

Інноваційні технології та системи управління в техніці і економіці

УДК 004.051

О.М. Беседовський, Д.С. Захаров

Харківський національний економічний університет, Харків

МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ САЙТУ

Розглядаються методи аналізу ефективності роботи сайтів на прикладі сайту факультету економічної інформатики ХНЕУ, розглядаються методи та критерії, за якими можна зробити висновок про успішність роботи сайту та запропонувати рекомендації з його вдосконалення та збільшення привабливості для відвідувачів.

Ключові слова: пошукові системи, сайт, аналіз ефективності сайту, оптимізація сайту.

Вступ

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку мережі Інтернет ведуть до того, що кожна компанія, яка займається певною діяльністю, має власний веб-сайт, який розповідає про діяльність компанії, представляє каталог продукції тощо. Із зростанням кількості компаній, що займається діяльністю в одній сфері, перед користувачем нерідко постає питання, послугами якої компанії йому краще скористатись, та не рідко користувач, або потенційний клієнт робить вибір на користь тієї компанії, яка має найбільш привабливий веб-сайт. Проте, як оцінити привабливість сайту, які критерії оцінки слід використовувати для цього аналізу – питання, яким приділяють увагу велика кількість аналітиків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання оптимізації сайтів давно цікавлять спеціалістів, оскільки кожна компанія зацікавлена у тому, щоб саме її сайт був найкращим та приносив прибуток. Від так, було написано багато статей та рекомендацій щодо покращення якості сайтів, від офіційних вимог до неофіційних рекомендацій. Наприклад, до офіційних відносяться рекомендації пошукових систем до змісту сайту від Google [1], до неофіційних – рекомендації спеціалістів у блогах спеціалізованого ресурсу з оптимізації сайтів searchengines [2], та комерційних компаній [3, 5]. Також проблема оптимізації сайтів були розглянуті в книгах [8, 9]. В них розкриті питання пошукової оптимізації сайтів та методи збільшення цільової аудиторії сайту.

Постановка завдання. Кожен з авторів пропонує свої методи та підходи до такого аналізу. Зважаючи на вищевикладене, потрібно провести всебічний аналіз методів, за допомогою яких можна провести аналіз ефективності роботи сайту за певний період часу та виокремити ті, які є найбільш доціль-

ними та ефективними. Саме цим питанням і буде присвячена дана робота.

Основний матеріал

Зазвичай успішність сайту оцінюється по позиціях, показниках Page Rank (PR) або тематичного індексу цитування (ТІЦ) сторінок ресурсу або просто обсягом трафіку. Всі ці метрики становляться все більш недоцільними в теперішніх умовах. Це пов'язано з тим, що пошукові системи намагаються зробити результати пошуку різними для кожного користувача, виходячи з його географічного регіону, минулих пошукових запитів, переходів на сайти з певною тематикою. Метрика Page Rank, яка ще 10 років тому показувала значимість сайту, на сьогодні є однією із сотень інших, які визначають якість сайту [7]. Всі метрики можна розділити за кількома категоріями:

- Економічні показники:
 - показник відмовлень;
 - рівень конверсії;
 - середня вартість замовлення;
 - кількість замовлень з сайту.
- Пошукові показники:
 - кількість відвідувачів з пошукових систем;
 - позиції сайту за ключовими словами;
 - значення Page Rank та ТІЦ;
 - кількість проіндексованих сторінок.
- Лояльність відвідувачів:
 - середній час відвідування сайту;
 - середній час відвідування сторінки;
 - кількість переглядів на користувача;
 - кількість повернень;
 - кількість нових користувачів;
 - кількість підписчиків;
 - кількість унікальних відвідувачів;
 - кількість переглядів сайту.
- Аудиторія сайту:
 - перелік країн-відвідувачів;

- джерело трафіку;
- мова користувача;
- технології.
 - Зміст сайту:
- швидкість завантаження сторінок;
- сторінки входу;
- сторінки виходу;
- зручність розташування контенту, юзабіліті (з точки зору користувачів та спеціалістів).

Далі будуть розглянуті показники, що на наш погляд найбільш реально оцінити та проаналізувати з метою подальшої оптимізації.

Якщо сайт має велику кількість унікальних відвідувачів, то це ще не говорить про те, що він успішний. Успішність сайту оцінюється за допомогою ключових показників ефективності (КПЕ), які допоможуть виявити основні цілі сайту та зрозуміти, наскільки вдало рухається сайт у їх досягненні. КПЕ – це обов’язково вимірювані дані, які можна виразити кількісно. Кожний сайт може мати власний набір цих показників. Наприклад, інтернет-магазин може вимірювати обсяг продажів постійним покупцям, а соціальна мережа – кількість зареєстрованих користувачів та кількістю постійних відвідувачів за певний період часу. Для спеціалізованих сайтів, таких як сайт навчального закладу (або його підрозділів), важливим буде кількість унікальних відвідувачів, переглядів матеріалів та співвідношення нових відвідувачів.

Незважаючи на те, що ефективність не кожного сайту можна виміряти прибутком, продажами або зверненнями, завжди можна та необхідно оцінити юзабіліті сайту. Багатьох власників сайтів все ще цікавлять такі питання: зручність ресурсу, привабливість логотипу, наявність ефектів, що надають сайту привабливість та зручність у користуванні. Таким чином, сайт повинен бути зручним у першу чергу для користувача. А це оцінити вже набагато складніше через те, що скільки користувачів, – стільки і думок. З точки зору аналізу контентних проектів та спеціалізованих сайтів, до найбільш інформативних показників ефективності можна віднести пошукові показники, показники лояльності користувачів, аудиторію сайту та його зміст. Розглянемо ці показники більше детально.

1. *Пошукові показники.* Ці показники показують, наскільки зручним є сайт з точки зору пошукових систем, оскільки це впливає на позиції сайту у результатах пошуку. Наприклад, якщо сайт складається з 50 сторінок, а проіндексовано лише 20 – це говорить про те, що сайт не слідує рекомендаціям пошукових систем з оптимізації контенту [1]. Як наслідок, багато користувачів сайту не зможуть знайти потрібний контент сайту через пошукові системи.

2. *Лояльність відвідувачів.* Ці показники показують, наскільки зручним є сайт для користувачів: а саме, наскільки зміст сайту відповідає очікуванням користувача, тобто якість контенту. Середній час від-

відування сайту користувачем показує скільки часу користувач відвідував сторінки сайту. Не завжди тривалий час знаходження користувача на сайті це добре, але в більшості випадків тривалість перебування в 5 хвилин краще, ніж в 30 секунд, особливо, для контентних проектів та спеціалізованих сайтів, як сайт факультету економічної інформатики ХНЕУ [4]. Середня кількість переглядів на відвідувача. Хоча вимір переглядів іноді марний, оскільки погані сайти, де сама структура сайту змушує вас переходити на сторінки більше, можуть мати високе середнє число переглядів на відвідувача. Тим не менше, цей показник розповість вам багато чого про те, наскільки ваш сайт подобається користувачам. Співвідношення один перегляд на одного відвідувача - це завжди погано для сайту, оскільки означає, що контент не зацікавив користувача. Серед лояльності відвідувачів, найбільш важливими показниками для новинних сайтів є кількість повернень на сайт, кількість нових користувачів та підписчиків, оскільки вони показують постійну аудиторію читачів сайту. Зростання цих показників свідчить про авторитетність і важливість сайту для найбільш зацікавленою (цільовою) частини аудиторії. Очевидно, що відвідувачам, що повернулися, сподобався ваш сайт. Так що чим більше повернулося відвідувачів, тим більш ефективний і успішний ресурс. Одні тільки відвідувачі з пошукових систем або з соціальних ресурсів не можуть бути основою відвідуваності. Підписчики та відвідувачі що повертаються (часто це одні і ті ж люди) повинні становити суттєву аудиторію сайту.

3. *Аналіз аудиторії сайту* не є ключовим показником ефективності, проте дозволяє проаналізувати інформацію про відвідувачів: дізнатися їх географічне місцезнаходження, мову, якою користується користувач, технічні характеристики приладів користувача. Ця інформація дозволяє змінювати та вдосконалювати сайт, орієнтуючись на користувача. Так, в результаті аналізу сайту факультету економічної інформатики ХНЕУ, було виявлено, що найбільша частина аудиторії сайту приходить з України, а не значна її частка – країни Європи. Зважаючи на це, та враховуючи необхідність розширення аудиторії користувачів, на сайті була реалізована багатомовність інтерфейсу, що дозволяє користувачам отримувати контент на мові, яку вони розуміють. Мова також може бути обрана в залежності від цільової аудиторії. Для нашої країни, найчастіше це будуть, на додачу до української мови, російська (у зв’язку з великою кількістю студентів-іноземців, які на ній розмовляють) та англійська (це пояснюється тим, що на даному етапі вона фактично є міжнародною і на ній розмовляє більшість населення планети). Тенденції з розвитку мобільних пристроїв показали, що певна частка користувачів відвідує сайт з телефонів та планшетних пристроїв. Цей фактор виявив доцільність впровадження мобільної версії сайту, яка більш зручна в користуванні на сучасних мобільних пристроях та має більш високу швидкість завантаження.

4. Зміст сайту дозволяє проаналізувати, на які сторінки потрапляє користувач при першому відвідуванні сайту. Ця інформація дозволяє зрозуміти що шукає користувач та більш детально провести оптимізацію сайту. Сторінки виходу необхідні для розуміння, на якому етапі сайт стає нецікавим користувачу та він його покидає. Аналіз змісту є показником, який дуже важко оцінити, оскільки кожен користувач має власну думку з розташування певних блоків, або головного меню. Тож, для розуміння ефективності даного показника слід приділяти увагу відгукам користувачів. Проте, є деякі правила, які можуть приваблювати користувача:

а. URL-адреса має бути короткою і простою. Кращі адреси – ті, які легко запам'ятати і інтуїтивно вгадати.

б. Зовнішній вигляд – читаність. Сторінки повинні легко читатися, бути ясними і легкими для розуміння. Розмір шрифту повинен бути достатньо великим, щоб бути читаним, а кольори не повинні конфліктувати.

с. Сайт не повинен просити користувача завантажувати спеціальне програмне забезпечення для роботи. Це займає певний час, який користувач найчастіше не готовий витратити.

д. Контактна інформація - надання контактної інформації, як то адреси електронної пошти та телефонних номерів дозволяє відчувати користувачів довіру при використанні сайту.

е. Примус користувачів підписатися або зареєструватися, перш ніж продовжити, не будуть оцінені ними. Користувачі повинні реєструватися тільки тоді, коли вони будуть готові самі. Більш детально про аналіз юзабіліті веб-сайтів наведено в роботі [10].

Для того, щоб виявити ключові показники ефективності сайту, а також ті нормативні (або ті, що бажаємо досягти) значення, у сайту повинні бути цілі [6]. Для інтернет-магазину це може бути зменшення кількості відмов / уходів з сайту на 20% при заповненні форми замовлення. Приклад мети для соціальної мережі: збільшити частоту візитів постійних користувачів з 2 на тиждень до 5 на тиждень і збільшити час перебування на сайті з 5 до 15 хвилин. При аналізі ефективності сайту слід одразу визначитися з показниками, які будуть вимірюватися. Для невеликого сайту або блогу достатньо 1-3 показників, у багатофункціонального порталу їх може бути набагато більше. Якщо сайт досить великий - портал або корпоративний ресурс середньої або великої компанії – кожен розділ може мати власний набір КПЕ. На прикладі сайту факультету економічної інформатики

ХНЕУ до КПЕ можна віднести кількість постійних відвідувачів, кількість переглядів сторінок на користувача, джерела трафіку, кількість зареєстрованих користувачів та коментарів, що вони залишили.

Висновки

Ці дані допоможуть побачити сильні і слабкі сторони сайту, також вони дадуть змогу виявити основні проблеми, з якими стикається відвідувач при користуванні сайтом. Таким чином, у даній статті ми зупинилися на основних ключових показниках ефективності сайту, виявили ті, які будуть найбільш інформативними для оцінки функціонування сайту факультету економічної інформатики. В подальших роботах буде проведений детальний аналіз сайту по цим КПЕ та запропоновані рекомендації щодо поліпшення його функціонування.

Список літератури

1. *Руководство для веб-мастеров от G-oogle*, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=ru&hlrm=en&answer=35769
2. *SEO блог* [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.searchengines.ru/seoblog.
3. *Блог компанії Aweb* [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.aweb.ua/seo-blog.
4. *Сайт факультету економічної інформатики ХНЕУ.*, [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.ei.hnei.net.
5. *Продвижение бизнеса в Интернет*, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.promodo.ua.
6. *Садовский А. Оценка эффекта от продвижения интернет-ресурсов / А. Садовский // Стратегия продвижения сайтов в поисковых системах, 2002. – С. 9 – 17.*
7. *Стратегия продвижения сайтов - Исследования и статистика* [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.digits.ru/articles/promotion/strategy.html.
8. *Ашманов И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов, А. Иванов. – СПб.: Питер, 2009. – 400 с.*
9. *Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернет / И.О. Севостьянов. – СПб.: Питер, 2010. – 240 с.*
10. *Галустьян А.Г. Разработка информационного и визуального дизайна сайта факультета ЭИ ХНЭУ / А.Г. Галустьян // Збірник наукових праць студентів ХНЕУ. – Х.: ХНЕУ, 2011. – С. 72-76.*

Надійшла до редколегії 1.10.2012

Рецензент: д-р екон. наук, проф. О.М. Ястремська, Харківський національний економічний університет, Харків.

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ САЙТА

А.Н. Беседовский, Д.С. Захаров

Рассматриваются методы анализа эффективности работы сайтов на примере сайта факультета экономической информатики ХНЭУ, рассматриваются методы и критерии, по которым можно сделать вывод об успешности работы сайта и предложить рекомендации по его совершенствованию и увеличения привлекательности для посетителей.

Ключевые слова: поисковые системы, сайт, анализ эффективности сайта, оптимизация сайта.

METHODS OF ANALYSIS PERFORMANCE SITE

A.N. Besedovsky, D.S. Zakharov

The methods of analyzing the effectiveness of the web sites on example of the site of the faculty of economic informatics KNUE, examines methods and criteria by which one can conclude that the success of the site and suggest recommendations for its improvements and increasing attractiveness to visitors.

Keywords: search engines, site, site effectiveness analysis, site optimization.