

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2020.79.17.066

## Мобильное позиционирование сайта

**Элиханов Висхан Гарманович**

Студент,  
Чеченский государственный университет,  
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;  
e-mail: viskhan11@gmail.com

**Гузуева Элина Руслановна**

Завкафедрой бизнес-информатики,  
Чеченский государственный университет,  
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;  
e-mail: guzueva@mail.ru

**Муцурова Залина Мусаевна**

Старший преподаватель,  
Чеченский государственный педагогический университет,  
364068, Российская Федерация, Грозный, ул. Киевская, 33  
e-mail: zalinan@bk.ru

### Аннотация

В статье рассматриваются актуальные вопросы, связанные с мобильным позиционированием сайтов. Авторы анализируют, какие существуют виды адаптированных сайтов, зачем нужно подстраивать сайт под мобильные платформы и как это отражается на SEO-продвижении. Затрагиваются некоторые дополнительные аспекты темы продвижения и оптимизации времени загрузки сайта. Делается вывод о том, что, прежде чем начать мобильное позиционирование, следует запомнить несколько важных моментов. Благодаря им положительные результаты работы появятся намного быстрее. AMP (Accelerated Mobile Pages) – это метод, благодаря которому веб-сайты, содержащие ценный контент, могут отображаться намного быстрее. Данное решение очень часто используется новостными сайтами и другими порталами со схожими характеристиками. Не нужно блокировать CSS или JavaScript: сканер Google должен «видеть» всю веб-страницу. Не стоит использовать технологию Flash. Следует регулярно проверять скорость загрузки страницы, например, с помощью PageSpeed Insights. Чем короче время, тем лучше. Если нет возможности осуществлять мобильное позиционирование самостоятельно, стоит воспользоваться помощью специалистов.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Элиханов В.Г., Гузиева Э.Р., Муцурова З.М. Мобильное позиционирование сайта // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9А. С. 567-572. DOI: 10.34670/AR.2020.79.17.066

**Ключевые слова**

Мобильное позиционирование, вебсайт, адаптированные сайты, SEO, продвижение, оптимизация.

**Введение**

Развитие технологий, в том числе беспроводных, привело к тому, что пользователи все чаще проводят время за экраном смартфона вместо компьютеров и ноутбуков. Мобильные телефоны удобны и позволяют с комфортом решать многие важные дела, касающиеся повседневной и деловой жизни. Со временем значительные изменения произошли и в контексте мобильного позиционирования сайтов. Страницы, которые раньше были открыты только для компьютеров, теперь должны подходить и для смартфонов, а это важно для SEO и обычных результатов поиска.

Технологический прогресс касается не только устройств, их функций и внешнего вида. Google тоже следит за изменениями, подстраиваясь под требования современных пользователей. Поисковая система фокусируется на персонализации и сопоставлении результатов с конкретным пользователем. Увидеть это явление на практике несложно. Один и тот же запрос, отправленный поисковой системе, будет отображать разные органические результаты на настольном компьютере и смартфоне.

Одна из причин заключается в том, что поисковики будут «охотнее» отображать сайты компаний, расположенных в данном регионе, то есть поблизости от пользователя, отправившего запрос в поисковик. Кроме того, User Experience (UX), то есть пользовательский опыт, играет огромную роль в мобильном позиционировании [Менциев, Дубаева, 2019]. Страницы на телефонах должны отображаться быстро и должным образом оптимизироваться. В противном случае их позиция в органических результатах снизится. Этот вопрос также важен в контексте SEO для страниц, отображаемых на компьютере, но в случае SEO для телефонов он имеет еще более высокий приоритет.

**Основная часть**

Существуют различия в работе мобильных сайтов. Различаются адаптивные веб-сайты с одним и тем же URL-адресом и их специальные версии для смартфонов с отдельным URL-адресом [Адаптация сайта под мобильные устройства, www]. Очень часто такая отдельная страница имеет приставку «m.» непосредственно перед доменным именем, например «m.facebook.com». Какой тип веб-сайта выбрать, имеет немалое значение в контексте мобильного позиционирования. Веб-сайт с отдельным адресом требует отдельной оптимизации и другого контента. Внешние ссылки также важны и должны вести прямо на этот адрес. В Google Search Console созданы два отдельных представления для «настольной» и «мобильной» версий. Хотя весь процесс может показаться сложным в теории и на практике, он важен для

мобильного позиционирования. Отдельную версию сайта проще оптимизировать для смартфонов.

Адаптивный веб-сайт вызывает немного сложностей. Это сайт, который автоматически подстраивается под размер устройства, поэтому он доступен по одному и тому же URL-адресу во всех ситуациях. Однако невозможность открыть на мобильном устройстве полную версию сайта тоже может вызвать некоторые неудобства, например, ввиду того что в мобильной версии сайта может отсутствовать некоторый функционал, доступный на компьютерах и ноутбуках. Однако большинство интернет-магазинов используют это решение, потому что оно интуитивно понятно. Более того, многие платформы SaaS (программное обеспечение как услуга) не позволяют создавать отдельную версию веб-сайта [Магомедов, Ханмурзаев, 2019]. У этого решения тоже есть свои преимущества: если сайт правильно спроектирован, его оптимизировать очень просто.

Поисковая оптимизация для телефонов может вызвать проблемы с содержанием. SEO полагается на создание ценного контента с ключевыми фразами. С другой стороны, мобильные устройства маленькие, и обычно слишком много контента выглядит непривлекательно и неудобно для чтения. Предлагается несколько вариантов решения проблемы, поскольку это важный аспект в контексте позиционирования для телефонов [Мобильная верстка сайта – как адаптировать сайт под мобильные устройства для Google, www].

Довольно популярный прием – скрывание текста под специальной кнопкой «Развернуть контент». В этом случае, например, виден только заголовок из нескольких строк. Только после нажатия соответствующей кнопки контент появляется на экране. Простое и эффективное решение, но оно должно быть правильно реализовано, чтобы положительно повлиять на мобильное позиционирование.

Другой способ – разместить много текста под списком товаров в магазинах или внизу сайта на визитках, форумах и других порталах. Пользователь увидит контент только после того, как он дойдет до самого конца. Обратной стороной этого решения является то, что в случае с размещением длинного контента окно со страницей становится очень длинным, что влияет на время загрузки.

Иногда для позиционирования на телефоне бывает достаточно очень небольшого количества контента. То, сколько именно контента нужно, зависит от многих факторов. Прежде всего, на этот вопрос влияет отрасль, в которой ведется работа. Иной раз гораздо лучше написать короткий, но содержательный текст, чем размещать на сайте длинные, но бесполезные нудные материалы.

Вопрос оптимизации графики не требует особого обсуждения: большие файлы загружаются дольше, нагружают сайт и негативно влияют на его позиционирование для телефонов. Это не значит, что нужно использовать фотографии низкого качества. Следует найти золотую середину между весом файлов, их количеством и временем загрузки данной подстраницы. Такие инструменты, как JPEGmini и TinyPNG, хорошо подходят для оптимизации размера фотографий. Правильно выбранная графика для адаптивного веб-сайта будет автоматически уменьшена в зависимости от размера мобильного устройства. Не стоит забывать об атрибуте «alt» для изображений. Это важный элемент в контексте позиционирования для телефонов. Информация, содержащаяся в описании фотографии, должна иметь прямое отношение к содержанию изображения. Правильная установка атрибута alt для файла позволяет отображать его на вкладке Google Graphics (Картинки) и положительно влияет на результаты обычного поиска.

## Заключение

В заключение отметим следующее. Прежде чем начать мобильное позиционирование, следует запомнить несколько важных моментов. Благодаря им положительные результаты работы появятся намного быстрее.

AMP (Accelerated Mobile Pages) – это метод, благодаря которому веб-сайты, содержащие ценный контент, могут отображаться намного быстрее. Данное решение очень часто используется новостными сайтами и другими порталами со схожими характеристиками.

Не надо блокировать CSS или JavaScript: сканер Google должен «видеть» всю веб-страницу. Не стоит использовать технологию Flash (большинство смартфонов ее не поддерживают). Скоро окончательно прекратится поддержка этой технологии современными браузерами. Следует регулярно проверять скорость загрузки страницы, например, с помощью PageSpeed Insights. Чем короче время, тем лучше.

Если нет возможности осуществлять мобильное позиционирование самостоятельно, стоит воспользоваться помощью специалистов. Квалифицированные специалисты по SEO сделают все возможное, чтобы сайт выглядел намного лучше в обычных результатах поиска.

## Библиография

1. Адаптация сайта под мобильные устройства. URL: <https://stokrat.org/blog/dolbim-didzhital/adaptatsiya-sayta-pod-mobilnye-ustroystva>.
2. Варнавский В.Г. Цифровые технологии и рост мировой экономики // Друкеровский вестник. 2015. № 3 (7). С. 73-80.
3. Дагаев А.А. Экономика знаний в информационном обществе // Информационное общество. 2008. № 5-6. С. 40-42.
4. Дмитрий О. SMM-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга // Наука и инновации. 2017. № 9 (175).
5. Дружинин А.М. Стратегия обмена знаниями в цифровой экономике // Век качества. 2015. № 4. С. 125-138.
6. Магомедов И.А., Ханмурзаев Х.Э. Технология разработки и продвижения сайтов, как основного инструмента цифровой экономики // ЦИТИСЭ. 2019. № 3 (20). С. 12.
7. Мендиев А.У., Дубаева М.С. Использование интернет-технологий в маркетинге // Сборник научных статей по итогам работы третьего международного круглого стола «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 190-191.
8. Мобильная верстка сайта – как адаптировать сайт под мобильные устройства для Google. URL: [https://artsofte.digital/seo\\_mobilnaya-verstka-sajta-kak-adaptirovat-sajt-dlya-google](https://artsofte.digital/seo_mobilnaya-verstka-sajta-kak-adaptirovat-sajt-dlya-google).
9. Халиев М.С.У., Сулейманова М.А. Электронная коммерция в России // Сборник научных статей по итогам работы четвертого международного круглого стола «Развитие юридической науки и проблема преодоления пробелов в праве». Шахты, 2019. С. 41-42.
10. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. 2016. № 3. С. 12-16.

## Mobile positioning of site

**Viskhan G. Elikhanov**

Student,  
Chechen State University,  
364049, 47, Kirova st., Grozny, Russian Federation;  
e-mail: viskhan11@gmail.com

**Elina R. Guzueva**

Head of the Department of business informatics,  
Chechen State University,  
364049, 47, Kirova st., Grozny, Russian Federation;  
e-mail: guzueva@mail.ru

**Zalina M. Mutsurova**

Senior Lecturer,  
Chechen State Pedagogical University,  
364068, 33, Kievskaya st., Grozny, Russian Federation;  
e-mail: zalinan@bk.ru

**Abstract**

The article discusses topical issues related to mobile site positioning. The authors analyze what types of adapted sites are known, why we need to adjust the site for mobile platforms and how this affects SEO promotion. Some additional aspects of the topic of promotion and optimization of the site loading time are touched upon. It is concluded that there are several important points to remember before starting mobile positioning. Thanks to them, positive work results will appear much faster. AMP (Accelerated Mobile Pages) is a technique by which websites containing valuable content can be displayed much faster. This solution is very often used by news sites and other portals with similar characteristics. No need to block CSS or JavaScript: Google's crawler needs to "see" the entire web page. We should check our page loading speed regularly, for example using PageSpeed Insights. The shorter the time, the better. If it is not possible to carry out mobile positioning on our own, we should use the help of specialists. Sometimes very little content is enough for positioning on the phone. How much content we need depends on many factors. First of all, this issue is influenced by the industry in which the work is carried out.

**For citation**

Elikhanov V.G., Guzueva E.R., Mutsurova Z.M. (2020) Mobil'noe pozitsionirovanie saitа [Mobile positioning of site]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9A), pp. 567-572. DOI: 10.34670/AR.2020.79.17.066

**Keywords**

Mobile positioning, website, customized sites, SEO, promotion, optimization.

**References**

1. *Adaptatsiya saitа pod mobil'nye ustroystva* [Adaptation of the site for mobile devices]. Available at: <https://stokrat.org/blog/dolbim-didzhital/adaptatsiya-sayta-pod-mobilnye-ustroystva> [Accessed 17/10/2020].
2. Dagaev A.A. (2008) *Ekonomika znaniy v informatsionnom obshchestve* [Knowledge economy in the information society]. *Informatsionnoe obshchestvo* [Information Society], 5-6, pp. 40-42.
3. Dmitrii O. (2017) SMM-prodvizhenie kak effektivnyi nstrument internet-marketinga [SMM-promotion as an effective tool for Internet marketing]. *Nauka i innovatsii* [Science and Innovations], 9 (175).
4. Druzhinin A.M. (2015) *Strategiya obmena znaniyami v tsifrovoi ekonomike* [Knowledge exchange strategy in the digital economy]. *Vek kachestva* [Age of quality], 4, pp. 125-138.
5. Khaliev M.S.U., Suleimanova M.A. (2019) *Elektronnaya kommertsiya v Rossii* [Electronic commerce in Russia]. *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty chetvertogo mezhdunarodnogo kruglogo stola "Razvitie yuridicheskoi nauki*

- 
- i problema preodoleniya probelov v prave*" [Collection of scientific articles "Development of legal science and the problem of overcoming gaps in law]. Shakhty, pp. 41-42.
6. Magomedov I.A., Khanmurzaev Kh.E. (2019) Tekhnologiya razrabotki i prodvi-zheniya saitov, kak osnovnogo instrumenta tsifrovoi ekonomiki [Technology of development and promotion of web-sites as the main tool of digital economy]. *TsITISE*, 3 (20), p. 12.
  7. Mentsiev A.U., Dubaeva M.S. (2019) Ispol'zovanie internet-tekhnologii v marketinge [The use of Internet technologies in marketing]. In: *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty tret'ego mezhdunarodnogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Collection of scientific articles "Modern world economy: problems and prospects in the era of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 190-191.
  8. *Mobil'naya verstka saita – kak adaptirovat' sait pod mobil'nye ustroystva dlya Google* [Mobile site layout – how to adapt a site for mobile devices for Google]. Available at: [https://artsofte.digital/seo\\_mobilnaya-verstka-sajta-kak-adaptirovat-sajt-dlya-google](https://artsofte.digital/seo_mobilnaya-verstka-sajta-kak-adaptirovat-sajt-dlya-google).
  9. Varnavskii V.G. (2015) Tsifrovyye tekhnologii i rost mirovoi ekonomiki [Digital technologies and the growth of the world economy]. *Drukerovskii vestnik* [Drucker Bulletin], 3 (7), pp. 73-80.
  10. Yudina T.N. (2016) Osmyslenie tsifrovoi ekonomiki [Understanding digital economy]. *Teoreticheskaya ekonomika* [Theoretical Economics], 3, pp. 12-16.