

ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВІДВІДУВАНІСТЬ ВЕБ-САЙТУ**Брушніцька А.С.***Тернопільський національний економічний університет, здобувач*

Для побудови моделі відвідуваності веб-сайту, яка відображатиме взаємозв'язок між факторами впливу на цільову аудиторію та характеристиками сайту, такими як відвідуваність, необхідно в першу чергу визначити основні фактори впливу. В працях [1, 2] наведено математичні моделі у вигляді диференційних рівнянь. В зазначених математичних моделях основними факторами впливу є такі: час завантаження сторінок, зручність навігації та якість наповнення інформації. Разом з тим дослідження показали, що на відвідуваність веб-сайту впливає набагато більша кількість факторів впливу ніж зазначені у роботах [1, 2].

Метою даної роботи є дослідження та встановлення комплексу факторів, що впливають на відвідуваність веб-сайтів та побудова математичних моделей на їх основі.

Щоб відвідуваність веб-сайту зростала потрібно створити власну цільову аудиторію. Цільова аудиторія ресурсу представляє тих людей, яким в певний момент видається та інформація, на яку вони зробили запит. Відповідно до визначення [3], цільова аудиторія сайту - це група інтернет-користувачів, на яку сфокусовано зміст сайту; коло відвідувачів, зацікавлених в інформації, товарах або послугах, представлених на WEB-сайті. Виділення цільової аудиторії дозволяє точніше направити інформаційний чи рекламний вплив і, як наслідок, веде до розвитку WEB-ресурсу.

Для для збільшення відвідуваності WEB-сайтів необхідно дотримуватися основних параметрів, котрі сприяють просуванню WEB-сайтів, до них належать [4]: правильний текстовий зміст сторінки; унікальне графічне наповнення сайту; оптимальна структура; зручна навігація; складання правильної переліноковки; використання мета-тегів; правильне розташування ключових слів у текстах і т.п.

Виходячи з вище вказаних параметрів, можна сформулювати комплекс факторів впливу на приріст цільової аудиторії WEB-сайту (відвідуваність):

1. Загальний обсяг та унікальність контенту WEB-сайту. Наявність великого об'єму інформації, що розміщена на сторінках ресурсу, забезпечує кількість ключових слів та словосполучень, що братимуть участь у залученні відвідувачів з пошуковиків.

2. Ступінь оптимізації контенту. Оптимізований контент з правильно складеними заголовками і підзаголовками, списками, виділеннями і т.п. (потрібно розділяти текст на абзаци за принципом «Один абзац – одна закінчена думка». Для полегшення читання, об'ємні тексти статей необхідно розбивати тематичними заголовками).

3. Число сторінок WEB-сайту. Тут залежність схожа. Чим більше на сайті сторінок (проіндексованих сторінок), тим більше людей в сукупності будуть відвідувати сайт.

4. Ступінь популярності тематики сайту. Із збільшенням популярності зростає конкуренція. Сайти конкурентів здатні перехоплювати трафік. Повернути трафік на колишнє місце можна тільки в тому випадку, якщо провести детальний аналіз конкурента, виявивши всі його позитивні і негативні сторони. Це дасть змогу здійснити заходи, спрямовані на підвищення позицій в пошуковій видачі власного WEB-ресурсу.

5. Наявність реклами:

- контекстна реклама;
- соціальні закладки. Реклама та просування за допомогою послуг на сайтах соціальних мереж, де відвідувачі можуть отримати прямий доступ до спільноти потенційної цільової аудиторії;
- анонс на форумах;
- банери на відвідуваних сайтах. Банерна реклама привертає увагу через колір, графіку, анімації.

6. Наявність засобів для обміну посиланнями як з місцевими так і закордонними WEB-сайтами.

7. Наявність засобів експорту контенту.

8. Наявність засобів e-mail розсилки.

9. Сезонність відвідувань. Відвідуваність також залежить від того, протягом якого проміжку часу вона оцінюється: свята; події; ювілеї; вихідні дні і тому подібне.

Дуже важливими факторами впливу на відвідуваність є події. Ніхто не застрахований від різного роду подій таких як революції чи стихійні лиха.

Наприклад, в момент, коли в Україні відбуваються події з Майданом, саме завдяки цьому певне коло тематичних сайтів втратило вагому частину відвідувачів, в той час, коли сайти дотичні до цих подій отримали колосальний приріст цільової аудиторії.

10. Наявність широкого спектру засобів навігації [5]. Щоб відвідуваність зростала потрібно створити для цього певні умови, які забезпечать зручне користування. На сьогодні відома велика кількість популярних браузерів, для роботи в мережі Інтернет. А саме: *Internet Explorer, Opera, Mozilla Firefox, Google Chrome, Netscape Navigator, Safari* та інші. Проте, не всі браузери досконалі і часто видають спотворену інтерпретацією коду *HTML*. Різні браузери можуть представляти одну й ту ж сторінку по – різному. Саме тому, для того, щоб кожен з відвідувачів міг із зручністю використовувати WEB-сайт, необхідно, щоб він був максимально сумісний з популярними браузерами.

Існує три загальні моделі відвідуваності WEB-сайтів, котрі опираються на деякі з факторів [6]:

1. Модель – контент. Сайт, що створювався опираючись на цю модель, пропонує відвідувачам унікальні та актуальні тексти з певної області інтересів

2. Модель - співтовариство (Community). Інтернет є не тільки джерелом інформації, а й невичерпне за своїми можливостями середовище для спілкування. Форуми, чати, блоги, коментарі і т.п. – це дуже популярні і відомі засоби, здатні додати інтересу будь-якому сайту.

3. Модель - сервіс. Потреби людей в інформації і в спілкуванні призвели до появи таких масових сервісів, як сервіси пошукових систем; електронної пошти; електронних розсилок та ін.. А потреби в промоутинзі сайтів - різноманітні сервіси для WEB-майстрів, такі як сервіси купівлі-продажу посилань, обміну статтями, реєстрації у каталогах та ін.

Попередньо було встановлено поведінкові фактори, що представляють собою сукупність дій відвідувачів на певному WEB-сайті.

Торкнувшись теми поведінкових факторів потрібно зазначити, що великий вплив на користувачів мають: привабливість «сніпета» - це термін, котрий використовують у програмуванні і позначає повторно використовуваний фрагмент коду або тексту) [7], наскільки хороший документ. Якщо був зроблений «клік» на банер або гіперпосилання, значить сніпет привернув увагу.

Висновок

Проведено обґрунтування вибору факторів впливу на відвідуваність веб-сайту. В результаті такого обґрунтування, вперше в комплексі, встановлено фактори впливу на відвідуваність веб-сайту: загальний обсяг та унікальність контенту WEB-сайту; ступінь оптимізації контенту; число сторінок WEB-сайту; ступінь популярності тематики WEB-сайту; наявність реклами; наявність засобів для обміну посиланнями як з місцевими так і закордонними WEB-сайтами; наявність засобів експорту контенту; наявність засобів e-mail розсилки; сезонність відвідувань; наявність широкого спектру засобів навігації.

Розглянуто й проаналізовано існуючі моделі відвідуваності веб-сайтів.

Запропоновані та обґрунтовані фактори впливу було використано для аналізу цільової аудиторії.

Список використаних джерел

1. Н.Р. Пасічник, М.П. Дивак «Метод та алгоритм побудови структур тематичних веб-сайтів на основі онтологічного підходу».
2. Natalia Pasichnyk, Mykola Dyvak, Roman Pasichnyk «Mathematical Modeling of Website Quality Characteristics in Dynamics».
3. Цільова аудиторія з токи зору SEO та реклами: [Електрон. ресурс] - Режим доступу: <http://seo-fight.blogspot.com/2010/12/seo.html>.
4. Від чого залежить кількість відвідувачів сайту? [Електрон. ресурс] - Режим доступу: <http://webxaoc.com/seo/vid-choho-zalezhyt-kilkist-vidviduvachiv-sajtu.html>.
5. Поради для покращення юзабіліті сайту – 3: [Електрон. ресурс] - Режим доступу: <http://webxaoc.com/seo/porady-dlya-pokraschennya-yuzabiliti-sajtu-3.html>.
6. Три модели, которые обеспечат вашему сайту высокую и стабильную посещаемость: [Електрон. ресурс]. - Режим доступу: http://www.articlesworld.ru/articles/reclama/121_135/tmodel.php
7. Раскрутка сайта. Энциклопедия интернет рекламы. Слипсет: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.hmx.ru/слипсет.html>.