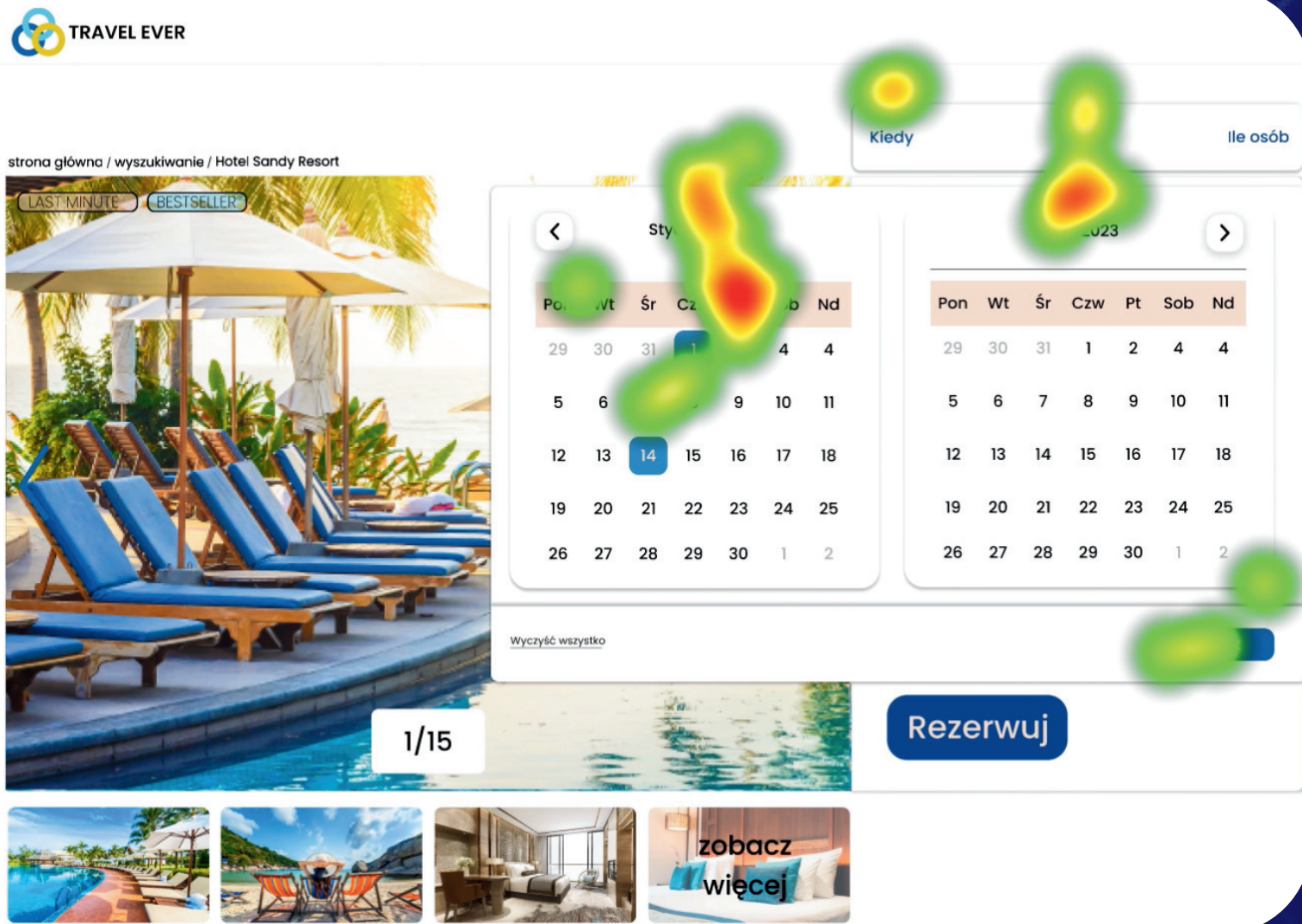
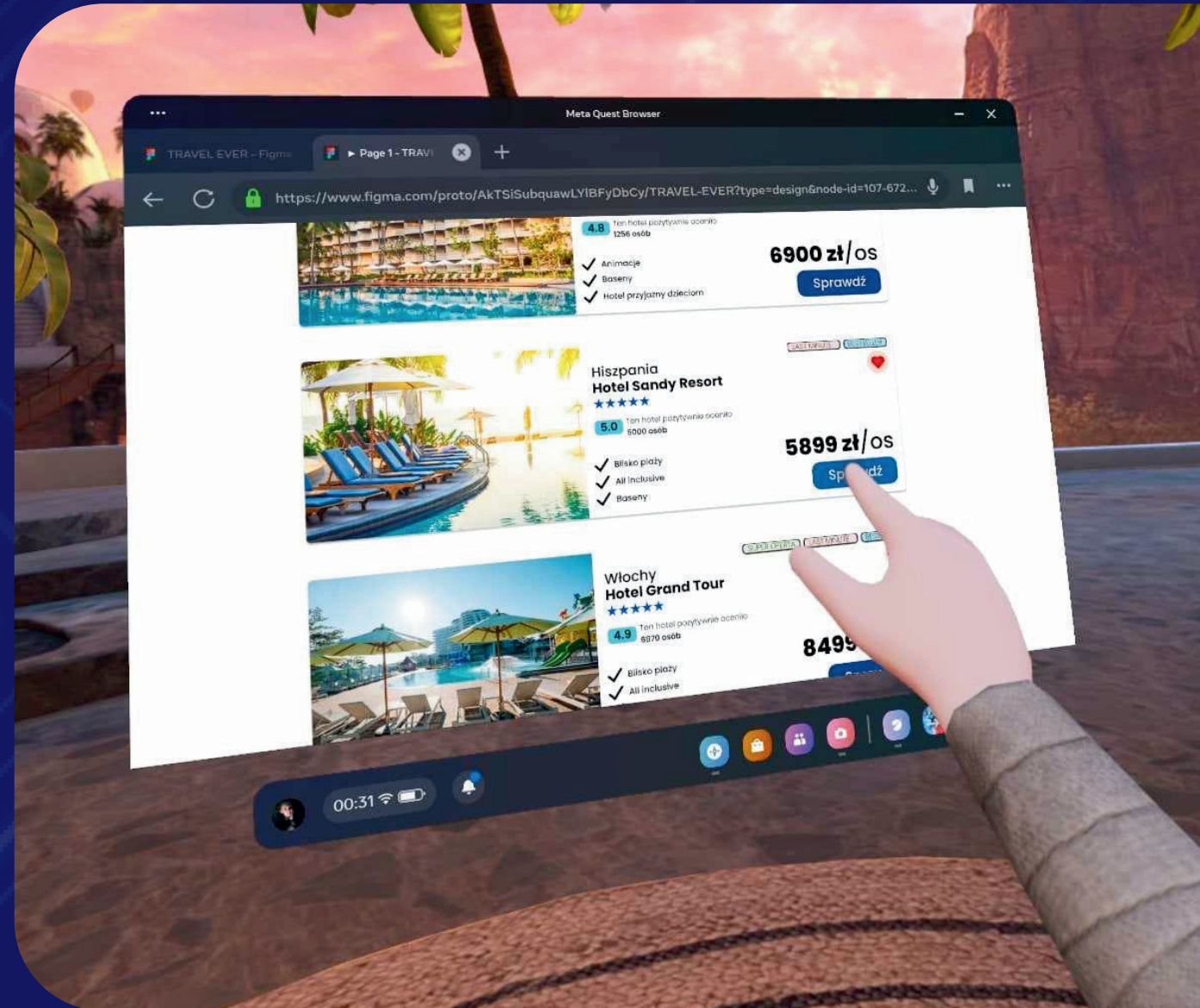


KRÓTKIE STRESZCZENIE I KONTEKST

W pracy przeanalizowano użyteczność elementów stron internetowych z branży turystycznej, oceniając, w jaki sposób różne aspekty interfejsu wpływają na doświadczenia użytkowników. Wykorzystano śledzenie wzroku, ankiety, obserwacje oraz środowisko VR. Celem było zidentyfikowanie mocnych i słabych stron interfejsów, które wpływają na intuicyjność nawigacji, czytelność informacji oraz ogólną atrakcyjność wizualną. Branża turystyczna wymaga nowoczesnych rozwiązań, które zapewnią użytkownikom wygodny dostęp do informacji i zwiększą ich satysfakcję z korzystania z witryn. Zastosowanie wirtualnej rzeczywistości oraz śledzenia wzroku umożliwia dokładną analizę interakcji użytkownika z elementami stron internetowych, co pozwala na ich ulepszenie.



NAJWAŻNIEJSZE WYNIKI

- ✓ Czytelność informacji – wpływa na satysfakcję użytkowników. Jasne, uporządkowane treści poprawiają odbiór strony.
- ✓ Intuicyjność nawigacji – Im łatwiejsza i bardziej naturalna nawigacja, tym lepsze doświadczenia użytkownika.
- ✓ Atrakcyjność wizualna – Elementy wizualne, takie jak kolorystyka i układ graficzny, mają istotne znaczenie w postrzeganiu stron.
- ✓ Wirtualna rzeczywistość (VR) – Umożliwia głębsze zanurzenie w interaktywnym środowisku, wzmacniając zaangażowanie użytkownika.

PODSUMOWANIE I BIBLIOGRAFIA

Badanie potwierdziło kluczową rolę użyteczności w tworzeniu stron internetowych z branży turystycznej. Zidentyfikowane elementy – nawigacja, czytelność informacji oraz atrakcyjność wizualna – mają istotny wpływ na doświadczenia użytkowników. Wyniki pracy mogą służyć projektantom stron do doskonalenia interfejsów, aby spełniały potrzeby użytkowników. Wyniki eksperymentów, pozwoliły na dokładne zrozumienie, w jaki sposób użytkownicy wchodzi w interakcję z różnymi elementami stron. Zastosowanie technologii VR nie tylko wzbogaca interaktywność, ale także umożliwia pełniejsze zanurzenie w doświadczeniu turystycznym, co może zwiększać zainteresowanie ofertą turystyczną i budować pozytywne odczucia wobec marki.

Bibliografia:

1. Yanick Trindade, Francisco Rebelo, Paulo Noriega. "Tourism and virtual reality: user experience evaluation of a virtual environment prototype". W: Design, User Experience, and Usability: Users, Contexts and Case Studies, 2018, Springer.
2. S Akshay, MR Akash, G Sai Ananda Krishnan. "Comparative analysis of heat maps over voronoi diagram in eye gaze data visualization". W: 2017 International Conference on Intelligent Computing and Control (I2C2), IEEE, 2017.
3. Yong Min Kim, Il-sun Rhiu, Myung Hwan Yun. "A systematic review of a virtual reality system from the perspective of user experience". W: International Journal of Human-Computer Interaction, 2020.

