

Для окремих критеріїв поправочні коефіцієнти К можуть розраховуватися за спеціальними математичними залежностями. Поправочні коефіцієнти К можуть враховувати, наприклад, щільність ключових слів, розмір шрифту, тип шрифту тощо.

Існує два основних шляхи включення сайту до рейтингу:

- 1) Подача відповідної заявки укладачу рейтингу;
- 2) Автоматичне включення до рейтингу скан-ботом.

Перший спосіб є простим, проте і не надто зручним, адже необхідно затратити час на заповнення та подачу заявки. На опрацювання заявки та прийняття рішення теж піде час, інколи немалий.

Другий спосіб в більшості випадків означає, що бот, скануючи інший сайт за посиланням заходить на Ваш, індексує його та включає до рейтингу. Але для виконання такої процедури необхідно мати зовнішні посилання з уже відомих, і бажано авторитетних, веб-ресурсів на Ваш сайт.

Для цього достатньо зареєструватися у відомих каталогах, таких як DMOZ, або Yahoo. Проте реєстрація на таких ресурсах, в основному, здійснюється шляхом подачі заявок.

Отже можна підсумувати, що шлях до другого способу лежить через перший.

Більшість рейтингів веб-сайтів використовують скан-боти на етапі збору інформації. Важливим нюансом є те, що меню створені на Flash, Java та JavaScript часто блокують роботу сканера (їх опрацювання вимагає забагато ресурсів, тому ігнорується). При верстці сторінок не бажано застосовувати ідентифікатори сеансів cookie, оскільки це ускладнює роботу сканера (адже з кожним документом зв'язується кілька URL-посилань).

Перевагу слід віддавати простим HTML-посиланнями, проте, якщо одними засобами HTML не обійтись, то можна скористатися і Flash, чи будь-якою іншою технологією. В такому випадку важливо правильно оформити файл Robots.txt і мапу сайту. Завдяки цьому можна досягти повної індексації ресурсу.

До речі, інколи JavaScript-посилання можуть бути навіть корисними: якщо посилання, які ведуть на інші сайти виконуються за цією технологією, роботи їх не опрацьовують, що сприяє збільшенню таких показників, як PageRank.

Того ж ефекту можна досягнути помістивши всі вихідні посилання, виконані на HTML на окрему сторінку і заборонивши в Robots.txt індексацію цієї сторінки.

УДК 004.02

Карвацький Р. – ст. гр. СКм-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ТЕХНОЛОГІЇ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ**

Науковий керівник: асистент Дмитроца Л.П

Карвацький Р.

*Ternopil Ivan Pul'uy National Technical University*

## **TECHNOLOGY COMPETITIVE INTELLIGENCE**

Supervisor: Dmytrotsa L.

Ключові слова: конкурентна розвідка, інформація

Keywords: competitive intelligence, information

Система конкурентної розвідки повинна дозволяти керівництву, аналітичному, маркетинговому відділам компанії не тільки оперативно реагувати на зміни ситуації на ринках, а й оцінювати ризики і можливості, прогнозувати їх і приймати рішення про подальші шляхи розвитку, забезпечувати перехід від традиційного інтуїтивного прийняття рішень на основі недостатньої інформації до керування, заснованого на достовірних прогнозах і знаннях.

Одним із основних загальних вимог до системи конкурентної розвідки має бути відповідність циклу обробки інформації в такій системі класичного інформаційного ролідувального циклу. Тобто система повинна самостійно або за участю оператора забезпечувати:

- вибір тематики та напрямків розвідки (цілевказування);
- вибір джерел інформації (веб-сайти, блоги, форуми тощо);
- автоматичний пошук і скачування інформації за заданими напрямками моніторингу і зазначеними джерелами із запланованим розкладом (планування і збір даних);
- обробку зібраних даних і перетворення їх в інформацію;
- контент аналіз і синтез інформації – перетворення її в знання;
- своєчасну доставку інформації до кінцевих споживачів.

Оскільки в цілях конкурентної розвідки необхідно аналізувати дані з усіх доступних джерел інформації, в яких ця інформація може бути представлена в різних видах і форматах, то вкрай важливою вимогою до системи є забезпечення нею єдиного інформаційного простору взаємопов'язаних об'єктів і фактів незалежно від типу їх джерел або контенту. Інші вимоги стосуються збереження зв'язку об'єктів і фактів з релевантними даними і джерелами інформації (аргументованість) і забезпечення історично просторової моделі банку даних системи, що передбачає наявність у всіх об'єктів атрибутів часу, місця і джерела даних, а також неможливість їх безповоротного видалення із системи з плином часу.

Основними об'єктами обліку і моніторингу в системах конкурентної розвідки, як правило, є:

- джерела інформації (офіційні сайти, Інтернет-видання, персональні сайти організацій або осіб, Інтернет представництва друкованих ЗМІ, інформагентств, теле- і радіоканалів, відкриті бази даних, об'єкти обліку тощо);
- географічні регіони;
- ринки і напрямки бізнесу;
- структури (підприємства, організації тощо);
- персони (конкуренти, контрагенти, партнери, співробітники, кандидати тощо);
- нормативно-законодавча база та факти її порушення;
- політико-економічна ситуація;
- кримінальна обстановка;
- інші спеціалізовані індивідуальні тематики.

Безумовно, система конкурентної розвідки, яка використовує Інтернет як одне із джерел інформації, повинна підлаштовуватися під специфіку діяльності компанії. Вона повинна включати в себе відповідну класифікацію; гнучкі механізми пошуку, оперативної доставки даних, а також якісної оцінки інформації. Однією з найважливіших завдань аналізу інформації є визначення її достовірності, тобто задача аналізу та фільтрації шуму і неправдивої інформації. Без таких оцінок завжди є ризик прийняти невірні рішення.

Навіть поверхневий аналіз основних вимог до систем конкурентної розвідки в мережі Інтернет показує, що традиційні системи пошуку не можуть вважатися повноцінними інструментами конкурентної розвідки.