



Управление экономической устойчивостью компании через юзабилити веб-сайта

Д. А. Тимонов

аспирант

Университет «Синергия»,

Москва, Россия

de.timonov@mail.ru

Т. В. Суворова

кандидат педагогических наук, доцент,

кафедра экономической теории и поведенческой экономики,

Университет «Синергия»,

Москва, Россия

suvori.suvorova@yandex.ru

Аннотация: В современном динамичном мире любая компания озабочена вопросами удержания положения на рынке, повышения экономической устойчивости и конкурентоспособности. Известно, что сегодня практически все компании имеют веб-сайт. Благодаря юзабилити сайта, то есть понятной навигации на сайте, компания может поддерживать свою экономическую устойчивость на необходимом уровне. В работе была поставлена цель привести способы оптимизации юзабилити сайта для усиления экономической стабильности компании. В работе представлены примеры того, как благодаря эффективному сайту промышленным предприятиям удалось повысить экономические показатели, в том числе прибыль. В исследовании использованы методы постановки цели и задач, визуализации, анализа и обобщения. В качестве гипотезы мы предположили, что хорошо разработанный веб-сайт способствует увеличению новых и удержанию постоянных клиентов, что, в конечном счете, обеспечивает финансовую стабильность и экономическую устойчивость компании. В работе сделан акцент на процессе разработки удобства сайта для промышленной компании, что могут взять на вооружение компании малого и среднего бизнеса, а также самозанятые и индивидуальные предприниматели.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, веб-сайт, юзабилити.

Для цитирования: Тимонов Д.А., Суворова Т.В. Управление экономической устойчивостью компании через юзабилити веб-сайта. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2025. Т. 24. № 2. С. 56–60. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2025-24-2-56-60>.

Managing the company's economic sustainability through website usability

D. A. Timonov

Postgraduate student

Synergy University,

Moscow, Russia

de.timonov@mail.ru

T. V. Suvorova

Cand. Sci. (Ped.)

Department of Economic Theory and Behavioral Economics,

Synergy University,

Moscow, Russia

suvori.suvorova@yandex.ru

Abstract: *In today's dynamic world, any company is concerned about maintaining its market position, increasing economic stability and competitiveness. It is known that today almost all companies have a website. Thanks to the usability of the site, that is, clear navigation on the site, the company can maintain its economic stability at the required level. The aim of the work was to provide ways to optimize the usability of the site to enhance the economic stability of the company. The paper provides examples of how, thanks to an effective website, industrial enterprises have managed to increase economic performance, including profit. The research uses methods of setting goals and objectives, visualization, analysis and generalization. As a hypothesis, we assumed that a well-designed website helps to increase new and retain loyal customers, which ultimately ensures the financial stability and economic sustainability of the company. The paper focuses on the process of developing a website for an industrial company, which can be used by small and medium-sized businesses, as well as self-employed and individual entrepreneurs.*

Keywords: *economic sustainability, website, usability.*

For citation: *Timonov D. A., Suvorova T. V. Managing the company's economic sustainability through website usability. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2025. T. 24. № 2. P. 56–60. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2025-24-2-56-60>.*

Многие компании в настоящее время имеют сдерживающий фактор в развитии объема продаж, узнаваемости своего бренда, рекламы товаров/услуг и презентации своих достижений в интернете. Таким ограничителем является отсутствие у компании качественного, удобного и современного веб-сайта.

Руководители или собственники организаций часто экономят средства на разработку и продвижение веб-сайта, предполагая, что это лишние затраты. Веб-сайт стал необходим практически во всех отраслях, но в сфере торговли он играет первоочередную роль. Сегодня пользователи ищут и заказывают товары, продукты, материалы через интернет; на промышленном рынке сотрудники отделов снабжения также пользуются онлайн-маркетами. Соответственно, те компании, которые исключают разработку сайта или не занимаются его развитием и продвижением, теряют огромную долю своих потребителей. Проблематика данной темы состоит в том, что большинство предприятий малого бизнеса, составляющего более половины от общего числа компаний в России, имеют веб-сайты или сайты-визитки, неудобные для пользователя, отсутствует адаптивность для различных устройств. Такой сайт имеет большое количество отказов пользователей (более 50%) и даже при великолепно настроенной рекламе, данный сайт оказывается затратным, но неэффективным.

В научных кругах вопросы экономической устойчивости компании достаточно активно обсуждаются, во-первых авторами В.Е. Барановой, Б.Н. Герасимовым и др., Ю.М. Сулеймановой¹ дается определение устойчивости как способности фирмы реагировать на внешнюю среду и удерживать на оптимальном уровне свои экономические и организационные показатели, а также как синонима понятия экономической безопасности дается В.Ю. Ждановым.² Вопросы юзабилити-сайта для повышения конкурентоспособности компании отражены в статьях А.А. Борисовой, Д.М. Назарова, В.А. Теплякова³ и др.

В работе мы предположили, что удобный и качественный интерфейс сайта будет способствовать привлечению новых клиентов, удержанию постоянных клиентов, что поможет компании удержать свои финансовые позиции на прежнем, удовлетворительном уровне, или повысить финансовые показатели.

¹ Баранова В.Е., Николаева Е.Ф. Экономическая устойчивость предприятия. *Academy*. 2018. № 10 (37). С. 18–24. Герасимов Б.Н., Рубцова М.Н. Экономическая устойчивость в деятельности предприятий. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2006. № 88. С. 108–111. Сулейманова Ю.М. Экономическая устойчивость предприятия: понятие и особенности. *Общество: политика, экономика, право*. 2012. № 3. С. 53–56.

² Жданов В.Ю., Винничек Л.Б. Сущность и функции понятий «экономическая устойчивость», «экономическая безопасность» и «устойчивое развитие». *Московский экономический журнал*. 2021. № 8. С. 460–470

³ Борисова А. А. Сайт компании как инструмент интернет-маркетинга. Юзабилити сайта. *Вестник науки*. 2023. Т. 5. № 6 (63). С. 40–45. Назаров Д.М. Методы оценки юзабилити и доступности веб-сайтов электронной коммерции. *Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral»*. 2022. № 4. С. 1150–1159. Тепляков В.А. Юзабилити сайта как фактор повышения конкурентоспособности компании. *Проблемы науки*. 2018. № 2 (26). С. 25–28.

Цель — показать авторский проект по разработке обновленной структуры и меню сайта как вариант улучшения удобства использования веб-сайта для повышения экономической устойчивости компании.

Задачи:

- дать определение экономической устойчивости и юзабилити-сайта;
- выявить критерии удобства веб-сайта;
- определить порядок разработки сайта и проверки на юзабилити;
- привести показатели, свидетельствующие о взаимосвязи юзабилити сайта с повышением экономических показателей компании.

Методы и материалы. В работе мы использовали целевой метод и метод постановки задач, метод анализа юзабилити сайта, сравнительный анализ и метод синтеза информации для подведения обобщающих выводов.

Результаты. Еще в 1999 году создатель консалтинговой компании Nielsen Norman Group, Якоб Нильсен, выявил факторы, способствующие позитивному поведению пользователей в Интернет. Были выделены четыре фактора, с помощью которых пользователи оценивают надежность сайта: качественный профессиональный дизайн, открытость информации, разнообразный и актуальный контент, связь с другими сайтами в Интернет.⁴

Компаниям в современных конкурентных реалиях для удержания своих позиций на рынке и выполнения планов продаж требуется создавать качественные и удобные веб-ресурсы, которые будут привлекать новых и постоянных клиентов и заказчиков.

Экономическая устойчивость компании — это возможность компании сохранять рентабельность и прибыльность компании в долгосрочном периоде на прежнем уровне или иметь устойчивый рост основных финансовых показателей: доходов, выручки и чистой прибыли.

Юзабилити-сайта — это простое и удобное расположение меню сайта, слайдеров и другой информации для пользователя в целях удобной навигации по веб-ресурсу в поисках нужно информации и товара. К примеру, компания АО «Северсталь» отчиталась об увеличении продаж через платформу «Платферрум» (веб-сайт с онлайн заказом металлопродукции) более чем на 60%. Объем продаж в 2024 году составил порядка 186 тысяч тонн, что на 28% превышает показатель 2023 года (144 тысячи тонн).⁵ Корпорация развивает промышленную интернет-площадку с максимально простой навигацией и планирует в 2025 году в два раза нарастить объем продаж за счет привлечения новых покупателей на площадку и добавлению новых сервисов и функций промышленного маркетплейса.

Поскольку сегодня покупатели все меньше и меньше имеют желание звонить в магазин или торговую компанию для заказа продукции, — они хотят получить всю информацию на сайте компании. Это подтверждает и статистика роста российского рынка электронной коммерции. Например, у DIY-ритейлера «ВсеИнструменты.ру» продажи стройматериалов, инструментов и товаров для ремонта выросли в 2023 году на 50% по сравнению с 2022 годом⁶. По версии IBC Real Estate, в конце 2024 года совокупный объем онлайн-рынка строительно-отделочных материалов, мебели и товаров для дома составил 911 млрд. рублей, что на 23% превысило результаты прошлого года.⁷

В условиях современного рынка с высокой процентной ставкой, заказчики начинают более тщательно искать и выбирать поставщиков, — все это происходит через поисковые системы Интернет. Если ранее создание веб-сайта было значительно сложнее и требовалась команда специалис-

⁴ URL:<https://www.nngroup.com/articles/author/jakob-nielsen/?page=4>(дата обращения: 25.03.2025). Текст: электронный.

⁵ Операционные и финансовые результаты компании АО «Северсталь» за 4 кв. и 12 мес. 2024 года. — URL: <https://severstal.com>(дата обращения: 25.03.2025). — Текст: электронный.

⁶ Новости РБК. Статья «Как будет развиваться B2B e-commerce в России в 2024 и ближайшие годы». URL:<https://companies.rbc.ru/news/GPWJiyGTS6/kak-budet-razvivatsya-b2b-e-commerce-v-rossii-v-2024-i-blizhajshie-godyi/>(дата обращения: 25.03.2025). — Текст: электронный.

⁷ Новости ретейла. Статья «ВсеИнструменты.ру»: какой был спрос на DIY-товары в 2024 году. — URL: <https://www.retail.ru/news/vseinstrumenty-ru-kakoy-byt-spros-na-diy-tovary-v-2024-godu-11-fevralya-2025-260792/>(дата обращения: 25.03.2025). — Текст: электронный.

тов, то сегодня подобную задачу может выполнить один специалист, используя современные сервисы — конструкторы сайтов, к примеру такие, как Figma, Тильда, Ukit. Для создания функционального и удобного сайта при небольшом вложении средств данные сервисы дают возможность успешной разработки веб-ресурса.

Разработка веб-сайта всегда начинается с дизайна будущего веб-ресурса. В первую очередь, проводится качественный анализ конкурентов и поиск референсов, затем создается современный дизайн сайтов, так как пользователи обращают внимание на фото продукции, цветовую палитру, удобство расположения контента, легко читаемый текст, на красивую и ненавязчивую анимацию. Сайт с контрастными цветами воспринимается пользователями как понятный и привлекает внимание. Контент сайта должен располагаться с одинаковыми отступами по всей длине страницы для создания единообразия и упорядоченности. Аналогичные правила с текстом — правильно составленная иерархия с разной высотой строк и текста, начиная от основного до заголовка H1, создает ритм и дает читателю легко взаимодействовать с ним. Для качественного современного сайта обязательным является наличие мобильной версии, которая предоставляет максимум комфорта пользования сайтом при посещении с телефона, так как сегодня более 65 % трафика сайта происходит с мобильных устройств.

При разработке веб-сайта необходимо провести юзабилити-тестирование сайта. К параметрам исследования критериев удобства при поиске информации на сайте мы отнесем:

- время поиска нужной информации;
- оптимальность пути;
- использованные элементы;
- элементы, привлекавшие внимание на сайте;
- ключевые элементы для решения цели посещения сайта;
- общая характеристика того, как распределяется внимание на странице сайта.

Проиллюстрируем авторский реализованный проект по созданию новой структуры и дизайна сайта в программе Figma для компании ООО «МТИ», промышленной (B2B) компании, работающей в сфере продажи металлопроката. В процессе работы над проектом были выделены основные конкуренты компании с помощью сервиса поиска Яндекс, так как основная доля компаний сегодня продвигает себя через рекламу в ЯндексДирект. Работа проходила на Яндекс.Браузер — нейробраузере на движке Blink и оболочке Chromium, быстрый, удобный и безопасный веб-браузер с облачными и ИИ-сервисами. Нами использовался Yandex.Browser, версия 24.4.0.2121 beta (64-bit). Основная цель проекта — максимально простая навигация и стильный современный дизайн с использованием 2–3 цветов, чтобы легко читалась информация о компании и товаре. Для создания сайта были выбраны три контрастных цвета: белый фон как основа современных промышленных сайтов, светло-коричневый цвет — как основной (цвет компании), черный цвет — как второстепенный.

На главной странице сайта есть возможность сразу оставить заявку, либо перейти в меню каталога, найти определенную позицию товара. В меню сайта указаны основные ссылки, по которым обычно переходят пользователи при поиске металла. Для отличия от конкурентов были использованы качественные фото, простая структура, собственные дизайнерские штрихи — узорный элемент светлого тона на каждом блоке, затемнение текста, градиент на тексте и фигурах, использование черного и темно-коричневого цветов. Далее была составлена схема структуры сайта. Структура сайта — это схема навигации для посетителя страницы. Контент на сайте (ссылки, переходы, кнопки, текст, изображения) не должен заставлять посетителя думать или останавливаться при выполнении определенного клика, чтобы найти нужную информацию. Затем сайт был протестирован на юзабилити по указанным выше критериям. В результате тестирования обнаружили элементы, усложняющие поиск: четко структурированное иерархическое горизонтальное меню, элементы слайдера, быстрый поиск в каталог. Выявили основной недостаток, замедляющий и затрудняющий поиск нужной информации, а именно слайдер, который содержит ссылки на PR-мероприятия. Соответственно, мы доработали сайт и расположили все пиар-активности компании не на слайдер, а вертикально в статичном положении. Новый сайт в результате работы в течение 4 месяцев позволил компании увеличить прибыль на 6%.

Итак, в работе представлено определение экономической устойчивости как способности фирмы реагировать на внешнюю среду и удерживать на оптимальном уровне свои экономические и организационные показатели; выявлены критерии удобства сайта для пользователя. На основе авторской разработки сайта обозначен алгоритм работы над созданием сайта, включающий: анализ сайтов конкурентов и поиск референсов, составление схемы структуры сайта, работу по наполнению сайта, созданию мобильной версии сайта, далее протестировали сайт на удобство поиска информации. В работе было выявлено, что изменение экономических показателей компании происходит из-за глубокой переработки структуры и внедрения новых элементов сайта, то есть из-за изменения юзабилити сайта.

Вышесказанное позволяет сделать заключение о необходимости проверки веб-сайта на юзабилити, благодаря чему может увеличиться поток пользователей, соответственно, компания сможет демонстрировать экономическую устойчивость. Будущие исследования будут направлены на выявление взаимосвязей между визуальной составляющей сайта и ростом экономических показателей компании.

Список литературы

1. Баранова В.Е., Николаева Е.Ф. Экономическая устойчивость предприятия. Academy. 2018. №. 10 (37). С. 18–24.
2. Герасимов Б.Н., Рубцова М. Н. Экономическая устойчивость в деятельности предприятий. Вестник Оренбургского государственного университета. 2006. №. S8. С. 108–111.
3. Сулейманова Ю.М. Экономическая устойчивость предприятия: понятие и особенности. Общество: политика, экономика, право. 2012. №. 3. С. 53–56.
4. Жданов В.Ю., Винничек Л.Б. Сущность и функции понятий «экономическая устойчивость», «экономическая безопасность» и «устойчивое развитие». Московский экономический журнал. 2021. №. 8. С. 460–470.
5. Борисова А.А. Сайт компании как инструмент интернет-маркетинга. Юзабилити сайта. Вестник науки. 2023. Т. 5. №. 6 (63). С. 40–45.
6. Назаров Д.М. Методы оценки юзабилити и доступности веб-сайтов электронной коммерции. Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2022. №. 4. С. 1150–1159.
7. Тепляков В.А. Юзабилити сайта как фактор повышения конкурентоспособности компании. Проблемы науки. 2018. №. 2 (26). С. 25–28.

References

1. Baranova V.E., Nikolaeva E.F. Economic sustainability of the enterprise. Academy. 2018. No. 10 (37). Pp. 18–24.
2. Gerasimov B.N., Rubtsova M.N. Economic sustainability in the activities of enterprises. Bulletin of Orenburg State University. 2006. no. S8. pp. 108–111.
3. Suleymanova Yu. M. Economic stability of the enterprise: concept and features. Society: politics, economics, law. 2012. No. 3. Pp. 53–56.
4. Zhdanov V.Yu., Vinnichuk L.B. The essence and functions of the concepts of «economic stability», «economic security» and «sustainable development». Moscow Economic Journal. 2021. No. 8. pp. 460–470.
5. Borisova A.A. The company's website as an online marketing tool. Site usability. Bulletin of Science. 2023. Vol. 5. No. 6 (63). Pp. 40–45.
6. Nazarov D.M. Methods for assessing the usability and accessibility of e-commerce websites. International Journal of Applied Sciences and Technologies «Integral». 2022. No. 4. Pp. 1150–1159.
7. Teplyakov V.A. Website usability as a factor of increasing the company's competitiveness. Problems of science. 2018. №. 2 (26). Pp. 25–28.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Authors' contribution: All authors have made an equivalent contribution to the preparation of the article for publication.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 01.04.2025; одобрена после рецензирования 07.05.2025; принята к публикации 12.05.2025.

The article was submitted 01.04.2025; approved after reviewing 07.05.2025; accepted for publication 12.05.2025.