

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования  
Белорусский государственный университет  
информатики и радиоэлектроники

УДК 004.514

Громова  
Алина Сергеевна

**UX/UI-ДИЗАЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ  
ТРАФИКА НА САЙТЕ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на соискание степени магистра  
по специальности 1-40 80 07 «Электронная экономика»  
(профилизация «Электронный маркетинг»)

---

Научный руководитель  
Пархименко Владимир Анатольевич  
кандидат экономических наук, доцент

---

Минск 2021

## КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Дизайн – первое, на что пользователь обращает внимание, когда открывает сайт организации. Кроме того, дизайн сайта способствует узнаваемости бренда. Однако можно спроектировать визуально привлекательный сайт, но при этом не учесть потребности пользователя. В то время, как опыт пользователя (UX) значительно влияет на конверсию трафика на сайте.

Конкуренция среди коммерческих организаций постоянно растет, в связи с этим возрастает важность сайта организации, который поможет привлечь в нее новых клиентов. Таким образом, сайт организации должен быть визуально привлекательным и соответствовать основным требованиям юзабилити, чтобы пользователь получил максимально положительный опыт на сайте.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

*Связь работы с научными исследованиями университета.* Диссертационные исследования соответствуют теме научно-исследовательской работы кафедры экономики БГУИР в 2018-2020 гг. «Совершенствование подготовки специалистов в области электронного маркетинга с учетом реализации стратегии развития цифрового общества Республики Беларусь и внедрения концепции “Индустрия 4.0”».

*Цель и задачи исследования.* Целью работы является разработка путей совершенствования UX/UI-дизайна сайтов Республики Беларусь для увеличения конверсии трафика на сайте.

Объектом исследования выбраны ветеринарные клиники Республики Беларусь, поскольку на примере данного типа коммерческих организаций можно определить основные проблемы UX/UI-дизайна отечественных организаций. Когда дело касается здоровья и даже спасения жизни питомца, возрастает важность удобства сайта в решении вопроса обращения за помощью в ветеринарную клинику. Таким образом, предметом исследования является использование UX/UI-дизайна на сайтах ветеринарных клиник.

Задачи исследования:

- 1) Раскрыть сущность UX/UI-дизайна и рассмотреть его основные инструменты.
- 2) Провести анализ уровня развития и опыта использования UX/UI-дизайна на сайтах ветеринарных клиник Республики Беларусь.
- 3) Разработать мероприятия по совершенствованию UX/UI-дизайна сайтов ветеринарных клиник Республики Беларусь.

*Новизна полученных результатов* состоит в том, что разработаны мероприятия по совершенствованию UX/UI-дизайна сайтов ветеринарных клиник Республики Беларусь.

*Положения, выносимые на защиту:*

1) Разработка макета главной страницы сайта для нужд ветеринарной клиники, на котором, в отличие от аналогов, учтены основные принципы юзабилити, что позволит повысить трафик на сайте и конверсию.

2) Разработка прототипа формы онлайн-записи на прием к ветеринару, на котором, в отличие от аналогов, учтены основные принципы проектирования веб-форм, что также позволит повысить конверсию трафика на сайте.

3) Разработка требований к должности UX-исследователя в ветклинике, который, в отличие от других специалистов, владеет всеми необходимыми методами исследования, что позволит предложить дополнительные рекомендации по совершенствованию сайта ветклиники с учетом пользовательского опыта.

*Апробация результатов исследования.* Результаты диссертационного исследования были представлены на 57-ой научно-практической конференции БГУИР.

*Опубликованность результатов исследования.* Опубликовано две статьи: тезисы 6-ой международной научно-практической конференции «Big Data and Advanced Analytics», статья «Big Data в нейромаркетинге», и тезисы 57-ой научно-практической конференции БГУИР, статья «Data-driven подход к UX/UI-дизайну».

*Структура и объем диссертации.* Данная работа состоит из трех глав, каждая из которых является логическим продолжением предыдущей:

– Глава 1 «Теоретические аспекты UX/UI-дизайна как инструмента повышения конверсии трафика на сайте».

– Глава 2 «Анализ уровня развития и опыта использования UX/UI-дизайна для нужд ветеринарных клиник в Республике Беларусь».

– Глава 3 «Пути совершенствования UX/UI-дизайна сайтов ветеринарных клиник Республики Беларусь».

Полный объем диссертации составляет 58 страниц. Количество иллюстраций – 28. Количество таблиц – 6. Количество библиографических источников – 43.

Магистерская диссертация выполнена самостоятельно, проверена в системе «Антиплагиат». Процент оригинальности составляет 83,5%. Цитирования обозначены ссылками на публикации, указанные в «Библиографическом списке».

## **КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Пользовательский опыт, или UX (User Experience) – тот опыт, или совокупность впечатлений и субъективных ощущений, который получает пользователь при взаимодействии с продуктом.

Пользовательский интерфейс, или UI (User Interface) – внешний вид продукта, способ общения между пользователем и продуктом. Хороший UI – это часть UX. Т.е. визуальная составляющая – важный инструмент формирования опыта пользователя.

Юзабилити – это качественный показатель простоты и удобства использования сайта. Юзабилити является частью хорошего UX и оценивается по пяти критериям: легкость в изучении, эффективность, запоминаемость, ошибки, удовлетворенность.

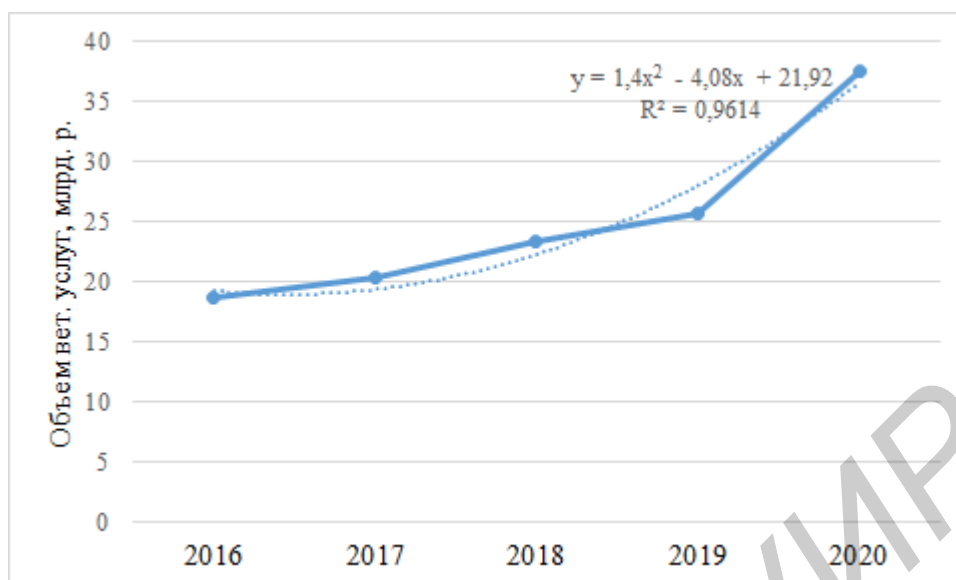
На рисунке 1 представлены уровни проектирования UX.



**Рисунок 1 – Уровни проектирования UX**

В качестве основных составляющих пользовательского интерфейса выступают композиция, текст и цвет.

Объектом для анализа в данной работе были выбраны ветеринарные клиники. На рисунке 2 представлен результат построения линии тренда объема ветеринарных услуг на основе данных [belstat.gov.by](http://belstat.gov.by).



**Рисунок 2 – Построение линии тренда объема ветеринарных услуг**

В таблице 1 представлен результат прогнозирования объема ветеринарных услуг на 2021 г.

**Таблица 1 – Прогнозирование объема ветеринарных услуг на 2021 г.**

№ периода	Год	Объем вет. услуг, млрд. р.	Объем вет. услуг по линии тренда, млрд. р.	Коэффициент корреляции
1	2016	18,6	19,2	0,98
2	2017	20,3	19,4	
3	2018	23,3	22,3	
4	2019	25,7	28,0	
5	2020	37,5	36,5	
6	2021		47,8	

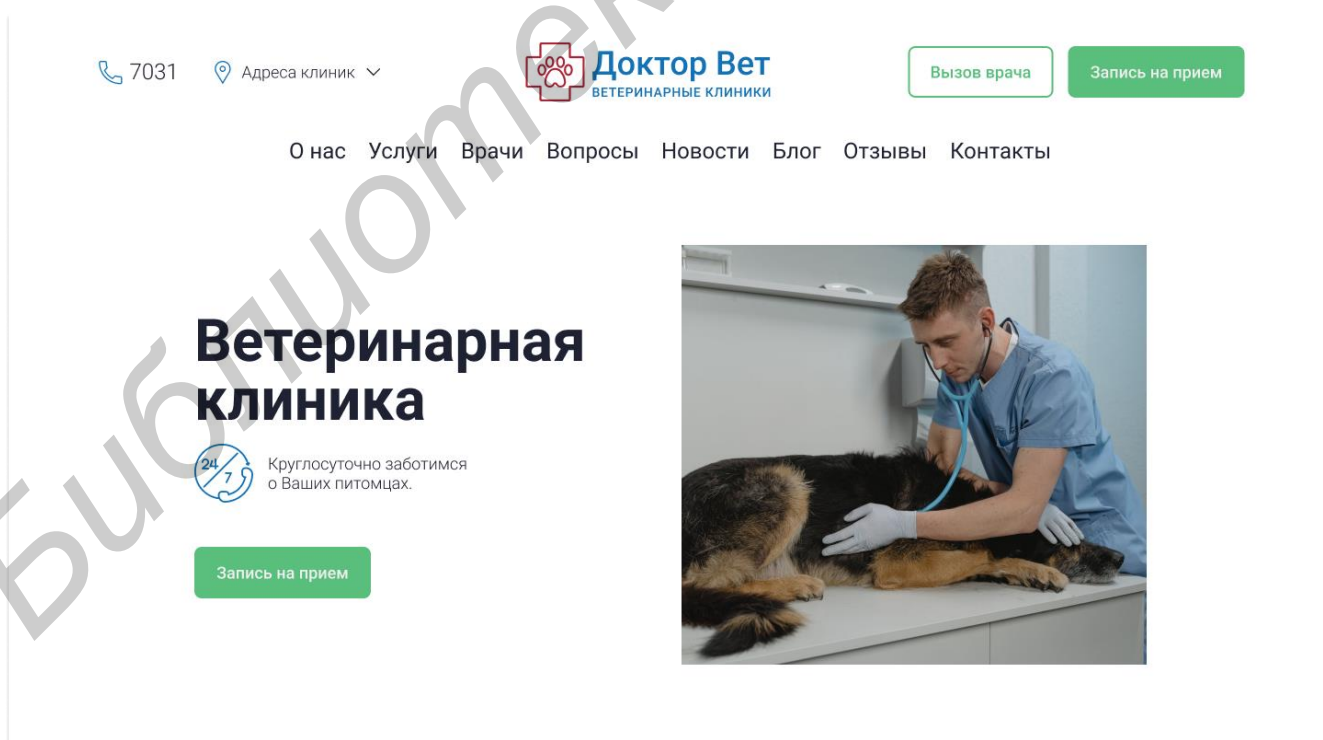
Прогнозируемый объем ветеринарных услуг составляет 47,8 млрд. руб. Значение коэффициента корреляции – 0,98, что отражает сильную взаимосвязь фактических значений и прогнозируемых.

Исходя из анализа сайтов ветклиник «Альфа-Вет», «Доктор Вет», «ВетПрофи», «Стрелка» и «ВетМедЦентр» по основным критериям юзабилити, можно выделить следующие основные проблемы UX/UI-дизайна сайтов ветеринарных клиник Республики Беларусь:

- визуальный шум на страницах: большое количество текста и других элементов при достаточно небольшом свободном пространстве между элементами;

- отсутствие четкой иерархии текстовых блоков: на первый взгляд сложно отличить главную информацию от второстепенной;
- большое количество текста в виде ссылок, что затрудняет восприятие;
- информация преподносится не лаконично, не последовательно;
- отсутствие важных блоков информации на сайте: отзывы клиентов, ответы на часто задаваемые вопросы;
- сложная информационная архитектура сайта: пользователю может быть тяжело найти нужную информацию;
- недостаточно удобная форма записи на прием, не предусмотрены возможные ошибки пользователя при заполнении формы и пути их решения: отсутствие индикатора прогресса в форме, отсутствие подсказок формата ввода полей, для которых эти подсказки необходимы, и др.;
- различный стиль иконок;
- отсутствует возможность онлайн-заявки на услугу вызова врача на дом;
- отсутствие онлайн-консультанта.

В результате анализа было выявлено, что главная страница сайта ветклиники «Доктор Вет» требует редизайна с целью повышения конверсии трафика. Макет нового дизайна сайта «Доктор Вет» разработан при помощи инструментов Figma. Первый экран разработанного макета главной страницы сайта ветклиники «Доктор Вет» представлен на рисунке 3.



**Рисунок 3 – Первый экран разработанного макета главной страницы сайта**

В ходе исследования также было выявлено, что форма онлайн-записи на прием к врачу сайта ветклиники «Доктор Вет» обладает некоторыми

недостатками с точки зрения UX. В связи с этим был разработан альтернативный вариант формы. На рисунке 4 представлен первый шаг разработанной формы онлайн-записи на прием.

**Запись на прием**

1. Врач                                  2. Дата и время                                  3. Контакты

**Выберите врача**

Специализация  
Терапия

Врач  
Любой

Далее

**Рисунок 4 – Первый шаг разработанной формы онлайн-записи на прием**

В результате анализа текущих версий сайтов ветеринарных клиник были выявлены проблемы с точки зрения UX/UI-дизайна. В связи с этим рекомендуется ввести должность UX-исследователя, который поможет усовершенствовать интерфейс сайта для нужд ветеринарной клиники.

Требования к кандидату, исходя из его обязанностей:

- наличие опыта работы в сфере UX от двух лет;
- аналитический склад ума, предрасположенность к работе с данными;
- владение системами веб-аналитики: Google Analytics, Яндекс Метрика;
- владение инструментами Microsoft Office: PowerPoint, Excel, Word;
- интерес к людям, желание их понять, развитое чувство эмпатии;
- хорошо развитые коммуникативные навыки;
- широкий кругозор в сфере IT, интерес к человеко-машинному взаимодействию;
- внимательность к деталям;
- грамотная устная и письменная речь.

Представим затраты, необходимые на проведение предложенных мероприятий, в таблице 2.

Таблица 2 – Прирост текущих затрат

Вид текущих затрат	Сумма, руб.
ЗП программиста на разработку сайта	2500
ЗП UX-исследователя	2000
ЗП программиста на доработку сайта	1250
Всего	5750

Предполагается, что предложенные мероприятия привлекут в ветклинику в среднем 10 новых клиентов в месяц. Средний чек клиента за консультацию ветеринара, необходимые дополнительные услуги и лекарства составляет 100 руб. Тогда прирост выручки в год составит:  $\Delta B = 10 \cdot 100 \cdot 12 = 12000$  руб.

Прирост чистой прибыли в год рассчитаем по формуле:

$$P_{\text{ч}} = (\Delta B - \Delta Z_{\text{тек}})(1 - N_{\text{п}}/100), \quad (1)$$

где  $\Delta B$  – прирост выручки в год, руб.;

$\Delta Z_{\text{тек}}$  – прирост текущих затрат;

$N_{\text{п}}$  – ставка налога на прибыль, 18%.

Прирост чистой прибыли в год составит:

$$P_{\text{ч}} = (12000 - 5750)(1 - 0,18) = 5125 \text{ руб.}$$

Рентабельность затрат на проведение мероприятий рассчитаем по формуле:

$$P = \frac{P_{\text{ч}}}{Z} \cdot 100\%, \quad (2)$$

Рентабельность предложенных мероприятий составит:

$$P = 5125/5750 \cdot 100\% = 89\%$$

Таким образом, предложенные мероприятия являются экономически эффективными и их целесообразно осуществлять.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1) Цифровые интерфейсы характеризуются тем, что при их использовании решения принимаются очень быстро. Поэтому потеря клиента часто находится на расстоянии одного клика. Когда интерфейс находится «на одной волне» с



пользователем, тогда процесс коммуникации происходит наиболее эффективно. Чем более эффективна эта коммуникация, тем более позитивный опыт получает пользователь.

2) В ветеринарном бизнесе нет необходимости вкладывать бюджет в рекламу, так как наиболее эффективный канал продвижения для такого бизнеса – это сарафанное радио, а сайт является основной точкой контакта ветклиники с клиентами. Кроме того, ветеринарные клиники сталкиваются с существенной конкуренцией на рынке ветеринарных услуг, а необходимое оборудование и регулярное обучение сотрудников требует больших вложений. В связи с этим ветеринарным клиникам, как и другим коммерческим организациям, следует использовать инструменты UX/UI-дизайна при создании сайта организации, поскольку это позволяет им увеличивать конверсию трафика на сайте, следовательно, и доход.

3) Анализ уровня развития и опыта использования UX/UI-дизайна для нужд ветеринарных клиник Беларуси показал, что все рассмотренные сайты ветеринарных клиник имеют существенные проблемы с точки зрения UX/UI-дизайна и требуют более основательной проработки.

4) В третьей главе данной работы был представлен ряд мероприятий по совершенствованию UX/UI-дизайна сайтов ветеринарных клиник Беларуси. В качестве первого мероприятия предложен макет главной страницы сайта для нужд ветеринарной клиники. В предложенном макете учтены все сильные стороны рассмотренных сайтов ветеринарных клиник и устранены их основные проблемы. Также был разработан прототип формы онлайн-записи на прием к ветеринару. В данном прототипе устранены ошибки проектирования форм записи рассмотренных сайтов ветеринарных клиник.

Кроме того, были разработаны требования к должности UX-исследователя в ветклинике, в обязанности которого входит поиск респондентов и проведение юзабилити-тестирования и интервью с пользователями для выявления возможных проблем на сайте с точки зрения UX/UI-дизайна.

## **СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**

[1-А.] Громова, А.С. Big Data в нейромаркетинге / А.С. Громова // Big Data и анализ высокого уровня: сб. материалов VI Междунар. науч.-практ. конф. (Республика Беларусь, Минск, 20-21 мая 2020 года): в 3 ч. Ч. 3 / редкол. : В.А. Богуш [и др.]. – Минск : Бестпринт, 2020. – 456 с. – С. 117-121.

[2-А.] Громова, А.С. Data-driven подход к UX/UI-дизайну / А.С. Громова // 57-я конференция аспирантов, магистрантов и студентов учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», 19-21 апреля 2021 г., БГУИР, Минск, Беларусь: тезисы докладов. – Мн. – 2021. – 347 с. – С. 117-118.