

## **ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ВЕБ-САЙТА ОРГАНИЗАЦИИ**

По данным мониторинговой компании Netcraft, в сети Интернет на начало февраля 2013 г. зарегистрировано 630 795 511 работающих веб-сайтов [1]. Поисковой системе «Яндекс» ежедневно задается более 150 млн поисковых запросов [2]. Статистика поисковых систем показывает, что далее первой страницы поисковой выдачи совершает переход менее 30 % пользователей, далее 2-й страницы — менее 10 % пользователей [3]. Это говорит о том, что для организации, использующей сайт в коммерческой деятельности, задача его продвижения в выдаче поисковой системы является актуальной и жизненно необходимой.

Поисковая оптимизация веб-сайта (англ. search engine optimization, SEO) — это комплекс мероприятий, целью которых является достижение сайтом организации максимально высокой позиции в поисковой выдаче по определенным запросам пользователей к различным поисковым системам.

Первым этапом поисковой оптимизации является создание семантического ядра — набора слов и словосочетаний, позволяющего наиболее точно охарактеризовать тематику сайта, род деятельности, предлагаемые товары или услуги, предоставляемые сайтом компании. Термин «семантическое ядро» используется исключительно в русскоязычном сегменте сети Интернет, западные специалисты используют термин «keyword list», название которого наиболее точно отражает смысл, вкладываемый в понятие.

Следующим этапом является поисковая оптимизация страниц сайта, или внутренняя оптимизация. В нее входят такие работы, как аудит сайта, правильная расстановка элементов семантического ядра в контенте, разбиение текста на логические фрагменты, акцентирование ключевых морфологических форм с помощью дескрипторов, повышение юзабилити и кроссбраузерности сайта. Основная проблема внутренней оптимизации заключается в нахождении оптимального соотношения элементов семантического ядра к контенту страницы.

Внешняя оптимизация веб-сайта является завершающим этапом и включает работы по анализу поисковой видимости сайта и сайтов конкурентов, анализу поведения пользователей, регистрации в поисковых системах и каталогах, наращиванию ссылочной массы, настройке представления сайта в результатах поиска. На данном этапе главная проблема заключается в качестве внешних ссылок: из-за отсутствия возможности влиять на развитие внешнего ресурса.

Таким образом, поисковая оптимизация веб-сайта состоит из трех последовательных этапов. Специфика поискового продвижения заклю-

чается в том, что последний этап может не иметь своего завершения, поскольку такие работы, как анализ поисковой видимости сайта и наращивание ссылочной массы, должны проводиться постоянно для поддержания высоких позиций в поисковой выдаче.

Необходим постоянный мониторинг поисковых запросов пользователей. Изменение популярности запросов к поисковой системе потребует переосмысления семантического ядра и выполнения второго и впоследствии третьего этапов продвижения. Для организации, желающей видеть веб-сайт на первой странице выдачи поисковой системы, поисковая оптимизация сайта должна стать постоянным и неотъемлемым процессом.

### Литература

1. February 2013 Web Server Survey // Netcraft Internet services company [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://news.netcraft.com/archives/2013/02/01/february-2013-web-server-survey.html> — Дата доступа: 25.02.2013.
2. Поисковые запросы и жизнь // Компания «Яндекс» [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа [http://company.yandex.ru/researches/figures/ya\\_search\\_2011.xml](http://company.yandex.ru/researches/figures/ya_search_2011.xml) — Дата доступа: 25.02.2013.
3. Текст и поиск // Rebill.me [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа <http://rebill.me/showthread.php?t=1574> — Дата доступа: 25.02.2013.

*В.Я. Асанович, д-р хим. наук, профессор  
БГЭУ (Минск)*

## СЕТЕВАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИКИ БЕЛАРУСИ (ТЕНЗОРНЫЙ АНАЛИЗ)

В настоящее время широко используется метод аналогий, когда математические модели, разработанные в естественных науках, применяются к исследованию экономических процессов. Крайне интересным является возможность рассмотрения экономических процессов с применением тензорного подхода, созданного Г. Кроном [1] для анализа электротехнических задач. Суть тензорного метода Крона состоит в том, что к уравнениям процесса прохождения электрического тока добавлено описание структуры связей. Для этого введены матрицы преобразования. Тензорному анализу сетей соответствует геометрия нового типа, не сводимая к известным геометриям — топология разрыва. Данный подход можно применить к анализу межотраслевого баланса (см. рисунок).

На рисунке, ссылаясь на [2], приведен пример пяти отраслей (вертикальные линии), связанных поставками (наклонные линии); поступление ресурсов указано стрелками сверху; воздействие спроса (плана)

показано стрелками внизу.