовуються модулі, які необхідно додатково підключати?  
*(Необхідність підключення додаткових модулів дратує користувачів і відвертає увагу від сайту).*
28. Наявність контактної інформації.
29. Наявність нестандартної придуманої термінології.
30. Тупикові сторінки.
31. Чи відповідає сайт інформаційно-харчовій теорії?  
*(Основні ідеї інформаційно-харчової теорії заключаються в тому, що розробник сайту повинен стимулювати короткі візити, повернення користувачів на сайт за допомогою розсилань, реєстраційних форм, встановлення сторінки за початкову і т. ін., використання пошуку для швидкого знаходження інформації).*
32. Чи заважає користувачу наявність реклами та її зміст розуміти матеріал web-сторінки?
33. Яке місце за рейтингом у результатах пошуку посідає сайт?

## **2 Високий рівень знань**

Знайти в мережі Інтернет приклади реальних чек-ліст юзабіліті і провести аудит юзабіліті будь-якого сайту.

**(Наприклад,**

<https://web-optimizator.com/checklist-usability/>

<https://texterra.ru/blog/chek-list-po-yuzabiliti-200-punktov-na-proverku.html>)

У результаті аналізу необхідно підрахувати відсоткову кількість позитивних характеристик, що характеризують ступінь юзабіліті сайту. За отриманим відсотком ступені юзабіліті сайту зробити висновки про необхідність його вдосконалення.