

KRZYSZTOF KUBIAK¹

Politechnika Poznańska

OCENA WYBRANYCH APLIKACJI MOBILNYCH W OPINII UŻYTKOWNIKÓW

Streszczenie

Celem artykułu jest ocena wybranych aplikacji mobilnych pod kątem zaprojektowanego interfejsu oraz funkcjonalności. Ocenę przeprowadzono dwuetapowo. Pierwsza część badań dotyczyła częstości i sposobu wykorzystywania aplikacji mobilnych przez użytkowników smartfonów. Kolejny etap badań dotyczył natomiast oceny aplikacji „Toruń” oraz „Poznam Poznań”, czyli systemów informacji o obiektach przestrzeni miejskiej. Ocenę przeprowadzono na podstawie następujących kryteriów: treść strony, nawigacja i struktura, możliwość interakcji, *layout* i grafika, możliwość wprowadzania danych, przydatność wybranej aplikacji. Porównując oceniane aplikacje można stwierdzić, że w opinii użytkowników lepsza okazała się aplikacja „Toruń”, uzyskując średnią ocen 3,8, natomiast aplikacja „Poznam Poznań” uzyskała średnią ocen 3,1.

Słowa kluczowe: aplikacje mobilne, użytkownicy smartfonów, interfejs, branża mobilna

Wprowadzenie

We współczesnej gospodarce charakteryzującej się turbulencją oraz wysokim poziomem konkurencji, szczególnego znaczenia nabiera zdolność do generowania wartości, istotnej z punktu widzenia klienta. W tym celu oferowany produkt, również w postaci aplikacji mobilnej, powinien zaspokajać jego potrzeby. Współcześni użytkownicy technologii mobilnych oczekują rozwiązań zapewniających interakcję oraz dostępność informacji. Celem artykułu jest ocena wybranych aplikacji mobilnych pod kątem zaprojektowanego interfejsu (sposobu prezentacji informacji w aplikacji mobilnej oraz interakcji z użytkownikiem) oraz

¹ krzysztof.kubiak@put.poznan.pl.

funkcjonalności. Ocenę przeprowadzono dwuetapowo. Pierwsza część badań dotyczyła częstości i rodzaju wykorzystywania aplikacji mobilnych przez użytkowników smartfonów, natomiast kolejny etap badań dotyczył oceny aplikacji „Toruń” oraz „Poznam Poznań”, czyli systemów informacji o obiektach przestrzeni miejskiej.

Znaczenie aplikacji mobilnych

Jednym z czynników wpływających na rozwój współczesnej gospodarki jest wprowadzenie nowoczesnych technologii informacyjnych, w tym technologii mobilnych². Mobilność w ogólnym ujęciu znaczy przenośność, możliwość korzystania z wybranych urządzeń w dogodnym miejscu i czasie.

Według I. Pawełoszek-Korek, technologia mobilna to dziedzina zajmująca się wytwarzaniem produktów mobilnych, czyli takich, które mogą być używane w ruchu³. Do charakterystycznych cech technologii mobilnej kreujących wartość dodaną dla użytkownika, można zaliczyć⁴:

- wszechobecność (użytkownicy mają możliwość otrzymywania aktualnej informacji i przeprowadzania transakcji w czasie rzeczywistym),
- personalizacja (aplikacje powinny być dostosowane do potrzeb użytkownika, istotna jest zatem relewancja treści),
- elastyczność (użytkownicy mają możliwość włączania się w działania w czasie dla nich odpowiednim),
- lokalizacja (użytkownicy mają dostęp do lokalnych serwisów informacyjnych).

Współcześnie dzięki m.in. mobilnym technologiom informacyjnym, następują wyraźne zmiany w relacjach przedsiębiorstw z ich nabywcami. Wzmacnia się proces, który Ph. Kotler nazywa „od asymetrii informacji do demokratyzacji informacji”⁵. Technologie cyfrowe likwidują brak równowagi w dostępie do informacji między producentami/sprzedawcami i konsumentami, a dostęp do informacji jest jeszcze szybszy. Konsumenty są coraz częściej przyzwyczajeni do transparentności i oczekują, że ich interakcja z przedsiębiorstwami będzie odbywać się w dogodny dla nich sposób. Chcą, aby interakcję rozpoczęła w jednym

² A. Sznajder, *Technologie mobilne w marketingu*, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 2014, s. 13.

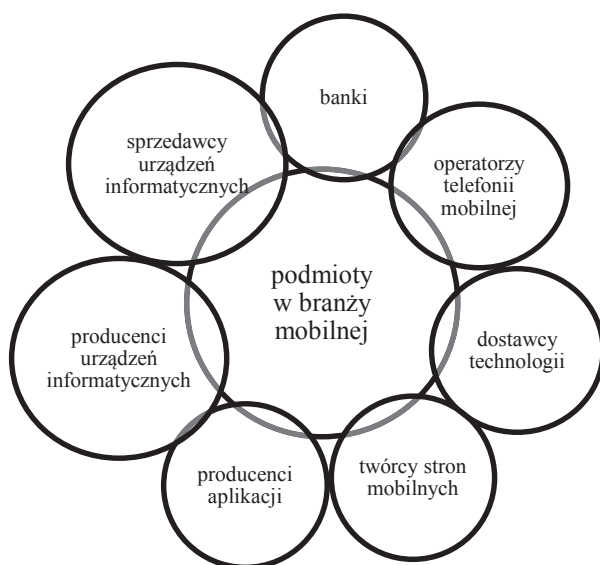
³ J. Pawełoszek-Korek, *Technologie mobilne w dostarczaniu wiedzy*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2009, s. 30.

⁴ *Ibidem*, s. 58.

⁵ A. Sznajder, *Technologie mobilne w marketingu...*, s. 22.

kanale kontaktu można było swobodnie kontynuować w innym⁶. Występuje również zjawisko mobilności w sieci, polegające na wzroście zakresu korzystania z internetu za pośrednictwem urządzeń mobilnych⁷.

Jak wynika z raportu *Generation Mobile 2014*, coraz więcej Polaków wykorzystuje urządzenia mobilne w trakcie wykonywania codziennych czynności. Najpopularniejszym systemem mobilnym w Polsce jest Android – 72% badanych z niego korzysta. Wzrasta również liczba wykorzystywanych aplikacji⁸. Liczba podmiotów tworzących branżę mobilną systematycznie wzrasta. Są to m.in.: banki, operatorzy telefonii mobilnej, dostawcy technologii, twórcy stron mobilnych, producenci aplikacji, producenci urządzeń czy sprzedawcy urządzeń (rys. 1).



Rys. 1. Podmioty w branży mobilnej

Źródło: opracowanie własne.

W świecie mobilnym najważniejsze jest zaspokajanie potrzeby informacji – tu i teraz. Intensywnie rozwija się usługa geolokalizacji, kierowania przekazu do grupy docelowej i optymalizacji treści pod kątem potrzeb danego użytkownika. Aplikacje powstają tam, gdzie jest to uzasadnione potrzebą konsumenta – niosą dla niego wartość użytkową lub rozrywkową⁹, a rozwój rynku aplikacji mobil-

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*, s. 24.

⁸ *Generation Mobile 2014*, <http://2014.generationmobile.pl/raport> (26.04.2015).

⁹ *Aplikacje mobilne. Raport*, interaktywnie.com/download/68, s. 14 (26.04.2015).

nych wpływa na zwiększenie ich popularności. Dzięki geolocalizacji internet dostępny jest za pomocą mobilnych narzędzi w wielu miejscach i pozwala na dokładną personalizację przekazu¹⁰.

W trakcie dokonywania oceny aplikacji mobilnych można kierować się różnymi kryteriami, np. oceną interfejsu oraz funkcjonalności. Ch. Mureta podaje również takie jak¹¹: rozrywka, intuicja, zaangażowanie, uzależnienie, wartości, wielokulturowość, audiowizualność oraz wirtualność. W trakcie przeprowadzania oceny należy jednak zwrócić uwagę na charakter realizowanych funkcji przez aplikację (czy ma ona charakter rozrywkowy czy produktowy).

Aplikacje mobilne powinny być produktami użytecznymi. W tym celu istotna jest znajomość potrzeb i preferencji użytkowników. Coraz większą rolę przykłada się do wyglądu interfejsu oraz zamieszczonych informacji, które są istotne w odniesieniu do użytkowników. Interfejsy systemów mobilnych powinny dlatego pomagać użytkownikom uzyskać informacje bez (lub prawie bez) zaangażowania pamięci i skupiania na nich dużej uwagi wzrokowej¹².

Zastosowane metody badawcze

Zwiększająca się liczba i rola aplikacji mobilnych z zakresu edukacji (np. aplikacje oferujące naukę języków obcych), turystyki (coraz częściej turyści za pośrednictwem aplikacji rezerwują hotele, loty, wypożyczają samochody), bankowości, motoryzacji oraz systemów informacji miejskiej wpływa na celowość realizacji badań z tego obszaru. Autor badania przeprowadził dwuetapowo. Pierwsza część dotyczyła oceny częstości i sposobów wykorzystywania aplikacji mobilnych przez użytkowników smartfonów. Badania te przeprowadzono w kwietniu 2015 roku na próbie liczącej 103 osoby. Próbę dobrano w sposób celowy i stanowili ją studenci Wydziału Inżynierii Zarządzania Politechniki Poznańskiej. Badania zrealizowano przy wykorzystaniu kwestionariusza zawierającego pytania dotyczące liczby posiadanych i wykorzystywanych aplikacji mobilnych, ich rodzaju, częstości ich pobierania oraz elementów tworzących wartość

¹⁰ E. Badzińska, *Kierunki rozwoju komunikacji i dyfuzja wiedzy w społeczeństwie informacyjnym*, w: *Gospodarka elektroniczna. Wyzwania rozwojowe*, red. J. Buko, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, s. 19.

¹¹ C. Mureta, *APP imperium aplikacji. Niech technologia pracuje na Twój sukces*, Helion, Gliwice 2013, s. 83.

¹² W. Prussak, *Ergonomiczne zasady projektowania interfejsu systemu mobilnego korzystania z informacji przestrzeni miejskiej*, w: *Zintegrowany system wspomagania dostępu do informacji w przestrzeni miejskiej z wykorzystaniem GPS i GIS*, red. M. Goliński, M. Szafranski, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012, s. 54–55.

aplikacji. Otrzymane wyniki pozwoliły na zaprojektowanie narzędzia, które wykorzystywano w drugiej części badań. Ocenie podlegały aplikacje „Toruń” i „Poznam Poznań”. Badanie przeprowadzono na grupie respondentów (38 osób) zbliżonej do grupy użytkowników docelowych. Mniejsza próba uzasadniona była stworzeniem odpowiedniego zespołu do oceny aplikacji. Procedura realizowanych badań w tej części była następująca:

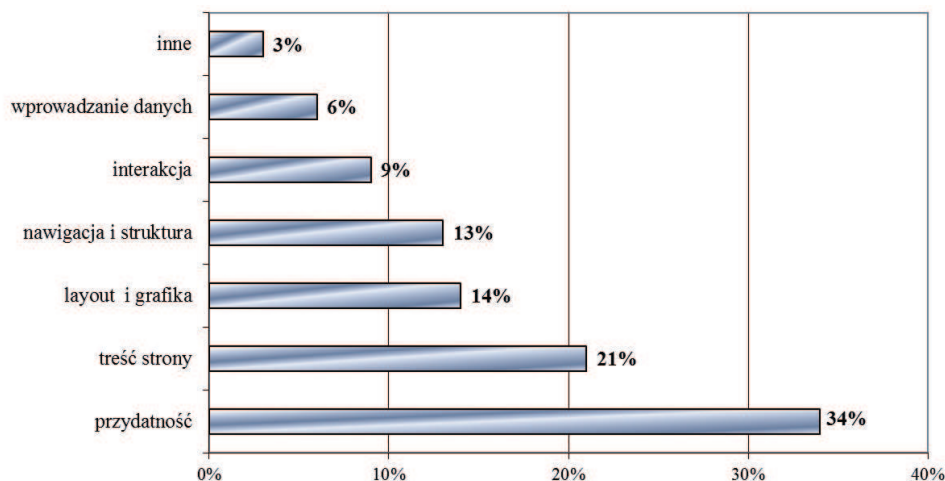
- dobór respondentów (badani musieli spełnić kryteria dotyczące doświadczenia w korzystaniu z aplikacji mobilnych oraz możliwości korzystania ze smartfonu z dostępem do internetu),
- testowanie wybranych aplikacji mobilnych (jej wcześniejsze pobranie na telefon oraz skorzystanie z jej funkcji),
- ocena aplikacji mobilnych z wykorzystaniem kwestionariusza.

Ankieta składała się z pytań dotyczących oceny aplikacji na temat treści, nawigacji i struktury, możliwości interakcji, *layoutu* (elementów graficznych aplikacji w tym kolorystyki, czcionki, rozmieszczeniu treści na stronie) i grafiki, możliwości wprowadzania danych oraz jej przydatności.

Wyniki badań

W ramach pierwszej części badań kwestionariusz wypełniły 103 osoby – wszyscy stanowili 100% grupę użytkowników smartfonów. Wśród ankietowanych było 66% kobiet i 34% mężczyzn, wszyscy w wieku 19–25 lat (jest to uzasadnione miejscem realizowanych badań). Na podstawie analizy wyników badań stwierdzono, że większość respondentów bo 35%, wykorzystuje smartfony do rozmów telefonicznych, niewiele mniej (32% badanych) do przeglądania zasobów internetu i 25% do korzystania z aplikacji mobilnych. Kolejne pytania dotyczyły liczby, rodzaju oraz częstości pobierania aplikacji mobilnych. Respondenci regularnie korzystają, tzn. minimum raz dziennie, z jednej do pięciu aplikacji (76%). Do najczęstszego rodzaju wykorzystywanych aplikacji zaliczono aplikacje społecznościowe (27%) oraz dotyczące bieżących wiadomości (21%). Respondenci rzadziej niż raz w miesiącu pobierają aplikacje (47%), część z badanych pobiera aplikacje kilka razy w miesiącu (38%). Badani najczęściej pobrali od 1 do 30 aplikacji (68%). Ostatnie pytanie w pierwszej części badań dotyczyło elementów, na jakie zwraca uwagę użytkownik aplikacji mobilnych. Są to: treść strony (21%), nawigacja i struktura (13%), możliwość interakcji (9%), *layout* i grafika (14%), możliwość wprowadzania danych (6%), przydatność wybranej aplikacji (34%). Do pozostałych elementów, na które zwraca użytkownik aplikacji, zaliczono: intuicyjność, zajmowaną pamięć, aktualizacje (3%) (rys. 2). Do

głównych kryteriów oceny aplikacji mobilnych można zatem zaliczyć przydatność oraz treść strony aplikacji.



Rys. 2. Kryteria oceny aplikacji i ich ważności (odsetek wskazań)

Źródło: opracowanie własne.

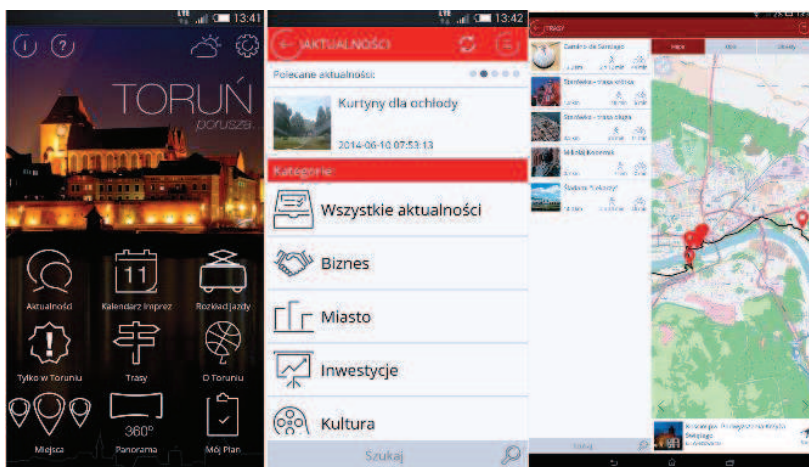
Druga część badań to ocena aplikacji „Toruń” i „Poznam Poznań” pod kątem interfejsu (sposobu prezentacji informacji w aplikacji mobilnej oraz interakcji z użytkownikiem) i funkcjonalności. Jedną z kategorii potrzeb informacyjnych, których znaczenie szybko rośnie, są potrzeby związane z uzyskaniem informacji o obiektach w przestrzeni miejskiej. Systemy informacji o obiektach przestrzeni miejskiej komplikują się wraz ze wzrostem złożoności przestrzeni miejskiej oraz systemu potrzeb informacyjnych podmiotów przebywających w tej przestrzeni¹³. Podmiotem tym mogą być mieszkańcy oraz turyści. Aplikację mobilną „Toruń” oceniono z perspektywy turysty, natomiast aplikację „Poznam Poznań” – mieszkańca.

Wnioski z wcześniejszych badań pozwoliły zaprojektować ankietę do oceny powyższych aplikacji. Skala zastosowana w ankiecie była pięciostopniowa, gdzie 1 to ocena niedostateczna wybranego obszaru, a 5 ocena bardzo dobra. W skali wystąpiła również wartość 0 oznaczająca, że respondent nie ma zdania.

Pierwsza aplikacja poddana ocenie to „Toruń”. Aplikacja mobilna „Toruń” to informator o mieście przygotowany dla mieszkańców i turystów. Składają się na nią aktualne informacje z życia miasta, w tym kalendarze imprez zawierające

¹³ M. Szafranski, *Zaspokajanie potrzeb informacyjnych w „Zintegrowanym systemie wspomagania dostępu do informacji w przestrzeni miejskiej*, w: *Zintegrowany system wspomagania...*, s. 21.

opisy i terminy, a także lokalizacje tych miejsc wraz z wyznaczeniem trasy dojścia lub dojazdu z wykorzystaniem systemu GPS. Aplikacja zawiera również rozkład jazdy komunikacji miejskiej i jest zintegrowana z programem do kupowania biletów. Pozwala także w łatwy sposób zamówić taksówkę. Aplikacja zawiera opisy i lokalizacje takich miejsc jak: lokale gastronomiczne, miejsca noclegowe, centra handlowe, rozrywki, atrakcje dla turystów. Funkcja *augmented reality* wyświetla na ekranie obiekty z wybranej kategorii, znajdujące się w polu widzenia aparatu fotograficznego. Dostępne są również: serwis z pogodą oraz funkcje społecznościowe – ocena, podziel się i zamelduj. Aplikacja działa w trybie offline, a niektóre elementy, w tym aktualizacja danych, wymagają połączenia z internetem¹⁴ (rys. 3).



Rys. 3. Strona aplikacji mobilnej „Toruń”

Źródło: Google play, <https://play.google.com> (9.05.2015).

Pierwszy obszar oceny aplikacji „Toruń” dotyczył zawartych treści. Respondenci ocenili ten obszar na poziomie dobrym (średnia ocena 4,2, odchylenie standardowe 0,71, dominanta 4). Treść jest zatem zrozumiała i ciekawa dla użytkownika; wykorzystuje także spójne nazewnictwo.

Następny obszar dotyczył nawigacji i struktury. Respondenci ocenili ten obszar również na poziomie dobrym (średnia ocen 4,0, odchylenie standardowe 0,98, dominanta 4). W ich opinii za pośrednictwem aplikacji łatwo i szybko można dotrzeć do wszystkich informacji. Elementy ekranu sprzyjają nawigacji, zapewniony jest szybki powrót do punktu wyjścia, aplikacja jest płynna w dzia-

¹⁴ Aplikacje mobilne. Raport...

łaniu, struktura jest przemyślana i spójna, a informacje są pogrupowane i uporządkowane. Najslabiej w tej części oceniono instrukcję oraz łatwość odnalezienia pomocy na stronie aplikacji.

Możliwość interakcji oceniono na poziomie dostatecznym (średnia ocen 3,2, odchylenie standardowe 1,69, dominanta 3). Należy zwrócić również uwagę na to, że 30% respondentów wskazało odpowiedź „nie mam zdania” – na co również wskazuje większa wartość odchylenia standardowego.

Czwarty obszar dotyczył *layoutu* i grafiki. Respondenci ocenili go na poziomie dobrym (średnia ocen 4,3, odchylenie standardowe 1,11, dominanta 5). Grafika jest zatem dostosowana do wyświetlania na urządzeniach mobilnych różnych rozdzielczości, czcionka jest czytelna i teksty wyraźne, kolorystyka i elementy graficzne są ciekawe dla użytkownika.

Możliwość wprowadzania danych oceniono na poziomie dostatecznym (średnia ocen 3,2, odchylenie standardowe 1,54, dominanta 3). Aplikacja tylko w niewielkiej części umożliwia zamieszczanie komentarzy oraz wystawianie ocen. Większa wartość odchylenia standardowego wynika z dużej liczby odpowiedzi „nie mam zdania”.

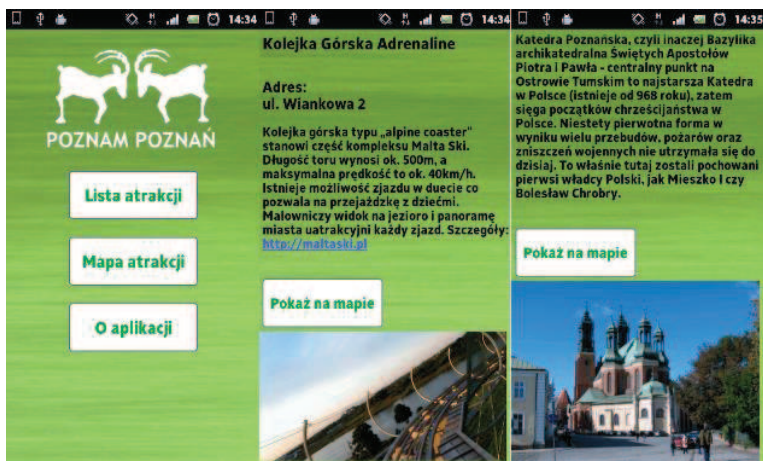
Szczególnie istotnym obszarem w ocenie aplikacji mobilnych jest jej przydatność, którą oceniono na poziomie dobrym (średnia ocen 4,1, odchylenie standardowe 0,84, dominanta 4). Aplikacja jest zatem pomocna w zakresie realizowanych funkcji, zachęca do kolejnego użycia, umożliwia wzrost wiedzy użytkownika oraz jest warta polecenia. Ogólna ocena aplikacji „Toruń” w opinii użytkowników wyniosła 4.

Następna aplikacja poddana ocenie to „Poznam Poznań”. Jest to darmowa aplikacja o najciekawszych poznańskich atrakcjach. „Poznam Poznań”, poza najbardziej znanymi atrakcjami, przedstawia także te mniej popularne. Dzięki modułowi GPS można zobaczyć interesujące obiekty w najbliższej okolicy oraz zaplanować trasę zwiedzania¹⁵ (rys. 4).

Pierwszy obszar badań dotyczył zawartych treści, uzyskując ocenę dobrą (średnia ocen 3,8, odchylenie standardowe 1,04, dominanta 4). Treść dla użytkownika jest zrozumiała, nazewnictwo jest spójne, natomiast słabiej oceniono – mało interesującą zawartość.

Niższą ocenę otrzymał drugi obszar aplikacji, czyli nawigacja i struktura (średnia ocen 3,4, odchylenie standardowe 1,04, dominanta 4). Istotnym mankamentem według badanych jest trudność w odnalezieniu funkcji pomocy.

¹⁵ *Ibidem.*



Rys. 4. Strona aplikacji mobilnej „Poznam Poznań”

Źródło: Google play, <https://play.google.com> (9.05.2015).

W ramach możliwości interakcji przyznano wartość 2 (średnia ocen 2,5, odchylenie standardowe 1,56, dominanta 0). Większa wartość odchylenia standardowego oraz dominanta wynika z dużej liczby odpowiedzi „nie mam zdania”. Respondenci zwrócili uwagę na brak możliwości wymiany informacji między użytkownikami.

Obszar dotyczący *layoutu* i grafiki oceniono na 3 (średnia ocen 3,4, odchylenie standardowe 1,42, dominanta 3). Szczególnie zwrócono uwagę na słabą kolorystykę i mało ciekawe elementy graficzne.

Aplikacja ma również ograniczoną funkcję wprowadzania informacji przez umieszczanie komentarzy i ocen (średnia 2,1, odchylenie standardowe 1,37, dominanta 1).

Jeden z najistotniejszych obszarów, czyli przydatność aplikacji, otrzymał oceną dostateczną (średnia 3,1, odchylenie standardowe 1,28, dominanta 3). Aplikacja jest średnio pomocna w zakresie realizowanych funkcji, nie zachęca do kolejnego użycia, jest mało spójna z oczekiwaniami użytkowników, w niewielkim stopniu zwiększa jego poziom wiedzy i zachęca do polecenia. Ogólna ocena aplikacji „Poznam Poznań” w opinii użytkowników wyniosła 3.

Porównując badane aplikacje można stwierdzić, że w opinii użytkowników lepsza jest aplikacja „Toruń” w stosunku do „Poznam Poznań” (tab. 1). Aplikacja „Toruń” zapewnia kompleksowe informacje dla mieszkańca i turysty, w tym informator komunikacji miejskiej, aktualne atrakcje, jest bardziej intuicyjna, zawiera ciekawsze elementy graficzne i kolorystyczne, jest przydatna oraz warta

polecenia. Informacje zawarte w aplikacji „Toruń” są pogrupowane i uporządkowane, a treść jest zrozumiała i ciekawa dla użytkownika.

Tabela 1

Porównanie aplikacji mobilnej „Toruń” i „Poznam Poznań”

Treść (średnia ocen/odch.stand./dominanta)		Nawigacja i struktura (średnia ocen/odch.stand./dominanta)		Interakcja (średnia ocen/odch.stand./dominanta)		Layout i grafika (średnia ocen/odch.stand./dominanta)		Wprowadzanie danych (średnia ocen/odch.stand./dominanta)		Przydatność (średnia ocen/odch.stand./dominanta)	
Toruń	4.2/ 0,71/ 4	Toruń	4.0/ 0,98/ 4	Toruń	3.2/ 1,69/ 3	Toruń	4.3/ 1,11/ 5	Toruń	3.2/ 1,54/ 3	Toruń	4.1/ 0,84/ 4
Poznam Poznań	3.8/ 1,04/ 4	Poznam Poznań	3.4/ 1,04/ 4	Poznam Poznań	2.5/ 1,56/ 0	Poznam Poznań	3.4/ 1,42/ 3	Poznam Poznań	2.1/ 1,37/ 1	Poznam Poznań	3.1/ 1,28/ 3

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

„Nadeszła era komunikowania masowego zintegrowanego w urządzeniu przenośnym (np. smartfonie, tablecie). Żyjemy w świecie nazywanym erą Post PC i coraz większe grupy społeczne komunikują się za pomocą urządzeń mobilnych. Olbrzymie możliwości, jakie dają urządzenia i aplikacje mobilne, będą w coraz większym stopniu skłaniać do ich wykorzystywania w komunikowaniu z docelową grupą odbiorców”¹⁶. Dzięki specjalnie zaprojektowanym aplikacjom można zaobserwować coraz powszechniejsze wykorzystanie urządzeń mobilnych. Aplikacje te mogą pełnić funkcje społecznościowe, rozrywkowe, edukacyjne oraz informacyjne.

Zrealizowane badania pozwoliły zdefiniować główne elementy, na które zwraca użytkownik aplikacji; są to: przydatność, treść strony, layout i grafika, nawigacja i struktura, interakcja, możliwość wprowadzania danych, intuicyjność. Szczegółowa diagnoza powyższych elementów pozwoliła natomiast dokonać oceny wybranych aplikacji mobilnych („Toruń” oraz „Poznam Poznań”, czyli systemów informacji miejskiej). Najistotniejsze kryteria oceny dotyczą przydatności aplikacji oraz zawartych treści. Tym samym rozwiązania mobilne powinny być przede wszystkim użyteczne i zaspokajać potrzebę informacji.

Bibliografia

Aplikacje mobilne. Raport, interaktywnie.com/download/68/.

Badzińska E., Gołata K., Szczepański M., *Współczesne formy komunikowania oraz kreowania wizerunku firmy i przedsiębiorcy*, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2015.

¹⁶ E. Badzińska, K. Gołata, M. Szczepański, *Współczesne formy komunikowania oraz kreowania wizerunku firmy i przedsiębiorcy*, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2015, s. 40.

- Badzińska E., *Kierunki rozwoju komunikacji i dyfuzja wiedzy w społeczeństwie informacyjnym*, w: *Gospodarka elektroniczna. Wyzwania rozwojowe*, red. J. Buko, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012.
- Generation Mobile 2014*, <http://2014.generationmobile.pl/raport> (26.04.2015).
- Google play, <https://play.google.com>.
- Mureta Ch, *APP imperium aplikacji. Niech technologia pracuje na Twój sukces*, Helion, Gliwice 2013.
- Pawłosek-Korek J., *Technologie mobilne w dostarczaniu wiedzy*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2009.
- Prussak W., *Ergonomiczne zasady projektowania interfejsu systemu mobilnego korzystania z informacji przestrzeni miejskiej*, w: *Zintegrowany system wspomaganie dostępu do informacji w przestrzeni miejskiej z wykorzystaniem GPS i GIS*, red. M. Goliński, M. Szafrąński, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012.
- Szafrąński M., *Zaspokajanie potrzeb informacyjnych w „Zintegrowanym systemie wspomaganie dostępu do informacji w przestrzeni miejskiej”*, w: *Zintegrowany system wspomaganie dostępu do informacji w przestrzeni miejskiej z wykorzystaniem GPS i GIS*, red. M. Goliński, M. Szafrąński, Wyd. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2012.
- Sznajder A., *Technologie mobilne w marketingu*, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 2014.

ASSESSMENT OF SELECTED MOBILE APPLICATIONS FROM USERS' PERSPECTIVE

Summary

The objective of the paper is to evaluate selected mobile applications from the perspective of designed interface and functionality. The evaluation was conducted in two stages. The first part of the research concerned the frequency and the manner of use of mobile applications by smartphone users. The next stage of the study concerned the assessment of the applications “Toruń” and “Poznam Poznań” [discoveri Poznan], which are information systems about objects in urban space. The evaluation was conducted based on the following criteria: content, navigation and structure, interaction, layout and graphics, the ability to enter data, usefulness. Comparison of the assessed applications leads to a conclusion that “Toruń” turns out to be a better application for the users, gaining grade point average of 3.8, while the application “Poznam Poznań” received a 3.1 grade point average.

Keywords: mobile applications, smartphone users, interface, mobile market

Translated by Krzysztof Kubiak

