

УДК 658.87:004

© А.С. Гвоздева, К.В. Найденкова, 2025

UX-оптимизация как фактор повышения эффективности электронной коммерции

А.С. Гвоздева

студент 3 курса бакалавриата НИЯУ МИФИ, Москва

Email: gvozdeva.as@mail.ru

К.В. Найденкова

к.э.н., доцент кафедры финансового мониторинга

НИЯУ МИФИ, Москва

Email: ksenyanaidenkova@mail.ru

Аннотация: В данной статье определяется степень важности UX-дизайна в повышении эффективности веб-сайтов электронной коммерции. Определены ключевые проблемы и возможности, которые влияют на удовлетворённость пользователей, их лояльность и конверсию в покупки. Проведен анализ для понимания пользовательских потребностей, который направлен на выявление направлений для улучшения UX.

Ключевые слова: UX-дизайн, электронная коммерция, веб-сайт, поведение клиента, карта пути пользователя

UX optimization as a factor of e-commerce efficiency improvement

A.S. Gvozdeva

3rd year bachelor's student at NRNU MEPhI, Moscow

Email: gvozdeva.as@mail.ru

K.V. Naidenkova

Ph.D., Associate Professor department of financial monitoring

NRNU MEPhI, Moscow

Email: ksenyanaidenkova@mail.ru

Abstract: This article defines the importance of UX design in improving the effectiveness of e-commerce websites. The key issues and opportunities that affect user satisfaction, loyalty, and purchase conversion have been identified. An analysis was carried out to understand user needs, which is aimed at identifying areas for improving the UX.

Keywords: UX design, e-commerce, website, customer behavior, user path map

На протяжении последних лет количество пользователей Интернета увеличилось в геометрической прогрессии. Компании могут извлекать из

этого выгоду при расширении своего бизнеса и переходе на онлайн-торговлю. Электронная коммерция или торговля онлайн для бизнеса является творческим подходом к ведению бизнеса и альтернативным подходом к увеличению количества продаж. Электронная коммерция является более эффективной и рентабельной, когда поставщики выигрывают за счет расширения своей клиентской базы, а дистрибьюторы за счет поиска новых поставщиков и снижения цен на свою продукцию. Цифровая экономика в электронной коммерции включает в себя нечто большее, чем просто традиционный метод покупки и продажи, где также считается важным выстраивание отношений между партнерами и клиентами. В ответ на развитие цифровой экономики веб-сайт электронной коммерции как платформа онлайн-рынка должен быть разработан таким образом, чтобы он мог оптимизировать продажи, понимать потребности пользователей и, что наиболее важно, превращать посетителей в покупателей с целью увеличения доходов. [1]. Кроме того, он также должен быть способен удерживать пользователей. Этого можно достичь с помощью адаптации рекомендаций пользователя по продуктам, используя результаты его просмотра и записи о предыдущих покупках. UX-дизайн крайне важен для успеха веб-сайта электронной коммерции и, следовательно, важен для успешной компании. Дизайн веб-сайта электронной коммерции может служить в качестве цифрового маркетинга компании, поэтому хороший UX является ключевым фактором и подспорьем для компаний электронной коммерции в построении отношений со своими клиентами.

Для повышения производительности пользователей дизайн создан таким образом, чтобы позволить им эффективно взаимодействовать с системой, включая идеи и чувства, которые возникают у пользователей по поводу взаимодействия с клиентами в режиме онлайн. Многие элементы UX интегрированы в стратегии поисковой оптимизации, которые включают сжатие фотографий, простоту навигации пользователя, отзывчивость системы и скорость. В центре внимания данной статьи - выявление уровня важности UX-дизайна для оптимизации веб-сайта электронной коммерции. Поиск клиентов важен для того, чтобы пользователи могли легко перемещаться по веб-сайту электронной коммерции. Это позволит пользователям эффективно выполнять свои задачи и достигать своих целей, а также может помочь пользователям в принятии решений, поэтому важно планировать поиск клиентов. [2]. Для достижения цели были подготовлены следующие вопросы для исследования:

1. Каковы преимущества хорошего UX-дизайна для веб-сайтов электронной коммерции в достижении их бизнес-целей?
2. С какими трудностями приходится сталкиваться при применении хорошего UX-дизайна веб-сайты электронной коммерции?

Для успеха электронной коммерции необходимо учитывать несколько факторов. Электронная коммерция имеет несколько бизнес-моделей, таких

как *business-to-business (B2B)*, *business-to-consumer (B2C)*, *consumer-to-consumer (C2C)*, *business-to-government (B2G)* и т.д. Поэтому необходимо определить возможности и проблемы, чтобы веб-сайт электронной коммерции мог быть разработан в соответствии с потребностями его целевых клиентов. В статье была применена методология анализа для определения возможности и проблемы применения хорошего дизайна для веб-сайтов электронной коммерции, а также была проведена оценка электронной коммерции как торговой платформы, которая претерпела трансформацию за счет применения ключевых элементов процесса проектирования UX.

Пользовательское проектирование веб-сайтов должно основываться на клиентоориентированном подходе, обеспечивать простой и понятный формат совершения покупок. Благодаря уменьшению стоимости транзакционных издержек и масштабированию географического охвата, компаниям предоставлена возможность эффективно наращивать объемы продаж и клиентской базы. Также адаптация бизнес-стратегий к постоянно меняющемуся поведению потребителей успешно происходит, базируясь на предоставленных онлайн-платформами аналитических данных. [3].

Повышенная вовлечённость клиентов в цифровую среду сопровождается активным использованием отзывов и рейтингов, которые становятся важным фактором принятия решений о покупке. В связи с этим качество пользовательского опыта приобретает стратегическое значение как фактор формирования лояльности и конкурентного преимущества в электронной коммерции. Для достижения цели данной статьи необходимо хорошо понимать идею электронной коммерции. Для термина "электронная коммерция" есть множество интерпретаций, но следующее определение является наиболее емким подходящим: процесс покупки и продажи товаров или услуг через Интернет. Приложения или программное обеспечение, которые взаимодействуют с конечными пользователями, включая веб-сайты, должны быть удобными и простыми в использовании. UX определяет, можно ли использовать продукт или нет. [4]. Программное обеспечение или приложение считается пригодным к использованию, когда его пользователи могут выполнять свои задачи. UX важен для того, чтобы пользователи продолжали пользоваться веб-сайтом и возвращаться на него. На успех электронной коммерции влияют элементы, представленные на рисунке 1.



Рисунок 1 – Элементы успеха электронной коммерции

Поскольку клиенты напрямую взаимодействуют с платформой, на них напрямую влияет дизайн, который они используют, и это приводит к тому, что они либо совершают, либо не совершают конверсию. На покупки, совершаемые с использованием электронной коммерции в качестве торговой платформы, большое влияние оказывают факторы дизайна. Примеры факторов дизайна включают отзывчивую обратную связь и удобную навигацию. Хороший дизайн веб-сайта привлечет новых клиентов и произведет хорошее впечатление на существующих, поскольку они могут оценить продукт только на основе того, что они видят на экране. Когда путь клиента оптимизирован, это может заставить пользователей работать более продуктивно, улучшать качество обслуживания, принимать лучшие решения и выполнять свои задачи. [5]. На удовлетворенность клиентов UX влияет то, что пользователь получает удовольствие от выполнения своих задач, что побуждает его к совершению покупки. Поэтому при разработке веб-сайта электронной коммерции цели должны включать увеличение доходов от продаж и повышение удовлетворенности клиентов. Несмотря на преимущества электронной коммерции, компании сталкиваются с рядом вызовов, связанных с обеспечением качественного пользовательского опыта. Одной из ключевых проблем остаётся необходимость адаптации веб-сайтов под различные устройства и улучшения доступности интерфейса. Ранее проведённые исследования подчёркивают важность простого, интуитивного дизайна, высокой скорости загрузки и удобной навигации для повышения удовлетворённости пользователей. Анализ пользовательских данных и сравнение показателей до и после UX-оптимизации позволяет оценить влияние дизайна на поведение клиентов и бизнес-результаты. Однако неопределённость требований, доминирование мобильного трафика

и сложности адаптивной верстки требуют привлечения квалифицированных специалистов по дизайну. Кроме того, рост влияния пользовательских отзывов и изменение потребительского поведения после пандемии COVID-19 усиливают требования к UX-дизайну. [6]. Онлайн-покупатели стали более критичными, и любое неудобство может привести к раздражению, отказу от покупок и снижению лояльности. Визуальный дизайн, структурированность контента и информационная архитектура играют важную роль в восприятии сайта и влияют на поведение пользователя. Частая причина отказа от покупки — технические проблемы или неудобство оформления заказа, что подчёркивает необходимость фокуса не только на привлечении, но и на удержании клиентов за счёт продуманных решений в области проектирования пользовательского интерфейса, изображенного в виде итерационного процесса на рисунке 2.

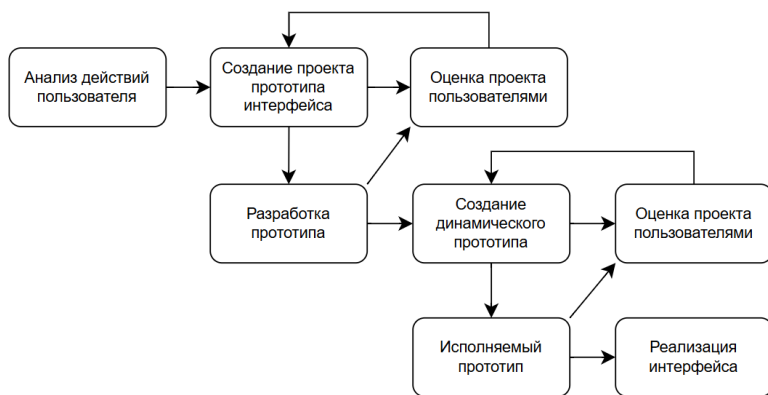


Рисунок 2 – Элементы успеха электронной коммерции

Наиболее эффективным подходом к проектированию интерфейса пользователя является разработка с применением моделирования пользовательских функций. Для лучшего понимания взаимодействия клиентов и компаний используется представление пути, который проходит клиент от момента осознания потребности до его покупки. [7]. Как и пользовательский опыт, карта пути клиента должна основываться на эмоциях, чтобы выявить проблемы и найти пути их решения. Основываясь на различных моделях поведения пользователей, их можно разделить на категории: потребители больше полагаются на прошлый опыт, рекомендации или испытания продукта в качестве основных источников информации, что позволяет им тратить меньше времени на исследования. Качество обслуживания клиентов на веб-сайтах электронной коммерции важно для недопущения потери контроля над потребительским путем,

поэтому хороший опыт работы с клиентами имеет решающее значение для поддержки выбора при покупке. Предоставление потребителям информации, которая поможет им принимать решения, является основной целью веб-сайта электронной коммерции, поэтому выбор правильных фактов для предоставления очень важен. Различные исследователи по-разному оценивают подходы к повышению эффективности веб-сайтов через улучшение удовлетворённости пользователей и уровня информационной насыщенности. Одни акцентируют внимание на необходимости простоты интерфейса, другие — на адаптации сайта под потребности опытных пользователей. Важным фактором является возможность пользователя контролировать поток информации, что повышает уверенность в принятии решений. Предоставление выбора и настройка отображаемого контента в соответствии с индивидуальными предпочтениями сокращают когнитивную нагрузку и ускоряют процесс выбора. Эффективная навигация, таким образом, выступает ключевым элементом успешного UX-дизайна в электронной коммерции. В контексте электронной коммерции качество веб-сайта может повлиять на удовлетворенность клиентов. Пользовательский опыт и удобство использования тесно связаны с удовлетворенностью клиентов. Пользователь может получать удовольствие от работы на веб-сайте в течение некоторого времени, но он также может нервничать или скучать, если проводит на нем много времени. [8]. Удобство для пользователей и качество веб-сайтов могут быть улучшены различными способами. При разработке веб-сайта следует учитывать опыт пользователя, чтобы он соответствовал ожиданиям клиента. Хороший UX может способствовать повышению доверия и лояльности потребителей.

Дизайн пользовательского опыта играет важную роль в повышении эффективности веб-сайтов в сфере электронной коммерции. Успех платформы коррелирует с ее способностью к привлечению, удержанию пользователей и обеспечению удобства совершения покупок. Уменьшение скорости загрузки, оптимизация интерфейса, мобильной адаптивности, а также навигации напрямую влияет на уровень удовлетворённости клиентов и бизнес-метрики. [9]. Грамотность проектирования пользовательского опыта способствует росту лояльности, совершению повторных покупок и повышению прибыли компаний, что может быть полезным для дальнейшего совершенствования UX в e-commerce и разработки стратегий, ориентированных на клиента.

Список использованных источников:

1. Tullis T., Albert B. Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics [Текст] / T. Tullis, B. Albert. — 2nd ed. — San Francisco: Morgan Kaufmann, 2013. — 320 p. — (Interactive Technologies). (дата обращения: 17.05.2025).

2. Суадамапа, Р. Opportunity and Challenges in UX Design for E-Commerce Website / Р. Суадамапа // JURNAL EMAES [Engineering, Mathematics and Computer Science]. – 2024. – Т. 6, № 2. – С. 157–162. – DOI: 10.21512/emacsjournal.v6i2.11555. (дата обращения: 18.05.2025).

3. Вострикова Екатерина Олеговна, Мешкова Анна Павловна ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ // Новые технологии. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-rossii-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki> (дата обращения: 18.05.2025).

4. Гречков В. Ю. Современное состояние и перспективы электронной коммерции (маркетинговый подход) // Маркетинг в России и за рубежом, № 6 (38), 2018. (дата обращения: 18.05.2025).

5. Что такое поведенческая аналитика? Как ее использовать для улучшения UX? [Электронный ресурс] URL: <https://www.wowmakers.com/blog/behavioral-analytics/> (дата обращения: 18.05.2025).

6. Три главных фактора успеха электронной торговли. [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes-column/master-klass/61425-tri-glavnyh-faktora-uspeha-elektronnoi-torgovli> (дата обращения: 18.05.2025).

7. Факторы успеха в e-commerce. [Электронный ресурс] URL: <https://kontur.ru/articles/690> (дата обращения: 19.05.2025).

8. 7 ключевых факторов успеха в электронной коммерции. [Электронный ресурс] URL: <https://webhosting.de/ru/факторы-успеха-электронная-коммерция/> (дата обращения: 19.05.2025).

9. Зачем нужна customer journey map и как ее правильно построить. [Электронный ресурс] URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/customer-journey-map/> (дата обращения: 20.05.2025).