

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

МАТЕРІАЛИ ДЕВ'ЯТОЇ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНІХ



ПРИСВЯЧЕНА 55-РІЧЧЮ
ІНСТИТУТУ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

“Сучасні інформаційні технології 2019”

“Modern Information Technology 2019”



NetCracker®



23-24 травня

Одеса
«Екологія»
2019

УДК 004.9:681.322

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАНЖИРОВАНИЕ ВЕБ-САЙТА

Первой Д.В., Бреславец В.В., Богданова Л.А.

д.т.н., проф. Ситников В.С.

Одесский Национальный Политехнический Университет, УКРАИНА

АННОТАЦИЯ. В работе рассматриваются факторы, влияющие на продвижение веб-сайта. Каждый фактор имеет свой вес в алгоритме поисковых систем. Таким образом, используя определенные факторы, можно повысить позицию сайта в результате поиска, а также количество его пользователей.

Влияние разных факторов каждый раз меняется с обновлением алгоритма ранжирования поисковой системы. В связи с этим возникает необходимость выявить основные факторы, которые будут весомыми на долгосрочную перспективу.

На основании исследований предыдущих лет, проводимыми специалистами в области оптимизации сайтов, был выявлен ряд факторов, которые могут существенно влиять на позиции сайта и число пользователей. В таком случае возникает ряд задач анализа факторов: провести классификацию факторов для упрощения анализа; определить те факторы, которые остаются актуальными в данный момент времени и на перспективу; рассмотреть возможность добавить ряд других актуальных факторов, влияющих на продвижение сайта [1].

Целью работы является выделение и анализ списка возможных факторов, а также выделение наиболее существенных, влияющих на позиции сайта при поиске.

Согласно алгоритму ранжирования поисковых систем определяется, какой документ из базы данных (а именно какая интернет страница) будет находиться на первых и последующих позициях, по ключевому запросу, который ввел пользователь. Каждая поисковая система имеет свой уникальный алгоритм ранжирования, а точная формула и вес всех факторов, влияющих на выдачу, держится в секрете и является главной коммерческой тайной. Таким образом, воздействовать на ранжирование сайта можно благодаря конкретным факторам.

Для того, чтобы сайт начал ранжироваться, он предварительно индексируется. Под индексацией понимается сканирование страниц сайта поисковым роботом, а также последующее занесение их в общую базу. В основном используется два известных вида индекса: прямой и инвертированный.

Прямой индекс – это таблица связей, где каждому *DocID* сопоставлен полный список *WordID*, входящих в этот документ слов.

Инвертированный индекс – это таблица связей, где каждому *WordID* сопоставлен список *DocID*, где это слово встречается.

В прямом индексе подразумевается то, что для каждого документа (страницы) составляется таблица, в которую входят все слова, встречающиеся в самом документе. В инвертированном индексе для каждого слова составляется таблица документов, куда данное слово входит. В настоящее время используется именно инвертированный индекс, так как прямой индекс имеет ряд недостатков.

Таким образом, после индексации, поисковая система анализирует ряд факторов, которые были применены к страницам сайта, и на этом основании формирует итоговую оценку для той или иной страницы. Условно процесс индексации можно представить в таком виде:

– индекс №1: сканирование страницы поисковым роботом, занесение в базу общих документов, присвоение странице оценки, на основании примененных факторов

– индекс №2: сканирование страницы поисковым роботом, обновление страницы в базе документов, обновление оценки страницы, на основании примененных факторов и т.д.

Наиболее весомые факторы не теряют своей актуальности. Однако есть и те, которые приобрели больший вес по сравнению с прошлым периодом времени. Таким образом, факторы, влияющие на контент, остаются весомыми и сегодня. К таким можно отнести: наличие тега-

заголовка (а также ключевого слова в нем); наличие тега-описания (а также ключевого слова в нем); наличие тега *H1* (а также ключевого слова в нем).

Каждый из этих факторов влияет на такое понятие как кликабельность. Например, поисковая система *Bing* учитывает клики пользователей при составлении выдачи. Чем лучше каждый из них оптимизирован, тем выше этот показатель. Помимо этого, сам контент может быть как качественным, так и полезным. В понимании поисковой системы это два абсолютно разных понятия. Для качественного контента важны такие факторы: плотность ключевой фразы в тексте; оптимизация изображений; грамматика и правописание; использование мультимедиа; ключевое слово в первых 100 словах контента.

В свою очередь полезный контент характеризуется следующими факторами: глубокое освещение темы; *LSI* в контенте; суть контента; новизна контента; обновление контента; коммерческие страницы (страницы связи, доставки, способов оплаты и т.д.)

При увеличении качества и полезности контента прямо пропорционально увеличиваются наиболее важные факторы, как показатель отказов, время пребывания, и циклический трафик.

Помимо этого, на итоговую оценку влияет ссылочный профиль сайта. Под ссылочным профилем подразумеваются ссылки, которые ведут на сайт от других сайтов. В качестве основных факторов можно выделить следующие: число ссылающихся доменов; авторитет ссылающейся страницы; авторитет ссылающегося домена; ссылки с социальных сетей.

Ключевым фактором являются оценки других сайтов и их страниц. Чем выше оценка той или иной страницы, тем существеннее будет ссылка. Чем выше этот параметр у страницы, тем весомее будет ссылка с такой страницы. Следует отметить, что чем выше *PageRank* страницы-донора, тем выше будет влияние ссылки.

Помимо факторов контента и ссылочного профиля необходимо также упомянуть факторы технической оптимизации сайта и его страниц [2]. Эти факторы напрямую влияют на три вышеупомянутых фактора: время пользователя на странице, показатель отказов и на цикличность трафика. К наиболее важным стоит отметить следующие: загрузка страниц через *HTML*; наличие и корректно составленный файл *robots.txt*; наличие *sitemap*; мобильная оптимизация; дублированный контент на сайте.

Данный анализ позволил проанализировать несколько сайтов и предложить их оптимизацию по полученным факторам, что позволило значительно продвинуть рабочие сайты и увеличить число пользователей.

Таким образом, анализ известных факторов ранжирования, актуальных в данный период времени, и выявление наиболее значимых факторов, которые в большей степени влияют на позиции сайта в поисковых системах, дают возможность улучшить рейтинг ряда сайтов на 5-10%, что подтверждено экспериментальной проверкой и выработанными рекомендациями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов / Э. Энж, С. Спенсер, Д. Стрикчиола – БХВ-Петербург, 2016. – 816 с.
2. Евдокимов Н. Раскрутка веб-сайта: практическое руководство / Н. Евдокимов, В. Лебединский – Диалектика-Вильямс, 2012. – 288 с.