



ДОСЛІДЖЕННЯ UX RESEARCH ПІД ЧАС РОЗРОБКИ UI ПРОДУКТУ

Дейнеко Ж.В., к.т.н., доцент, кафедра МСТ, ХНУРЕ
Котенко Д.А., магістр, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Основною метою при розробці будь-якого цифрового продукту є створення користувацького інтерфейсу UI, який дозволить користувачеві домогтися бажаного результату під час взаємодії з продуктом, витрачаючи мінімальні зусилля і з задоволенням (так, званий, ефект «user friendly»). Однак для побудови такого інтерфейсу необхідно розуміти, що являє собою UX і використовувати його при розробці UI. UX дизайн – включає весь досвід, який отримує користувач – усі взаємодії з продуктом або сервісом, а також пошук шляхів зробити цей досвід ще краще.

UX дизайн (дизайн користувацького досвіду) – це процес розробки продуктів, які є корисними, простими у використанні та приємними для взаємодії. У роботі йдеться про покращення всього користувацького досвіду, який отримують користувачі під час взаємодії з програмним продуктом. Таким чином, якщо уявити, що гірська вершина представляє цю мету, використання різних методів дослідження UX – це шлях, який UX-дизайнери використовують, щоб дістатися до вершини гори [1].

Мета даної роботи полягає в тому, щоб дослідити і довести необхідність проведення UX Research перед початком роботи над дизайном продуктів.

UX Research – це один з найбільш неправильно розцінених, але критичних кроків у розробці UX дизайну. Кожен продукт, послуга чи інтерфейс повинні виживати та процвітати у реальному світі при зустрічі з користувачами та їх запитамі. Незліченна кількість людей буде використовувати дизайн продуктів в непередбачуваному середовищі, над яким дизайнери не мають контролю. Тому UX Research – це ключ до обґрунтування ідей у реальності та збільшення шансів на успіх продукту.

На сьогоднішній день існує вичерпний перелік методів UX Research, що використовуються дослідниками-користувачами, але в їх центрі – користувачі, їх потреби та мотивація. Як правило, UX Research проводять за допомогою методів спостереження, аналізу завдань та інших методологій зворотного зв'язку [1, 2].

Існує два основних типи досліджень користувачів: кількісні (статистичні дані: можна обчислювати та обчислювати; основна увага приділяється цифрам та математичним розрахункам) та якісні (розуміння: стосуються описів, які можна спостерігати, але не можна обчислювати). У даній роботі більш детально приділяється увага першому виду досліджень.

Кількісне дослідження є насамперед пошуковим дослідженням і використовується для кількісної оцінки проблеми шляхом генерації числових даних або даних, які можуть бути перетворені у придатну для використання статистику [3]. Деякі загальні методи збору даних включають різні форми



опитувань: онлайн, паперові та мобільні опитування, довготривалі дослідження, опитування в Інтернеті та систематичні спостереження. Ця форма дослідження користувачів може також включати аналітику, таку як Google Analytics.

Google Analytics є частиною набору взаємопов'язаних інструментів, які допомагають інтерпретувати дані про відвідувачів сайту, включаючи Data Studio, потужний інструмент візуалізації даних та Google Optimize, для запуску та аналізу динамічного А/В тестування [4]. Кількісні дані з платформ аналітики в ідеалі повинні бути збалансовані з якісними уявленнями, зібраними з інших методів тестування UX, таких як фокус-групи або тестування юзабіліті. Аналітичні дані покажуть закономірності, які можуть бути корисними для прийняття рішення про те, які припущення перевіряти наступними.

Підсумовуючи вищесказане можна дійти висновку, що UX Research відіграють важливу роль при створенні нового цифрового продукту.

В ході роботи, спираючись на досвід розроблених програмних продуктів, необхідно виділити три основні аргументи, які підкреслюють необхідність проведення UX Research:

а) сприяють створенню продукту, який влучає у цільову аудиторію, базується на потребах користувачів та їх очікуваннях;

б) допомагають створити продукт, який є простим і приємним у використанні;

в) дозволяють перевірити рентабельність інвестицій (ROI) дизайну та мати можливість продемонструвати:

- 1) покращення продуктивності та довіри з боку користувача;
- 2) збільшення впливу та продажів – зростання клієнтської бази;
- 3) зменшене навантаження на ресурси.

Окрім вищезазначених причин, дослідження користувачів дає змогу зрозуміти при розробці програмних продуктів, які функції слід визначити пріоритетними. Користувацький інтерфейс поряд з формою подачі інформації стає ключовим фактором при виборі користувачем продукту для покупки. При однаковій функціональності, в конкурентній боротьбі виграють ті виробники, які забезпечують більш зручну і комфортну взаємодію користувача з продуктом.

Список літератури

1. Дональд А. Норман. Дизайн звичайних речей. Київ: КСД, 2019. 320 с.
2. Dadkhah M., Lyashenko V.V., Deineko Z.V., Shamshirband S., Jazi M.D. Methodology of wavelet analysis in research of dynamics of phishing attacks // International Journal of Advanced Intelligence Paradigms. 2019. Vol. 12(3-4). P. 220-238.
3. Купер А.Ш. Об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия: учеб. пос. М.: Символ-Плюс, 2009. 688 с.
4. Jeff Dance. 7 UI/UX principles to help create a fresh experience. URL: [https:// www.freshconsulting.com/7-uiux-principles-fresh-web-experiences/](https://www.freshconsulting.com/7-uiux-principles-fresh-web-experiences/)