

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ЮЗАБИЛИТИ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-АПТЕК

Чуднов А.А., Умаров С.З.

ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет Министерства Здравоохранения Российской Федерации, кафедра медицинского и фармацевтического товароведения, г. Санкт-Петербург

Ключевые слова: интернет-аптека, онлайн-аптека, юзабилити, дистанционная торговля лекарственными препаратами.

Резюме: исследование посвящено удобству использования сайтов Интернет-аптек, или их «юзабилити». Были проанализированы 42 сайта аптечных организаций. Были выделены преимущества (вынесение в отдельный блок информации о предостережениях, противопоказаниях и условиях хранения), а также недостатки (присутствие пустых страниц и нечеткое предостережение о том, что лекарственных препарат является рецептурным).

Resume: the study is devoted to the usability of Internet pharmacy sites. 42 websites of pharmacy were analyzed. Some advantages were highlighted (placing information on warnings, contraindications and storage conditions in a separate block), as well as disadvantages (presence of blank pages and a vague warning that the drug is a prescription drug).

Актуальность. Современное развитие информационных технологий предоставляет возможность их использования во многих сферах жизнедеятельности, к которым также относятся медицина и фармацевтика. Внедрение таких технологий, как система электронных рецептов, маркировка лекарственных препаратов создают предпосылки для дистанционного оказания услуг. С недавнего времени изменения российского законодательства легализовали дистанционную торговлю безрецептурных препаратов. В связи с этим в скором времени цепочка поставки лекарственного препарата до конечного потребителя может включать минимальное количество профессионалов. Таким образом, в данных условиях значительно возрастает роль информации, которую пользователи могут получить через Интернет [1,2]. Такой термин как «юзабилити» сайта, или его удобство использования, появился еще в 1998 году и с каждым годом имеет все большее значение. В отношении Интернет-аптек оценка «юзабилити» является особенно актуальной с точки зрения, как общей функциональности, которая характерна для всех сервисов, реализующих товары через Интернет, так и свойственных только для Интернет-аптек особенностей.

Цель: оценить юзабилити сайтов Интернет-аптек по следующим критериям: общая функциональность сайта и информация о лекарственных препаратах.

Задачи:

- 1) произвести литературный поиск на тему удобства использования сайтов, в том числе Интернет-аптек;
- 2) разработать чек-лист с критериями оценки сайтов Интернет-аптек;
- 3) произвести анализ сайтов Интернет-аптек.

Материал и методы. «Юзабилити» означает итоговую степень удобства предмета для использования по предназначению. При этом к факторам, которые форми-

руют удобство использования, относятся комфортное расположение основных блоков информации на странице, быстрота нахождения информации, адаптивный дизайн, который может быть применен как на смартфонах, так и на компьютерах и др. [3].

Разработка современных информационных web-ресурсов направлена на предоставление пользователю максимальной информативности и простоты использования. Руководствуясь рекомендациями юзабилити, удается достичь лучшей воспринимаемости сайта пользователями, большего времени, проведенного посетителями на сайте. И как результат – увеличение количества пользователей, совершивших необходимое целевое действие для получения коммерческой выгоды [4]. Как следствие, в результате создания позитивного впечатления у посетителей сайта, увеличивается их доверие к данному web-ресурсу по сравнению с конкурирующими сайтами.

Вопрос «юзабилити» сайтов аптечных организаций является особенно актуальным, так как он включает и общую функциональность сайта, которая характерна для всех Интернет-сервисов, реализующих товаров «онлайн», так и свойственные только для них особенности.

К общей функциональности можно отнести скорость загрузки сайта, наличие или отсутствие пустых страниц, наличие «favicon» - картинки, отражающей вкладку в браузере, навигационное меню, его расположение, отображение ссылок и их переходы, дизайн, отражающий общее стилистическое оформление сайта, расположение всех элементов, плотность их расположения, ссылки, чекбоксы, изображения, формы, поиск и др. [5].

К характерным чертам Интернет-аптек прежде всего стоит отнести наличие такой группы товаров, как лекарственные препараты. Является важным такое расположение информации, доступ к которой имели бы все пользователи и поиск данной информации не вызывал бы затруднений. Стоит акцентировать внимание на такой информации, как побочные эффекты, противопоказания и условия хранения.

Результаты и их обсуждение. Был произведен анализ юзабилити 42 сайтов, принадлежащих аптечным организациям в соответствии с разработанными критериями.

Сайты оценивались по следующим группам критериев:

1. Основные характеристики, которые отражают скорость загрузки сайта, отсутствие пустых страниц, наличие «favicon» - картинки, отражающей вкладку в браузере и др.

2. Навигация. Насколько удобным является навигационное меню, его расположение, отображение ссылок и их переходы и др.

3. Дизайн, отражающий общее стилистическое оформление сайта, расположение всех элементов, плотность их расположения.

4. Отдельно были оценены такие элементы как ссылки, чекбоксы, изображения, формы и поиск с точки зрения их функциональности и удобства использования.

5. Отдельно оценивался аспект наличия и удобства расположения информации о товарах аптечного ассортимента, в том числе и лекарственных препаратах.

Результаты анализа юзабилити сайтов 15 из 42 Интернет-аптек, а также их электронные адреса, приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты анализа "юзабилити" сайтов Интернет-аптек

Показатель	Оценка														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	«36,6» (Москва) http://www.pharmachain366.ru	«36,6» (Москва) http://www.366.ru/	«Ригла» (Москва) http://www.rigla.ru/	«Аптека «ИФК» (Москва) https://www.eapteka.ru/	ЗАО «Эркафарм» «Доктор Столетов» (Москва) http://www.stoletov.ru/	Аптека.ру https://apteka.ru/	Озерки https://6030000.ru/	Монастырёв.рф https://xn--80ae2aeeogi5fxc.xn--p1ai/	Здравсити https://zdravcity.ru/	Самсон-Фарма https://samson-pharma.ru/	Superapteka https://superapteka.ru/	Юнифарма http://unifarma.ru/	Росаптека http://rosapteka.online/	Ave http://ave-luxury.com/	Wer.ru https://wer.ru/
Основные характеристики	1,00	1,00	0,90	1,00	0,90	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,90	0,90	0,90	1,00	1,00
Навигация	0,93	0,79	0,64	0,79	0,86	0,79	0,79	0,79	1,00	0,86	0,93	0,79	0,79	0,79	0,79
Дизайн	0,94	0,94	0,94	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,94	0,86	0,88	0,94	0,94	0,94	0,94
Ссылки	1,00	0,63	0,88	0,75	0,80	0,88	0,88	0,90	0,90	1,00	1,00	0,88	0,88	0,88	0,80
Чекбоксы	-	-	-	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,80	0,90	0,90	-	-	1,00	-
Радиокнопки	-	1,00	1,00	1,00	-	1,00	-	-	-	-	-	-	1,00	-	1,00
Обратная связь	0,67	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Заполнение и отправка форм	-	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	0,75	0,75	1,00	1,00	0,75	-	0,50	0,75	1,00
Изображения	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	1,00	1,00
Формы	0,75	1,00	1,00	1,00	0,80	0,75	1,00	0,88	1,00	1,00	0,88	-	0,75	0,75	1,00
Поиск	0,60	1,00	0,90	0,90	0,90	1,00	0,90	0,80	1,00	0,90	0,90	0,50	0,70	0,70	1,00

УДК 61:001(043.2)(476)

ББК 5:72

В 67

«Фундаментальная наука в современной медицине – 2021», БГМУ, Минск

Информация о лекарственных препаратах	-	1,00	0,70	0,90	0,70	1,00	0,80	0,60	0,80	0,80	0,70	-	-	1,00	0,80
Итого	0,86	0,94	0,91	0,94	0,91	0,91	0,92	0,81	0,90	0,89	0,85	0,79	0,79	0,89	0,94

Результаты, полученные при анализе 42 сайтов Интернет-аптек, позволяют сделать следующие выводы:

Большинство сайтов Интернет-аптек имеет корректное изображение как на компьютерах, так на смартфонах, что говорит об адаптивности данных сайтов. Сайт Интернет-аптеки «Аптека 36,7» имеет корректное изображение на обоих типах устройств, однако он не является адаптивным, то есть перед проведением целевого действия, изображение сайта необходимо увеличить, что не всегда является удобным. Также сайт аптеки «Университетская аптека» имеет некорректное изображение на смартфонах, выражаемое в необходимости горизонтальной прокрутки экрана, что обусловлено увеличенным блоком меню в верхней части экрана.

Наибольшие оценки юзабилити получили сайты Интернет-аптек, которые предоставляли возможность ознакомления с собственным ассортиментом и возможность бронирования товаров.

С точки зрения основных характеристик, навигации, дизайна, удобства использования чекбоксов, форм и ссылок сайты были достаточно функциональны. Отмечались лишь некоторые замечания: некоторое загромождение элементов на сайте («АСНА», «Аптека 36.7»), пустые страницы, отражающие состав и применение некоторых препаратов (аптеки «Доктор Столетов»).

Большинство сайтов сделали процесс поиска необходимых товаров удобным для покупателей. У данных сайтов в поисковой строке содержатся подсказки, облегчающие поиск («торговое наименование», «симптом», «производитель» и др.).

Было заострено внимание на информации, касающейся лекарственных препаратов:

На всех проанализированных сайтах инструкция по применению лекарственного препарата была изображена в виде текста, а не отдельного файла, что облегчает поиск интересующей информации. Также данную информацию легче найти, используя поисковые системы.

На таких сайтах как «Аптека.ру» и «Еаптека.ru» при просмотре информации о лекарственных препаратах присутствует раздел, содержащий документацию качества (сертификаты, декларации), что вызывает большее доверие.

Большинство проанализированных сайтов содержит ярко выделенное предостережение о том, что лекарственный препарат является рецептурным. Данное предостережение чаще всего выражалось в яркой надписи, которую можно было увидеть при просмотре карточки препарата. Исключение составляют «Доктор Столетов», «003», «Диолла» и «Исток Фарма».

Удобным являлось вынесение в отдельный блок информации о предостережениях, условиях хранения и противопоказаниях лекарственных препаратов («Аптека.ру», «Горздрав», «Вита», «Университетская Аптека», «Аптека от склада», «ФармЭконом»). Это выражалось либо в отдельно созданной вкладке, нажав на которую можно было знакомиться с данной информацией, либо вынесением этой информации в карточку препарата.

Выводы: стремительное развитие информационных технологий стимулируют пользователей все чаще пользоваться Интернет-сервисами для заказа товаров. Последние изменения, внесенные в законодательство, легализовали дистанционную торговлю лекарственными препаратами. В связи с этим является логичным большой

прирост аптечных организаций, предлагающих услуги «онлайн». В данном аспекте вопрос «юзабилити» сайтов является особенно актуальным, так как соответствие всем критериям «юзабилити» будет способствовать удержанию старых покупателей и привлечению новых. При этом стоит учитывать, что зачастую покупатели обладают малой информацией о лекарственных препаратах, в связи с чем сайты Интернет-аптек имеют адаптацию поиска лекарственных средств и расположения основных блоков информации для того, чтобы сделать поиск необходимых препаратов максимально удобным.

В ходе исследования были выделены преимущества (вынесение в отдельный блок информации о предостережениях, противопоказаниях и условиях хранения), а также недостатки (загромождение сайта элементами, пустые страницы и нечеткое предостережение о том, что лекарственных препарат является рецептурным) сайтов Интернет-аптек России.

Литература

1. Ковалева К.А., Наркевич И.А., Немятых О.Д., Васягина Ю.А. Оценка лекарственного обеспечения отдельных категорий населения Санкт-Петербурга // Фармация. – 2020. - №69 (1): 40-47.
2. Наркевич И.А., Немятых О.Д., Фитисова А.И., Бабичева А.С. Оценка эффективности маркетинговых функций аптечных организаций: сегмент косметики // Фармация. – 2017. - №66 (2): 43-46.
3. Прохорова А. М. Понятие юзабилити сайта: показатели и стандарты проектирования // Новый университет. Серия «Экономика и право». – 2016. – №. 9 (67).
4. Мельниченко Д. В., Абрамова О. Ф. Исследование логических проблем юзабилити сайтов и анализ существующих решений // Современная техника и технологии. – 2015. – №. 1. – С. 3-12.
5. Таран В. Н., Осыка В. Е., Горщар Р. С. Аудит и оценка юзабилити сайтов // Бюллетень науки и практики. – 2016. – №. 5 (6).