

# ВВЕДЕНИЕ

---

## БЛАГОДАРНОСТИ

Благодарю Максима Михайленко, директора веб-холдинга Mass-media.net, за консультации и полезные обсуждения. Без советов Максима, профессионально занимающегося продвижением сайтов в Интернете, автор наверняка упустил бы какие-то важные моменты.

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Количество веб-сайтов в Интернете быстро увеличивается. По данным аналитической компании Netcraft, в ноябре 2006 года этот показатель достиг значения 101 435 253. Только в мае названного года появилось 3,96 млн. сайтов. Аналитики отмечают, что это самый значительный месячный прирост за последние несколько лет. Последний рекорд был установлен в марте 2003 года, когда в Интернете появились 3,3 млн. сайтов.

Рост числа русскоязычных пользователей Интернета в 2006 году составил 25%. Увеличивается и количество российских веб-сайтов. Доменная зона .ru вошла в тридцатку наиболее активно развивающихся доменных зон мира. По состоянию на конец 2006 года в ней было зарегистрировано свыше 200 тысяч адресов и более 1 тысячи электронных периодических изданий.

Аналитики компании Netcraft отмечают, что за последние два года стало гораздо проще зарабатывать деньги в Интернете. Согласно статистическим данным, около половины всех сайтов являются регулярно посещаемыми и обновляемыми. Росту числа веб-сайтов способствует популярность блогов, а также общедоступность сетевых ресурсов и легкость в обращении с ними.

Тенденция к увеличению числа пользователей Интернета и количества веб-сайтов связана также с тем, что очень многие компании и организации открывают свои собственные Интернет-представительства. За последние 2,5 года число веб-сайтов росло в основном за счет небольших компаний, которые активно пользуются услугами, предоставляемыми Интернетом.

Согласно статистическим данным Госкомстата, около 50 тысяч российских предприятий в 2003 году имели примерно 1,5 миллиона баз данных общим объемом 360 Тбайт.

Естественно, в этом не море даже, а океане информации невозможно было бы ориентироваться без помощи поисковых машин. В странах СНГ в 2007 году наиболее популярными были три из них — Яндекс, Google и Rambler. Через несколько секунд после ввода слов запроса поисковые машины передают на компьютер пользователя страницы с результатами поиска, содержащие ссылки на сотни, тысячи и десятки тысяч документов, в которых содержатся введенные пользователем слова.

Интернет-представительства (т.е. собственные веб-сайты) компании создают не забавы ради. Интернет стал эффективным средством рекламы, торговли и продвижения почти любого бизнеса. В разработку и поддержание веб-сайтов вкладываются немалые средства. Естественно, владельцам компаний хотелось бы знать, насколько эффективны эти вложения, какова отдача от затрат на создание и продвижение сайтов. (Под «продвижением сайтов» имеются в виду меры, направленные на выдвигание ссылок на них в число первых на страницах результатов поиска. Появились даже специалисты, профессионально занимающиеся этим.) Очевидно, в самом общем случае эффективность затрат тем выше, чем больше пользователей посещают сайт. Но для более точной оценки необходимо проводить довольно-таки детальное исследование. Поэтому все более актуальной становится задача не просто подсчета количества посетителей сайта, но и анализа посещаемости. Владельцы сайтов хотят узнать как можно больше о своих посетителях — откуда пришли, куда ушли, совершили ли то действие, ради которого создавался сайт (например, покупку в интернет-магазине), и т.д. В ответ на эту потребность появилось множество программ, позволяющих получить самые разные статистические сведения. Интерес к этим программам проявляет не только веб-персонал компаний, но и их администрация, а также миллионы владельцев некоммерческих, персональных сайтов, для которых последние — скорее средство самовыражения, чем способ заработка. Всем интересно знать, сколько бывает посетителей на их сайтах, растет ли их число, и если да, то как быстро.

Именно средствам анализа посещаемости сайтов и посвящена наша книга. Она состоит из трех частей.

В части I проблема учета посещаемости рассмотрена в общем. Рассказано о двух основных направлениях развития программ такого рода — счетчиках посещений и анализаторах журнальных записей (логов). Рассмотрены преимущества и недостатки каждого из методов, рассказано об их разновидностях, кратко описаны наиболее известные программы.

В части II подробно описаны отчеты ставшего наиболее популярным в 2007 году бесплатного счетчика LiveInternet. Даны рекомендации по интерпретации этих отчетов и их модификации. Подробно описан интерфейс программы.

В части III рассказано о бесплатной программе-анализаторе логов Webalizer с англоязычным интерфейсом. Особое внимание уделено англоязычной терминологии.

После знакомства с этой книгой читатель без труда сможет перейти к использованию любого другого счетчика посещений или анализатора логов как с русскоязычным, так и с англоязычным интерфейсом. Он будет знать главное — терминологию и методы интерпретации полученных статистических данных.

#### **Условные обозначения, принятые в книге**

Новые термины, впервые упоминаемые по ходу изложения, выделяются *курсивом*. Элементы интерфейса браузеров, веб-сайтов и ссылки на веб-страницы также выделяются особым шрифтом. Адреса веб-сайтов выделяются моноширинным шрифтом: `www.dialektika.com`.

#### **ОТ ИЗДАТЕЛЬСТВА “ДИАЛЕКТИКА”**

Вы, читатель этой книги, и есть главный ее критик и комментатор. Мы ценим ваше мнение и хотим знать, что было сделано нами правильно, что можно было сделать лучше и что еще вы хотели бы увидеть изданным нами. Нам интересно услышать и любые другие замечания, которые вам хотелось бы высказать в наш адрес.

Мы ждем ваших комментариев и надеемся на них. Вы можете прислать нам бумажное или электронное письмо, либо просто посетить наш Web-сервер и оставить свои замечания там. Одним словом, любым удобным для вас способом дайте нам знать, нравится или нет вам эта книга, а также выскажите свое мнение о том, как сделать наши книги более интересными для вас.

Посылая письмо или сообщение, не забудьте указать название книги и ее авторов, а также ваш обратный адрес. Мы внимательно ознакомимся с вашим мнением и обязательно учтем его при отборе и подготовке к изданию последующих книг. Наши координаты:

E-mail: [info@dialektika.com](mailto:info@dialektika.com)

WWW: <http://www.dialektika.com>

Информация для писем из:

России: 115419, Москва, а/я 783

Украины: 03150, Киев, а/я 152