УДК 338.139

ОЦЕНКА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЮЗАБИЛИТИ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ОАО «ЗЕНИТ»

Л. А. КЛИМОВА, Е. А. КРАСНИКОВА
Белорусско-Российский университет
Могилев, Беларусь

В условиях цифровизации экономики официальный сайт предприятия выступает ключевым инструментом коммуникации с потенциальными заказчиками и партнерами. Для производителей промышленной светотехники, таких как ОАО «Зенит» (г. Могилев), юзабилити веб-ресурса напрямую влияет на объем входящих запросов и формирование пула оптовых клиентов. Объектом исследования в данной работе является официальный сайт ОАО «Зенит»; предметом – его юзабилити-характеристики. *Цель работы* – провести сравнительную оценку удобства использования сайта предприятия с аналогичным ресурсом российского производителя светооборудования и сформулировать практические рекомендации по улучшению пользовательского опыта.

Для проведения оценки были выбраны два интернет-ресурса: официальный сайт ОАО «Зенит» и сайт российского производителя светотехнической продукции ООО «Завод Светорезерв». Выбор второго ресурса обусловлен схожестью номенклатуры выпускаемой продукции и целевой аудитории, что позволяет провести корректное сравнение в рамках одного рыночного сегмента. Методика оценки базируется на десяти критериях, каждый из которых оценивался по пятибалльной шкале. Итоговая оценка выводилась как среднее арифметическое значение по всем параметрам. Результаты экспертной оценки сведены в табл. 1.

Табл. 1. Оценка юзабилити сайтов (5 баллов максимум)

Параметр	ОАО «Зенит»	ООО «Завод Светорезерв»
Выразительность визуализации продукта	3	5
Скорость загрузки	4	3
Подробное описание продукта	5	4
Корректно работающая навигация	4	5
Пространственная навигация	4	4
Целевой CTA	3	5
Дизайн сайта	4	5
Качество контента	4	5
Взаимодействие с аудиторией	3	4
Общая оценка	3,8	4,4

Проведенные расчеты показывают, что официальный сайт ОАО «Зенит» уступает конкурирующему ресурсу по большинству оцениваемых параметров. Итоговый интегральный показатель юзабилити для ОАО «Зенит» составил 3,8 балла, в то время как для ООО «Завод Светорезерв» – 4,4 балла. Разрыв в 0,6 балла свидетельствует о наличии резервов для улучшения.

Наиболее проблемными зонами для сайта белорусского предприятия являются низкая выразительность визуализации продукции (3 балла) и отсутствие четко выраженного целевого действия (3 балла). Потенциальный клиент, попав на страницу, не получает достаточного визуального подтверждения качества изделий, а также не имеет очевидного сценария дальнейших действий. Кроме того, слабое взаимодействие с аудиторией (3 балла) указывает на отсутствие оперативной обратной связи или интерактивных элементов, что снижает доверие со стороны B2B-сегмента. В то же время сайт демонстрирует удовлетворительную скорость загрузки (4 балла), подробное описание продукта (5 баллов) и достаточный уровень качества контента (4 балла), что создает хорошую базу для дальнейшей оптимизации.

Для повышения юзабилити официального сайта ОАО «Зенит» и приближения его показателей к уровню ведущих отраслевых конкурентов предлагаются следующие практические шаги:

– внедрение системы целевых действий. Необходимо разместить на видных местах кнопки «Оставить заявку» и «Получить консультацию», а также упростить форму запроса коммерческого предложения до минимума полей;

– улучшение визуального контента. Следует провести профессиональную фотосъемку светильников в рабочей среде, добавить 3D-модели для наглядной демонстрации технических особенностей продукции;

– оптимизация навигационной структуры. Требуется пересмотреть логику меню, сделав акцент на категориях продукции и сферах применения, а также добавить сквозной поиск по сайту с фильтрацией по техническим параметрам;

– развитие интерактивных каналов связи. Целесообразно внедрить онлайн-чат или форму быстрого вопроса, а также добавить раздел с ответами на часто задаваемые вопросы для снижения нагрузки на менеджеров.

Реализация предложенных мер позволит ОАО «Зенит» не только повысить удобство использования официального сайта, но и увеличить конверсию посетителей в реальные заявки, что в конечном итоге укрепит конкурентные позиции предприятия на рынке светотехнической продукции Союзного государства.