

розвиток. В ході роботи було з'ясовано, що вплив на шкіру великих доз УФ випромінювання призводить до захворювань шкіри, очей. Підвищені дози УФ випромінювання впливають також і на центральну нервову систему.

Список використаних джерел:

1. Яремко З. М. Охорона праці : навч. посіб. / З. М. Яремко, С. В. Тимошук, О. І. Третяк та ін. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 374 с.
2. Охорона праці: Навчальний посібник / За ред. В. Кучерявого. – Львів: Оріяна-Нова, 2007. – 368 с.

Петранюк О.В.

студент;

Вовк Р.Б.

кандидат технічних наук, доцент,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

РОЗРОБКА АЛГОРИТМУ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ WEB-РЕСУРСІВ НА ОСНОВІ SEO-ОПТИМІЗАЦІЇ

SEO-оптимізація, або як ще називають даний метод – пошукова оптимізація сайту є дієвим заходом для популяризації будь-кого web-ресурсу. Розглянемо детальніше, основні поняття SEO-оптимізації. Кожному інтернет-користувачеві добре знайомі різні пошукові системи, такі як Google, Яндекс, Yahoo та інші. Алгоритм роботи таких пошукових систем є досить простим: користувач вводить в пошуковий рядок певний запит, а браузер у відповідь на те, що вводиться, наприклад, «куплю автомобіль» або «кінотеатри Івано-Франківська», видає перелік релевантних результатів, а саме порталів з продажу автомобілів або веб-ресурси всіх кінотеатрів міста Івано-Франківськ. При цьому деякі ресурси виводяться в пошуковій системі в топі, тобто на перших місцях, а деякі можна знайти, лише перегорнувши кілька сторінок з результатами пошуку.

Серед методів оптимізації найвідомішими є чорна, біла та сіра оптимізація. Кожен з даних методів містить в собі стандартні способи та моделі просування, зміна яких є майже неможливою, оскільки усі найновіші можливості даних методів уже широко використовуються. Робота над SEO-просуванням починається з аналізу поточної позиції web-ресурсу, його напрямку, контенту, спрямованості та ін. Перед початком виконання просування web-ресурсу необхідно проаналізувати аналогічні сайти, присвячені тій же тематиці. Внаслідок цих дій створюється так зване семантичне ядро тобто список ключових слів, визначається їх кількість, які записуються у медіаплан популяризації сайту, а після цього копірайтери створюють унікальні тексти, що включатимуть «ключові слова», котрі відповідатимуть запитам відвідувачів

сайту. Останнім і досить важливим етапом SEO-оптимізації є формування правильної структури web-ресурсу.

На даний момент є дуже багато методів та алгоритмів популяризації web-ресурсів на основі SEO-оптимізації, але часто усі вони є примітивними і деякі з них уже давно є застарілими. Тому для популяризації web-сайту необхідно обирати найбільш ефективні та якісні заходи для швидкого просування популярності web-ресурсу у світовій павутині Інтернет.

Для вирішення даної задачі, в даному дослідженні запропоновано алгоритм SEO-оптимізації, який складається з наступних етапів:

1) внутрішня оптимізація сайту.

На даному етапі потрібно провести ретельну роботу з аналізу і коригування контенту та структури web-ресурсу, а саме необхідно здійснити такі кроки:

- додавання і оновлення даних на старих сторінках та додавання нових сторінок з актуальним автентичним контентом;
- доопрацювання структури та функціоналу сайту, якщо вона потрібна;
- розміщення внутрішніх посилань між сторінками сайту;
- проведення технічного аналізу сайту на предмет критичних помилок;
- аналіз схожих сайтів по контенту;
- перевірка на наявність можливих проблем, пов'язаних з «віком» сайту, наявним контентом, різними помилками пошукових систем та ін.

2) зовнішня оптимізація сайту.

Основною задачею даного етапу є підвищення рейтингу web-сайту в пошукових системах:

- накопичення великої кількості посилань на корисні ресурси схожої тематики;
- розміщення інформації, статей і коментарів на різноманітних ресурсах, схожих за тематикою web-ресурсу який просувається з вказанням посилань на цей сайт;
- використання сервісів соціальних мереж таких як facebook, tweeter, instagram, vkontakte.

За результатами описаних вище двох етапів, після індексації нових сторінок та інформації пошуковими системами, можна підводити проміжні підсумки по кожній фразі, яка просувається. Також можна при необхідності вносити зміни та коригування в дані етапи.

3) проміжне отримання результатів популяризації.

Пошукова SEO-оптимізація – це процес не миттєвий, а достатньо тривалий і трудомісткий. Тому перші результати роботи користувач зможе побачити тільки через 3-5 місяців, в залежності від того, по яких фразах було популяризовано сайт і на скільки якісно була проведена дана робота.

4) надання власнику ресурсу звіту про виконану роботу.

Звіт може бути представлений у різних формах в залежності від терміну моніторингу роботи сайту:

- мінімальний – за кожен тиждень з розбиттям по днях;

- середній – дозволяє дізнаватися кількість відвідувачів сайту по певному запиту в певний період;
- максимальний – звіт за весь період по усіх пошукових фразах.

Якщо розглядати web-ресурс з точки зору маркетингу, то це набір блоків з інформацією та засобами для взаємодії з одним або декількома одночасно частинами цільової аудиторії. Це означає, що користувач дуже рідко буде вручну прописувати URL сторінки чи переходити по банерній рекламі, йому набагато легше буде зайти інформацію, яка його цікавить за допомогою введення ключових слів у рядку пошуковика. Тому, якщо web-сайт оптимізований вищезгаданим способом, то пошукова система заносить його у свою базу даних таким чином, що при користувацькому запиті по ключових словах web-ресурс потрапляє у верхню частину списку результатів пошуку, тобто ймовірність відвідування його користувачем є дуже високою. Відповідно, якщо SEO – оптимізація не проведена, то рейтинг сайту за результатами пошуку виявиться низьким, наприклад, на 3 сторінці, тобто користувач швидше за все не стане відвідувати такий web-сайт. Бувають і такі випадки, що робот пошукової системи взагалі не в змозі прочитати web-ресурс, тоді він взагалі не потрапляє в результати видачі списку браузера, і ймовірність того, що користувачі зможуть його коли-небудь відвідати є досить низькою [1, с. 53].

Процес популяризації та SEO-оптимізації сайту не обов'язково потрібно довіряти професіоналам оскільки ефекту можуть добитися не тільки досвідчені фахівці, але і звичайні користувачі. Для цього необхідно просто знати, що SEO-оптимізація має велику кількість нюансів, враховувати їх, не ігнорувати, оскільки це може призвести до штрафних санкцій з боку пошукових систем.

Отже, в даному дослідженні було проаналізовано найбільш відомі моделі SEO-оптимізації, наведена характеристика основних методів просування веб-ресурсів, а також показано як це можна зробити на прикладі так званого семантичного ядра. В роботі було запропоновано структурований алгоритм етапів популяризації web-ресурсу за допомогою SEO-оптимізації. Під час розробки вищезгаданих етапів враховано оптимальні схеми, рішення і зміни алгоритмів пошукових систем, які таким чином впливають на кінцеві результати просування. Щоб переглянути результати роботи розроблених етапів описаного алгоритму, можна використати сервіс Google Analytics за допомогою якого можна проводити моніторинг статистики відвідуваності та просування певного веб-ресурсу.

Список використаних джерел:

1. Danny Dover, Erik Dafforn Search, Engine Optimization (SEO) Secrets // Wiley, 2011. – 456 р.