

DESIGNA FÖR WEBBEN

– DESIGNERS PERSPEKTIV

Kandidatuppsats i Informatik

Edina Gunic

VT 2009:KI14



HÖGSKOLAN I BORÅS
INSTITUTIONEN FÖR DATA- OCH AFFÄRSVETENSKAP

Svensk titel: <Designa för webben - designers perspektiv>

Engelsk titel: <Designing for the Web - designers perspective>

Utgivningsår: 2009

Författare: <Edina Gunic>

Handledare: <Bertil Lind>

Abstract

Today the Web offers an enormous range of related products and information. This has caused that users are becoming more demanding - if they experience the site as confusing, if finding information takes long time or if performing a certain action is time-consuming - users will leave website.

This resulted in that companies who want to appear on the web must invest increasing resources to strengthen their market position, and these efforts may have significant impact on company finances.

In order to develop user-friendly and useful system the designer applies user-centered system design, a process which is focusing on users and usability throughout the development.

This study aims to create understanding of what prerequisites are needed in the designing of useful websites.

The theoretical study has given me a greater understanding of various concepts of the subject and a perception about recommendations and opinions surrounding the development of websites. The empirical study should provide a demonstration of the prerequisites considered to be significant for the web site from a designer perspective.

The conclusions I have reached, are derived from the analysis and the empirical study. Successful websites are a combination of three type of design: graphic, information and interaction design. Depending on what the site offers, the designer can put more focus on one of the above mentioned types of design, but the important thing is that the interaction between them help users to find what they need. To survive on the Web it is important to keep updated all the time about what is happening in the field, which new ideas and solutions have been found and to update the website relatively frequently based on user preferences, their needs and opinions.

Keywords: usability, interaction design, interface, service quality, Internet

Sammanfattning

Idag erbjuder webben enorma mängder likartade produkter och information vilket har medfört att användarna ställer allt högre krav på webbplatsens innehåll. Om webbplatsen upplevs som förvirrande, om det tar tid att hitta information eller utföra en viss handling – fortsätter användarna vidare till nästa webbplats.

Resultatet blir att företagen som vill synas på webben måste investera allt större resurser för att stärka sin position på marknaden. Resurssatsningar kan ha betydande påverkan för företagets ekonomi.

För att kunna utveckla användarvänliga och användbara system, använder sig designern av användarcentrerad systemdesign, en process som fokuserar på användare och användbarhet genom hela utvecklingen.

Den här studien syftar på att skapa förståelse för vilka förutsättningar som behövs vid utformningen av webbplatser samt vilka kunskaper designern bör ha för att lyckas i sitt arbete.

Den teoretiska studien har gett mig större förståelse för olika begrepp inom ämnet samt en uppfattning om vilka rekommendationer och uppfattningar som råder kring utvecklingen av webbplatser. Den empiriska undersökningen bör ge en förevisning om vilka förutsättningar anses vara betydande för webbplatsens utformning utifrån en designers perspektiv.

De slutsatser som jag har kommit fram till, härleds från analysen och den empiriska undersökningen. Lyckade webbplatser är en blandning av tre typer av design: grafisk, informations- och interaktionsdesign. Fokus kan läggas på en av dem beroende på vad webbplatsen ska erbjuda användarna, men det viktiga är att samspelet mellan de olika designtyperna hjälper användarna att hitta det som de behöver. För att överleva på webben, behöver företag hålla sig uppdaterade hela tiden om vad som händer inom området samt vilka nya idéer och lösningar som har kommit fram. Samtidigt bör uppdateringar av webbplatsen ske relativt ofta och baseras på användarnas önskemål, behov och åsikter.

Nyckelord: användbarhet, interaktionsdesign, gränssnitt, brukskvaliteter, Internet

Förord

Den här uppsatsen har framställts vid Institutionen för Data och Affärsvetenskap vid Högskolan i Borås under 2009.

Jag vill tacka min handledare Bertil Lind för allt stöd, tålamod, uppmuntran och vägledning under den långa arbetsgången. Ett jättestort tack till respondenterna Christer Olausson, Madelene Alfinson och Mohamed Osman. Jag vill även tacka mina vänner och familj som har stöttat mig under den här perioden.

Tack!

Borås, augusti 2009
Edina Gunic

Innehållsförteckning

1	Inledning	- 1 -
1.1	Bakgrund	- 1 -
1.2	Problemformulering.....	- 2 -
1.3	Frågeställning.....	- 2 -
1.4	Syfte.....	- 3 -
1.5	Avgränsningar	- 3 -
1.6	Förväntat resultat.....	- 3 -
1.7	Identifiering av kunskapsintressenter	- 4 -
1.8	Begreppsdefinitioner	- 4 -
1.8.1	Användare.....	- 4 -
1.8.2	Användbarhet.....	- 4 -
1.8.3	Användarvänlighet	- 4 -
1.8.4	Brukskvalitet.....	- 5 -
1.8.5	Designer.....	- 5 -
1.8.6	Gränssnitt.....	- 5 -
1.8.7	Interaktion.....	- 5 -
1.8.8	Webbplats	- 5 -
1.9	Perspektivanalys.....	- 6 -
1.10	Disposition	- 7 -
1.10.1	Kapitel 1 – Inledning.....	- 7 -
1.10.2	Kapitel 2 – Metod.....	- 7 -
1.10.3	Kapitel 3 – Teoretisk referensram.....	- 7 -
1.10.4	Kapitel 4 – Empiri	- 7 -
1.10.5	Kapitel 5 – Analys.....	- 7 -
1.10.6	Kapitel 6 – Diskussion.....	- 7 -
1.10.7	Kapitel 7 – Källförteckning	- 7 -
2	Metod.....	- 8 -
2.1	Kunskapskaraktärisering.....	- 8 -
2.2	Vetenskapssyn.....	- 8 -
2.3	Val av metod	- 9 -
2.4	Insamlingsmetod	- 10 -
2.4.1	Litteraturstudie.....	- 10 -
2.4.2	Empirisk undersökning.....	- 10 -
2.4.3	Urval.....	- 11 -
2.5	Analysmetod	- 11 -
2.6	Utvärderingsmetod	- 11 -
2.7	Presentationsmetod.....	- 12 -
2.8	Teorins roll.....	- 12 -
2.9	Empirins roll	- 12 -
3	Teoretisk referensram	- 13 -
3.1	Internets uppkomst	- 13 -
3.2	Företag och Internet.....	- 13 -
3.3	Designer	- 14 -
3.4	Användarna	- 14 -
3.4.1	Användarnas upplevelse	- 15 -
3.5	Design.....	- 15 -
3.5.1	Designprocessen.....	- 16 -
3.6	Layout.....	- 17 -

3.7	Gränssnitt	- 17 -
3.8	Funktionalitet	- 17 -
3.9	Användbarhet och användarvänlighet	- 17 -
3.9.1	Utseende	- 18 -
3.9.2	Språk.....	- 19 -
3.9.3	Struktur.....	- 19 -
3.10	Interaktionsdesign	- 20 -
3.11	Brukskvaliteter	- 22 -
3.12	Trovärdighet.....	- 23 -
3.13	Slutligen.....	- 23 -
4	Empirisk undersökning	- 25 -
4.1	Intervju Swedbank Sjuhärad - Christer Olausson.....	- 25 -
4.2	Intervju NetOnNet - Madelene Alfinson	- 27 -
4.3	Intervju www.capgemini.com - Mohamed Osman.....	- 30 -
5	Analys	- 33 -
6	Diskussion	- 40 -
6.1	Slutsatser.....	- 40 -
6.2	Egna reflektioner.....	- 42 -
6.3	Resultatutvärdering.....	- 43 -
6.4	Metodutvärdering	- 43 -
6.5	Fortsatt forskning	- 44 -
7	Källförteckning.....	- 45 -
7.1	Tryckt material	- 45 -
7.2	Elektroniskt material.....	- 47 -

Figurförteckning

Figur 1: Hierarkisk struktur av en webbplats (Petersson at al, 2004).....	- 20 -
---	--------

1 Inledning

Det inledande kapitlet börjar med en bakgrundsbeskrivning och inledande undran. Därefter presenteras uppsatsens syfte, avgränsning samt frågeställning med definierad huvudfråga och några delfrågor.

1.1 Bakgrund

Internet skapar allt snabbare kontakt mellan människor, länder och världsdelar. En bra webbplats är avgörande för företag och organisationer som behöver presentera information eller sälja varor och tjänster. Att handla över nätet erbjuder användarna några fördelar: bättre tillgänglighet, större utbud, lägre priser och enklare prisjämförelser (Bergström, 2003).

Webben erbjuder idag ett enormt utbud av liknande produkter och information. Resultatet blir att företagen som vill synas på webben måste satsa allt större resurser på att stärka sin position på marknaden samt att dessa satsningar kan ha betydande påverkan för företagets ekonomi.

Om användarna väljer att gå in på en webbplats måste den ha en viss attraktionskraft för att de ska stanna kvar. Innehållet på webbplatsens startsida är avgörande - framgår det inte klart och tydligt vad som finns på resten av webbplatsen, lämnar användarna den.

Om designen av webbplatser ses utifrån ett processperspektiv påverkas den av (Löwgren & Stolterman, 2004):

- Designer - hans erfarenheter, kreativitet, samarbetsförmåga
- Resurser - i form av tid och pengar
- Situation - vilken uppgift ska lösas, av vilka skäl och för vilken miljö.

Enligt Löwgren och Stolterman (2004) måste designern först skapa en designprocess, dvs. utveckla en ram genom att ta beslut om var fokus ska ligga: på kreativt arbete, ny teknik, organisation, användare eller analys och specifikation. Utifrån det bör en reflektion göras över vilken ansats som ska väljas, vilken kompetens som krävs och finns, och så vidare (ibid.).

Tidigare studier i ämnet har belyst ämnet användbara webbplatser. Alibasic och Friberg (2002) har genom sin forskning skapat en checklista som kan användas som underlag vid design av användbara webbplatser. Studien har visat att det alltid är slutanvändare som avgör en webbplats användbarhet. Därför bör webbplatsens målgrupp tydligt utvärderas och krav ställas på den grafiska och funktionella designen av webbplatsen samt också på dess innehåll.

1.2 Problemformulering

Nielsen (2001) påpekar att målet för de flesta företags webbplatser är att göra det så lätt som möjligt för kunderna att utföra vissa bestämda uppgifter. Enligt Westerholm och Åström (2002) finns det några grundläggande principer som måste tillämpas för att en webbplats ska betraktas som användarvänlig. De principerna medför att användarna ska enkelt kunna förstå hur de ska handla samt vad som händer med artefakten i den situation då användarna brukar den.

Enligt Nilsen (2001) glöms användarnas behov bort av personer som designar webbplatser. För att användarna ska kunna använda en webbplats och utföra handlingar på ett tillfredställande sätt bör designern ta hänsyn till användarnas behov vid utformningen av den. Designer måste ha kunskaper om användarnas behov, psykiska, fysiska och kognitiva färdigheter samt vad det är som användarna uppfattar som svårigheter (Westerholm & Åström, 2002).

I ett människa - datorinteraktion perspektiv ligger fokus på användargränssnittet eftersom användaren utnyttjar systemet för att utföra olika handlingar (Westerholm & Åström, 2002). För att kunna utveckla användarvänliga och användbara system tillämpas användarcentrerad systemdesign, en process som fokuserar på användare och användbarhet genom hela utvecklingen (Gulliksen och Göransson, 2002).

Det har redan forskats kring det här problemområdet men det är fortfarande ett dagsaktuellt område eftersom webbplatser utgör en alltstörre del av vardagen, både för företag och för individuella användare. Fortfarande betonas tankesättet att användaren är i centrum, att designen ska uppfylla användbarhetskriterier och tillgodose användarens behov. Då ställer jag mig frågan: *Vilka förutsättningar behövs vid utformningen av användbara webbplatser?*

1.3 Frågeställning

Uppsatsens huvudfråga som jag kommer att arbeta med är:

Vilka förutsättningar behövs vid utformningen av en användbar webbplats?

För att kunna svara på huvudfrågan, behöver jag få svar på följande delfrågor:

- Vilka kunskaper krävs för att designern ska lyckas i sitt arbete?
- På vilket sätt är användarna inblandade i utvecklingsprocessen?
- Är användbarhet en viktig faktor vid utformning?
- Vad innebär användarvänlighet på webbplatsen?
- Spelar den visuella upplevelsen en viktig roll?
- Går det att skilja åt interaktionsdesign och grafisk design?
- Vilka kriterier används för att uppnå god interaktionsdesign?
- Vilka brukskvaliteter/egenskaper bör användbara webbplatser inneha?
- Vilka andra faktorer är viktiga för att utforma användbara webbplatser?

Användbarhet är ett brett begrepp och Molich (2002) definierar en användbar webbplats som (1) lätt att lära sig, (2) lätt att komma ihåg, (3) effektiv att använda, (4) begriplig och (5) tillfredställande att använda. Principer som hjälper till att utforma en begriplig webbdialog med användaren medför att designern: sätter användaren i centrum, synliggör användarens möjligheter, talar om vad som händer samt hjälper användaren när det uppstår problem (Molich, 2002). För att till fullo kunna besvara frågan om vilka förutsättningar som behövs vid utformningen av en användbar webbplats är det viktigt att beröra även samspelta närliggande områden och begrepp såsom användarvänlighet, grafisk- och interaktionsdesign, brukskvaliteter samt användarnas inblandning i utvecklingsprocessen. Relationen mellan delfrågorna och huvudfrågan visar på ett samspel mellan de olika delarna under utvecklingsprocessen av en användbar webbplats. Svaret på varje enskild delfråga kompletterar och förstärker relevansen för huvudfrågan och belyser de förutsättningar som behövs för att utforma en användbar webbplats.

1.4 Syfte

Målsättningen vid utformning av en webbplats är att den ska vara tillräckligt attraktiv så att användarna vill återkomma till den flera gånger.

Syftet med den här uppsatsen är att skapa förståelse för vilka förutsättningar som behövs vid utformning av användbara webbplatser. Sådana förutsättningar hjälper designern att utforma webbplatsens användargränssnitt vars utseende och beteende uppfyller förväntade effekter i användningssituationer.

1.5 Avgränsningar

Problemområdet kommer att undersökas utifrån designers perspektiv då användarperspektivet kommer att uteslutas för att företag som ingår i den empiriska studien vänder sig till många olika användargrupper.

Jag kommer att avgränsa mig från program som används som verktyg vid designen eftersom jag anser att detta inte är av betydelse för uppsatsen och påverkar inte heller resultatet.

1.6 Förväntat resultat

Ett av de aktuella forskningsområdena inom informatiken idag är människa – datorinteraktion. När designern utvecklar användbara system läggs fokus på användarna och användbarhet under hela processen. Genom den här studien vill jag försöka identifiera vilka förutsättningar som har betydelse vid utvecklingen av webbplatser.

1.7 Identifiering av kunskapsintressenter

För att kunna utveckla kunskap om det valda området, måste jag använda mig av andras forskning och litteratur. Den nya kunskapen ska ge en bättre bild av vilka förutsättningar som har viktig roll vid utformning av webbplatser. Personer som kan ha användning av resultaten i min rapport är framtida studenter och förhoppningsvis andra som tänker arbeta med design på webbplatser. Kunskapen kan ligga till grund för att: forska vidare inom området, ta del av resultaten i samband med andra studier eller göra egna efterforskningar inom besläktade områden.

1.8 Begreppsdefinitioner

För att undvika missförstånd och underlätta för läsaren, presenteras nedan de centrala begrepp som förekommer i uppsatsen och vilken innebörd de har i den här studien.

1.8.1 Användare

Användare är en person som kommer att interagera med webbplatsen för att genomföra uppgifter eller i andra sammanhang (Gulliksen & Göransson, 2002).

1.8.2 Användbarhet

Användbarhet enligt ISO definieras som: "den utsträckning till vilken en specificerad användare kan använda en produkt för att uppnå specifika mål, med ändamålsenlighet, effektivitet och tillfredsställelse, i ett givet sammanhang" (Sundström, 2005, s 17,).

Användbarhet är ett större begrepp än användarvänlighet men de båda termerna går in i varandra. För att uppnå användbarhet behövs både användarvänlighet och nytta (Lumano, 2007a).

1.8.3 Användarvänlighet

Oftast blandas ihop användarvänlighet och användbarhet, och båda förekommer som direkt översättning av engelskans usability. Användarvänlighet betyder att systemet är lätt och behagligt att använda. Ett användarvänligt system orsakar inte användaren onödiga problem eller grubblerier. Det är logiskt, konsekvent och effektivt. Användaren upplever det inte som jobbigt eller obehagligt att interagera med systemet (Lumano, 2007b).

En användarvänlig webbplats är utformat så att användaren kan:

- Hitta information som eftersöks
- Utföra handlingar som webbplatsen erbjuder på ett enkelt och smidigt sätt
- Få svar på sina handlingar samt inte uppleva designen som störande på något sätt

1.8.4 Brukskvalitet

Brukskvalitet är det som kännetecknar bruket av en produkt och kan delas in i flera grupper av kvaliteter:

- *Användarens motiv* för att engagera sig med den digitala artefakten
- *Den omedelbara upplevelsen* av att interagera med artefakten
- *Hur strukturella egenskaper* manifesterar sig i bruk

Brukskvaliteter för motivation är: relevans och nytta för användaren. Brukskvaliteter för den omedelbara upplevelsen som upplevs av användaren är: kontroll, självständighet, försjunkhet. Strukturella egenskaper, nämligen tekniska egenskaper som reflekteras i brukskvaliteter är: genomskinlighet, effektivitet och elegans (Löwgren & Stolterman, 2004).

Relevanta brukskvaliteter för företag som erbjuder sina tjänster eller produkter på webben är relevans, nytta, effektivitet och elegans.

1.8.5 Designer

En designer utformar webbplatser som innehåller nödvändig funktionalitet och estetik för att kunna behålla en användare på den aktuella webbplatsen.

1.8.6 Gränssnitt

Gränssnittet är en grafisk presentation av en webbplats, den delen som användaren ser på skärmen och där han kommer åt olika funktioner för att kunna interagera med webbplatsen. Gränssnittet ger möjlighet till användaren att göra:

- Inmatning - exempelvis skriva in sökord
- Utmatning - webbplatsen presenterar resultat av sökningen
- Dialog - användaren genomför en beställning

1.8.7 Interaktion

Interaktion är samverkan mellan en användare och webbplatsens gränssnitt där användaren kan utföra de handlingarna som webbplatsen erbjuder eller hitta eftersökt information (Sundström, 2005).

1.8.8 Webbplats

Webbplats är grupp sammanlänkade webbsidor som innehåller information om en verksamhet eller ett ämne och som har samma utgivare. En typisk webbplats brukar röra sig om ett visst ämne, ett visst företags varor och tjänster eller en viss organisations verksamhet. Sådana webbplatser kan omfatta hundratals webbsidor men kan också bestå av endast en eller ett fåtal sidor (Svenska datatermgruppen, 2007).

1.9 Perspektivanalys

Det finns olika benämningar på designerrollen: användbarhetsexpert, informationsarkitekt, interaktionsdesigner, gränssnittsdesigner, designer, och hans roll kan variera från företag till företag. Men alla arbetar med att utforma produkter/artefakter med tilltalande design som ska brukas av olika användare.

Designers arbete går ut på att utforma artefaktens utseende och beteende så att produktens användargränssnitt skapar förväntade effekter i användningssituationer. Designern ansvarar för alla designbeslut rörande interaktionen mellan användare och användargränssnittet samt för att den implementerade produkten besitter önskade egenskaper (Ottersten & Berndtsson, 2002).

Användargränssnittet är en grafisk presentation av en webbplats, den delen som användaren ser på skärmen och där han/hon kommer åt olika funktioner för att kunna interagera med webbplatsen (ibid.).

En webbplats brukar handla om ett visst företags varor och tjänster eller en viss organisations verksamhet. Via dess gränssnitt kan användaren utföra de handlingarna som webbplatsen erbjuder (t ex köpa kläder, boka resa, betala räkningar).

Användare återkommer till webbplatser som uppfyller deras behov eller upplevs som användarvänliga. Användarvänlighet tolkas oftast som att de funktionerna som finns på webbplatsen är lätta att använda och att den är snyggt designad.

För att en webbplats ska uppfylla användarnas behov, måste den utformas på rätt sätt. Designern utformar webbplatsen på begäran från en beställare. Krav och önskemål bör uppfyllas vid utformningen av webbplatsen, både användarens och beställarens.

Enligt Löwgren och Stolterman (2004) måste designern först skapa en ram genom att ta beslut om var fokus ska ligga vid utformningen av webbplatsen: på kreativt arbete, ny teknik, organisation, användare, krav från uppdragsgivare eller analys och specifikation.

Jag har valt att anta designerperspektiv eftersom jag anser att det är viktigt att påpeka att deras arbete är väldigt komplext och kan ha stor påverkan för företag eller individer. Jag vill ta reda på vilka förutsättningar som behövs för att utforma användbara webbplatser genom att intervjua de utvalda företagen i den empiriska studien.

1.10 Disposition

Här får läsaren en överblick över uppsatsens upplägg, de kapitel som ingår i uppsatsen samt vad kapitlen handlar om.

1.10.1 Kapitel 1 – Inledning

Kapitlet inleds med en bakgrund kring ämnet som undersöks och problemformulering. I kapitlet återfinns även uppsatsens syfte, avgränsning, begreppsdefinitioner samt disposition.

1.10.2 Kapitel 2 – Metod

I kapitlet beskrivs väsentliga delar inom metodologin. Här redogörs för vilka metoder och ansatser som ska användas vid insamling av information till studien.

1.10.3 Kapitel 3 – Teoretisk referensram

I kapitlet presenteras en teoretisk referensram som ligger till grund både för genomförandet av informationsinsamling och för analysen av empirin.

1.10.4 Kapitel 4 – Empiri

I kapitlet sammanställs resultatet från den empiriska undersökningen.

1.10.5 Kapitel 5 – Analys

I kapitlet kopplas den empiriska undersökningen till den teoretiska referensramen.

1.10.6 Kapitel 6 – Diskussion

I kapitlet redovisas vilka slutsatser som kan härledas utifrån den empiriska undersökningen och analysen. Det kommer även att innehålla svar på huvudfrågan, resultat- och metodutvärdering samt förslag till fortsatt forskning.

1.10.7 Kapitel 7 – Källförteckning

I kapitlet redovisas den referenslitteratur och elektroniska källor som använts i kapitlen Inledning, Metod samt Teoretisk referensram.

2 Metod

I det här kapitlet presenteras kunskapskaraktärisering, vetenskapligt förhållningssätt samt metoder för datainsamling, analys, utvärdering och presentation.

2.1 Kunskapskaraktärisering

Kunskapskaraktärisering är att ange vad det är för typ av kunskap som skall utvecklas vilket är nödvändigt för fastsällandet av strategin för utvecklingsarbetet samt för att veta vad den utvecklade kunskapen är värd (Goldkuhl, 1998). Goldkuhl (1998) påpekar att det har förts mycket diskussion och kunskapsfilosofisk analys kring förklaring och förståelsekunskap. Förståelsekunskap inriktas på vad något är medan förklaringar talar om varför något är som det är (ibid.).

Eftersom syftet med den här uppsatsen är att skapa förståelse för vilka förutsättningar som behövs vid utformning av webbplatser som uppfyller användarnas behov och får dem att återkomma, blir den dominerande kunskapen som tas fram förståelsekunskap.

Vid utveckling av förståelseinriktad kunskap, behöver kunskapsutvecklare identifiera intressanta egenskaper och göra dem mer begripliga genom att använda sig av ett särskilt uttryckt perspektiv. Det resulterar i förståelse för den studerade företeelsen i ljuset av det valda perspektivet.

Mitt val är att tillämpa designerperspektivet eftersom jag vill skapa förståelse för hur en designer utformar webbplatsers utseende och beteende så användargränssnittet uppfyller förväntade effekter i användningssituationer.

2.2 Vetenskapssyn

Det finns några olika vetenskapliga förhållningssätt inom vetenskap och forskning: positivism, hermeneutik, empirinära ansatser, kritisk teori och postmodernism (Patel & Davidson, 2003). Här presenteras de två mest centrala förhållningssätten: positivism och hermeneutik.

Sociala fenomen, enligt Andersén (1994), ska begripas inifrån och på djupet, tonvikten ska läggas på inre förståelse och tolkning. Det stämmer överens med de hermeneutiska principer, enligt May (2001), där hermeneutiken betyder läran om tolkningarnas teori och praktik. De procedurerna med vilka vi förstår och tolkar vår sociala värld är nödvändiga för forskningen, eftersom vi både använder och utmanar vår förståelse i de här processerna (ibid.).

Enligt hermeneutiska forskare går det att förstå andra människor och vår egen livssituation genom att tolka hur mänskligt liv, existens, kommer till uttryck i det talade och skrivna språket samt i människors handlingar. Tankar, intryck, känslor, förförståelse och kunskap som forskaren har, är en tillgång för att tolka och förstå forskningsobjektet, de bör inte vara ett hinder (Patel & Davidson, 2003).

Positivism är hermeneutikens motsats. Hartman (2004) ser positivism som en vetenskapsteori där vetenskaplig kunskap utgörs av teorier, vilka innehåller termer som refererar till mätbara företeelser och satser som anger samband mellan dessa företeelser. Den kunskap som söks, ska vara verklig och tillgänglig för våra sinnen och förnuft, bygga på iakttagelser som är logiskt prövbara genom att komplexa företeelser reduceras till sina enkla beståndsdelar (Patel & Davidson, 2003).

Forskarens förhållningssätt är att denne står i en yttre relation till forskningsobjektet dvs. forskarens politiska, religiösa och känslomässiga läggning ska inte påverka forskningsresultatet på något sätt – forskaren ska alltid vara objektiv. Forskaren ska kunna bytas ut, men forskningsresultatet ska bli det samma (ibid.).

Utifrån uppsatsens syfte och frågeställning kring det studerade fenomenet är det hermeneutiska förhållningssättet bäst passande. Enligt det hermeneutiska synsättet ska forskaren närma sig forskningsobjektet utifrån sin egen förförståelse och kan använda den som ett verktyg i tolkningen (ibid.).

2.3 Val av metod

Enligt Andersén (1994) finns det två olika förhållningssätt hur forskningsstudier kan bedrivas: kvalitativa och kvantitativa. Vilken metodik som väljs beror på (Andersén, 1994):

- Undersökningsämnet
- Hur undersökningsämnet uppfattas samt
- Undersökningssyfte

När det gäller insamling och analys av data, enligt Bryman (2001), betonar kvantitativ forskning kvantifiering, medan den kvalitativa lägger vikt vid ord.

Utgångspunkten för de kvantitativa metoderna är att det som studeras ska göras mätbart och kvantifiering är en fråga om graden av precision gällande observationer som måste mätas objektivt (Andersen, 1994). Forskningsfältet uppfattas som ett objekt - undersökningen avser en eller flera variabler (ibid.) och undersökningen omfattar den numeriska relationen oftast mellan två eller flera mätbara egenskaper (Hartman, 2004). Enligt Andersén (1994), ska det som studeras göras mätbart och resultatet ska kunna presenteras numeriskt. Den kvantitativa metodiken använder sig av envägskommunikation vilket innebär att undersökningen sker helt på forskarens villkor (Andersén, 1994).

Syftet med kvalitativa undersökningar är att skaffa en annan och djupare kunskap än den fragmentiserade kunskap som ofta erhålls när kvantitativa metoder används (Patel & Davidson, 2003). Utgångspunkten för de kvalitativa metoderna är att varje fenomen består av en unik kombination av kvaliteter och egenskaper som inte kan mätas eller vägas (Andersén, 1994). I den kvalitativa metodiken uppfattas forskningsobjektet som ett subjekt och forskningsprocessen ses som en kommunikationsrelation dvs. forskaren deltar i en tvåvägskommunikation (ibid.).

Kvalitativa undersökningar karakteriseras av försök att nå förståelse för livsvärlden hos en individ eller en grupp individer. Hermeneutiken står för kvalitativa förståelse- och tolkningssystem och en forskarroll som är öppen, subjektiv och engagerad (Hartman, 2004).

I min uppsats väljer jag att använda den kvalitativa metoden eftersom det är mest användbara metoden när förståelsen för problemområdet står i centrum.

2.4 Insamlingsmetod

2.4.1 Litteraturstudie

Innan det riktiga forskningsarbetet inleds, behöver forskaren ta del av tidigare dokumentation inom det valda ämnet (Backman, 1998). Jag har försökt skapa en djupare förståelse för ämnesområdet genom att fördjupa mig i de begrepp och teorier som är relevanta för studien. Litteraturen och även elektroniska källor har studerats källkritiskt. Litteraturstudien och företagsurval ligger till grund för den kommande datainsamlingsmetoden.

2.4.2 Empirisk undersökning

Intervju är den mest använda metoden för insamling av data (Hartman 2004). Olika typer av intervjuformer som kan användas är: strukturerad, standardiserad, delvis strukturerad, ostrukturerad, intensiv-, kvalitativ- och djupintervju (Bryman, 2001).

Enligt Bryman (2001) används kvalitativa intervjuer i samband med kvalitativ forskning. Kvalitativa intervjuer är:

- Ostrukturerade - liknar mer samtal mellan två personer, frågorna är inte bestämda i förtid utan bara teman som ska tas upp
- Delvis strukturerade - intervjuaren har valt specifika teman som ska beröras, men kan ställa frågor som dyker upp under tiden

Intervjuprocessen i de båda fallen är flexibla och tonvikten ligger på hur intervjupersonen uppfattar och förstår frågor, det som respondenten upplever som viktigt vid en förklaring och förståelse av händelser, beteenden och mönster (Bryman, 2001). Delvis strukturerade intervjuer används när det finns en förhållandevis tydlig fokus för undersökningen eller om studien omfattas av flera fall som ska studeras för att kunna jämföra dem med varandra (Bryman, 2001).

Jag kommer att använda mig av delvis strukturerade intervjuer för den empiriska studien eftersom den ger möjlighet till respondenten att formulera sina svar fritt och som intervjuare får jag möjlighet att ställa spontana frågor som kan dyka upp under intervjun. Intervjun kommer att spelas in med hjälp av en diktafon för att inte missa någon viktig information samt för att underlätta sammanställningen av insamlad information.

2.4.3 Urval

I kvalitativa undersökningar är forskaren inte intresserad av att hitta samband mellan några variabler genom att undersöka en stor mängd individer, utan att finna individer som kan ge den information som eftersöks. När en bestämd kunskap söks, bör personer som kan ge den kunskapen väljas för intervjun. Praktiska möjligheter och tidsaspekten påverkar också urvalet (Hartman, 2004).

För att få svar på mina frågor kring det valda ämnet behöver jag intervjua personer som utvecklar webbplatser. Eftersom det varken finns tid eller resurser att intervjua alla företag, baseras valet av intervjupersoner på enkelt slumpmässigt urval.

2.5 Analysmetod

Kvalitativa undersökningar skiljer sig från varandra när det gäller tekniken för insamling av data, vad forskaren är intresserad av samt hur insamlad data analyseras (Hartman, 2004). Det material som samlas in, utgör inte i sig någon teori. När en kvalitativ bearbetning görs, arbetar forskaren oftast med ett textmaterial exempelvis utskrifter av genomförda intervjuer (ibid.). De flitigast använda analysstrategierna är grounded theory och analytisk induktion (Bryman, 2001).

Grounded theory är inriktad på utveckling av en teori på grundval av data och ett synsätt som är iterativt eller rekursivt det vill säga insamling och analys av data sker parallellt och i en växelverkan med varandra. Analysen omfattar några steg som går ut på att bryta ner och hitta mönster från intervjufrågorna. Den här metoden blir svår att använda på den typen av svar som jag förväntar mig att få och därför kommer jag inte att använda den.

Analytisk induktion är en rigorös analysmetod - det räcker att ett enda fall inte stämmer med en hypotes för att datainsamlingen ska fortsätta eller att en omformulering av hypotesen måste göras vilket är anledning att den inte används så ofta (ibid.).

Ingen av ovannämnda metoder passar för den typen av svar som jag förväntar mig att få, därför har jag valt att genomföra en komparativ analys. Genom en komparativ analys mellan den teoretiska och den empiriska delen av undersökningen blir det möjligt att komma fram till slutsatser om vilka förutsättningar som behövs för att kunna utforma användbara webbplatser i verkligheten utifrån ett designerperspektiv.

2.6 Utvärderingsmetod

Det finns flera egenskaper som är viktiga för att ett vetenskapligt arbete ska hålla hög kvalitet, bland annat (Goldkuhl, 1998):

- Generalitet vad det gäller betydelsen utanför uppsatsen
- Relevans vad det gäller ämnesval och ämnesbehandling
- Tydlighet för att andra ska kunna förstå och granska den
- Ärlighet gällande resultat och personer som ingår i studien

Relevansen ska bedömas utifrån hur ett ämnesval är viktigt inom sitt område eller vilka bidrag det kan lämna till området (Bryman, 2001). Den utvecklade kunskapen skall vara relevant givet de behov och syften man har (Goldkuhl, 1998).

Tydlighet är ett av de viktigaste kriterierna enligt Goldkuhl (1998) eftersom andra ska kunna förstå och granska arbetet. Ärlighet innebär att resultatet framställs på ett så korrekt och fördomsfritt sätt som möjligt samt att personer som ingår i studien blir upplysta om studiens syfte (ibid.). De här egenskaperna som beskrivs ovan kommer att användas för utvärderingen av studien i sin helhet.

2.7 Presentationsmetod

Enligt Goldkuhl (1998) blir ett kunskapsutvecklingsarbete av ringa värde om resultatet inte presenteras alls eller om det görs på ett olämpligt sätt. Det finns flera olika presentationsformer som kan väljas: textuellt, muntligt och inspelat.

Resultatet kommer att presenteras i textform. För att skapa en överblick och förståelse för läsaren kommer den teoretiska studien att placeras före sammanställningen från den empiriska studien och en tydlig särskiljning kommer att göras mellan de båda. På det sättet hoppas jag att läsaren kan se *en röd tråd* och finna kunskap.

2.8 Teorins roll

Enligt Wallén (1996) är teorins funktion att ange hur det studerade fenomenet ska uppfattas, hur olika faktorer hänger samman och hur de ska förklaras. Oftast påbörjas forskningsprocessen genom att tidigare dokument och böcker kring det valda ämnet studeras. Dokumentstudier visar hur begrepp inom området definierats och preciserats samt hjälper forskaren att formulera problemställningen mer precist (Backman, 1998).

Den teoretiska referensramen behövs för att skapa förståelse för det aktuella ämnet, men det kommer inte att resultera i några teorier utan en bättre grund att luta sig mot för den efterföljande empiriska studien. Den teoretiska referensramen används även som referensram för analysen.

2.9 Empirins roll

Den empiriska delen av studien omfattar kvalitativa intervjuer som genomförs och transkriberas. Empirins betydelse är att ge en uppfattning om det studerade fenomenet i verkligheten. Forskaren får en helhetsbild över resultatet från intervjuer genom att analysera svaren.

Genom att analysera empirin i relation till den teoretiska referensramen och att göra en komparativ analys av de två delarna blir det möjligt att härleda slutsatser och besvara frågorna som studien tar upp.

3 Teoretisk referensram

3.1 Internets uppkomst

Internets uppkomst och dess utveckling har påverkat samhället och ekonomin. USA: s försvarsdepartements Advanced Research Projects Agency (ARPA) var en av världens mest innovativa forskningsinstitutioner som utformade det första kommunikationssystemet vilket inte skulle kunna påverkas av kärnvapenangrepp. Meddelandena skulle skickas och tas emot med hjälp av systemet som byggdes på paketförmedlande kommunikationsteknik. Vidare utveckling resulterade i Arpanet som var det första datornätet som togs i drift den 1 september 1969 och användes av försvarsdepartementet och olika forskningscentra. Duke University och University of North Carolina ingick inte i Arpanet. Under 1979 modifierade tre studenter från dessa skolor Unixprotokollet så att det blev möjligt att förbinda datorer via det vanliga telenätet. De startade Usenet för direkt datorsamtal vilket blev de första elektroniska samtalssystemen (Castells, 2000).

Internet som begrepp började användas först i mitten av 1980-talet. Den tekniska utvecklingen ledde till Internets spridning och utveckling av World Wide Web som skapades 1992 av CERN, forskningscentret i Genève (Heide & Falkheimer, 2003).

3.2 Företag och Internet

Webben bestod länge av webbplatser som enbart gav information åt besökarna, men snabb expansion under slutet av 1990-talet blev starten för nya affärsformer och nya yrkesområden (Nationalencyklopedin, 2009).

Utvecklingen har lett till en global ekonomi med den digitala tekniken som motor vilket har resulterat i att konsumenterna erbjuds samma varor och tjänster oavsett var de bor (Eriksson & Nilsson, 2001). Priserna på välbeskrivna varor och tjänster tillkännages på nätet så att köparna kan leta upp det mest fördelaktiga erbjudandet och säljare kan nå en större grupp potentiella köpare (Litan & Rivlin, 2002).

Internets och andra nätverks utbredning (leverantörs-, producent-, kundnätverk) samt snabba bredbandsnät har lett till att företag lätt kommer i kontakt med varandra och kunden, i ett flexibelt, interaktivt mönster vilket har eliminerat en del pappersarbete och mellanliggande steg (Castells, 2000).

Det finns en del likheter mellan e-handel och traditionell postorderförsäljning: i båda fallen kan kunden inte se varorna i verkligheten utan de får förlita sig på bilder och tillhörande texter, beställning sker via brev eller e-post, varor levereras via post, betalning sker via postförskott eller faktura och kunden måste ha förtroende för säljaren (Lundén, 1999). Men Internet skiljer sig från postorder på flera olika sätt: texten kan vara noggrannare utan att överskådligheten minskar, genom att utnyttja klickbara, små bilder kan företaget visa fler varor, katalogen hålls uppdaterat löpande och priser ändras med omedelbar verkan (ibid.).

Näthandel har exploderat, inte i konflikt utan i samarbete med traditionella butiker, och företag som sysslar med näthandel kan betraktas som Internetbranschens framtid (Castells, 2000).

3.3 Designer

Enligt Preece (2006) behöver designern veta många olika saker om teknologi, användarna, ha förståelse för deras handlingar och känslor, hur de kommunicerar samt förstå verksamhetsmål

Designer måste vara kreativ, tolka situationer som användarna kan ställa sig inför, hantera problem, konflikter och motsägelser. Han/hon måste ha förståelse för andras synpunkter och kunna förmedla sina visioner, idéer och förslag till andra inblandade (Löwgren & Stolterman, 2004). Kommunikationen kan ses som en ryggrad i en designprocess eftersom det är många aktörer som är inblandade: designer, utvecklare, uppdragsgivare och användare (ibid.).

För att förmedla sina idéer gällande utformningen av artefakten till andra inblandade i webbplatsens utveckling kan designern använda sig av: storyboards, gränssnittsskiss och filmscenario.

Storyboards är skisser som visar hela förloppet som beskrivs i scenarion. De är uttrycksfulla, flexibla och lätta att sätta sig in i. Genom att definiera några personer, beskriva deras motivation och mål med webbplatsen blir det lättare att förmedla informationen till alla inblandade. Med hjälp av scenario relateras webbplatsens funktioner till användarnas mål (Van Dijck, 2003).

Filmscenario är en berättelse om hur ett tänkt system kan användas uttryckt i filmform (Löwgren & Stolterman, 2004).

3.4 Användarna

Internet påverkar inte bara ekonomin utan den ger användarna andra fördelar som inte har någon riktig prislapp: ökad bekvämlighet, tidsbesparingar, fler alternativ att välja mellan och möjligheten att hitta speciella eller skräddarsydda produkter och tjänster utan att behöva lägga en massa tid på att leta (Litan & Rivlin, 2002).

Det är viktigt att förstå användarna och ta reda på deras åsikter. Genom att genomföra intervjuer med användarna, observera dem vid interaktionen med webbplatsen eller att använda enkät för att nå många av dem, blir det lättare att få fram deras behov och tankar (Sundström, 2005).

Tidigare forskning (Alibasic & Friberg, 2002) har visat att användarnas åsikter kring den grafiska utformningen på webbplatsen ansågs vara väsentliga bara till en viss del av designern, medan funktionell design och innehåll hade stor betydelse.

3.4.1 Användarnas upplevelse

Det finns flera faktorer som påverkar användarens upplevelse av webbplatsen: den visuella designen, innehållet, funktionalitet och snabbhet (Van Dijck, 2003).

Men det viktigaste är att användarna hittar det som de söker - annars blir deras uppfattning av webbplatsen negativ (Van Dijck, 2003).

Enligt Preece (2006) blir användarna frustrerade när de besöker webbplatser om:

- Webbplatsen är överlastad med text och grafik vilket gör det svårt för användaren att hitta rätt information och saktar ner nedladdning
- Blinkande animationer eller banners och pop-up fönster är väldigt distraherande
- Överanvändning av ljud effekter och musik när användarna ska välja mellan olika alternativ på menyn, utföra handlingar eller titta på webbplatsens demo
- Om det finns för många funktioner (featuritis) - för många knappar att trycka på innebär större risk att trycka fel
- Barnslig design med hoppande hjälpagenter
- Dålig design som orsakar att användaren trycker på fel knapp eller tangent

Användarna är inte intresserade av webbplatsens design om de inte hittar eftersökt information och oftast väljer de att fortsätta vidare (Nielsen, 2001). Tidigare forskning visar samma resultat - om användarna inte kan hitta det som de söker, lämnar dem webbplatsen (Alibasic & Friberg, 2002). Däremot störs användarna inte av att vänta om informationen som laddas ner upplevs som nyttig, exempelvis bilder på produkter/kartor, eller om grafiken används för att strukturera informationen på en webbplats, till exempel tydlig uppdelning i navigerings- och informationsdel (Molich, 2002).

Det finns några kriterier som en webbplats bör uppfylla för att den ska betraktas som användbar för användarna: lätt att lära sig, lätt att komma ihåg, begriplig, effektiv och tillfredställande att använda. Principer som hjälper till att utforma en begriplig webbdialog med användaren medför att designern: sätter användaren i centrum, synliggör användarens möjligheter, talar om vad som händer samt hjälper användaren när det uppstår problem (Molich, 2002).

3.5 Design

Hur vi upplever den estetiska designen av webbsidan är en väldigt subjektiv bedömning och påverkas av: våra mentala modeller, bakgrund, erfarenhet och utbildning. Det är svårt att bedöma vad användarna upplever som estetiskt tilltalande eftersom det är en subjektiv uppfattning av webbplatsens utseende gällande färg, form, layout, typografi (Gulliksen & Göransson, 2002). Resultat från tidigare undersökning har visat att webbplatsen bör innehålla logotyper, färger, teckensnitt och bilder som används för marknadsföring i andra medier för att användarna ska kunna känna igen sig på webbplatsen (Alibasic & Friberg, 2002).

Det krävs tre olika sorters design för att skapa en bra webbplats: informationsdesign, grafiskdesign och interaktionsdesign. Informationsdesign handlar om att användaren ska kunna hitta på webbplatsen samt begripa vad den erbjuder (På kornet, 2007).

Den grafiska designen berättar för ögat vad som är en kontroll, vad som hör samman, var det alls finns anledning för användaren att tro att han kan interagera med webbplatsen. En viktig förklaring till webbens stora framgång är att den är ett möte mellan två världar som tidigare i hög grad varit åtskilda - informationen och interaktionen. Delvis är den som en sofistikerad trycksak fast på skärm, men den kan också vara något som användaren interagerar med (Sundström, 2005).

3.5.1 Designprocessen

Design innebär att skapa något nytt utan facit och att:

"I stället formulera problem och lösning samtidigt och dialektiskt under arbetets gång. Förståelsen för uppgiften, för designsituationen, och för möjliga vägar att gå, växer fram under processen. Design innebär att ta chanser att utmana det okända och att skapa det icke - ännu -existerande" (s 12-13, Löwgren & Stolterman, 2004).

Designprocessen omfattar fyra steg:

- Identifiera behov och etablera krav: konceptuell design, uppgiftsanalys eller verksamhetsanalys
- Utveckla flera alternativa modeller som möter upp behov och krav
- Bygga interaktiva versioner av design så att dem kan kommuniceras och bedömas (prototyper, pilotstudier)
- Kontinuerligt utvärdera vad det är som byggs under processens gång, en form av feedback

Utöver dessa aktiviteter bör hänsyn till följande:

- Användare ska hela tiden beaktas i utvecklingen av projektet
- Specifika användbarhetsmål liksom mål för användarens upplevelse ska identifieras i början på projektet (Preece, 2006).

Det finns tre grundläggande aktiviteter i alla designdiscipliner: förståelse av kravspecifikation, skapande av design som uppfyller kraven och utvärdering av designen. Preece (2006) påpekar också att ett användarcentrerat tillvägagångssätt under hela designprocessen resulterar i ett gränssnitt som användarna kan interagera med.

Parallellt med den tekniska utvecklingen märks det hur ett ökat intresse för användningen av tekniken ger oss en starkare fokus på användarnas situation (Hedman, 1998). Tidigare har användaraspekterna mer eller mindre ignorerats medan det idag är vanligt att personer som arbetar med människa - datorinteraktion rådfrågas och är med under webbplatsens utvecklingsprocess (ibid.). Det centrala problemet för personer som arbetar med utvecklingen är hur webbplatser kan göras enkla att använda och estetiskt tilltalande för användarna (ibid.). Visuellt upplevelse är viktig eftersom den påverkar användarnas uppmärksamhet, förståelse och förmågan att läsa innehåll på skärmen (Head, 1999).

Även Hallnäs och Redström (2006) rekommenderar att olika val kring designen borde baseras på en förståelse för användarna, framför allt att fokus läggs på identifiering av användarnas behov, och att från denna uppfattning övergå till att utforma användbara, nyttiga och roliga system.

3.6 Layout

Enligt Lundén (1999) finns det två hot mot en framgångsrik Internetsatsning: tekniken och layouten. När webbplatsens layout utvecklas måste designern tänka på användarna så att de hittar rätt information och funktion samt att företagets affärsidé och varumärken framhävs (Eriksson & Nilsson, 2001). I princip gäller samma regler för webbplatsens layout som för layout på papper: begränsat antal teckensnitt och färger, lagom mycket information på varje sida, text i lagom storlekt mot bakgrund som ger tillräckligt kontrast samt tomma ytor var ögat kan få vila (Lundén, 1999).

När det gäller tekniken bör inte rörliga bilder eller banners som plötsligt poppar upp och skymmer texten användas bara för att det finns tekniska möjligheter att göra detta (ibid.).

3.7 Gränssnitt

I ett människa - datorinteraktion perspektiv ligger fokus på gränssnittet eftersom användarnas möjlighet att utnyttja tillgängliga funktioner bestäms av gränssnittet (Löwgren & Stolterman, 2004). Ett gränssnitt bör vara användbart, behagligt, lätt att använda och effektivt. Beroende av vad webbplatsen ska erbjuda, läggs vikten mer på en eller flera av de ovannämnda aspekterna (Van Dijck, 2003). Ett väl utformat gränssnitt kommer att ha rubriker som är lätta att skilja från varandra och som tydligt visar huvudfunktioner. Med andra ord bör användarna veta omedelbart vad gränssnittets huvudsakliga syften är och vad de kan göra med resursen (Head, 1999). På den mest grundläggande nivån bör ett gränssnitts visuella inslag fördela information, minimera informations överbelastning och hantera användarnas uppmärksamhet (ibid.).

3.8 Funktionalitet

När designern ska designa funktionaliteten på webbplatsen är första steget att identifiera vilka handlingar som ska utföras: sökning, beställning, bokning, registrering. Vissa av dem är komplexa och behöver delas in i mindre delar vilket även underlättar identifiering av fel som kan uppstå. Fokus bör ligga på logiskt handlingsflöde för användaren. Analys av handlingar som ska erbjudas på webbplatsen behövs för att kunna organisera innehållet på webbplatsens sidor. Kategorisering och indelning av informationen på webbplatsen ska kännas naturlig för användarna gällande innehållet och funktionalitet (Van Dijck, 2003). Att även upptäcka och implementera handlingar som inte är uppenbara gör den stora skillnaden mellan utmärkta och medelmåttiga webbplatser (Preece, 2006). Därför anser Gulliksen & Göransson (2002) att funktionaliteten bör betraktas som en del av användbarhet.

3.9 Användbarhet och användarvänlighet

Sundström (2005) definierar användbarhet som: $\text{Användbarhet} = \text{nytta} \times \text{användarvänlighet}$. De två viktigaste sidorna när det gäller användbarhet är att webbplatsen måste vara användarvänlig i sin typografi, navigation och hastighet samt att användaren har nytta av den. Webbplatsen kan vara väl gjord men om nyttan är lika med noll blir det ingen användbarhet och tvärtom (Sundström, 2005).

Det finns flera förutsättningar som måste uppfyllas för att kunna prata om användbarhet (Molich, 2002):

- Tillförlitlighet - funktionsfel minskar användarnas förtroende för webbplatsen
- Säkerhet - användarna ska vara övertygade om att personuppgifter skyddas enligt Personuppgiftslagen som säger: ”Syftet med denna lag är att skydda människor mot att deras personliga integritet kränks genom behandling av personuppgifter”
- Tillgänglighet - webbplatser ska vara tillgängliga när användarna vill nyttja dem

Enligt ISO standarden definieras användbarhet som: "den utsträckning till vilken en specificerad användare kan använda en produkt för att uppnå specifika mål, med ändamålsenlighet, effektivitet och tillfredställelse, i ett givet sammanhang".

De tre komponenterna definieras som:

- Ändamålsenlighet - noggrannhet och fullständighet med vilken användarna uppnår givna mål
- Effektivitet - resursåtgång i förhållande till den noggrannhet och fullständighet med vilken användarna uppnår givna mål
- Tillfredställelse - frånvaro av obehag samt positiva attityder vid användningen av en produkt (Sundström, 2005, s 17)

Användarvänlighet är ett begrepp som kopplas till utveckling av både interaktiva system och webbplatser. Användarvänlighet innebär att något är lätt att använda och att funktionaliteten ligger på en accepterande nivå för användaren. Enligt Westerholm & Åström (2002) måste några fundamentala principer tillämpas för att en webbplats ska kunna betraktas som användarvänlig:

- Användarna ska enkelt kunna förstå vilka handlingar de kan utföra
- Användarna ska kunna förstå vad som händer när de interagerar med webbplatsen

När användarna besöker en webbplats har de ett mål: hitta information om något eller boka biljett. Enligt Sundström (2005) måste användare passera fyra dörrar: utseendet, språket, strukturen och interaktionen.

3.9.1 Utseende

Webbplatsens utseende och det första intrycket är viktigt eftersom användaren bildar sig omedelbar uppfattning när webbplatsen öppnas – precis som när vi träffar en människa för första gången. Det räcker inte att webbplatsen ser snygg ut, den ska ha rätt stil och göra det möjligt för användaren att uppfylla sitt mål (Sundström, 2005).

När webbsidor designas bör hänsyn tas till utseende och känsla. Enligt principer för utformning bör visuellt brus och gytter undvikas och kontrast, likhet och lager användas för att åtskilja och organisera olika element (Nielsen, 2001). Färg och visuella element bör användas sparsamt så att användarna lättare kan koncentrera sig på uppgifter som ska genomföras (Head, 1999). Grafik i form av teckningar, figurer eller bilder som endast har estetiskt syfte upplevs som irriterande speciellt om nedladdningstiden påverkas negativt (Molich, 2002). Enligt Preece (2006) har vissa undersökningar visat att attraktiva gränssnitt uppfattas som lättare att använda än oattraktiva.

När grafiska element används på ett lämpligt sätt kan de skärpa användarnas förmåga att prioritera och bearbeta information samt vägleda dem genom olika uppgifter (Head, 1999). Nielsen (2001) hävdar att enkelheten vinner alltid över komplexiteten, att om gränssnittet fungerar utmärkt utan ett visst element då ska det tas bort. Enligt människa - datorinteraktions principer om estetik bör gränssnittet kommunicera visuellt och hjälpa användarna att ta till sig information och utföra uppgifter som webbplatsen erbjuder (Head, 1999).

3.9.2 Språk

Språket bidrar till det första intrycket och kan vara avgörande för om användaren överhuvudtaget ska förstå vad som finns på webbplatsen, var någonstans och hur funktioner ska användas (Sundström, 2005).

Språkbruk som används på webbplatsen för att presentera information för användarna har tagits upp i tidigare undersökning som har genomförts av Alibasic och Friberg (2002). De rekommenderar att ”det bör gå att skumma igenom texten och ändå förstå innehållet och att användaren främst bör erbjudas det innehåll som denne ville ta del av ” (s 76, *ibid.*).

Benämning på olika delar som finns på webbplatsen såsom länkar, kategorier och annat bör vara tydliga och självförklarande så att användarna enkelt kan hitta information som de söker. (Van Dijck, 2003). De texterna som väljs till kontroller och de förklarings- och hjälptexter som finns intill dem, har ofta en avgörande roll för om användarna kan begripa vad och hur de ska genomföra en handling (Sundström, 2005). Det kan upplevas svårare att läsa text på skärm, därför bör texter skrivas kort och koncist så att användarna kan ta åt sig informationen (Petersson et al, 2004).

Användarna är målinriktade och vill ha kalla fakta utan att behöva spendera mycket tid åt en massa material som hindrar dem att gå vidare (Nielsen, 2001).

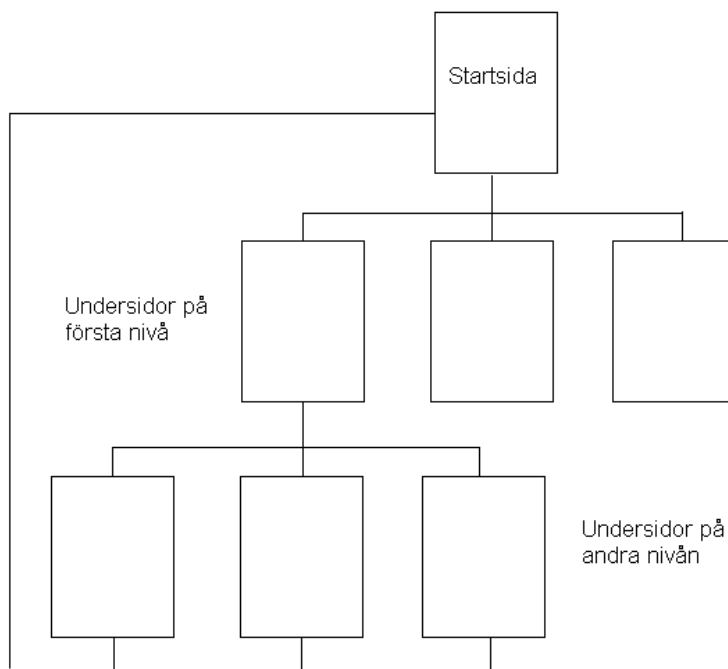
3.9.3 Struktur

Strukturen handlar om ordning och organisation, hur webbsidorna fördelas till olika avdelningar så att de känns logiska för användarna (Sundström, 2005).

De två viktigaste reglerna gällande struktur är att det finns en struktur och att den återger användarnas uppfattning av webbplatsens informations- och tjänsteutbud. Strukturen ska fastställas utifrån uppgifter som användarna antas genomföra på webbplatsen, även om det innebär att helt olika avdelningar hamnar på samma webbsida. Webbplatsen ska inte avspegla företagets organisationsstruktur utan uppfylla användarnas behov (Nielsen, 2001). De flesta webbplatserna har hierarkisk struktur där informationen blir mer detaljerad nivå för nivå (*ibid.*). Men strukturen bör inte växa för mycket på djupet, utan antal nivåer bör hållas till max fyra nivåer så att all information kan nås från startsidan genom max tre klick (Petersson et al, 2004).

”Om strukturen är rena soppan, så finns det inget navigationssystem i världen som kan rädda den. Dålig informationsstruktur innebär alltid dålig användbarhet ” (Nielsen, 2001, s 198).

För att hjälpa användarna att navigera genom webbplatsen, har vissa företag skapat en webbplatsöversikt, oftast kallad sajkarta eller sitemap som är en grafisk visualisering av webbplatsens struktur (Petersson et al, 2004).



Figur 1: Hierarkisk struktur av en webbplats (Petersson et al, 2004).

3.10 Interaktionsdesign

Interaktionen handlar om hur användaren genom webben kan samspela med informationen för att köpa saker, tjänster, skicka e-post – användaren måste kunna begripa hur sidan fungerar och vilka handgrepp är nödvändiga för att uppnå målet (Sundström, 2005).

En central fråga för interaktionsdesign är: hur användarens interaktion med ett system, miljö eller produkt bör utformas för att den ska matcha och stödja användarens aktiviteter (Hallnäs & Redström, 2006).

Interaktionsdesign är den process där samspelet mellan användaren och produkten utformas och den bör inte blandas ihop med den grafiska designen. Designern bör utforma produktens förmåga att kommunicera med användaren i en dialog samt skapa adekvata möjligheter för användaren att interagera med produkten. En mycket stor del av interaktionsdesignen är därför att formge produktens beteende, att formge det som inte syns (Ottersten & Berndtsson, 2002).

Grundtanke för interaktionsdesign är att utveckla interaktiva produkter som är användbara dvs. lätta att lära sig, effektiva och tilltalande för användarna. För att optimera användarens interaktion med system eller produkt rekommenderar Preece (2006) att hänsyn tas till:

- Vad användarna är bra eller dåliga på
- Vad användarna behöver hjälp med
- Vad som skulle förbättra användarnas upplevelse av system/produkt
- Lyssna på vad användarna vill och involvera dem i designprocessen
- Använda sig av använda tried-and-tested användarbaserade tekniker under designprocessen

Interaktionsdesign kan sägas ha två olika syften: utveckla ett system som gör det möjligt för användaren att snabbt och effektivt utföra en tänkt uppgift samt att utveckla ett system som upplevs motiverande, tilltalande och är roligt att använda. Uppgiften kan beskrivas med fokus på användbarhet respektive användarens upplevelse, beroende av uppgiften och vem användaren är. Det ena utesluter inte det andra. Ett system som är effektivt på att utföra en sak behöver inte vara tråkigt och ansträngande (Preece, 2006).

Informationen på webbplatsen kan organiseras på flera olika sätt:

- Baserad på handlingar som kan utföras - boka, sälja
- Baserad på kundgrupper - privatpersoner, företag, återförsäljare
- Genom ämnesindelning - spel, film, musik
- Baserad på tid - webbplatser som presenterar nyheter

Dessa kan även kombineras med varandra vilket bestäms utifrån användarnas mål och tänkta handlingar som ska kunna genomföras (Van Dijck, 2003).

Kriterier för god interaktionsdesign är: lätthanterlig, inte ansträngande, kul, klar, säker, användbar, lätt att lära sig, lätt att minnas hur man gör. Designprinciper gör det möjligt att åstadkomma ovanstående (Preece, 2006):

- Visibility (synlighet) - webbsidan skall vara överskådlig så att besökaren ser sidans funktioner och lätt kan orientera sig
- Feedback (återkoppling) - användaren bör förse med information om vilka operationer denne har utfört (bekräftar en order innan den skickas)
- Constraints (begränsning) - användaren kan se vilka operationer som är möjliga i nästa steg (t ex i Windows-produkter är de funktionerna som inte går att använda för tillfället skuggade i menyerna)
- Mapping (kartläggning) - sambandet mellan en kontroll och dess effekt skall vara tydligt - knappen för att skriva ut ett dokument i Word är försedd med en bild av en skrivare
- Affordance - användaren ska kunna se på ett objekts utformning vad det skall användas till - en knapp är till för att trycka på

Preece (2006) föreslår fyra fundamentala typer av interaktion mellan användare och system/produkt: instruktion, samtal, navigering och utforskning.

Instruktion - användare förser systemet med information. Detta kan göras på flera olika sätt: skriva in kommando, välja alternativ från menyer eller on a touch screen, trycka på knappar (alarm klockor, skriva ut filer, datorer).

Samtal/konversation - När användarna har dialog med system - Användarna kan prata via gränssnittet eller skriva in frågor som systemet svarar på via text eller röst output. Exempel inkluderar rådgivningssystem, sökmaskiner, biljett bokning, Ikea help center.

Navigering/manipulation - när användare interagerar med objekt i virtuella eller fysiska miljöer genom direkt manipulering, öppna, hålla, stänga, placera. Användarna kan inrikta sig på deras familjära kunskap av hur de interagerar med objekt, videospel, bildredigeringsprogram, utbildningsprogram (learning tools).

Utforska/upptäcka - när användare rör sig genom virtuell miljö eller fysisk miljö. Virtuella omgivningar inkluderar 3D värld och virtuella verklighetssystem. Fysiska miljöer som använder sig av sensorbaserade teknologier inkluderar smarta rum och ambient, också möjliggörande för människor att utnyttja spontanitet. Virtuella världar ger möjlighet för människor att röra sig mellan olika rum och byggnader för att lära sig virtuella landskap som avbildar städer och parker (Preece, 2006).

Interaktionsdesign är ofta kallad "tvärvetenskaplig" på grund av sin samling av metoder och tillvägagångssätt från både ingenjers- och beteendevetenskap, från traditionell design och konst. När vi letar efter en förnuftig grund för interaktionsdesign som utvecklas efter första fascination med nya designmöjligheter, har frågan om relation mellan praktiken och teoretiska underlag blivit allt mer viktigt. Precis som teoretisk grund kan hjälpa oss att reflektera över vissa saker (som hjälper oss att glömma andra), så gör också metoder och olika designprogram som används (Hallnäs & Redström, 2006).

3.11 Brukskvaliteter

Brukskvaliteter karakteriserar användningen av en produkt - exempelvis enkelhet, säkerhet och snabbhet. Enligt Nielsen (2001) vinner alltid enkelheten över komplexiteten dvs. om designen fungerar utan ett visst element så bör den tas bort.

När det gäller säkerhet ska användarna ska känna sig säkra när de fyller i uppgifterna på webbplatsen (registrering, beställning, betalning). Säkerhet är viktig för användarna och kan vara avgörande för om de utnyttjar webbplatsen eller inte (Sundström, 2005).

Snabbhet är en lika viktig faktor - webbplatsens innehåll ska laddas fort dvs. det bör inte finnas element som gör att den laddas långsamt (bilder, animationer och liknande) om de verkligen inte behövs.

Brukskvaliteterna som motiverar en användare att återanvända artefakten är: förväntan, relevans och nytta. De definieras som brukskvaliteter för motivation. Relevans och nytta är svåra att skilja åt eftersom det som är nyttigt är relevant och tvärtom. (Löwgren & Stolterman, 2004).

Om artefakten ger den information om verktyget som behövs för att lösa en uppgift betraktas artefakten som relevant och nyttig (Löwgren & Stolterman, 2004).

Strukturella, tekniska kvaliteter som reflekteras i brukskvaliteter är: effektivitet, elegans och funktionell minimalism. Effektivitet anses vara snabb och felfri användning av artefakten. Det som har strävats efter hela tiden är att öka effektiviteten i datorstödda arbetsuppgifter, vilket har varit en av de viktigaste drivkrafterna för framväxten för människa - datorinteraktion (ibid.).

En av de allmänna estetiska principerna är artefaktens elegans. Detta innebär att artefaktens utformning är en kombination av kraftfullhet och enkelhet dvs. en artefakt ska prestera så bra som möjligt med så enkel konstruktion som möjligt (Löwgren & Stolterman, 2004).

Funktionell minimalism innebär att artefakten betraktas ur användarens synvinkel. Artefakten ska bara erbjuda de funktionerna som behövs för att utföra en viss uppgift snabbt och enkelt. Idag erbjuder många standardprodukter en massa funktioner som användarna inte utnyttjar och funktionell minimalism är en teknisk-estetisk reaktion mot detta (Löwgren & Stolterman, 2004).

3.12 Trovärdighet

Trovärdighet är ett av huvudmålen för bra webbdesign. För att bygga upp trovärdighet är snygg design, fungerande länkar samt uppdateringar en utmärkt början (Nielsen, 2001). Användarna behöver känna förtroende för webbplatsen för att använda den - det är viktigt att användarna uppfattar innehållet som korrekt och aktuellt samt vem som står bakom innehållet. För att få deras förtroende, rekommenderar Sundström (2005) att:

- Webbplatsens syfte och vad företaget sysslar med tydliggörs
- Logotyp bör vara synlig på alla sidor samt vem som är ansvarig för webbplatsen
- Alla sidor bör ha en kontaktperson med e-post och telefonnummer eftersom information som är knuten till en person har allmänt högre trovärdighet än om de kopplas bara till företaget
- Webbplatsens innehåll och länkar bör kontrolleras regelbundet och bara relevant och aktuell information ska finnas direkt tillgänglig
- Information hur användarnas uppgifter skyddas och vad de används till, ska finnas med

3.13 Slutligen

Designprocessen resulterar i en sammansättning i vilken alla förslag, synpunkter, hinder och möjligheter sammanfogas. Designen är svår att värdera innan artefakten har tagits i bruk (Löwgren & Stolterman, 2004).

Designen kan betraktas som resultat av konversation mellan designer och situation. Brukskvaliteter säger inte hur en artefakt ska designas, men de ger stöd åt designern och hjälper denne att utveckla en känsla för kvalitet (ibid.).

Det finns fyra anledningar som utgör grunder för användbara webbplatser som också gör att användare kommer tillbaka (Nielsen, 2001):

- Lätt att använda
- Innehåll av hög kvalitet
- Täta uppdateringar och snabba hämtningstider

Lyckade webbplatser är kombination av god visuell design, verksamhetsstrategi, programmering, användbarhet och informationsarkitektur (Van Dijck, 2003).

4 Empirisk undersökning

I det här kapitlet presenteras för läsaren resultatet från den empiriska undersökningen. Varje avsnitt omfattar en kortfattad beskrivning av företaget, respondentens bakgrund samt sammanställningen av intervjumaterialet. Resultatet grundar sig på genomförda intervjuer med designern på slumpmässigt utvalda företag: Swedbank, NetOnNet och capgemini.com.

4.1 Intervju Swedbank Sjuhärad - Christer Olausson

Swedbank Sjuhärad AB grundades 1931. Idag har banken 12 kontor runt om i Sjuhäradsbygden med totalt cirka 200 anställda. Bankens majoritetsägare är en lokal stiftelse och resterande del ägs av Swedbank AB (publ). Swedbank Sjuhärad AB har samarbete med Swedbank AB (publ) inom olika områden.

Christer Olausson har arbetat på Swedbank Sjuhärad i elva år. Han tillhör Infogruppen som arbetar med trycksaker, annonser, information, presentationer och webbplatsen. I gruppen ingår tre personer med olika utbildningar och bakgrunder.

Swedbank Sjuhärad skapade sin första webbplats redan 1997/1998. Utformningen gjordes av ett annat företag utifrån Swedbanks tanke på strukturering och webbplatsens innehåll. Swedbank Sjuhärad har samarbete med den "stora" Swedbank även när det gäller utformningen av webbplatsen. Men deras riktlinjer följs inte till punkt och pricka utom när det gäller stora indelningar och strukturen. Det som Infogruppen uppfattar som mindre bra på Swedbanks webbplats ändras och anpassas på Swedbank Sjuhärad webbplats.

Tidigare brukade webbplatsens innehåll uppdateras med en del nyheter när någon i Infogruppen hade tid, men förra året insågs värdet av en webbplats. Idag har Swedbank Sjuhärad egen marknadsplan för 2009, men det tas också hänsyn till centrala aktiviteter från Swedbank.

Kunskaper som designern behöver för att kunna lyckas i sitt arbete är att helt enkelt använda sunt förnuft.

Designprocessen startar utifrån schemalaggningen enligt marknadsplanen och det utförs löpande arbete med att uppdatera webbplatsen. Olika steg i designprocessen beror på vilken uppgift från marknadsplanen som ska lösas. Första steget är att identifiera behov och sammanställa dem i marknadsplanen. När det är dags att lösa de olika uppgifterna, samlas Infogruppen och diskuterar olika idéer och lösningar. Designprocessen fortsätter genom att utforma och implementera lösningar. Användarnas respons kan resultera i att en utvärdering görs och att lösningen omarbetas och förbättras så att de blir nöjda.

När ändringar eller olika problem ska lösas kring webbplatsen, bollar Infogruppen med olika idéer och lösningar sinsemellan på några möten tills det bestäms vilken lösning som är bäst passande. Problem som kan dyka upp under arbetets gång tas också upp möten.

När användarna besöker en webbsida har de ett mål. Det målet ska vara lättillgängligt för användarna - det ska vara enkelt att hitta det som de behöver och som de letar efter.

Webbplatsen utvecklas för att användarna ska kunna använda den på ett tillfredställande sätt. Användarna är inte direkt inblandade i själva utvecklingsprocessen utan företaget tar reda på deras åsikter på andra sätt. Det finns flera möjligheter att ta reda på användarnas uppfattningar kring webbplatsen. Swedbank Sjuhärad har på varje webbsida "Kontakta oss" där användarna kan skriva olika meddelanden om länkar inte fungerar, om de anser att något är fel eller om bilder inte går att öppna. Banken har även anlitat ett företag som håller en kundundersökning/kvalitetsundersökning för deras webbplats. Under ett halvt år fick det anställda företaget respons från 1200 webbkunder som svarade på olika frågor. De sakerna som användarna tyckte var dåliga har ändrats och förbättrats. Det går också att få fram användarnas åsikter genom att de svarar på ett frågeformulär på bankens webbplats och i gengäld får gratis biljetter till olika sportevenemang.

Användarna försvinner om de inte hittar rätt information på några få sekunder. Därför är användbarhet och dess principer en viktig faktor vid utvecklingen. Överskådlighet, lättfattliga grupperingar, lättillgänglig information och max tre nivåer i strukturen upplevs positivt av användarna. Ett exempel på användarvänlighet är förtydligande på webbplatsen var användarna kan hitta bankens sajtkarta. Ifall användarna känner sig lite vilsna är det bara att klicka på den och se upplägg och undersidor. På så sett blir det enklare för användarna att hitta eftersökt information.

Den visuella upplevelsen och grafisk design spelar en viktig roll för hur användarna upplever webbplatsen. Swedbank Sjuhärad samarbetar med en reklambyrå när det behövs, exempelvis för att skapa logotyper, affischer och bilder för att de ska förknippas med budskapet. Bilder utnyttjas oftast i webbannonser, tidningar och skyltfönster eftersom de fungerar bättre som återkopplingsfaktor än text.

Det är mycket information som läggs ut på webbplatsen och det är viktigt att användarna uppfattar vad informationen handlar om. Därför är det nödvändigt att tänka på att få fram en lockande rubrik, att det inte är många ord men som ska få användarna att klicka på en viss länk, på en viss webbsida exempelvis. Orden blir väldigt viktiga, eftersom användarnas intresse måste fångas på något sätt.

Strukturen är också en viktig del av webbplatsen eftersom användarna inte orkar ta sig igenom sex, sju nivåer. Genom att minska antal nivåer i strukturen blir webbplatsen mer användarvänlig.

Det går inte att dra en skarp gräns mellan interaktionen och den grafiska delen. Det är viktigt att fånga kundernas intresse på något sätt för att de ska vilja interagera med webbplatsen.

Ibland används bilder eller lockande rubriker som ska med några ord få kunder att klicka på olika länkar. Igenkänningsfaktor spelar också en viktig roll - utöver bankens logotyp används orange bogarna i olika format i tidningsreklam, busar, affischer. Den orange färgen används också på webbplatsen för utskriftsikonerna, för länkar osv.

Kriterier och designprinciper som används för att uppnå god interaktionsdesign är att det är så få klick som möjligt, allt ska vara lättillgängligt - helst på första sidan, med rak kommunikation, enkelt och användarvänligt. Upplever användarna att det är svårt att komma åt eftersökt information, att utföra uppgifter som de vill göra eller om det blir för många klick, lämnar de webbplatsen.

På företagswebbplatser erbjuds oftast två sorters av interaktion: instruktion om det gäller sökning, konversation om användaren och systemet har en dialog.

Egenskaper som en webbplats ska innehålla för att den ska uppfattas som användbar för användarna är tydlighet, relevans, nytta och användarvänlighet. Tydlighet är ändå den viktigaste egenskapen - det kan läggas ut massa information och bilder, men i sista ändan måste det vara tydligt vad är det som erbjuds och presenteras för användarna. Relevans och nytta går ihop egentligen - det som är relevant är nyttigt och tvärtom. Användarvänligt är när det är lätt att hitta eftersökt information, igenkänningsfaktor - att användarna känner igen hur de ska interagera med webbplatsen, strukturen - att det är så få klick som möjligt. Tydlighet och användarvänlighet är de viktigaste egenskaperna som en webbplats bör innehålla.

Webbplatsens trovärdighet är viktig förutsättning för att få användarna att återkomma. Det räcker inte bara med att informationen stämmer utan det ska hända saker hela tiden. Därför är det väldigt betydande att kvalitetssäkra allting som läggs ut på webben, att det inte finns några brutna länkar, att bilder inte saknas, att uppdateringar sker regelbundet. Det gäller att inte låsa sig på något sätt utan att hela tiden försöka vidare utveckla webbplatsen.

Säkerheten är väldigt viktig för att användarna ska vilja använda tjänster som banken erbjuder. Därför erbjuds användarna av Internetbanken flera olika alternativ men säkerhetsdosan med unik kod anses vara säkrast. Internetbanken uppdateras hela tiden, förfinas så att den blir lätt att använda samtidigt som den blir allt säkrare. Det finns också säkerhetssystem som skyddar hela systemet från att någon hackar in sig eller lägger in trojaner på bankens webbplats.

4.2 Intervju NetOnNet - Madelene Alfinson

NetOnNet.se startades upp i mars 1999 med en affärsidé som bygger på att sälja kvalitetsprodukter till lägre priser än i vanliga butiker. En stor del av försäljningen sker via Internet och för att förstärka företagets lågkostnadsidé har Lagershoppar öppnats i några städer.

Madelene Alfinson arbetar som projektledare på IT avdelningen och är inblandad i flera olika projekt. Hon arbetar mest med användbarhet och design. Tidigare har Madelene läst teknisk psykologi, människa - dator interaktion i Luleå i tre år och i september 2008 fick hon jobb på NetOnNet.

För att designern ska kunna lyckas i sitt arbete vid utformningen av webbplatsen, är det viktigaste att fokus ligger på användarna genom hela processen.

Designprocessen börjar först efter genomförd studie om vad det är som behöver göras och om budgeten räcker till. Efter det startar arbetet med designen, men det sätts inte helt färdigt direkt utan den förändras allt eftersom för att det kommer alltid nya grejer som ingen har tänkt på i början.

Designprocessen omfattar några steg. Första biten är att få fram idéer, att få så många idéer som möjligt för att kunna få fram någonting som är unikt, någonting som alla blir nöjda med. Nästa bit är att försöka begränsa ner de här idéerna till ett förslag så att utvecklarna har någonting att börja implementera.

En webbplats ska presentera företaget och samtidigt ge användarna vad de vill ha. Förmedling av lösningar för olika problem och idéer kring förbättringar kring webbplatsen sker på dagliga möten då alla inblandade berättar vad som redan är gjort och vad som behöver göras. Fungerande kommunikation är väldigt viktigt, men om alla sitter med var sin uppgift på var sitt håll blir det svårt att sätta ihop delarna.

Användarna har ett mål när de besöker en webbplats. Därför är det viktigt att den fungerar bra, att den är snygg, att användarna trivs på webbplatsen.

Användarnas inblandning i utvecklingsprocessen är begränsad eftersom mycket görs internt på företaget på grund att det finns så mycket tillgänglig personal. Genom att samla in omdömen och kritik från användarna som är företagets kunder blir det lättare att ta fram bättre lösningar och göra användarna nöjda. Feedback från användarna erhålls genom olika marknadsundersökningar, kundtjänst eller e- mail.

Företaget lägger ganska stor vikt på användbarhet vid utvecklingen. För e-handels företag är webbplatsen ansikte utåt, det är det kunderna/användarna ser. Registrering, beställning, sökning ska kunna genomföras lätt och smidigt samt användarna ska känna sig trygga med webbplatsen. Användarvänlighet på webbplatsen innebär att användarna förstår vad webbplatsen erbjuder, att de kan använda den på ett väldigt enkelt sätt utan att behöva ifrågasätta någonting - allt ska flyta på utan att användarna behöver undra "hur kommer jag vidare?".

Den visuella upplevelsen och grafisk design spelar viktigt roll särskilt för e-handels företag. Webbplatsen är företagets kontakt med kunder och det är viktigt att användarna trivs med webbplatsen, att de tycker att den är bra och framför allt känner tillit för webbplatsen samt att den är ett säkert ställe att handla på.

När det gäller språkbruk på webbplatsen anpassas språket till användarna. Informationen för olika produkter presenteras på tre olika sätt. När användarna gör en sökning för en viss produkt visas en kortare text om den men bara det viktigaste. För användarna som vill veta mer, genom att klicka på produkten visas produktbeskrivning som är lite längre skriven i vanlig text. För teknisk kunniga användare erbjuds en teknisk specifikation i tabellform som innehåller teknisk information i punktform.

Strukturen är en av de viktiga faktorerna på webbplatsen. Tre nivåer ner är tillräckligt annars blir strukturen för djup och då finns risken att användarna tappar bort sig.

Interaktionen och den grafiska delen hör väldigt tätt ihop. Fokus kan läggas mer på interaktionsdelen för att se hur användarna reagerar på olika lösningar när de sätter sig framför skärmen. Form och färg kan också prioriteras, men interaktionen och grafiken hänger samman.

Gällande kriterier och designprinciper som används för att uppnå god interaktionsdesign finns det mycket forskning att ta del av. När det gäller interaktion, i huvudsak gäller att använda sunt förnuft. Genom att hålla sig uppdaterad med vad som händer på marknaden och genom att kolla hur andra företag som har fått bra kritik från användarna har löst vissa problem, blir det lättare att komma fram till tillfredställande lösningar.

Typer av interaktion som används på webbplatsen är information -produktinformation som är ren information och går från webbplatsen till användarna samt dialog mellan användaren och systemet, då användaren får skriva in uppgifter, betalningssätt och liknande under köp processen.

Egenskaper som en webbplats ska innehålla för att den ska uppfattas som användbar beror på vilka principer följs. Det finns väldigt många som har gjort mycket forskning om användbarhetsprinciper och respondenten påpekar att hon har läst mycket om Nielsen rekommendationer. Naturligtvis kollas det alltid vad som händer på marknaden, är det någon som har kommit med nya idéer så att webbplatsen kan bli uppfärskad till det senaste hela tiden.

Det som designern vill förmedla med en webbplats är att ge användarna den information som de behöver. Att lägga in massa information som upplevs av användarna som onödigt, tar mycket plats och fyller ingen funktion. Om den informationen som användarna behöver och vill ha, är svårt att hitta, ringer de kundtjänst (vilket kostar både tid och pengar) eller fortsätter till nästa webbplats.

Genom att ge användarna relevant, nyttig och lättillgänglig information på webbplatsen ökar chansen att de återkommer flera gånger. Informationen ska vara relevant och nyttig. Tydlighet är en viktig faktor eftersom NetOnNet erbjuder olika typer av information på sin webbplats och det framgår tydligt vad för slags information det finns i de olika delarna.

Effektivitet är viktigt för webbplatsen, den ska fungera på ett effektivt sätt med så få klick som möjligt. Igenkänning spelar också roll när det gäller att få användarna/kunderna att återkomma. De känner sig säkrare att komma till ett företag som har funnits i tio år och har fått bra omdömen under tiden än att gå till ett nystartat företag som ingen känner till. Därför används företagets logga på all reklam och varumärket NetOnNet byggs upp just för att få igenkänning.

Det är ganska mycket som har förändrats på webben. Tidigare var det väldigt fult att ha scrollbar på webbplatsens sidor, det var mycket bättre att webbplatsen innehåller fler mindre sidor och att användarna klickar sig vidare. Numera är det bättre att ha allting på en sida och att använda så få klick som möjligt.

Respondenten nämner att Nielsens gamla principer gällande kontrast håller på att förändras. Exempelvis frågan om vad är bekvämast för ögat när det gäller ljus bakgrund och svart text eller tvärtom har vissa undersökningar visat att det är bättre med svart bakgrund med ljus text för då behöver inte ögonen jobba lika mycket. Men det viktiga för webben är att ständigt hålla sig uppdaterad.

Hög trovärdighet och säkerhet är väldigt viktiga faktorer för att webbplatsen blir välbesökt. Dels gäller det att bygga upp varumärket, att ha en webbplats som användarna har handlat på och vet att den är säker, dels att allt på webbplatsen fungerar bra. Kontinuerliga uppdateringar görs veckovis. När det kommer något nytt, speciellt när det gäller säkerhetsaspekten, sker uppdateringarna så fort som möjligt just för att säkerheten ska vara så bra som möjligt. Respondenten påpekar att de följer Nielsens fyra anledningar som hjälper till att bygga upp trovärdighet: innehåll av hög kvalitet, täta uppdateringar, snabba hämtningstider och att webbplatsen är lätt att använda.

Säkerheten på webbplatsen är en annan viktig faktor för användarna som behöver känna sig helt trygga när de lämnar ifrån sig sina uppgifter. Användarna måste känna sig säkra på att köpet har genomförts och bekräftats samt att leveransen kommer. Det är väldigt viktigt för mindre vana användare att veta vad som händer hela vägen. Blir det fel i de känsligaste processerna slår det hårt mot företaget. Därför läggs mycket arbete på att säkra webbplatsen från olika slags intrång så att ingen information skall kunna läcka ut från webbplatsen på något sätt.

4.3 Intervju www.capgemini.com - Mohamed Osman

Capgemini arbetar i partnerskap med sina kunder för att utveckla affärsstrategier och tekniker som anpassas efter deras behov. Företaget är uppdelat i tre huvudsakliga områden: Consulting, Technology och Outsourcing.

Mohamed har arbetat som konsult i drygt ett år och har redan hunnit medverka i flera projekt för olika företag i vilka han har haft roller som test- och användbarhetsdesigner. Tidigare har Mohamed studerat på Högskolan i Borås och fått examen inom Informatik.

För att kunna lyckas i sitt arbete behöver designern ha bra kännedom om användarna - ju mer kunskap han/hon har om dem blir det lättare att lyckas med designen och tillgodose användarnas behov. Annars finns det risk att skapa något som designern själv tycker är roligt och bra, men som ingen annan förstår.

Designprocessen börjar egentligen så fort man kommer på en idé kring designen. Sedan måste krav identifieras och redan då blir uppfattningen klarare om idéerna kan fungera eller inte. Designprocessen omfattar några steg från idén till det att produkten är helt utvecklad. Det händer väldigt mycket: först ska idén skrivas ner på papper, kraven identifieras och prototyper utvecklas. Sedan kommer själva utvecklingen av produkten som efterföljs av testning, både tekniska delar testas om de fungerar rätt samt hur användarna upplever produkten. På lång sikt krävs det att produkten underhålls.

Designern förmedlar sina idéer till andra på seminarier, presentationer eller möten. Är det något oklart, finns det problem eller frågor tas de oftast upp på möten.

Användarna har ett mål när de besöker en webbplats. Det viktigaste för användarna är att uppnå sitt mål, sökning eller beställning på webbplatsen på ett smidigt sätt vilket oftast får dem att återkomma.

Användarna bör vara inblandade så mycket som möjligt i utvecklingsprocessen. Det tar mer energi och pengar om de inte är med - designern utvecklar en produkt som användarna är missnöjda med - då måste den göras om. I allt högre grad blandas användarna in i utvecklingsprocessen. Det finns många olika sätt att få feedback från användarna. Det går att anställa företag som tar reda på vad användarna tycker om en viss webbplats eller så finns det också möjlighet att få feedback via själva webbplatsen genom en enkät eller via mail då "Kontakta oss" länken finns på nästan alla webbplatser. Workshops brukar fungera väldigt bra vid utveckling av system - prototypen tas fram och användarna får testa den och ge feedback.

Idag läggs mer tid och energi på användbarhet än det har gjorts tidigare. Många företag skapar standardprodukter eller liknande produkter men produkten som blir mest lyckad, är den som upplevs användbar av användarna. Användbarhet är stort och viktigt område men kanske inte direkt uttalat. Uppfattningar kring det skiljer sig från företag till företag: vissa väljer att anställa användbarhetsdesigner för att vara på den säkra sidan medan andra låter utvecklarna ta hand om den delen också. Användarvänlighet på webbplatsen innebär att användarna hittar det de söker så fort som möjligt med så få steg som möjligt.

Den visuella upplevelsen och grafisk design spelar viktigt roll för hur webbplatsen uppfattas av användarna. Upplever användarna webbplatsen som tråkig eller om den inte ger någon positiv känsla så går de vidare och kommer inte tillbaka. Det finns enorm konkurrens mellan olika företag på webben. Det finns miljoner webbplatser att välja på och det enda som kan hålla användarna kvar är att de upplever webbplatsen på ett positivt sätt.

Så länge webbplatsen känns bra och den visuella delen är tilltalande, stannar användarna. Grafisk design är viktig och har blivit allt viktigare med tiden.

Språkbruk är också en viktig bit för att lyckas förmedla information till användarna. Det läggs ut mycket information på webbplatser. Oftast skummar användarna igenom texten när de letar efter en viss information och går vidare om de inte hittar den. Därför är det viktigt att skriva i klar text, enkelt och kortfattat.

Strukturen är också en av de väsentliga faktorerna på webbplatsen. Användarna vill komma åt informationen med få klick så tre nivåer i strukturen är lagom.

Det är svårt att skilja åt interaktionen och den grafiska delen eftersom de går ihop. Samspelet mellan interaktionen och den grafiska delen är avgörande om webbplatsen blir perfekt eller dålig. Det måste finnas en viss balans, för mycket av det ena eller den andra kan resultera i att webbplatsen upplevs som konstig eller att det uppstår problem för användarna.

Det finns många metoder och idéer hur designern ska utföra arbetet för att uppnå god interaktionsdesign. Men det viktigaste är att använda sunt förnuft och att verkligen ta reda på vad användarna vill ha, oavsett om designen gäller webbplatsen eller system. Så länge designern vet vad användarna vill ha, då är det lätt att skapa passande produkter.

Vilken typ av interaktion som webbplatsen ska erbjuda, om det ska vara instruktion eller dialog, avgörs av syftet med webbplatsen.

Flera aspekter som är relevanta för webbplatser som säljer tjänster och varor är igenkännig, tydlighet, relevans och nytta och alla är väldigt viktiga för att kunna bygga upp sitt varumärke. Det som användarna uppfattar som nyttigt för dem är också relevant. Tydlighet är en nödvändig faktor för att användarna inte missförstår vad webbplatsen erbjuder eller misstolkar informationen på den. Effektivitet är en annan viktig faktor för webbplatser men kanske inte i lika hög grad som för system.

Hög trovärdighet är en av förutsättningarna för att webbplatsen ska upplevas positivt av användarna. Känner användarna förtroende för webbplatsen återkommer de. Det är användarnas åsikter som är viktiga eftersom den tekniska utvecklingen har påverkat situationen så att alla kan uttrycka sina åsikter på webben. Det kan vara i form av olika forum eller genom att skriva in omdömen och företag måste ta hänsyn till det. Trovärdigheten byggs upp under en längre tid och därför är det viktigt att webbplatsen är lätt att använda, att den uppdateras regelbundet och att innehållet behåller hög kvalitet.

Säkerheten är en lika viktig faktor för webbplatser som trovärdighet är och designern måste tänka på den redan från början. Användarnas uppgifter ska skyddas så att ingen information kan läcka ut på något sätt. De ska känna sig säkra när de exempelvis gör en beställning och ger ifrån sig personlig information.

5 Analys

I det här kapitlet presenteras reducerat empiriskt material som har kopplats till den teoretiska referensramen. Även kopplingar till tidigare undersökning kring ämnet har tagits upp.

Vilka kunskaper krävs för att designern ska lyckas i sitt arbete?

Enligt Preece (2006) behöver designern veta många olika saker om teknologi, användarna, ha förståelse för deras handlingar och känslor, hur de kommunicerar samt förstå verksamhetsmål. Designer måste vara kreativ, tolka situationer som användarna kan ställa sig inför, hantera problem, konflikter och motsägelser. Han måste ha förståelse för andras synpunkter och kunna förmedla sina visioner, idéer, förslag till andra inblandade (Löwgren & Stolterman, 2004).

För att designern ska kunna lyckas i sitt arbete vid utformningen av webbplatsen är det viktigaste att fokus läggs på användarna genom hela processen och att deras behov tillgodoses, enligt två av respondenterna. Den tredje respondenten anser att designern ska använda sunt förnuft.

På vilket sätt är användarna inblandade i utvecklingsprocessen?

Om användarna ska uppleva webbplatsen som användbar bör den vara: lätt att lära sig, lätt att komma ihåg, begriplig, effektiv och tillfredställande att använda (Molich, 2002). Det är viktigt att förstå användarna och ta reda på deras åsikter. Genom att genomföra intervjuer med användarna, observera dem vid interaktionen med webbplatsen eller att använda enkät för att nå många av dem, blir det lättare att få fram deras behov (Sundström, 2005).

Två av respondenterna berättar att användarna inte är direkt inblandade i utvecklingsprocessen av olika anledningar, men att deras respektive företag tar reda på användarnas åsikter på olika sätt. Banken har anlitat ett företag som håller en kvalitetsundersökning för deras webbplats och vid flera tillfällen har banken erbjudit användarna att svara på ett frågeformulär på webbplatsen och i gengäld få gratis biljetter till olika sportevenemang. Det andra företaget samlar in omdömen och kritik från användarna genom olika marknadsundersökningar, dels via webbplatsen och dels på Prisjakt.se, kundtjänst och e- mail.

Den tredje respondenten tycker att användarna bör vara inblandade så mycket som möjligt oavsett om man använder någon av ovannämnda metoder eller genomför användbarhetstestning. Det kostar mer tid och pengar om användarna är missnöjda och utformningen måste göras om.

Är användbarhet viktig faktor vid utformning?

Sundström (2005) definierar användbarhet som:

Användbarhet = nytta x användarvänlighet.

De två viktigaste sidorna när det gäller användbarhet är att webbplatsen måste vara användarvänlig i sin typografi, navigation och hastighet samt att användaren har nytta av den. Webbplatsen kan vara väl gjord men om nyttan är lika med noll blir det ingen användbarhet och tvärtom (Sundström, 2005). Användbarheten är avgörande för både möjligheten att sälja produkter och för att få användarna att återkomma (Karolinska Institutet, 2009).

Respondenterna anser att användbarhet spelar en viktig roll speciellt för företag på webben eftersom webbplatsen är företagets ansikte utåt. Enligt en av respondenterna upplevs överskådlighet, lättfattliga grupperingar, lättillgänglig information och max tre nivåer i strukturen positivt av användarna. Den andra respondenten poängterar att allt som erbjuds användarna att göra på webbplatsen (registrering, beställning, sökning) ska gå lätt, smidigt och de ska känna sig trygga med webbplatsen. Den tredje respondenten som har varit inblandad i flera projekt på olika företag tycker att det idag läggs mer tid och energi på användbarhet än det har gjorts tidigare, men att uppfattningar kring hur viktig användbarhet är, skiljer sig åt. Vissa företag väljer att anställa användbarhetsdesigner för att vara på den säkra sidan medan andra låter utvecklarna ta hand om den delen också.

Vad innebär användarvänlighet på webbplatsen?

Användarvänlighet innebär att något är lätt att använda och att funktionaliteten ligger på en accepterad nivå för användaren. Enligt Westerholm & Åström (2002) finns det några grundläggande principer som måste tillämpas för att en webbplats ska betraktas som användarvänlig:

- Användarna ska enkelt kunna förstå hur de ska handla
- Användarna ska kunna förstå vad som händer när de interagerar med webbplatsen

Enligt respondenterna innebär användarvänlighet på webbplatsen att användarna förstår vad webbplatsen erbjuder, att de hittar det de söker så fort som möjligt och med så få steg som möjligt samt att alla handlingar på webbplatsen kan genomföras på ett väldigt enkelt sätt utan att behöva ifrågasätta någonting. Ett exempel på användarvänlighet är webbplatsens sajkarta som visar webbplatsens upplägg och undersidor vilket gör det enklare för användarna att hitta eftersökt information. Genom att minska antal nivåer i strukturen (max 3) blir webbplatsen mer användarvänlig.

Spelar den visuella upplevelsen en viktig roll?

Webbplatsens utseende och det första intrycket är viktigt eftersom användaren bildar sig en omedelbar uppfattning när webbplatsen öppnas – precis som när vi träffar en människa för första gången. Det räcker inte att webbplatsen ser snygg ut, den ska ha rätt stil och göra det möjligt för användaren att uppfylla sitt mål (Sundström, 2005). Visuella upplevelse är viktig eftersom den påverkar användarnas uppmärksamhet, förståelse och deras förmåga att läsa innehåll på skärmen (Head, 1999).

Enligt människa - datorinteraktions principer om estetik bör gränssnittet kommunicera visuellt, det vill säga hjälpa användarna att ta till sig information och utföra uppgifter de behöver göra (Head, 1999). Vissa undersökningar visar att attraktiva gränssnitt uppfattas som lättare att använda än oattraktiva (Preece, 2006).

Enligt respondenterna spelar den visuella upplevelsen och grafisk design en viktig roll, framför allt för företag på webben. Webbplatsen är företagets kontakt med användarna och det är viktigt att användarna trivs med webbplatsen, att de känner att webbplatsen är ett säkert ställe att handla på. Kan användarna uppnå sitt mål på ett smidigt sätt, kommer de oftast tillbaka. Upplever användarna webbplatsen som tråkig eller om den inte ger någon positiv känsla, går de vidare. En av respondenterna berättar också att företaget samarbetar med en reklambyrå för att vara på den säkra sidan.

Går det att skilja åt interaktionsdesign och grafisk design?

Den grafiska designen berättar för ögat vad som är en kontroll, vad som hör samman, var det alls finns anledning för användaren att tro att han kan interagera med webbplatsen (Sundström, 2005). En viktig förklaring till webbens stora framgång är att den är ett möte mellan två världar som tidigare i hög grad varit åtskilda - informationen och interaktionen. Delvis är den som en sofistikerad trycksak fast på skärm, men den kan också vara något som användaren interagerar med. Interaktionen handlar om hur användaren genom webben kan samspela med informationen för att köpa saker, tjänster, skicka e-post – användaren måste kunna begripa hur sidan fungerar och vilka handgrepp är nödvändiga för att uppnå målet (ibid.).

Det går inte att dra en skarp gräns mellan interaktionen och den grafiska delen eftersom de hänger ihop, enligt respondenterna. Det är viktigt att fånga kundernas intresse exempelvis med olika bilder eller lockande rubriker för att de ska vilja interagera med webbplatsen. Samspelet mellan interaktionen och den grafiska delen är avgörande om webbplatsen blir perfekt eller dålig. Det måste finnas en viss balans, för mycket av det ena eller det andra kan resultera i att webbplatsen upplevs som konstig eller att det uppstår problem för användarna.

Vilka kriterier används för att uppnå god interaktionsdesign?

Kriterier för god interaktionsdesign är: lätthanterlig, inte ansträngande, kul, klar, säker, användbar, lätt att lära sig, lätt att minnas hur man gör. Designprinciper gör det möjligt att åstadkomma ovanstående (Preece, 2006):

- Visibility (synlighet) - webbsidan skall vara överskådlig så att besökaren ser sidans funktioner och lätt kan orientera sig
- Feedback (återkoppling) - användaren bör förses med information om vilka operationer denne har utfört (bekräftar en order innan den skickas)
- Constraints (begränsning) - användaren kan se vilka operationer som är möjliga i nästa steg (t ex i Windows-produkter är de funktionerna som inte går att använda för tillfället skuggade i menyerna)

- Mapping (kartläggning) - sambandet mellan en kontroll och dess effekt skall vara tydlig - knappen för att skriva ut ett dokument i Word är försedd med en bild av en skrivare
- Affordance - användaren ska kunna se på ett objekts utformning vad det skall användas till - en knapp är till för att trycka på.

Gällande kriterier och designprinciper som används för att uppnå god interaktionsdesign finns det mycket forskning att ta del av. I huvudsak gäller det att använda sunt förnuft. Genom att hålla sig uppdaterad med vad som händer på marknaden och genom att kolla hur andra företag som har fått bra kritik från användarna har löst vissa problem, blir det lättare att komma fram till tillfredställande lösningar. Kriterier och designprinciper som används för att uppnå god interaktionsdesign är att det är så få klick som möjligt, allt ska vara lättillgängligt - helst på första sidan, med rak kommunikation, enkelt och användarvänligt. Det finns många metoder och idéer om hur designern ska utföra arbetet för att uppnå god interaktionsdesign, men det viktigaste är att använda sunt förnuft. Genom att verkligen ta reda på vad användarna vill ha, blir det lättare att skapa passande produkter.

Vilka brukskvaliteter/egenskaper bör användbara webbplatser inneha?

Brukskvaliteter karakteriserar användningen av en produkt som enkelhet, säkerhet och snabbhet. Enligt Nielsen (2001) vinner alltid enkelheten över komplexiteten dvs. om designen fungerar utan ett visst element så bör den tas bort. När det gäller säkerhet ska användarna känna sig säkra när de fyller i uppgifterna på webbplatsen (registrering, beställning, betalning). Webbplatsens innehåll ska laddas fort, det bör inte finnas element som saktar nedladdningen om de verkligen inte behövs. Brukskvaliteterna som motiverar en användare att återanvända till artefakten är: förväntan, relevans och nytta. Relevans och nytta är svåra att skilja åt eftersom det som är nyttigt för användaren är också relevant och tvärtom. Tekniska kvaliteter som reflekteras i brukskvaliteter är: effektivitet, elegans och funktionell minimalism. Effektivitet anses vara snabb och felfri användning av artefakten. Elegans innebär att en artefakt ska prestera så bra som möjligt med så enkel konstruktion som möjligt. Funktionell minimalism betyder att artefakten betraktas ur användarens synvinkel och den ska bara erbjuda de funktionerna som behövs för att utföra en viss uppgift snabbt och enkelt (Löwgren & Stolterman, 2004).

Brukskvaliteter är inte riktigt ett känt begrepp ännu och två av respondenterna visste inte ordets betydelse. För att inte påverka deras svar har jag använt mig av båda begreppen (brukskvaliteter och egenskaper) när jag ställde frågan under respektive intervju.

Respondenterna tycker att viktiga egenskaper är:

- Tydlighet - det bör framgå tydligt vad är det som erbjuds och presenteras för användarna samt om webbplatsen innehåller olika typer av information
- Relevans och nytta - det som är relevant är nyttigt för användarna och tvärtom
- Effektivitet - att webbplatsen ska fungera på ett effektivt sätt med så få klick som möjligt

- Igenkänningsfaktor - att användarna känner igen hur de ska interagera med webbplatsen, men också att de känner igen varumärket när andra medier används för marknadsföring

En av respondenterna tycker att de viktigaste egenskaperna för webbplatser är tydlighet och användarvänlighet.

Vilka andra faktorer är viktiga för att utforma användbara webbplatser?

Struktur

Strukturen handlar om ordning och organisation, hur webbsidorna fördelas till olika avdelningar så att de känns logiska för användarna (Sundström, 2005). Enligt Nielsen (2001) är de två viktigaste reglerna gällande struktur att det finns en struktur och att den återger användarnas uppfattning av webbplatsens informations- och tjänsteutbud.

Strukturen ska fastställas utifrån uppgifter som användarna antas genomföra på webbplatsen även om det innebär att helt olika avdelningar hamnar på samma webbsida. Webbplatsen ska inte avspegla företagets organisationsstruktur utan den ska uppfylla användarnas behov (Nielsen, 2001). Antal nivåer i strukturen bör hållas lågt för att all information ska kunna nås från startsidan genom max tre klick (Petersson et al, 2004).

Alla respondenter tycker att strukturen är en av de viktigare faktorerna på webbplatser. Om strukturen blir för djup, finns risken att användarna tappar bort sig. Användarna vill komma åt informationen med få klick. Tre nivåer i strukturen är lagom och webbplatsen blir mer användarvänlig, enligt respondenterna.

Språk

Språket bidrar till det första intrycket och kan vara avgörande för om användaren i största allmänhet ska förstå vad som finns var någonstans och hur saker ska användas på webbplatsen (Sundström, 2005). Länkar, kategorier och annat bör vara tydliga och självförklarande så att användarna enkelt kan hitta information som de söker. (Van Dijck, 2003). Texter som väljs till kontroller, förklarings- och hjälptexter som finns intill, har ofta en avgörande roll om användarna kan begripa vilka handlingar är möjliga och hur de ska genomföras (Sundström, 2005). Det kan upplevas svårare att läsa text på skärm, därför bör texter skrivas kort och koncist så att användarna kan ta åt sig informationen (Petersson et al, 2004).

Det är mycket information som läggs ut på webbplatsen och därför är språkbruk en viktig faktor för webbplatsen. Oftast skummar användarna igenom texten när de letar efter en vis information och går vidare om de inte hittar den. Användarnas intresse måste fångas på något sätt och därför är det nödvändigt att komma med en lockande rubrik, som får användarna att klicka på en viss länk, på en viss webbsida. Enligt respondenterna måste språket anpassas till användarna och det som läggs ut på webbplatsen bör skrivas i klar text, enkelt och kortfattat.

Trovärdighet

För att bygga upp trovärdighet är snygg design, fungerande länkar samt uppdateringar en utmärkt början (Nielsen, 2001). Användarna behöver känna förtroende för webbplatsen för att använda den - det är viktigt att de uppfattar innehållet som korrekt och aktuellt samt vem som står bakom webbplatsen (Sundström, 2005).

Trovärdigheten är betydelsefull för webbplatsen, tycker alla respondenter. Allt som läggs ut på webbplatsen bör kvalitetssäkras. Känner användarna förtroende för webbplatsen kommer de tillbaka. Det är deras uppfattningar som är viktiga eftersom den tekniska utvecklingen har lett till att alla kan uttrycka sina åsikter på olika webbforum. Användarna kan även skriva in åsikter om företag på flera informationswebbplatser som Eniro.se och Prisjakt.se, vilket företag borde ta hänsyn till. Trovärdigheten byggs upp under en längre tid och därför är det viktigt att webbplatsen är lätt att använda, att den laddas snabbt, att den uppdateras regelbundet och att innehållet behåller hög kvalitet.

Säkerhet

Användarna behöver känna sig säkra när de fyller i uppgifter på webbplatser vid registrering, beställning eller betalning via webben. Säkerhet är viktig och kan vara avgörande för om användarna utnyttjar webbplatsen eller inte (Sundström, 2005). Enligt Molich (2002) är säkerhet en av förutsättningarna för användbarhet. Användarna bör vara säkra på att personuppgifter skyddas enligt Personuppgiftslagen som säger: ”Syftet med denna lag är att skydda människor mot att deras personliga integritet kränks genom behandling av personuppgifter”.

Respondenterna tycker att säkerheten är en betydande faktor för webbplatser och att designern måste tänka på den redan från början. Användarna behöver känna sig säkra när de genomför ett köp, speciellt mindre vana användare behöver veta vad som händer hela vägen. Blir det fel i de känsligaste processerna slår det hårt mot företaget. Därför läggs mycket arbete på att säkra webbplatsen från olika slags intrång så att ingen information om användarna kan läcka ut på något sätt.

Tidigare forskning

Tidigare forskning (Alibasic & Friberg, 2002) har visat att användarnas åsikter kring den grafiska utformningen var delvis betydelsefulla för de som utvecklade webbplatser, medan funktionell design och innehåll ansågs vara av stor betydelse. Enligt min undersökning har det visat sig att designern är mer medveten om användarna idag än tidigare och att den grafiska designen är lika viktigt som interaktionsdesign och webbplatsens innehåll.

Användarna är inte intresserade av webbplatsens innehåll om de inte kan hitta det som de söker (ibid.). Även den här slutsatsen har bekräftats i min undersökning. Vidare har språkbruk och information som presenteras för användarna tagits upp av Alibasic och Friberg (2002) då de rekommenderar att ”det bör gå att skumma igenom texten och ändå förstå innehållet och att användaren främst bör erbjudas det innehåll som denne ville ta del av ” (s 76 ibid.). Den empiriska undersökningen i min studie visar att designern använder sig av dessa rekommendationer idag.

För att användarna ska känna igen sig på webbplatsen bör den innehålla logotyper, färger, teckensnitt och bilder som används för marknadsföring i andra medier (Alibasic & Friberg, 2002).

Den här aspekten har förekommit i min studie men på motsatt sätt – designern använder samma färger, typsnitt, ikoner och bilder för att användarna ska känna igen varumärket när andra medier används för marknadsföring.

6 Diskussion

I kapitlet redovisas vilka slutsatser som kan härledas utifrån den empiriska undersökningen och analysen. Det kommer även att innehålla svar på huvudfrågan, resultat- och metodutvärdering samt förslag till fortsatt forskning.

6.1 Slutsatser

Slutsatserna har som syfte att besvara studiens huvudfråga:

Vilka förutsättningar behövs vid utformningen av en användbar webbplats?

För att kunna besvara den frågan har jag tagit fram några delfrågor, som tillsammans med analysen och den empiriska undersökningen har lett till resultat. Delfrågorna omfattar:

- Kunskaper som designern behöver ha för att lyckas i sitt arbete
- Användarnas inblandning i utvecklingsprocessen
- Användbarhet
- Användarvänlighet
- Den visuella upplevelsen
- Interaktionsdesign och grafisk design
- Kriterier som används för att uppnå god interaktionsdesign
- Egenskaper/brukskvaliteter som webbplatsen bör inneha samt
- Andra faktorer som är viktiga för att utforma användbara webbplatser för användarna

I den empiriska undersökningen har det visat sig att utformningen av webbplatser är ganska likartad mellan företag. Skillnaderna beror på om företaget säljer tjänster eller varor och delvis vilken bakgrund och erfarenheter designern har.

Förutsättningar som behövs vid utformningen av användbara webbplatser:

För att designern ska kunna lyckas i sitt arbete vid utformningen av webbplatsen är det viktigaste att fokus läggs på användarna genom hela processen, att deras behov tillgodoses samt att designern använder sitt omdöme och sin erfarenhet under utvecklingen.

Användarna behöver inte vara direkt inblandade i utvecklingsprocessen utan det finns flera olika sätt att ta reda på deras åsikter och uppfattningar kring webbplatsen. Å andra sidan, det kostar mer tid och pengar om användarna blir missnöjda med resultatet och arbetet måste göras om. Därför är det viktigt att designern redan i början tar beslut på vilket sätt, när och i vilken grad användarna bör blandas in.

Användbarhet är en nödvändig faktor vid utvecklingen oavsett om det handlar om system eller företag på webben. Enligt den empiriska undersökningen skiljer sig uppfattningar kring hur viktig användbarhet är från företag till företag.

Vissa företag väljer att anställa användbarhetsdesigner medan andra låter utvecklarna ta hand om den delen också. Webbplatsen är företagets ansikte utåt och designern bör ta hänsyn till användbarhet under hela utvecklingsprocessen.

Användarvänlighet på webbplatsen innebär att användarna förstår vad webbplatsen erbjuder, att de lätt kan få tag i det som de söker med så få steg som möjligt samt att interaktionen sker på ett väldigt enkelt sätt utan att användarna behöver ifrågasätta vilket som är nästa steg.

Den visuella upplevelsen spelar väsentlig roll för webbplatsen. Det första intrycket kan vara avgörande eftersom användaren bildar sig en omedelbar uppfattning när webbplatsen öppnas – precis som när vi träffar en människa för första gången. Hur användarna upplever webbplatsen påverkar också deras uppfattning om företaget. Uppfattas webbplatsen positivt och att den är ett säkert ställe att handla på, väljer användarna att komma tillbaka.

Interaktionen och den grafiska delen går inte att skilja åt eftersom den grafiska designen berättar för ögat vad som är en kontroll, vad som hör samman, hur användaren kan interagera med webbplatsen. Samspelet och balansen mellan interaktionen och den grafiska delen är avgörande om webbplatsen blir användbar eller bedräglig.

Det finns mycket forskning, metoder, rekommendationer och idéer hur designer bör utföra arbetet och vad han ska tänka på för att uppnå god interaktionsdesign. I den empiriska undersökningen har det visat sig att det viktiga är att designern tar reda på vad användarna verkligen vill ha och att använda sunt förnuft. Jag anser dock inte att det räcker bara med sunt förnuft utan att designern bör ha vissa förkunskaper eller åtminstone kännedom om vilka förutsättningar som behövs för att kunna utforma en användbar webbplats.

I den empiriska undersökningen har det framkommit att de viktiga egenskaperna som en webbplats bör ha är: tydlighet, relevans och nytta, användarvänlighet, effektivitet samt igenkänningsfaktor både när det gäller att användarna känner igen hur de ska interagera med webbplatsen och att de känner igen varumärket.

Andra faktorer som anses vara viktiga för webbplatser är struktur, språk, trovärdighet och säkerhet.

Strukturen bör inte vara djupare än tre nivåer eftersom användarna vill komma åt informationen med få klick. I annat fall finns risken att användarna tappar bort sig vilket skapar negativ känsla för de och resulterar i att de aldrig återkommer till webbplatsen. Än idag håller Nielsens påstående ”Om strukturen är rena soppan, så finns det inget navigationssystem i världen som kan rädda den. Dålig informationsstruktur innebär alltid dålig användbarhet ” (Nielsen, 2001, s 198).

Språk bidrar till det första intrycket och kan vara avgörande om användaren överhuvudtaget förstår vad webbplatsen handlar om och vad den erbjuder.

Enligt den empiriska undersökningen kan lockande rubriker för tjänsteföretag vara avgörande för att fånga användarnas intresse. Ett företag som säljer varor bör tänka på att lägga ut tillräckligt information om varje produkt så att användarna får en klar bild om vad det är som de köper. Språket på webbplatser bör anpassas till användarna och informationen som läggs ut bör skrivas i klar text, enkelt och kortfattat.

Trovärdigheten är viktig för webbplatsen och allt som läggs ut på den bör kvalitetssäkras. Användarna behöver känna förtroende för webbplatsen för att de ska vilja komma tillbaka. Den tekniska utvecklingen har lett till att alla kan dela sina åsikter med alla andra om allt på webben. Detta medför att företag som vill lyckas på webben, behöver skapa förtroende hos användarna för att få positiva omdömen. Trovärdigheten byggs upp under längre tid och därför är det viktigt att webbplatsen är lätt att använda, att den uppdateras regelbundet, att innehållet behåller hög kvalitet samt att den laddas snabbt.

Säkerhet är en lika viktig faktor som trovärdighet för webbplatsen. I den empiriska undersökningen betraktas säkerheten som en självklarhet, i den teoretiska delen som en förutsättning för användbarhet och som en av de viktiga brukskvaliteterna som en webbplats bör inneha.

Utifrån slutsatserna går det att identifiera förutsättningar som behövs för att utforma användbara webbplatser. Dessa är: användarnas behov och åsikter måste beaktas, användbarhet, användarvänlighet, visuell upplevelse, grafisk och interaktionsdesign är nödvändiga förutsättningar precis som egenskaperna tydlighet, effektivitet, igenkänning, relevans och nytta. Ytterligare lika viktiga förutsättningar för att utforma användbara webbplatser är språk, struktur, trovärdighet och säkerhet.

Enligt Alibasic och Friberg (2002) är det i slutändan användarna som avgör vad som är en användbar webbplats. Den här slutsatsen gäller fortfarande och enligt min studie är företag idag lite mer medvetna om att de måste ta hänsyn till användarnas åsikter annars försvinner de med bara en klick.

6.2 Egna reflektioner

Bredbandsuppkopplingar och verktygsprogram som används för att skapa webbsidor har gett nya möjligheter för designern och för företag på webben. Fördelarna är att webbplatsen kan visa fler produkter med noggrannare beskrivningar utan att överskådligheten minskar, bilder, färger och ljudfiler nyttjas i allt högre grad. Nackdelarna är att konkurrensen om användarna har blivit allt hårdare och att användarnas krav växer.

Webben förändras fort. Tidigare skulle webbsidor delas i flera undersidor för att användarna skulle slippa använda scrollbar. I den empiriska studien har det visat sig att användarna helst vill ha allt innehåll tillgängligt på en och samma webbsida. För att överleva på webben gäller det att hålla sig uppdaterad hela tiden om vad som händer inom området, vilka nya idéer och lösningar har kommit fram samt att uppdateringar av webbplatsen sker relativt ofta och att dessa baseras på användarnas önskemål, deras behov och åsikter.

6.3 Resultatutvärdering

För att ett vetenskapligt arbete ska hålla hög kvalitet, krävs det att vissa kriterier uppfylls. Några av dessa kriterier är: generalitet vad det gäller betydelsen utanför uppsatsen, relevans vad det gäller ämnesval och ämnesbehandling, tydlighet för att andra ska kunna förstå och granska arbetet samt ärlighet gällande resultat och personer som ingår i studien.

Generalitet

I den empiriska undersökningen har jag utgått ifrån relativt få personer som har olika bakgrund, erfarenheter och arbetar inom olika branscher vilket innebär att resultatet kan ses som generellt. Min teori är inte kopplad till något särskilt ändamål. Med detta som utgångspunkt bör resultaten ha en hög grad av generalitet.

Relevans

Uppsatsens ämnesval omfattas av ämnesområdet informatik. Jag anser att begrepp som har tagits upp i uppsatsens problem och syfte är relevanta för ämnesområdet.

Tydlighet

Tydlighet innebär att klargöra tolkningar och resultat under kunskapsarbetet vilket jag anser har gjorts. På det sättet får andra möjlighet att kritiskt granska och återskapa mitt arbete.

Ärlighet

Resultatet har framställts på ett korrekt och fördomsfritt sätt. Respondenterna som har ingått i studien har informerats om studiens syfte och utskrifter från intervjuer har kontrollerats och godkänts av dem.

6.4 Metodutvärdering

Metoden som jag har valt att använda mig av är kvalitativ metod eftersom jag ville skapa förståelse inom ämnet. Metoden har fungerat bra i synnerhet vid genomförande av den empiriska undersökningen där den delvis strukturerade intervjun har används. Den här typen av intervjun ger möjlighet till respondenten att formulera sina svar fritt och som intervjuare får jag möjlighet att ställa spontana frågor under intervjun. Nackdelen med det här arbetssättet är att behålla fokus på ämnet utan att påverka respondenten på något sätt.

Litteraturen som jag har valt att utgå ifrån har gett mig insyn i vilka uppfattningar som råder kring utformning av webbplatser och vilka faktorer som anses vara viktiga för att skapa användbara webbplatser. Den empiriska undersökningen ger en föreställning om hur arbetet utförs i verkligheten.

6.5 Fortsatt forskning

Det kan vara intressant att genomföra liknande undersökning om några år för att ta reda på hur mycket webben har förändras, vilka rekommendationer och metoder som då gäller för utformning av webbplatser. Ett annat förslag för vidare forskning är att genomföra en empirisk studie som tar reda på användarnas uppfattningar och åsikter kring webbplatsdesign som designern får ta del av. Det kan resultera i att designerns arbete underlättas samtidigt som användarna blir nöjdare.

7 Källförteckning

7.1 Tryckt material

Andersen, Heine (1994), *Vetenskapsteori och metodlära*, Studentlitteratur, Lund

Alibasic, Lejla Friberg, Ann-Christine (2002), *Förutsättningar för en användbar webbplats* (Kandidatuppsats i Informatik vid Institutionen för Data- och Affärsvetenskap/Informatik, 2002: K22), Högskolan i Borås, Borås

Backman, Jarl (1998), *Rapporter och uppsatser*, Studentlitteratur, Lund

Bergström, Bo (2003), *Webbdesign: innehåll, form, interaktivitet*, AB Boktryck, Helsingborg

Bryman, Alan (2001), *Samhällsvetenskapliga metoder*, Daleke Grafiska AB, Malmö

Castells, Manuel (2000), *Nätverkssamhällets framväxt*, Bokförlaget Daidalos AB, Göteborg

Dijk, Peter van (2003), *Information architecture for designers: structuring websites for business success*, RotoVision SA, Switzerland

Eriksson, Lars & Nilsson, Stefan (2001), *Näthandel A*, Gleerup, Malmö

Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2003), *Reflexiv kommunikation - nya tankar för strategiska kommunikatörer*, Liber AB, Malmö

Goldkuhl, Göran (1998), *Kunskapande*, Institution för datavetenskap, Linköping

Gulliksen, Jan och Göransson, Bengt (2002), *Användarcentrerad systemdesign*, Studentlitteratur, Lund

Hallnäs, Lars & Redström, Johan (2006), *Interaction design - foundations, experiments*, The Interactive Institute The Swedish School of Textiles, Borås

Hartman, Jan (2004), *Vetenskapligt tänkande: från kunskapsteori till metodteori*, Studentlitteratur, Lund

Head, Alison J. (1999), *Design Wise, A guide for evaluating the interface design of information resources*, CyberAge Books, New Jersey

Hedman, Anders (1998), *Handbok för webbansvariga*, Graphic Systems AB, Göteborg

Holme, Idar Magne & Solvang, Krohn Bernt (1997), *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*, Studentlitteratur, Lund

- Litan, Robert E. & Rivlin, Alice M. (2002), *Bortom dot.com företagen*, Kristianstads Boktryckeri AB, Kristianstad
- Lundén, Björn (1999), *Internet handel: hur du säljer via Internet*, Media Print, Uddevalla
- Löwgren, Jonas & Stolterman, Erik (2004), *Design av informationsteknik*, Studentlitteratur, Lund
- May, Tim (2001), *Samhällsvetenskaplig forskning*, Studentlitteratur, Lund
- Molich, Rolf (2002), *Webbdesign med fokus på användbarhet*, Printed in Sweden, Lund
- Nielsen, Jakob (2001), *Användbar webbdesign*, Liber AB, Stockholm
- Ottersten, Ingrid & Berndtsson, Johan (2002), *Användbarhet i praktiken*, Studentlitteratur, Lund
- Patel, Runa & Davidson, Bo (2003) *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*, Studentlitteratur, Lund
- Petersson, Rune (2004), *Bild & form för informationsdesign*, Narayana Press, Denmark
- Preece, Jenny, Sharp Helen & Rogers, Yvone (2007), *Interaction Design: Beyond human-computer interaction*, John Wiley & Sons Ltd, England
- Sundström, Tommy (2005), *Användbarhetsboken*, Printed in Sweden, Lund
- Wallén, Göran (1996), *Vetenskapsteori och forskningsmetodik*, Studentlitteratur, Lund
- Westerholm, Adam & Åström, Mattias (2002), *En kognitionsvetenskaplig introduktion till människa maskin- interaktion*, Studentlitteratur, Lund

7.2 Elektroniskt material

Karolinska Institutet (2009) (Elektronisk).

Tillgänglig: [<http://mediabyran.kib.ki.se/web/usability/background/usability.html>] - 2007-04-03

Lumano (2007a) (Elektronisk).

Tillgänglig: [<http://www.lumano.se/branschinfo/artiklar/anvandbarhet.php> av Kristin Hammarberg] - 2007-04-05

Lumano (2007b) (Elektronisk).

Tillgänglig: [<http://www.lumano.se/branschinfo/artiklar/anvandbarhet.php> av Kristin Hammarberg] - 2007-04-05

Nationalencyklopedin (2009) (Elektronisk).

Tillgänglig: [<http://www.ne.se/lang/world-wide-web> av Sten Henriksson] - 2009-05-06

På kornet (2007) (Elektronisk).

Tillgänglig: [<http://kornet.nu/3xdesign.shtml> av Jonas Söderström] - 2007-05-05

Svenska datatermgruppen (2007) (Elektronisk).

Tillgänglig: [<http://www.nada.kth.se/dataterm/rek.html#a20> av Svenska datatermgruppen] - 2007-06-30

Högskolan i Borås är en modern högskola mitt i city. Vi bedriver utbildningar inom ekonomi och informatik, biblioteks- och informationsvetenskap, mode och textil, beteendevetenskap och lärarutbildning, teknik samt vårdvetenskap.

På **institutionen för data- och affärsvetenskap (IDA)** har vi tagit fasta på studenternas framtida behov. Därför har vi skapat utbildningar där anställningsbarhet är ett nyckelord. Ämnesintegration, helhet och sammanhang är andra viktiga begrepp. På institutionen råder en närhet, såväl mellan studenter och lärare som mellan företag och utbildning.

Våra **ekonomiutbildningar** ger studenterna möjlighet att lära sig mer om olika företag och förvaltningar och hur styrning och organisering av dessa verksamheter sker. De får även lära sig om samhällsutveckling och om organisationers anpassning till omvärlden. De får möjlighet att förbättra sin förmåga att analysera, utveckla och styra verksamheter, oavsett om de vill ägna sig åt revision, administration eller marknadsföring. Bland våra **IT-utbildningar** finns alltid något för dem som vill designa framtidens IT-baserade kommunikationslösningar, som vill analysera behov av och krav på organisationers information för att designa deras innehållsstrukturer, bedriva integrerad IT- och affärsutveckling, utveckla sin förmåga att analysera och designa verksamheter eller inrikta sig mot programmering och utveckling för god IT-användning i företag och organisationer.

Forskningsverksamheten vid institutionen är såväl professions- som design- och utvecklingsinriktad. Den övergripande forskningsprofilen för institutionen är handels- och tjänsteutveckling i vilken kunskaper och kompetenser inom såväl informatik som företagsekonomi utgör viktiga grundstenar. Forskningen är välrenommerad och fokuserar på inriktningarna affärsdesign och Co-design. Forskningen är också professionsorienterad, vilket bland annat tar sig uttryck i att forskningen i många fall bedrivs på aktionsforskningsbaserade grunder med företag och offentliga organisationer på lokal, nationell och internationell arena. Forskningens design och professionsinriktning manifesteras också i InnovationLab, som är institutionens och Högskolans enhet för forskningsstödjande systemutveckling.



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

BESÖKSADRESS: JÄRNVÄGSGATAN 5 · POSTADRESS: ALLÉGATAN 1, 501 90 BORÅS
TFN: 033-435 40 00 · E-POST: INST.IDA@HB.SE · WEBB: WWW.HB.SE/IDA