

Чайковська М.П.

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри менеджменту та математичного моделювання ринкових процесів

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЮЗАБІЛІТИ WEB-ПРОЕКТУ МОБІЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Одним з глобальних актуальних трендів цифрового маркетингу є стійке зростання мобільного трафіку, що пов'язане як зі збільшенням числа мобільних користувачів, мобільних Internet-підключень, мобільних з'єднань, так і з зростанням швидкості передачі даних у мобільних мережах. В 2017 році в світі зареєстровано більш ніж 10 млрд. мобільних пристроїв, в тому числі 1,7 млрд. з'єднань типу «машина-машина» (M2M). Кількість користувачів мобільних пристроїв зросла з 4,3 млрд. в 2012 році до 5,3 млрд. в 2017 і найближчим часом за прогнозами ця цифра досягне 7,6 млрд. Середня швидкість передачі даних по мобільних мереж з 2012 року зросла в 7 разів (з 0,5 Мбіт / с у 2012 році до 3,9 Мбіт / с у 2017 році) [1]. Середньорічні темпи зростання мобільного трафіку протягом найближчих п'яти років складуть 60-70%. Мобільні пристрої вже в 2018 році будуть генерувати більше 90 відсотка трафіку. У 2017 році дві третини українців були підключені до мережі Internet, 41% населення (більша частина) використовує мобільні пристрої для доступу в Internet [2].

У цих умовах, пріоритетним методом цифрового маркетингу стає мобільний маркетинг – комплекс акцій, заходів та кампаній, що здійснюється за допомогою мобільних пристроїв за допомогою стільникового зв'язку SMS (Short Message Service) для просування товарів і послуг [2, С. 367]. Збільшення значимості мобільного трафіку вимагає зміни підходу до розробки web-проектів з акцентом на підвищення рівня юзабіліті на основі ергономічності та клієнтоорієнтованості. Під ергономічністю розуміють пристосованість для використання, наявність умов, можливостей для легкого, приємного, необтяжливого користування.

Існують декілька підходів до вирішення проблеми юзабіліті: технологія адаптивного web-дизайну, технологія Mobile First, технологія Mobile Only. Технологія адаптивного web-дизайну дозволяє розробити лише одну версію дизайну, яка буде автоматично адаптуватися під розмір екрану пристрою. Завдяки адаптивному дизайну зростає пошукова оптимізація сайту (SEO). Однак вона має ряд проблем і обмежень, пов'язаних з пріоритетною розробкою під десктопні пристрої, зокрема: надлишкове перевантаження трафіку web-сторінки (за рахунок завантаження CSS стилів і файлів JavaScript); складності з адаптацією зображень; складності в адаптації існуючого сайту; значні вимоги

до вибору серверних рішень. Альтернативним підходом до розробки web-проектів є технологія Mobile First. Mobile First – це метод розробки оптимізованого web-проекту для мобільних пристроїв з урахуванням швидкості підключення до мережі. Відмінністю Mobile First від адаптивного дизайну є розробка web-рішень для мобільних користувачів з корегуванням для користувачів, що працюють на робочому місці.

Застосування технології Mobile First дозволяє: отримувати користувачеві важливий зміст сторінки в першу чергу; забезпечувати зручний інтерфейс для навігації в мобільному екрані; підтримувати швидке завантаження сторінок при низькій швидкості підключення; споживати мінімальну кількість web-ресурсів для відображення основного вмісту, що веде до економії мобільного Internet трафіку; створювати один web-сайт для всіх типів пристроїв; скоротити час завантаження сторінок на мобільних пристроях за рахунок зменшення кількості запитів на завантаження ресурсів; мобільні користувачі отримують тільки той контент, який підготовлений для їх вирішення екрана і пристрої.

Однак Mobile First вимагає більш детальної роботи на етапі прототипування і розробки концепту сайту з урахуванням необхідності зменшення кількості контенту. Виникають ризики пов'язані з несумісністю браузерів, розбіжностями операційних систем (ОС) пристроїв користувачів, обмеженнями лише мобільної версії (Mobile Only).

Таким чином, для підвищення рівня юзабіліті на основі принципів ергономічності та клієнтоорієнтованості доцільно використовувати кілька індивідуальних макетів для реалізації web-проектів для різних мобільних пристроїв. Для забезпечення максимально зручного інтерфейсу і навігації необхідний адекватний вибір технології вже на етапі проектування структури web-ресурсу і програмного коду. При виборі технології необхідно враховувати обмеження вимог мінімалізму контенту, складність проекту, тип екранів пристроїв, моно-, чи мульті- варіантність версій web-проектів, тип операційної системи, що буде застосовано.

Література

1. Cisco Visual Networking Index (VNI) Global Mobile Data Traffic Forecast for 2012 to 2017 [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://www.cisco.com/c/ru_ua/about/press/2013/02142013e.html.
2. The Digital Marketing Landscape in 2017 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.smartinsights.com/internet-marketing-statistics/the-digital-marketing-landscape-2017>.
3. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу /Економічний вісник національного технічного університету України КПІ. – Київ: КПІ, 2015(12). – С. 362–371.