



УДК 004.912

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА
В ПОИСКОВЫХ СИСТЕМАХ ЯНДЕКС И GOOGLE****COMPARATIVE ASSESSMENT OF THE INFLUENCE OF FACTORS OF WEBSITE
PROMOTION IN SEARCH ENGINES YANDEX AND GOOGLE****Е.М. Маматов, И.Н. Брусенская****Е.М. Mamatov, I.N. Brusenskaya**

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Россия, 308015, Белгород, ул. Победы, 85
Belgorod State National Research University, 85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russia*

e-mail: mamatov@bsu.edu.ru, i.n.brusenskaya@yandex.ru

Аннотация. В работе рассматриваются рейтинги популярности поисковых систем как на Российском уровне, так и на мировом, а также основные факторы, влияющие на продвижение сайта в самой популярной поисковой системе на Российском уровне – Яндекс, и в самой популярной поисковой системе на мировом уровне – Google. На основе полученного опыта в сфере продвижения интернет-ресурсов составлена таблица, в которой приведена сравнительная характеристика влияния представленных факторов в поисковых системах Яндекс и Google.

Resume. The paper deals with popularity ratings of search engines on the Russian level, and in the world, and the main factors affecting the promotion in the most popular search engine on the Russian level - Yandex, and in the most popular search engine on a global level - Google. On the basis of the experience gained in the field of promotion of Internet resources, a table, which is a comparative characteristic of influence factors presented by the search engines Yandex and Google.

Ключевые слова: интернет, поисковая оптимизация, продвижение сайта, позиция сайта, факторы продвижения, PR, контент, поисковая система, сниппет, анкор, апдейт, индексация, перелинковка, мета-теги.

Keywords: Internet, search engine optimization, website promotion, site position, the factors promoting, PR, content, search engine snippet anchor, updates, indexing, relinking, meta tags.

Большинство людей при поиске той или иной информации обращаются к поиску онлайн. С каждым годом количество пользователей всемирной сети интернет значительно увеличивается. По данным на конец 2014 года число пользователей Интернет превысило 3 миллиарда человек. Число пользователей Интернет в 2014 году, в целом, выросло на 6,6% (данные из доклада Международного союза электросвязи (МСЭ) «Измерение информационного общества»). По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного 4-5 октября 2014 г., интернетом пользуются 66% граждан России от 18 лет и старше или 76,3 млн человек. Ежедневно выходят в Сеть – 46% или 53,6 млн взрослых россиян.

Для поиска информации онлайн с компьютера или мобильного телефона пользователи используют поисковые системы. Всего в мире существует более 350 поисковых систем. Для поиска информации с помощью поисковой системы пользователь формирует поисковый запрос, в соответствии с которым генерируется поисковая выдача веб-сайтов, которые, по мнению поисковой системы, помогают ответить на вопрос пользователя.

Согласно данным на сентябрь 2014 года количество веб-сайтов в сети Интернет превысило 1 миллиард. Поисковые системы содержат тематически сгруппированную информацию об информационных ресурсах Всемирной паутины в базах данных [1]. Т.к. миллионы потенциальных потребителей товаров, услуг или информации ищут ее с помощью поисковых систем (Yandex, Google, Bing, Rambler и др.), используют при этом определенные ключевые слова и словосочетания, то поисковое продвижение является самым действенным и популярным способом привлечения аудитории на сайт. Главная цель поискового продвижения сайта является вывод сайта в "зону видимости" поисковых систем по заданным ключевым словам и словосочетаниям. Для того, чтобы сайт был найден целевыми посетителями в поисковых системах необходимо заниматься его поисковой оптимизацией.

Поисковая оптимизация – это комплекс мер по повышению позиций сайта в поисковых системах и увеличение его целевой посещаемости [2]. Прежде чем заниматься поисковой оптимизацией необходимо определить поисковые системы, которыми пользователи пользуются больше всего, чтобы получить наибольший эффект (наивысшую посещаемость) от продвижения сайта.



По данным исследовательской компании NetMarketShare (исследовательская компания, специализирующаяся на анализе присутствия тех или иных продуктов и технологий в Интернете) лидирующее место использования поисковых систем в мире с большим отрывом на протяжении многих лет занимает поисковая система Google [3]. Рейтинг поисковых систем с 2010 по 2015 г приведен в таблице 1.

Таблица 1

Table 1

**Рейтинг поисковых систем в мире
Ranking of search engines in the world**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Google	84.88%	82.99%	81.56%	77.46%	67.53%	60.52%
Yahoo	6.16%	6.12%	6.84%	7.30%	6.17%	7.11%
Baidu	3.38%	4.89%	5.06%	8.22%	18.38%	22.83%
Bing	3.30%	3.92%	4.45%	5.47%	6.63%	7.86%
Ask	0.68%	0.56%	0.55%	0.36%	0.13%	0.16%
AOL	0.46%	0.40%	0.35%	0.35%	0.24%	0.33%
AltaVista	0.06%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
MSN	0.05%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Excite	0.03%	0.03%	0.03%	0.01%	0.03%	0.00%
All the Web	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Lycos	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%

Для наглядного представления популярности поисковых систем в мире в период с 2010 по 2015 год представим рейтинг популярности, приведенный в таблице 1 в виде графика (Рисунок 1).

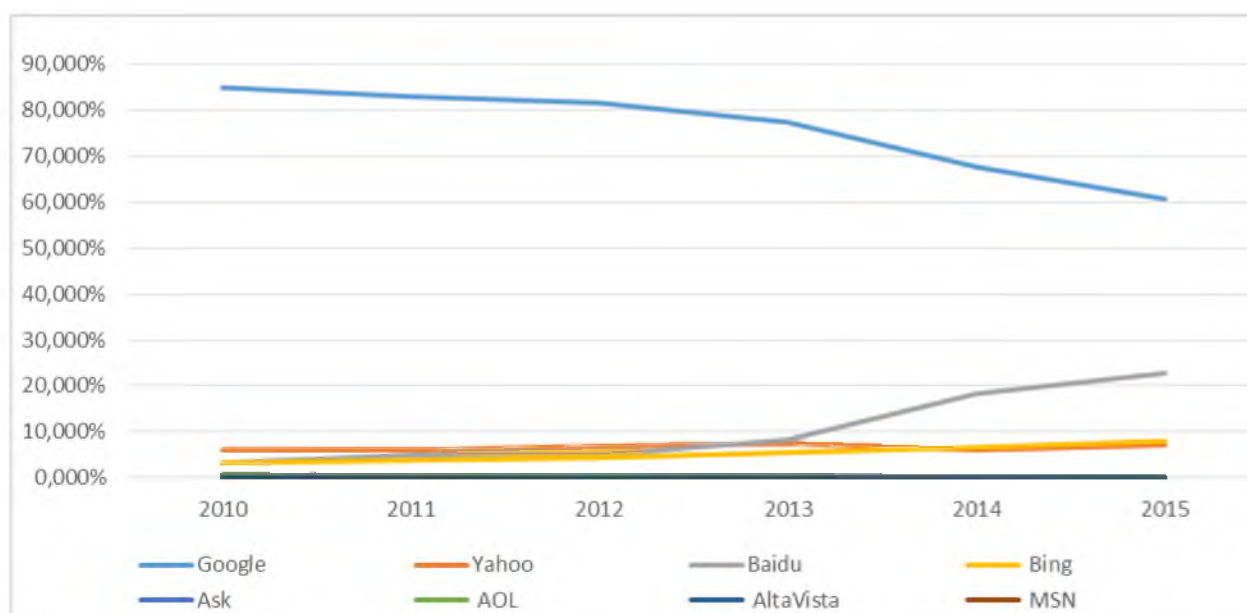


Рис. 1. Рейтинг поисковых систем в мире (2010-2015 г)
Fig. 1. Ranking of search engines in the world (2010-2015 years)

Согласно приведенным в таблице 2 и на графике данным можно отметить, что поисковая система Google с большим отрывом занимает лидирующее место в мировом рейтинге поисковых систем. За 2, 3 и 4 место идет борьба между поисковыми системами Yahoo, Baidu и Bing.

Поисковая система Yahoo – поисковая система, популярная среди американских пользователей. Для русскоязычных пользователей доступны сервисы только: поиск по картинкам, поиск по новостям, и поиск в интернете. Создана в январе 1994 года. На протяжении длительного времени держалась на втором месте по популярности использования в мире, но в 2013 г. ее обогнала поисковая система baidu.



Поисковая система Baidu – лидер среди китайских поисковых систем. По количеству обрабатываемых запросов поисковый сайт «Байду» с 2013 г. стоит на 2 месте в мире. С запуском японской версии уверенно обогнал Yahoo.

Поисковая система Bing – поисковая система, разработанная международной корпорацией Microsoft. Bing обладает рядом эксклюзивных возможностей, таких как просмотр результатов поиска на одной странице (вместо пролистывания многочисленных страниц результатов поиска), а также динамическое корректирование объёма информации, отображаемой для каждого результата поиска (например, только название, краткая или большая сводка)

Тем временем рейтинг лучших поисковых систем в отечественном сегменте существенно отличается (Таблица 2).

Таблица 2
Table 2

Рейтинг поисковых систем в отечественном сегменте
Search engine ranking in the domestic segment

Поисковые системы	Июль, 2014	Август, 2014	Сентябрь, 2014	Октябрь, 2014	Ноябрь, 2014	Декабрь, 2014	Январь, 2015	Февраль, 2015
Яндекс	61,78%	61,20%	60,83%	60,67%	60,45%	60,21%	59,75%	59,54%
Google	29,29%	29,85%	30,30%	30,72%	31,28%	31,78%	32,46%	32,79%
Mail.ru	7,36%	7,37%	7,30%	7,11%	6,82%	6,63%	6,45%	6,36%
Рамблер	0,98%	0,95%	0,89%	0,83%	0,78%	0,75%	0,71%	0,69%
Bing	0,59%	0,63%	0,68%	0,67%	0,66%	0,64%	0,62%	0,62%

Для более наглядного представления популярности поисковых систем в России в период с июля 2014 года по февраль 2015 года, представим рейтинг популярности, приведенный в таблице 2 в виде графика (Рисунок 2).

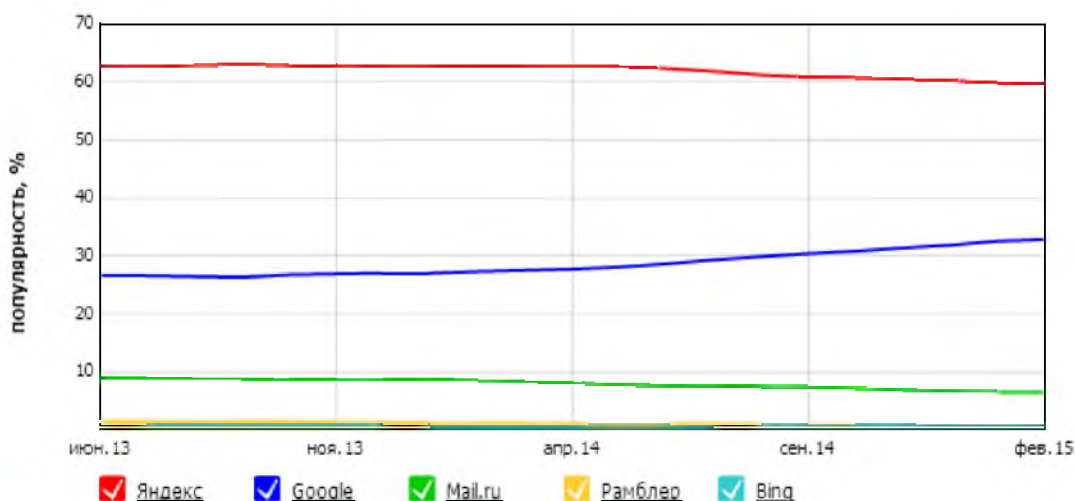


Рис. 2. Популярность поисковых систем в России
Fig. 2. The popular search engine in Russia

Лучшие поисковые системы Рунета по состоянию на начало 2015 года – Яндекс, Google и Mail.ru. Популярность поисковых систем оценивается как доля поискового трафика, генерируемой данной поисковой системой в Рунете. Количество трафика поисковой системы оценивается по данным сервиса «Глобальная статистика Spylog» и Рейтинга LiveInternet.

Т.к. при продвижении сайта мы ориентируемся на русскоязычную аудиторию, то рассмотрим более подробно две самые популярные системы в РФ – Яндекс и Google.

«Яндекс» – основанная в России европейская ИТ-компания, владеющая одноимённой системой поиска в Сети и интернет-порталом. Основным и приоритетным направлением компании является разработка поискового механизма, но за годы работы «Яндекс» стал мультипорталом. Уже в 2013 году «Яндекс» предоставляет более 50 сервисов. Некоторые из них – Яндекс.Поиск, Яндекс.Карты, Яндекс.Маркет, Поиск по блогам, Яндекс.Пробки – доминируют на рынке.



«Google» - первая по популярности поисковая система в мире, обрабатывает 41 млрд 345 млн запросов в месяц (доля рынка 62,4 %), индексирует более 25 миллиардов веб-страниц (на закрытой конференции в начале мая 2014 представитель Google упомянул, что на данный момент проиндексировано 60 триллионов документов, и как можно заметить, в результате тестов, счетчик в поиске Google ограничен числом 25 270 000 000, также на это число при выдаче влияют фильтры, встроенные в алгоритм ранжирования выдачи).

Сравним влияние тех или иных факторов продвижения на поисковые системы Яндекс и Google [4] (Таблица 3).

Таблица 3
Table 3

Сравнение факторов продвижения в поисковых системах Яндекс и Google
Compare factors promotion in search engines Yandex and Google

Яндекс	Google
Региональность	
Учитывает региональность	Малозначимый фактор
Возраст web-сайта	
Значимый фактор. В поисковой выдаче Яндекс практически не встречаются молодые сайты	Для google более важным является качество сайта и польза для посетителей, если сайт отвечает этим требованиям, то возраст сайта уходит на задний план
Доменное имя	
Не реагирует на доменное имя	Размещает выше в поисковой выдаче сайты, у которых доменное имя является частью поискового запроса
Уникальный шаблон сайта	
Смотрит на быстрдействие сайта. Сайты со старыми шаблонами, чаще всего сверстанными на таблицах, понижаются в выдаче. Уникальность самого шаблона большого значения не имеет	Трепетно относится к соблюдению авторских прав. Любит уникальные шаблоны
Направленность сайта	
Нет особой разницы между большими порталами и сайтами с узкой тематикой	Предпочитает для выдачи сайты с более узкими тематиками, т.к. считает, что они более подробно раскрывают тему
Уникальность контента	
Высоко значимый фактор. Легко вычисляет неуникальный контент, рерайт и даже не уникальные изображения	Высокочисимый фактор. Но Яндекс лучше определяет уникальность русского контента, чем google
Частота обновления контента	
1-2 новых страницы в неделю. Ценит старые тексты, которые были размещены достаточно давно, но, обязательно, уникальные	1-2 новых страницы в день. Любит новый уникальный контент
Оптимизация текста	
Не любит переоптимизированные тексты	Склоняется к слегка переоптимизированным текстам
Плотность ключевых слов	
От 1% до 2-4%	От 8% до 10%
Размер текста	
Любит статьи от 500 до 1500 символов.	Любит длинные статьи 5000-6000 символов
Внутренняя перелинковка	
Учитывается	Учитывается еще больше
Сниппет в выдаче	
Сложно влиять на сниппет	Чаще всего берется из description
Влияние внешних ссылок	
С 2014 учитывается гораздо менее	Высокое
Анкоры ссылок	
Необходимо разбавлять словоформами	Преимущественно прямые вхождения
Сквозные ссылки	
Работают не очень хорошо	Работают хорошо
Тематика сайта, который ссылается на ресурс	
Учитывается в большей степени	Учитывается в меньшей степени
Ссылочные и текстовые апдейты	



Продолжение таблицы 3

Можно определить	Скорее нельзя определить
Важность разнообразия источников ссылочной массы	
Высокая	Средняя
Подтягивает ли продвижение одного запроса другие, смежные?	
Да	Скорее нет, чем да
Поведенческие факторы	
Учитываются	Учитываются
Скорость индексации	
3-10 дней	Практически ежедневно
Широта охвата	
В основном рунет	Не зависит от зоны
Ссылки	
Лучше учитывает возрастные ссылки	Учитывает и новые ссылки
Сквозные ссылки	
Не любит, лучше купить одну с главной страницы	Работают хорошо
Скорость попадания в ТОП	
3-6 месяцев	1-2 месяца
Мета-теги	
Важен title, не терпит повторений	Важен title и description, не терпит повторений
Учет тега Alt	
Практически не учитывает	Воспринимает за основной текст
Позиции в поисковиках	
Отображает так, как видит в реальное время	Фиксирует до следующего апдейта
Несколько ссылок на сайт на одной странице	
Учитывает все	Учитывает только первую
Быстрый прирост ссылок	
Отрицательно	Отрицательно
Качество ссылок	
Учитывает	Учитывает
Тематика сайтов доноров	
Учитывается	Учитывается в меньшей степени

Исходя из вышеприведенной таблицы можно сделать вывод о том, что поисковая система Яндекс больше ориентируется на высокое качество контента, тематичность контента, региональность и возраст сайта. Поисковая система Google на внутреннюю перелинковку, частоту обновления контента, уникальность текста и шаблона сайта, внешние качественные ссылки.

Приобретенный опыт можно применять и для других сайтов, но стоит помнить, что влияние тех или иных факторов на позицию сайта в выдаче поисковой системы весьма относительно, зависит от самой поисковой системы, от продвигаемого сайта, от конкуренции по выбранной тематике, и постоянно изменяется, т.к. поисковые системы вводят новые алгоритмы. То есть то, что позволяло занять ведущие позиции в прошлом, в будущем может уже не работать. Это связано как с развитием поисковых систем с целью обеспечить наиболее удобный и простой поиск, так и с борьбой поисковых систем против искусственного повышения позиций сайта в выдаче.

Список литературы References

1. Энж Э., SEO. Искусство раскрутки сайтов / Энж Э., Спенсор С., Фишкин Р., Стрикчиола Д. – БХВ-Петербург, 2014 – 341 с.
Jenzh Je., SEO. Iskusstvo raskrutki sajtov / Jenzh Je., Spensor S., Fishkin R., Strikchiola D. – BHV-Peterburg, 2014 – 341 s.
2. Маматов, Е.М. О продвижении сайта в поисковых системах Яндекс и Google / Е.М. Маматов, И.Н. Брусенская // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. – 2014. – №1(172). – Вып. 29/1. – С. 130–134.
Mamatov, E.M. O prodvizhenii sajta v poiskovyh sistemah Jandeks i Google / E.M. Mamatov, I.N. Brusenskaja // Nauchnye vedomosti BelGU. Ser. Istorija. Politologija. Jekonomika. Informatika. – 2014. – №1(172). – Vyp. 29/1. – S. 130–134.
3. <http://netmarketshare.com>
4. <http://webartex.ru/>