

ЗАСТОСУВАННЯ SIMILARWEB ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВЕБ-АНАЛІЗУ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЖЕРЕЛ ТРАФІКУ НА ВЕБ-РЕСУРСІ GRC

Глуценко В.Р., науковий керівник Костенко І.С.

Актуальність. Тема веб-аналізу є надзвичайно актуальною в умовах цифрової трансформації, коли компанії стають все більш відкритими в онлайн-просторі. З розвитком електронної комерції значна частина взаємодії з клієнтами, продажів і маркетингових стратегій відбувається через вебресурси, що створює потребу в глибокому аналізі онлайн-даних.

Конкурентний аналіз вебресурсів дозволяє компаніям порівнювати свої показники з конкурентами, визначати сильні та слабкі сторони, виявляти ринкові тренди та адаптувати бізнес-стратегії відповідно до поточної ситуації.

Одним із ключових інструментів для веб-аналітики є SimilarWeb — платформа, яка надає глибоку аналітику трафіку вебсайтів, джерел відвідувань, поведінки користувачів та позицій на ринку. За даними компанії, її сервісами користуються понад 4 тис. компаній у світі, включаючи Google, Adidas, eBay та інші. У 2023 році виручка SimilarWeb перевищила 160 млн доларів США, що підтверджує високу затребуваність веб-аналітики на глобальному ринку.

Метою роботи було дослідження джерел трафіку використання інструменту веб-аналітики — SimilarWeb на прикладі сайту grc.ua

SimilarWeb — дозволяє отримати детальну інформацію про джерела трафіку вебресурсів. Зокрема, вона демонструє, який відсоток відвідувань формується через пошукові системи (organic), платну рекламу (paid), соціальні мережі (social), електронну пошту (email), прямі переходи (direct) та зовнішні посилання (referral). Саме ці категорії лягли в основу аналізу й матеріалів подальшого дослідження.

На основі зібраних даних за допомогою SimilarWeb було відокремлено п'ять основних джерел трафіку для сайту GRC (Рис. 1), що дало змогу оцінити ефективність онлайн-присутності ресурсу та визначити потенційні напрямки для покращення стратегії залучення аудиторії.

П'ять основних джерел трафіку для GRC (Рис. 1):

1. Direct (41,95%) – найбільший відсоток трафіку надходить напряму, що свідчить про хорошу впізнаваність бренду серед користувачів та сформовану постійну аудиторію.
2. Organic Search (38,89%) – значна частина відвідувань надходить із пошукових систем, що говорить про ефективну SEO-оптимізацію сайту.
3. Paid Search (9,60%) – платна реклама також відіграє помітну роль у залученні трафіку, що свідчить про інвестування в рекламні кампанії.
4. Referrals (8,49%) – переходи з інших сайтів показують рівень партнерських зв'язків або зовнішніх згадок.
5. Social (0,89%) – частка трафіку із соціальних мереж є порівняно низькою, що може свідчити про недостатню активність у цьому напрямку.

На рисунку 1 показано структуру джерел трафіку для сайту GRC, а на рисунку 2 — для Work.ua, що є одним із основних конкурентів GRC у сфері пошуку роботи та аналітики ринку праці.

Найбільш ефективним джерелом трафіку для обох сайтів є прямі заходи (Direct), що свідчить про впізнаваність бренду та активну лояльну аудиторію (41,95% у GRC та 46,50% у Work.ua). Другим за значенням є органічний пошук (Organic) — 38,89% для GRC і 36,86% для Work.ua.

Варто звернути увагу на соціальні мережі (Social), де Work.ua має помітно вищий показник (5,56%) порівняно з GRC (0,89%). Це свідчить про потенціал до активнішого залучення аудиторії через соцмережі з боку GRC.

Серед типових конкурентів GRC можна також виділити такі ресурси, як Rabota.ua, Jooble, Work.ua, і порівняльні дані з Work.ua вказують на необхідність перегляду та посилення присутності GRC в окремих каналах, зокрема в соціальних мережах і рекомендаціях (Referrals).

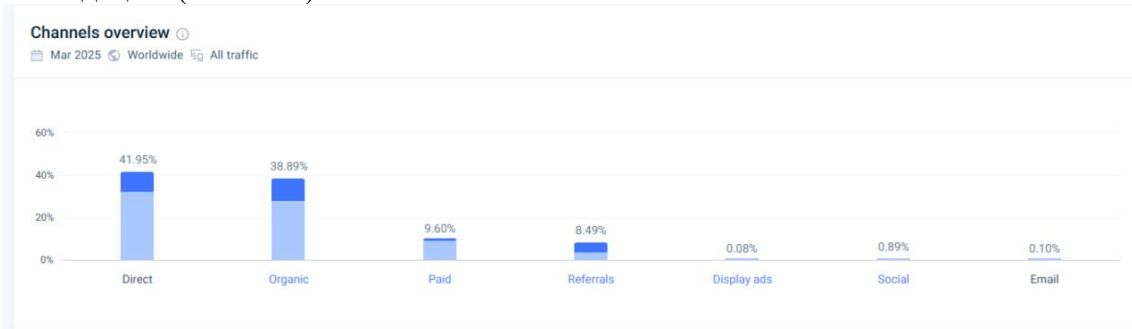


Рис.1 Статистика GRC на similar web



Рис.2 Статистика Work.ua на similar web

Висновки. SimilarWeb дозволив не лише побачити ці джерела, але й оцінити їхню ефективність у порівнянні між собою, а також зрозуміти, яка платформа дає найбільше залучення користувачів. Це дає змогу сформувану більш ефективну маркетингову стратегію, орієнтовану на конкретні канали та типи аудиторії. Загалом, робота з SimilarWeb виявилася надзвичайно корисною для визначення конкурентних переваг та можливостей ресурсу GRC, дозволила глибше зрозуміти поведінку користувачів та провести системний аналіз цифрових каналів взаємодії з сайтом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт GRC (Україна) – <https://grc.ua>
2. SimilarWeb – Digital Intelligence Platform – <https://www.similarweb.com>
3. UTM-мітки в аналітиці – Google Analytics Documentation: <https://support.google.com/analytics/answer/1033863?hl=uk>
4. DOU – Спільнота українських IT-спеціалістів – <https://dou.ua>

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**



**ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ
АСПЕКТИ РОЗРОБКИ
КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ ЗА МАТЕРІАЛАМИ
VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ І АСПІРАНТІВ
*24 квітня 2025 року***

Київ 2025

УДК 004

Відповідальна за випуск: М.І. Лендел

Збірник наукових праць за матеріалами VII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і аспірантів «ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ '2025», 24 квітня 2025 року, НУБіП України, Київ. – 452 с. (електронне видання)

Відповідальність за зміст публікацій несуть автори.

Передрук матеріалів, а також використання їх будь-якій формі допускається лише з дозволу авторів