

цїлі. Один з таких — карта скролінгу. З її допомогою ми можемо побачити, чи знаходиться найбільш важлива інформація для досягнення цїлі у фокусї користувача.

Карта кліків та посилань відповїсть на питання, чи дійсно користувач клікає на найважливіші посилання на сторїнці. Якщо важливі посилання не привертають уваги, слід прибрати зайві посилання та елементи інтерфейсу, які відволікають користувача.

Вебвізор — це інструмент, який дозволяє переглядати дії відвідувача сайту, а саме на якій частині сеансу користувач замешкався, де натиснув на неклікабельні елементи, або на якому етапі покинув сторінку.

УДК 004.054

© Віталій Воробей, магістрант, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: Я. В. Зоренко, канд. техн. наук, доц., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського



### СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МЕТРИК ВИМІРЮВАННЯ КОНТЕНТУ ВЕБ-СТОРИНОК

*The paper considers the features of the modern methods for testing of optimization level for website. The main requirements for contents of web-pages are also given. Based on the famous analytical research of modern metrics, the systematization of methods for optimization level testing for website content was developed.*

Сучасні методи вимірювання рівня оптимізації (забезпечення відповідності базовим вимогам до функціонування) веб-сторінок побудовані на застосуванні спеціальних метрик, які можуть комбїнуватися для визначення доцїлності застосування різноманїтного контенту (складових елементів) на веб-сторінках сайтів. «Контент — це король», згідно висловлювань Білла Гейтса, але без відповідної оптимізації веб-сторінок

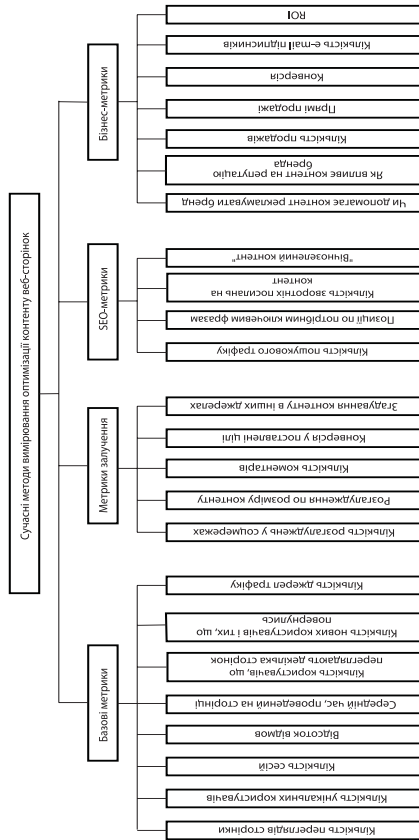
сайтів навіть найінформативніший контент може залишитися без уваги пошукових систем, що зменшить кількість відвідувачів на сайті. Тому дослідження методів оптимізації є доволі актуальним для підвищення інформативності контенту та якості функціонування веб-сторінок сайту.

Кожна веб-сторінка містить у собі кілька ключових складових елементів, для яких процес оптимізації, що включає процеси коригування HTML-коду, контенту, структури сторінки, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів, має суттєве значення. Усі ключові елементи веб-сторінки повинні бути зрозумілими користувачам і пошуковим системам щодо змісту та наповнення. Контент — це інформація чи досвід, який направлений на кінцевих користувачів або цільову аудиторію.

Для визначення існуючих метрик, що призначені для вимірювання рівня оптимізації та ефективності контенту веб-сторінок, а також для систематизації сучасних методів оптимізації веб-сторінок, було проведено аналітичне дослідження фахових джерел на основі аналізу 20 тематичних сайтів (зокрема статті з веб-ресурсів: support.google.com, help.yahoo.com, habr.com, hostiq.ua, su-pr.com та ін.), а також 30 наукових статей у період з 2015 року (проаналізованих за допомогою пошукових сервісів: scholar.google.com, ouci.dntb.gov.ua та ін.). Тож на підставі проаналізованої інформації було увиразнено методи вимірювання за чотирма ознаками (рис.): базові метрики, метрики залучення, SEO-метрики, бізнес-метрики. Показники базових метрик можна відстежувати, наприклад, у Google Analytics, Webometrics, Clicky.com, Piwik.com, Openwebanalytics.com тощо.

Метрики залучення демонструють, наскільки користувачі зацікавлені матеріалами. Їх можна використовувати для всього об'єму контенту і для окремих матеріалів. SEO-метрики є частиною метрик вимірювання оптимізації контенту для пошукових систем і збільшення





Сучасні методи оптимізації контенту веб-сторінок

його рівня відстеження за ключовими словами, найвідоміші з них — це Google PageRank, Alexa Traffic Rank, Moz Domain Authority, Moz Page Authority. Бізнес-метрики важко виміряти, але вони дають чітко зрозуміти наскільки велику роль відіграє контент для збільшення взаємодії користувача із сайтом.

Слід відзначити, що для різних видів контенту (текстовий, графічний, відео, аудіо та ін.) та для різних каналів його розповсюдження (публікації на сайті, розсилки, соцмережі, публікації на сторонніх майданчиках тощо), і показники, і методи оцінки, і способи збору інформації будуть дещо відрізнятися. Важливо стежити за пошуковими тенденціями й дотримуватися нових вимог алгоритмів. Метод оптимізації може працювати відразу в двох напрямках: з одного боку враховуючи потреби користувача, з іншого — пошукові алгоритми.

Ефективність роботи методів оптимізації по відношенню до збільшення інформативності та якості веб-сторінок проявляється не відразу, а дещо згодом. Тому оптимізація контенту веб-сторінок є одним з найбільш складних етапів підтримки функціонування сайту, що вимагає врахування низки вимог до контенту веб-сторінок: унікальності, грамотності, актуальності, структурованості, корисності та відповідності запитам користувача.



УДК 004.514

© **Марія Діденко**, магістрантка, ХНУРЕ, м. Харків, Україна, 2020 р.

Науковий керівник: О. В. Вовк, канд. техн. наук, доц., ХНУРЕ

### ОЦІНКА ЯКОСТІ КОРИСТУВАЦЬКОГО ІНТЕРФЕЙСУ

*One of the best approaches to the quantitative analysis of interface models is the classic GOMS model. The method allows you to predict how long it will take the user to perform a specific operation when using this interface model.*