

Исследование активности рынка интернет-ссылок в Рунете

В работе проведено исследование рынка ссылок в русскоязычном сегменте Интернета, а также предложены математические модели для планирования прибыли web-мастера. Здесь приводятся графики роста бирж, доходов типичного сайта и других его параметров. Математическая модель строится на основе метода наименьших квадратов.

Краткая история зарождения рынка интернет-ссылок

Интернет — уникальное явление в истории человечества. Появившись сравнительно недавно, он стремительно становится массовым и продолжает свое развитие (табл.). Дав возможность практически мгновенного обмена информацией между людьми и представляя собой широчайшую базу данных, Интернет породил целый ряд новых социальных явлений, в числе которых флешмобы (разновидность смартбоа [1]), форумы и дискуссии различных тематик и огромной вместимости, причем практически любой желающий может принять участие в интересующей его дискуссии на высокой скорости распространения новостных сообщений с возможностью свободного и быстрого поиска любой интересующей информации.

Таблица

**Время достижения аудитории
в 50 млн человек [3]**

Информационная среда	Время, лет
Радио	38
Телевидение	13
Кабельное телевидение	10
Интернет	5

Интернет, представив множество возможностей, также послужил причиной возникновения многих новых бизнес-схем и бизнес-моделей, что привело к беспрецедентному росту, а затем и падению рынка ценных бумаг высокотехнологичных компаний [2]. Тем не менее, пережив обвальное падение рынка, некоторые компании не только смогли выжить, но и показали активный рост. Как правило, это были поисковые системы (Google, Yahoo, MSN), интернет-магазины и аукционы (eBay).

Поисковые системы как связующее звено среди множества сайтов позволяют выбрать наиболее подходящий интересам посетителя. Не случайно поиск информации начинается именно с сайта какой-либо поисковой системы.

Основой работы поисковых систем является ссылочное ранжирование — метод определения авторитетности страницы. Классическим алгоритмом определения «веса» страницы является расчет Page Rank (PR) [4], который основан на подсчете количества ссылок на тот или иной сайт (документ).

Популярность поисковиков и их приверженность ссылочному ранжированию способствовала распространению среди web-мастеров¹ мнения о том, что для «попадания» в топ выдачи поисковика, необходимо получить на свой сайт как можно больше ссылок. Веб-мастера старались любыми способами получить наибольшее количество ссылок на свой ресурс (тем самым делая его популярным и помещая его на первую страницу выдачи

¹ Web-мастер — лицо, которое делает сайт, с коммерческой или некоммерческой целью.