

УДК 004.773.2:658.5

*Яворська Ю. Л., здобувачка вищої освіти;  
Василенко В. Ю., канд. наук з соц. ком.,  
старший викладач кафедри інформаційних систем управління,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

## **ВПЛИВ ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ НА ВИДИМІСТЬ САЙТІВ ОНЛАЙН-БІЗНЕСУ**

Ключові слова: SEO, пошукова оптимізація, маркетинг, онлайн-бізнес, вебсайт, штучний інтелект.

**Вступ.** Ведення онлайн-бізнесу у наш час стало новою гілкою підприємництва, і однією із її основ є маркетинг та просування товару. Зі свого боку, маркетинг не може бути ефективним без детально пропрацьованої пошукової оптимізації. Основою пошукової оптимізації (SEO) є ключові слова і фрази, які допомагають просувати сайти відповідно до потреб потенційних покупців та введених ними запитів. Проте з розвитком технологій, появою штучного інтелекту та постійними змінами у пошукових алгоритмах SEO також зазнає суттєвих змін та удосконалень.

**Актуальність.** Сьогодні найбільшим і найдоступнішим джерелом інформації є інтернет, тому перше, що зробить людина за потреби певного товару або послуги – швидкий огляд перших результатів пошуку у браузері. Саме тому важливість SEO виявляється незаперечною, а пошукова видимість стає ключовою для бізнесу та вебпроектів, адже саме завдяки їй користувачі знаходять необхідну інформацію.

Пошукова оптимізація – це термін, що прийшов до нас разом із розвитком інформаційних систем. Пошукова оптимізація (англ. *SEO – search engine optimization*) – це комплекс заходів щодо внутрішнього та зовнішнього розвитку сайту для підняття позицій ресурсу в результати видачі пошукових систем за певними запитами користувачів з метою збільшення мережевого трафіку, кількості потенційних клієнтів та подальшого отримання доходу [1 с. 92]. Метою пошукової оптимізації є збільшення відвідування сайту та монетизація трафіку або його перетворення в потік клієнтів.

Пошукова оптимізація є одним із головних способів підвищення продажів товару, просування послуги та залучення нових клієнтів. Якісна пошукова оптимізація допомагає потенційним клієнтам легко знаходити сайт у пошукових системах за певними цільовими запитами, приймати рішення на користь покупки та здійснювати конверсії [2]. Пошукові алгоритми зчитують текстову інформацію з вебсайтів, консолідують її, визначають ключові слова та їх частку відносно усього тексту. Коли користувачі здійснюють свої запити, пошукова система аналізує слова запиту та порівнює їх із проаналізованими даними вебсайтів. На основі цього вона видає користувачам найбільш релевантні сторінки. Тому сайти онлайн-бізнесів мають містити у собі ключові слова і фрази, які будуть залучати більшу кількість потенційних клієнтів через пошукові

системи. Основні аспекти процесу пошукової оптимізації сайту представлені на рис. 1.



Рисунок 1 – Основні аспекти процесу пошукової оптимізації сайту

Окремим аспектом пошукової оптимізації є конкурентоспроможність вебсайтів. Для того, щоб сайт не «загубився» серед маси інших тематично споріднених вебсайтів, необхідно проводити ретельне дослідження загального ринку попиту та ніші, яку займає конкретно цей сайт. Аналіз ніші проводиться з метою отримання уяви про наявних конкурентів у певній сфері діяльності, що надалі дасть змогу з'ясувати слабкі сторони сайту та отримати досвід і переваги сайтів-конкурентів [3]. До того ж не можна просто засмічувати сайт великою кількістю ключових слів, які часто можуть навіть не стосуватися тематики цього онлайн-бізнесу. Якщо користувач перейшов на вебсайт, не здійснив жодної ітерації із сайтом, окрім перегляду заголовків та посадкової сторінки, і покинув сайт, пошукові алгоритми врахують це як показник відмов. Показник відмов являє собою відсоткове співвідношення користувачів, які покидали сайт практично відразу після переходу на нього, і користувачів, які здійснили на ньому якісь дії. Якщо сайт-конкурент має меншу кількість ключових слів, ніж ваш сайт, але водночас вони більш точні і наближені тематично, то з погляду пошукових алгоритмів більш релевантним для користувачів буде саме сайт-конкурент. Тому SEO має будуватися на детальному аналізі потреб користувачів і його зіставленні з пропозицією, яку робить онлайн-бізнес.

У сучасному цифровому середовищі штучний інтелект стає необхідним складником SEO. ШІ надає велику кількість нових можливостей та інструментів для більш ефективного аналізу, оптимізації та персоналізації контенту на вебсайтах. Використання цього інструменту у сфері SEO дає змогу компаніям отримувати більш точну інформацію про потреби та уподобання своїх користувачів, налаштовувати структуру свого вебсайту та контент під вимоги пошукових алгоритмів, що в кінцевому підсумку призводить до підвищення рейтингу сайту в пошукових системах.

Інтелектуальні алгоритми штучного інтелекту стають дуже корисними під час аналізу великих обсягів даних, виявлення закономірностей і тенденцій, що допомагає приймати обґрунтовані рішення та прогнозувати, які рішення будуть найбільш ефективними для досягнення поставлених цілей. Водночас автоматизація багатьох процесів SEO за допомогою ШІ звільняє фахівців від рутинних завдань і ресурсів, даючи змогу їм зосередитися на більш складних і креативних аспектах оптимізації. Цей інструмент також має здатність відстежувати, як користувачі взаємодіють із сайтом, зокрема які сторінки вони відвідують, скільки часу вони на них проводять, і які елементи привертають найбільше уваги. За допомогою алгоритмів машинного навчання можна аналізувати поведінкові патерни великої кількості відвідувачів, щоб виявити загальні тенденції та закономірності. Це дає змогу здійснювати прогнози щодо майбутніх трендів у пошукових запитах, враховуючи зміни в поведінці користувачів та їхніх потреб [4].

### **Висновки**

Сучасний онлайн-бізнес неможливо вести ефективно без пошукової оптимізації, адже маркетинг і просування продукту переважно залежать від алгоритмів пошукових систем та запитів користувачів. Їх принцип роботи полягає у зітавленні ключових слів, які містить вебсайт бізнесу, та пошукового запиту потенційного покупця, аналізі показника відмови сторінки та інших численних факторів. Інтеграція штучного інтелекту у SEO стає ключовою необхідністю для тих, хто бажає залишатися на домінуючих позиціях в інноваціях та досягати максимальної ефективності своїх бізнес-стратегій. Це інвестування в майбутнє, яке вже сьогодні приносить помітні результати і розширює можливості для розвитку та оптимізації вебресурсів.

Залишається простір для подальшого дослідження пошукової оптимізації. Наприклад, пошук вузькоспеціалізованої інформації часто може бути складним саме через неефективне складання ключових слів. Тому потрібно здійснити аналіз пошукової оптимізації не тільки у сфері комерції, а й у сфері науки та процесу здобуття освіти.

### **Список використаних джерел**

1. Галака М. П., Квіта Г. М. Методи підвищення ефективності продажів на основі аналітичних компонентів інтернет-маркетингу. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості*. Київський національний університет технологій та дизайну. 2021. С. 91–95.
2. Як SEO впливає на прибуток? URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/yak-seo-vplivaye-na-privbutok/> (дата звернення: 04.11.2023).
3. Білоусько Т. Роль пошукової оптимізації в маркетинговій діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-38 (дата звернення: 04.11.2023).
4. Штучний інтелект у SEO: Покращення видимості сайту. URL: <https://it-rating.ua/news-3768> (дата звернення: 07.11.2023).