

**РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА ДЛЯ
УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДИКИ ЕГО ОЦЕНКИ**

Реброва О.С. (ИТМО)

Научный руководитель – преподаватель Изотова А.Г. (ИТМО)

Введение. В настоящее время в сфере ИТ-решений и продуктов становится актуальной тенденция перехода от стратегии клиентоориентированности на человекоцентричность, по причине ориентации на работу с клиентом как с человеком, за счет фокусировки на его человеческих качествах. Также важно заметить, что в человекоцентричности делается упор и на работу с сотрудниками бизнеса. Пользовательский опыт является одним из ключевых инструментов для усовершенствования и разработки внутренних и внешних ИТ-решений, т.к. все информационные продукты создаются в помощь человеку (сотруднику или клиенту). С помощью исследования пользовательского опыта возможно снизить риски, сформировать взвешенные стратегические решения и, в целом, оценить продукт. Для новой тенденции на человекоцентричность необходимо усовершенствовать анализ пользовательского опыта, чтобы учитывать все необходимые аспекты личности, которая скрывается за пользователем.

Основная часть. Существующие классификации пользовательского опыта описывают его со стороны пользователя (то есть со стороны его социальной роли), а не со стороны человека, который не только использует ИТ-решение, но при этом имеет свои особенности. Например, Джесси Гаррет делит пользовательский опыт на 5 уровней и ни в одном из них не учитывает, что пользователь является человеком со своими характеристиками [1]. В связи с этим возникает проблема в комплексной оценке пользовательского опыта при их переходе с клиентоцентричности на человекоцентричность. Ведь в концепции человекоцентричности необходимо подходить к пользователю как к человеку, делая его жизнь проще, поэтому компаниям, которые реализуют такой переход, необходимо проработать существующую методику оценки пользовательского опыта сотрудников, делая упор на их особенности и предпочтения [2].

Новая классификация пользовательского опыта подразделяется на следующие элементы:

- знания (начинающий, практикующий, эксперт-наставник);
- опыт (присутствует, отсутствует);
- навыки (технические навыки и привычки);
- личные предпочтения;
- эмоциональное состояние;
- типы проявления (эмоциональное, логическое);
- типы приспособления (инновационный, консервативный);
- типы потребления (активный, пассивный);
- уровни социальности человека (социальный, индивидуалист).

С помощью новой классификации пользовательского опыта, которая ориентирована на человеческие особенности, можно усовершенствовать существующие методики оценки пользовательского опыта, которые позволят разрабатывать качественные ИТ-решения, улучшающие и упрощающие работу сотрудников.

Выводы. Разработана новая классификация пользовательского опыта, которая делает упор на человеческие качества пользователя. Данный параметр отсутствует в уже существующих классификациях, по причине того, что в них упор идет на ИТ-решение и его логику. Созданная классификация позволит улучшить существующие методики оценки пользовательского опыта в новой тенденции перехода с клиентоориентированности бизнеса на человекоцентричность.

Список использованных источников:

1. Д Компаниец, В. С. Проектирование и юзабилити-исследование пользовательских интерфейсов: / В. С. Компаниец, А. Е. Лызь. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2020. – 107 с. – ISBN 978-5-9275-3637-5. – EDN SHECYH.

2. Ворончихин, М. А. Человекоцентричность / М. А. Ворончихин // ВУЗ и реальный бизнес. – 2023. – Т. 1. – С. 130-136.

3. Тилинина, Н. Ю. Анализ методов изучения пользовательского опыта в разработке интерфейсов / Н. Ю. Тилинина // Бизнес-инжиниринг сложных систем: модели, технологии, инновации: сборник материалов IV международной научно-практической конференции, Донецк, 14–16 ноября 2019 года. – Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2019. – С. 181-184.