

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი ზუსტ და საბუნებისმეტყველო
მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ნინო სუხაშვილი

ვებ გვერდის პროგრამული ოპტიმიზაცია საძიებო სისტემებისთვის

სამაგისტრო პროგრამა: ინფორმაციული ტექნოლოგიები

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია ინფორმაციული ტექნოლოგიების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი მაგდა ცინცაძე

თბილისი, 2015

ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომი შეეხება დღეისათვის ვებ სივრცეში ერთ-ერთ ყველაზე აქტუალური საკითხს, ვებ გვერდის ძიების ოპტიმიზაციას. ნაშრომში წარმოდგენილია ძიების ოპტიმიზაციის ყველა ძირითადი საფეხური და შესაბამისი პრაქტიკული მაგალითი, რომელიც საშუალებას გვაძლევს თვალსაჩინოდ წარმოვიდგინოთ თითოეული.

საძიებო სისტემა არის ვებ სერვისი, რომლის დანიშნულებაც არის ინტერნეტში ინფორმაციის მოძიება. ძიება ხორციელდება მსოფლიოს ფართო ქსელში (WWW). მოძიებული ინფორმაცია ტიპების მიხედვით შეიძლება დაიყოს ვებ გვერდებად, სურათებად, ვიდეოებად და ა.შ. ვებ საიტების კატალოგური სისტემისგან განსხვავებით (კლიენტ-მხარე), რომელიც ადამიანის მიერ იმართება, საძიებო სისტემები ახორციელებენ ინფორმაციის მოძიებას და შემდგომში მათ რანჟირებას სხვადასხვა ალგორითმების მეშვეობით.

ნაშრომი მოიცავს ორ ძირითად ეტაპს: ვებ გვერდის შექმნა და საძიებო სისტემის ოპტიმიზაცია ამ გვერდის მაგალითზე. განხილული იქნება თუ როგორ ხდება საიტის აგება და შემდეგ მისი საძიებო სისტემასთან დამეგობრება.

Annotation

Master's thesis concerns one of the most critical issues of modern web - the website search optimization. The presented work describes all major steps of search optimization and the practical example (web page), allows us to clearly visualize SEO main issues.

The search engine is a software system (web service), which is designed to search information on the Internet. In most cases, the search result might be grouped by type: web pages, images, videos, etc. There are also search engines performing retrieval of files on FTP server. Unlike catalog Web sites, which are held by the man, the search engine is aspecially designed for machine based retrieval using various algorithms.

The work consists of two main parts: the website development and search engine optimization based on a real example. The issues will be how to build a website and then promote it using SEO.

სარჩევი

შესავალი.....	5
სადიებო სისტემების მუშაობის პრინციპი.....	6
ძიების ოპტიმიზაცია და მისი ძირითადი ეტაპები	8
გასაღები სიტყვების გამოყენება და დაგეგმვა.....	9
<title> ტეგი.....	10
<description> მეტატეგი	11
საიტის URL სტრუქტურა	13
საიტზე ნავიგაცია	14
სათაურების ტეგები მნიშვნელოვანი ტექსტისთვის.	17
ფაილი robots.txt.....	18
ატრიბუტი rel="Nofollow".....	18
საიტის სწორი პოპულარიზაცია.....	20
ძიების ოპტიმიზაციის სტატისტიკური ანალიზი	21
სტატისტიკური მონაცემები ძიების ოპტიმიზაციამდე.....	21
ოპტიმიზაციის სტატისტიკური მონაცემები ძიების ოპტიმიზაციის შემდეგ	23
ვებ გვერდი და მისი შექმნის ტექნოლოგია.....	26
ვებ გვერდის სტრუქტურის ჩამოყალიბება	26
ვებ გვერდის ვიზუალური მაკეტი ((X)HTML, CSS)	27
საიტის დინამიური ნაწილის შექმნა Mysql,PHP	28
ვებ გვერდი.....	28
დასკვნა.....	33
გამოყენებული ლიტერატურა.....	34

შესავალი

საძიებო სისტემები არის ინფორმაციის მოპოვების უნიკალური საშუალება, მათი მეშვეობით მომხმარებელი, იქნება ეს ორგანიზაცია, ფიზიკური პირი, მანქანა თუ სხვა ემებს ნებისმიერი სახის ინფორმაციას. თუ საიტი არ აღიქმება საძიებო სისტემების მიერ, ვკარგავთ შესაძლებლობას გახდეს ჩვენი საიტი პოპულარული და მოვიზიდოთ მომხმარებელი საძიებო სისტემიდან. გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ საძიებო სისტემები უამრავი კომპანიისათვის თუ კერძო პირისათვის გამხდარა მატერიალური წარმატებისა და ცნობადობის მომტანი.

საიტზე მომხმარებელი შეიძლება მოხვდეს სოციალური ქსელებისა და სხვა ტიპის ტრაფიკით. თუმცა საძიებო სისტემები წარმოადგენენ ძირითად საშუალებას, რომელსაც მომხმარებელი იყენებს ინტერნეტში ნავიგაციისათვის. იმისათვის, რომ საიტი განვითარდეს და ცნობადი გახდეს, აუცილებლად უნდა იყოს ძიებისთვის ოპტიმიზირებული. საძიებო სისტემის შედეგების სიის რაც უფრო დასაწყისშია ვებ-გვერდი, მით უფრო მეტი მომხმარებელი გადადის მასზე და მისი რეიტინგიც უფრო იზრდება. თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ვებ გვერდი მხოლოდ საძიებო სისტემებისთვის უნდა გავმართოთ და დავივიწყოთ მომხმარებელი. სწორედ მომხმარებელი წარმოადგენს მიზნობრივ აუდიტორიას.

საძიებო სისტემების მუშაობის პრინციპი

SEO ანუ Search Engine Optimization არის პროცესი, რომლის მიზანაც არის საძიებო სისტემებისთვის ვებ-გვერდის უკეთესი ხილვადობის შექმნა ნატურალური ფორმით, ანუ ვებ გვერდის “დამეგობრება” ისეთ საძიებო სისტემებთან, როგორებიცაა Google Search, Yahoo Search და ასე შემდეგ. SEO შეიძლება მოიცავდეს სხვადასხვა კატეგორიის ძებნას. მაგალითად სურთების ძებნა, ლოკალური ძებნა, ვიდეო ძებნა და ა.შ.

საძიებო სისტემას აქვს ორი ძირითადი ფუნქცია: ინდექსირება და ძიების შედეგის უზრუნველყოფა.

საძიებო სისტემა ასკანირებს საიტს რომ ნახოს რა არის იქ. ამოცანა სრულდება კომპიუტერული პროგრამის მიერ, რომელსაც ქვია “crawler” ან “spider“. Spider მიყვება ლინკებს ერთი გვერდიდან მეორეზე და აფიქსირებს ყველაფერს რასაც პოულობს ძებნის პროცესში. მუხსიერებაში აქვს მრავალი გვერდი (20 მილიარდამდე). იმის შემდეგ რაც გვერდი დასკანერდება, შემდეგი ნაბიჯია მისი შემადგენლობის ინდექსირება. ინდექსირებული გვერდი ინახება მონაცემების ბაზაში, საიდანაც მოგვიანებით შესაძლებელია მისი პოვნა. ინდექსაციის პროცესი არის სიტყვებისა და გამონათქვამების განსაზღვრა, რომლებიც ყველაზე კარგად აღწერს გვერდების მნიშვნელობას. ზოგჯერ სიტემამ შეიძლება არ აიღოს გვერდის სწორი მნიშვნელობა, მაგრამ თუ ოპტიმიზირებულია საიტი, უფრო მარტივია გვერდის კლასიფიცირება სწორედ, რათა მიიღოს უფრო მაღალი რეიტინგი. როდესაც საძიებო მოთხოვნა მოდის, საძიებო სისტემა ამუშავებს მას, ის ადარებს საძიებო მოთხოვნას ინდექსირებულ გვერდებს მონაცემთა ბაზაში. რადგან საძიებო სია შეიცავს უამრავ მისამართს, სისტემა იწყებს თვითოეული გვერდის შესაბამისობის თვლას მის ინდექსში. არსებობს მრავალი შესაბამისობის გამომთვლელი ალგორითმი. თვითოეულ ამ ალგორითმს აქვს განსხვავებული შეფარდებითი წონა ყველა საერთო ფაქტორისთვის, როგორც გასაღები სიტყვისთვის,

ბმულისთვის. ამიტომ სხვადასხვა საძიებო სისტემები იძლევიან სხვადასხვა შედეგებს, ერთიდაიგივე საძიებო სიტყვებზე. ცნობილი ფაქტია, რომ ისეთი საძიებო სისტემები, როგორცაა Yahoo!, Google, Bing, ა.შ. პერიოდულად ცვლიან თავიანთ ალგორითმს და იმისთვის რომ საიტი იყოს სიის თავში, საჭიროა მოხდეს გვერდის ადაპტაცია უკანასკნელ ცვლილებებთან.

საძიებო სისტემის ძირითად ფუნქციას კი პასუხების უზრუნველყოფის პროცესი წარმოადგენს. თვითონ პროცესი ორი ეტაპისაგან შედგება: დააბრუნოს მოთხოვნის შესაბამისი სასარგებლო შედეგი და შეაფასოს მისი სისრულე.

საძიებო სისტემისათვის, ძიება არ არის საძიებო სიტყვების შესაბამისი გვერდების დაბრუნება. მან უნდა განსაზღვროს მნიშვნელოვანია თუ არა დასაბრუნებელი ინფორმაცია. SEO-ს ონლაინ მარკეტინგის სტრატეგიული დაგეგმვისას ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს დეტალს სწორედ მომხმარებლის სურვილების გაგება წარმოადგენს. როგორც კი ვიგებთ თუ რას ეძებს მომხმარებელი, შესაძლებელი ხდება ეფექტურად მივაწოდოთ მას ინფორმაცია და გავხადოთ იგი ჩვენი საიტის მომხმარებელი.

როგორც ინტერნეტ მარკეტინგის სტრატეგია SEO გულისხმობს თუ როგორ მუშაობს საძიებო სისტემები და რას ეძებს ხალხის უმრავლესობა. საიტის ოპტიმიზაციას შეიძლება დაჭირდეს კონტენტის შეცვლა თუნდაც HTML-ში ჩარევით, ბარიერების მოხსნა, რომლებმაც შეიძლება ხელი შეუშალოს მთავარ Keyword-ებს. ანუ მთავარ Keyword-ებზე პრიორიტეტულად საძიებო სისტემამ შეიძლება ნაკლებად პრიორიტეტული კონტენტი აღიქვას, რაც მხოლოდ იმის ბრალი იქნება, რომ არ არის ვებ გვერდი სწორად ოპტიმიზირებული. ოპტიმიზაციის მაღალი დონის ტაქტიკა უნდა ითვალისწინებდეს ყველაფერს საიტის შიგთავსიდან დაწყებული, მენიუს სწორი განლაგებით დამთავრებული.

საიტის ოპტიმიზაცია გათვლილი უნდა იყოს მომხმარებელზე. ზუსტად მომხმარებლები არის საიტის მიზნობრივი აუდიტორია, რომელიც იყენებს საძიებო

სისტემებს საიტის მოსაძებნად. როდესაც საქმე მომხმარებელს ეხება ძირითადი დილემა რომელიც საძიებო სისტემის წინაშე დგება არის შემდეგი: თუ მომხმარებელმა აკრიფა საკუთარი შეკითხვა და გადმოვიდა საიტზე იქნება კი იგი კმაყოფილი შედეგით?! ეს არის საძიებო სისტემების ძირითადი კითხვა, რომლის გადაწყვეტაშიც მილიონობით საათს ხარჯავენ. საძიებო სისტემებს ეკისრებათ მომხმარებლის მოლოდინის გამართლების პასუხისმგებლობა. ყველაფერი კი საძიებო ველში ჩაწერილი სიტყვით იწყება.

ოპტიმიზაციის მეთოდები, რომლებსაც განვიხილავთ ეხება ნებისმიერი ზომისა და ტიპის საიტებს.

ძიების ოპტიმიზაცია და მისი ძირითადი ეტაპები

W3C სტანდარტების შესაბამისად ძიების ოპტიმიზაცია შედგება რამდენიმე ეტაპისაგან. თუ გვსურს, რომ საძიებო სისტემებმა აღიქვან ჩვენი ვებ გვერდი თითოეულ მათგანას დიდი ყურადღებით უნდა მოვეკიდოთ. ოპტიმიზაციის ძირითადი ეტაპებია:

- გასაღები სიტყვების გამოყენება.
- გვერდების სათაურები <title>.
- მეტატეგი <description>.
- საიტის სტრუქტურის გაუმჯობესება.
- საიტის URL სტრუქტურა.
- ნავიგაცია საიტზე.
- კონტენტის ოპტიმიზაცია.
- სურათების ოპტიმიზაცია.
- სათაურების ტეგები მნიშვნელოვანი ტექსტისთვის.
- ფაილი robots.txt.

- ატრიბუტი rel="Nofollow".
- სწორი პოპულარიზაცია.

გასაღები სიტყვების გამოყენება და დაგეგმვა

ძიების ოპტიმიზაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დეტალია გასაღები სიტყვები. გასაღები სიტყვები წარმოადგენენ ძიების ფუნდამენტურ ნაწილს. ფაქტობრივად ინფორმაციის ძიების მეცნიერება დამყარებულია საძიებო სიტყვებზე. საძიებო ძრავები მოიცავენ რა მთელს ქსელს, ძიებისას ისინი იყენებენ საძიებო სიტყვებს, რომელიც ეხმარება სისტემას იპოვოს შესაბამისი გვერდი. იმის მაგივრად, რომ 25 მილიარდზე მეტი საიტი შეინახონ ინდექსირების შედეგად მიღებულ ბაზაში, საძიებო ძრავები ამ მონაცემთა ბაზას ყოფენ მცირე ზომის ბაზებად. ეს ბაზები დაყოფილია გასაღები სიტყვების მიხედვით და სწორედ ეს არის ძიების სისწრაფის ერთ-ერთი ფაქტორი.

რაც უფრო სპეციფიურია გასაღები სიტყვები, მით უფრო მეტი შანსი გაქვთ, რომ საიტი მოხვდეს საძიებო სისტემის ბაზაში. ვებ გვერდის ოპტიმიზაციისას უნდა გავითვალისწინოთ, რომ გასაღები სიტყვები წარმოადგენენ საძიებო სისტემის მუშაობის ალგორითმის ნაწილს.

საიტის ოპტიმიზაციისას საძიებო სიტყვებთან დაკავშირებული რეკომენდაციები შემდეგში მდგომარეობს:

- გამოიყენეთ გასაღები სიტყვა title ტეგში ერთხელ მაინც. ეცადეთ გასაღები სიტყვა title-ის დასაწყისთან რაც შეიძლება ახლოს გამოიყენოთ.
- მინიმუმ 2-3-ჯერ მაინც გამოიყენეთ გასაღები სიტყვები.
- ერთხელ მაინც გამოიყენეთ იგი სურათის alt ატრიბუტში. ეს არა მარტო დაეხმარება მომხმარებელს ქსელში ძიებისას, არამედ სურათის მოძებნაშიც, რაც საიტზე მისი გადმოსვლის გარანტი ხდება.

- ერთხელ მაინც უნდა გამოიყენოთ URL მისამართში. ერთხელ მაინც უნდა გამოიყენოთ გასაღები სიტყვა meta ტეგში.

<title> ტეგი.

Title ტეგი წარმოადგენს გვერდის სათაურს.ის საძიებო სისტემასა და მომხმარებელს აღუწერს კონკრეტული გვერდის შინაარსს და იწერება html კოდის head ნაწილში. იდეალურ შემთხვევაში ყოველი გვერდის Title ტეგი უნიკალური უნდა იყოს.

<head>

<title>საინფორმაციო სააგენტო geonews.ge</title>

</head>

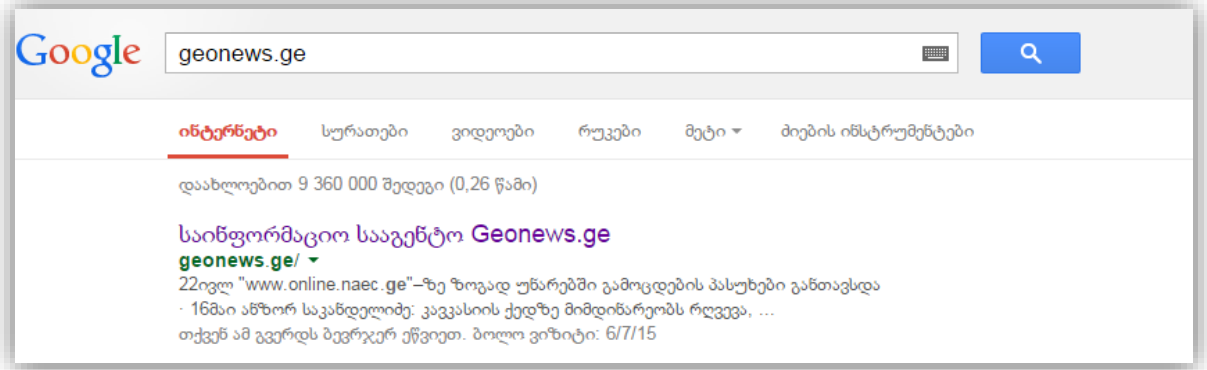
<body> გვერდის შიგთავსი </body>

საძიებო სისტემაში Title ტეგი ჩანს როგორც შედეგის სათაური ანუ ძიების შედეგის პირველი ხაზი, ამიტომ მისი სწორი დაგეგმვა აუცილებელია. ის ფაქტობრივად მომხმარებლისათვის საიტის საქმიანობის გადმომცემია.

ვებ გვერდის ოპტიმიზაციისას Title ტეგთან დაკავშირებული რეკომენდაციები:

- Title ტეგი უნდა იყოს აღწერის სახის და კითხვადი. ეს ტეგი არის ახალი მომხმარებლის პირველი წარმოდგენა საიტზე.
- საძიებო სისტემა აჩვენებს Title ტეგის პირველ 50-55 სიმბოლოს ძიების შედეგში. ამ რაოდენობის შემდეგ იგი გვიჩვენებს სიმბოლოებს: „ “ ზოგადად სიმბოლოების აღნიშნული რაოდენობა წარმოადგენს ზღვარს

სოციალური ქსელებისთვისაც, ამიტომ მათი გათვალისწინება წინდახედული ნაბიჯია.



<description> მეტატეგი

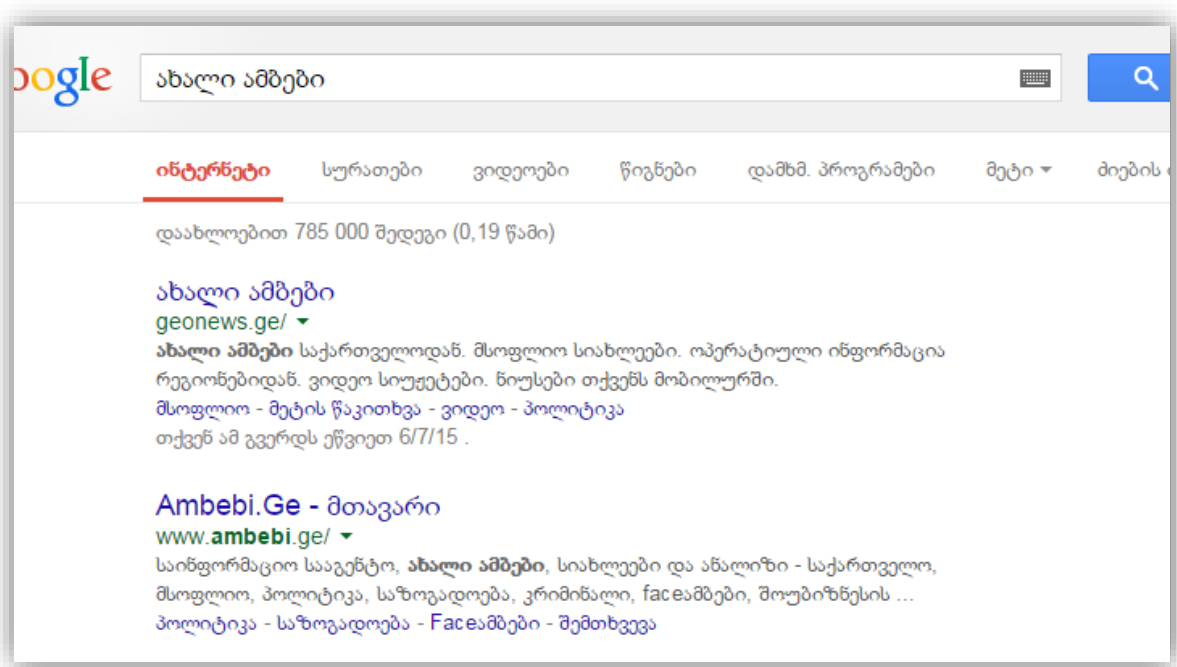
ყოველი გვერდისთვის მოიფიქრეთ მოკლე აღწერა.

მეტატეგი <description> Google-ს და სხვა საძიებო სისტემებს აძლევს გვერდის შემადგენლობის მოკლე აღწერას . თუკი <title> ტეგი შეიძლება შეიცავდეს მხოლოდ ერთ-ორ სიტყვას ან ერთი ფრაზას, <description> ტეგი შეიძლება შეიცავდეს ერთი-ორ წინადადებას ან პატარა პარაგრაფს. ისევე, როგორც <title> ტეგი, მეტატეგი <description> თავსდება html გვერდის <head> ტეგის შიგნით.

```
3 <head>
4 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
5 <meta name="description" content="ახალი ამბები საქართველოდან. მსოფლიო სიახლეები. ოპერატიული ინფორმაცია რეგიონებიდან. ვიდეო სიუჟეტები. წიუსები თქვენს მობილურში." />
6 <meta name="keywords" content="საინფორმაციო პორტალი, ახალი ამბები,სიახლეები,წიუსები,ვიდეოები,ვიდეო სიუჟეტები,ცხელი თემები,საქართველო,ქართველი,ქართული,პოლიტიკა,სოციალური მედია,ბიზნესი,მსოფლიო,შემთხვევა,სამართალი,საზოგადოება,სპორტი,ხელოვნება,შოუბიზნესი,სახალისო,მეცნიერება და ტექნიკა,geonews.ge" />
7 <meta property="fb:admins" content="574937507" />
8 <meta property="fb:app_id" content="342899849066702" />
9 <title>geonews.ge</title>
10 <link rel="stylesheet" href="https://www.geonews.ge/...>
```

<description> მეტატეგის მნიშვნელობა საძიებო ოპტიმიზაციისთვის აღწერის მეტატეგები იმით არის მნიშვნელოვანი, რომ Google-მა შეიძლება ისინი გამოიყენოს საიტისთვის გვერდების სნიპეტების შექმნისას. ყურადღება მიაქციეთ იმას, რომ ჩვენ ვამბობთ „შეუძლია“, რადგან ასევე შესაძლებელია Google-მა სნიპეტისთვის შეარჩიოს სხვა, შესაფერისი ტექსტის მონაკვეთი საიტიდან, თუკი ეს უკანასკნელი მომხმარებლის საძიებო მოთხოვნას უკეთ შეესაბამება.

სნიპეტში სიტყვები გამოიყოფა მუქად, თუკი ისინი შეესაბამებიან მომხმარებლის საძიებო მოთხოვნას. ასეთი გზით მომხმარებელს ეძლევა წარმოდგენა - ემთხვევა თუ არა გვერდის შინაარსი იმას, რასაც ის ეძებს.



მომხმარებელი აგზავნის მოთხოვნას „ახალი ამბები“. ჩვენი საიტი გამოჩნდება ძიების შედეგებში, <description> ტეგის ტექსტი გამოყენებულია როგორც სნიპეტი.

ვებ გვერდის ოპტიმიზაციისას description ტეგთან დაკავშირებული რეკომენდაციები:

- ზუსტად შეაჯამეთ გვერდის შემადგენლობა.
- გვერდის აღწერა მომხმარებლებისთვის უნდა იყოს საინტერესო და შინაარსიანი, რადგან მათ ეს აღწერა შეიძლება დაინახონ ძიების შედეგების გვერდზე სნიპეტის სახით.
- ყველა გვერდისთვის შექმენით უნიკალურიაღწერა.
- ოპტიმალური რაოდენობა description-ის სიმბოლოების არის 150-160.

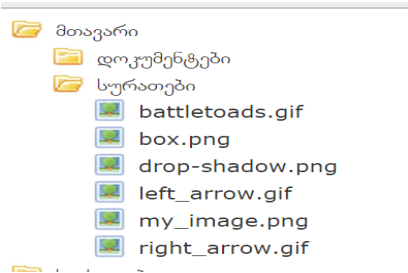


საიტის URL სტრუქტურა

მარტივი URL მისამართები უკეთესად გვაწვდიან ინფორმაციას კონტენტის შესახებ.

მომხმარებელმა შეიძლება გაავრცელოს ბმული, სადაც URL სტრუქტურა გამოყენებულ იქნება, როგორც anchor ტექსტი. URL მისამართებში რელევანტური სიტყვები უფრო მეტ ინფორმაციას აძლევს მომხმარებლებს და საძიებო სისტემებს, ვიდრე პარამეტრი, ან სიმბოლოების კრებული.

URL-ში გამოიყენეთ სიტყვები.



URL მისამართები, რომლებიც შედგება ჩვენი საიტის თემის და სტრუქტურის შესაბამისი სიტყვებისაგან, აუმჯობესებს მომხმარებლის ნავიგაციას საიტზე. ასეთი მისამართები ადვილად დასამახსოვრებელია და უფრო მოსახერხებელია ბმულებად განთავსებისთვის.

შექმენით დირექტორიების მარტივი სტრუქტურა.

გამოიყენეთ დირექტორიების, ისეთი სტრუქტურა, რომელიც კარგად მოაწესრიგებს საიტის კონტენტს და გაუადვილებს მომხმარებელს გაიგოს, თუ სად იმყოფება ის, საიტის რომელ ნაწილში. ეცადეთ გამოიყენოთ სრული სტრუქტურა იმის მისათითებლად, თუ რა ტიპის კონტენტს კონტენტს შეიცავს მოცემული URL მისამართი.

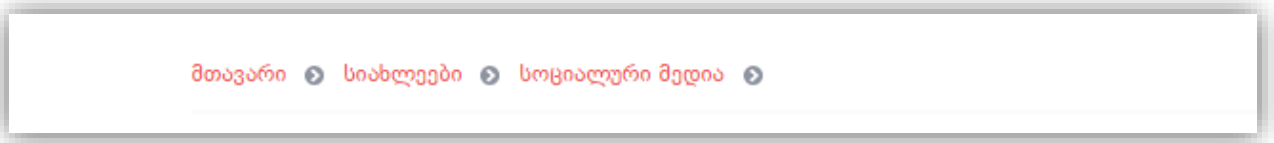
საიტზე ნავიგაცია

ნავიგაცია მნიშვნელოვანია საძიებო სისტემებისთვის.

ნავიგაციის სიმარტივე ძალიან მნიშვნელოვანია ვებ-საიტისთვის, რადგანაც იგი ეხმარება მომხმარებელს საჭირო ინფორმაციის სწრაფად მოძებნაში. საძიებო სისტემებისათვის ასევე მნიშვნელოვანია, თუ როგორ მიაწვდის ვებ მასტერი ამა, თუ იმ კონტენტის მნიშვნელობას ნავიგაციის საშუალებით. მიუხედავად იმისა, რომ Google ეძებს

ინფორმაციას გვერდის დონეზე, მისთვის ასევე მნიშვნელოვანია კონკრეტული გვერდის როლი საიტის სტრუქტურაში.საძიებო სისტემის crawler-მა შეიძლება გაითვალისწინოს მთელი რიგი სხვადასხვა ფაქტორები საიტის შემოწმებისას.საიტის ყველა გვერდი არ არის ინდექსირებული საძიებო სისტემებში. გვერდების დაშორება root დირექტორიიდან შეიძლება იყოს ფაქტორი იმისა მოხდეს თუ არა ამ გვერდის შემოწმება.

შექმენით საიტის ნავიგაცია სასტარტო გვერდზე დაყრდნობით.ნებისმიერ ვებ საიტზე არის სასტარტო ანუ “მთავარი“ გვერდი,სადაც ყველაზე ხშირად შედიან მომხმარებლები. იგი არის საწყისი წერტილი საიტის ნავიგაციისთვის. თუკი საიტი შეიცავს არც თუ ისე ცოტა რაოდენობის გვერდებს, მაშინ სჯობს დაფიქრდეთ იმაზე, როგორ შეძლებს მომხმარებელი მთავარი გვერდიდან სხვა, სპეციფიური შემცველობის მქონე გვერდზე გადასვლას.



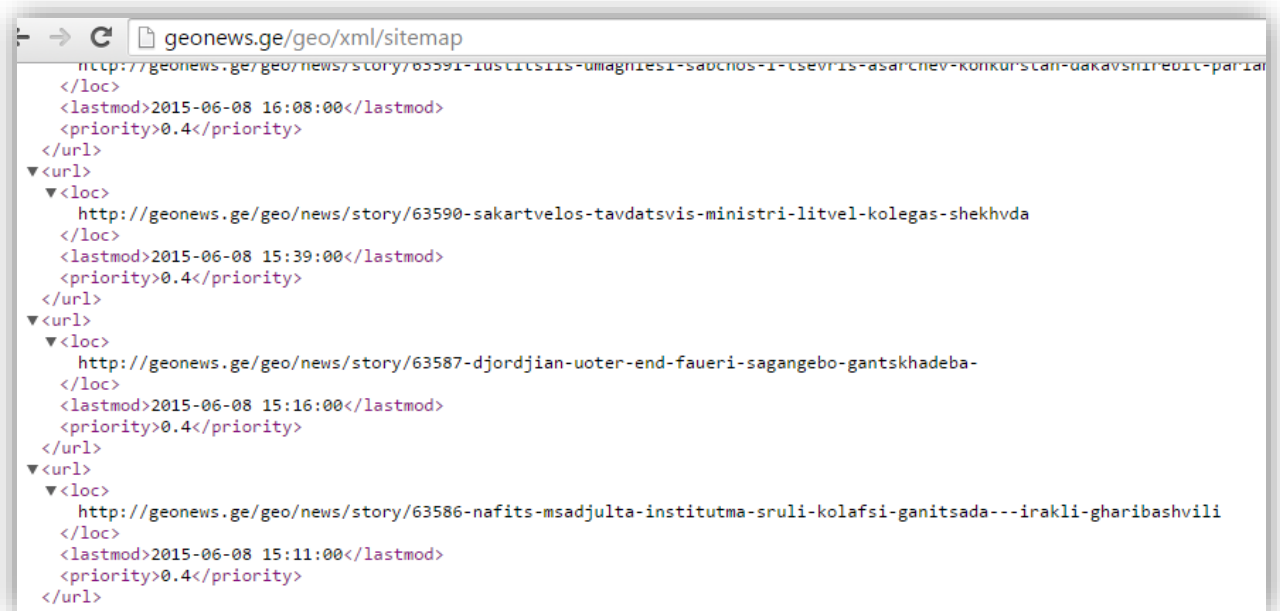
სანავიგაციო ჯაჭვი - ეს არის შიდა ბმულების ჯაჭვი, რომელიც განლაგებულია საიტის ზედა ან ქვედა ნაწილში. იგი ეხმარება მომხმარებელს სწრაფად გადავიდეს წინა განყოფილებაში ან მთავარ გვერდზე.

გაითვალისწინეთ შემთხვევა, როდესაც მომხმარებელს შეჰყავს არასწორი URL. მხედველობაში უნდა მივიღოთ ის ფაქტი, რომ ბევრ მომხმარებელს ვებ-საიტზე შეიძლება გაუთვალისწინებელი გადაადგილება მოუწიოს. იმის მაგივრად, რომ გამოიყენოს სანავიგაციო ჯაჭვი, მომხმარებელი უბრალოდ მოაჭრის URL-ის ნაწილს, იმ იმედით, რომ იპოვის მოცემული კატეგორიის ძირეულ “ფოლდერს“. მაგალითად, დავუშვათ, მომხმარებელი იმყოფება შემდეგ გვერდზე - <http://geonews.ge/geo/news/2012/12> ამის მერე შეყავს ბრაუზერის სამისამართო ზოლში [http:// geonews.ge/geo/news/2011](http://geonews.ge/geo/news/2011) იმ იმედით, რომ ნახავს 2011 წლის ყველა სიახლეს.არის თუ არა მზად არსებული საიტი მსგავსი

მოთხოვნებისთვის? თუ იგი მოგვცემს 404 შეცდომას? რა მოხდება, თუკი მომხმარებელი სამისამართო ზოლში შეიყვანს ასეთ მისამართს <http://geostat.ge/geo/news/> ?

უნდა გამზადდეს საიტის ორი რუქა: ერთი მომხმარებლებისთვის, ხოლო მეორე- (XML Sitemap ფაილი) საძიებო სისტემებისთვის.

საიტის რუქა - ეს არის უბრალო გვერდი, რომელიც შეიცავს ვებ-საიტის სტრუქტურას და, ჩვეულებრივ, შეიცავს გვერდების იერარქიულ სიას. მომხმარებლები გამოიყენებენ ამ გვერდს, თუკი გაუძნელდებათ საჭირო განყოფილების პოვნა. მიუხედავად იმისა, რომ საძიებო სისტემები აკითხავენ ამ გვერდს და იყენებენ მას სკანირებისთვის, პირველ რიგში, იგი მაინც მომხმარებლებისთვის არის გათვლილი. Sitemap ფაილი XML ფორმატში, რომლის დამატება შეგიძლიათ Google-ს ვებმასტერების ინსტრუმენტების მეშვეობით, უადვილებს Google-ს გვერდების პოვნას არსებულ საიტზე.



სათაურების ტეგები მნიშვნელოვანი ტექსტისთვის.

სათაურების ტეგები გამოიყენება მომხმარებლებისათვის გვერდის სტრუქტურის ფორმირებაში. არსებობს ექვსი ზომის სათაურის ტეგი, დაწყებული ყველაზე მსხვილიდან <h1> და დამთავრებული ყველაზე ნაკლებად მნიშვნელოვანით <h6>.

გვერდის დანარჩენ ტექსტთან შედარებით, სათაურის ტეგებში მოქცეული ტექსტი უფრო დიდია, რაც მიანიშნებს მის მნიშვნელობაზე და ეხმარება მომხმარებელს გაიგოს სათაურის ტექსტის ქვეშ არსებული შემადგენლობის არსი. სხვადასხვა ზომის სათაურის ტეგების მეშვეობით იქმნება კონტენტის იერარქიული სტრუქტურა, რომელიც მომხმარებელს ეხმარება ვებ გვერდზე ნავიგაციას უადვილებს.

```
<div class="container">
  ::before
  <div class="row clearfix">
    ::before
    <div class="col-md-8 column">
      <div class="inside_content">
        <h1 class="title">...</h1>
        <div class="clear"></div>
        <div class="main_img">...</div>
        <div class="text">
          <h6 class="date">ორშაბათი, 08 ივნისი, 2015 - 23:00</h6>
          <p></p>
          <p>...</p>
          <p>...</p>
          <p></p>
        </div>
        <!-- video -->
        <!-- audio gallery -->
        <div class="clear"></div>
        <!-- image gallery -->
        <div class="clear"></div>
      </div>
    </div>
  </div>
</div>
```

მნიშვნელოვანი ტექსტის გამოსაყოფად გამოიყენეთ სათაურების ტეგები.

ფაილი robots.txt

გვერდის სკანირება შეგიძლიათ შეზღუდოთ robots.txt ფაილის მეშვეობით robots.txt ფაილი საძიებო სისტემებს აცნობებს,საიტის რა ნაწილია ღია მათი წვდომისთვისა და სკანირებისთვის. ეს ფაილი, რომელსაც, “robots.txt“ უნდა ერქვას, თავსდება საიტის root დირექტორიაში.

შესაძლებელია საძიებო რობოტებს აკრძალოს წვდომა საიტის იმ ნაწილებთან, რომლებიც, არ იქნება საინტერესო საძიებო სისტემის მომხმარებლებისათვის. ამ აკრძალვისთვის გამოიყენება მოხერხებული robots.txt ფაილების გენერატორი, ინფორმაცია robots.txt ფაილის გამოყენების შესახებ, Google-ს ვებმასტერების ინსტრუმენტებიდან.თუ საიტი შეიცავს ქვედომენებს და გინდათ მათი გვერდების სკანირება აკრძალოთ, მაშინ ქვედომენებისთვის ცალკე robots.txt ფაილი უნდა შექმნათ.

არსებობს საიტის ნაწილების ინდექსაციის აკრძალვის სხვა მეთოდებიც, მაგალითად, robots მეტატეგში “Noindex“ ატრიბუტის გამოყენება. htaccess ფაილის გამოყენებით საიტის ნაწილების პაროლით დახურვა და უკვე ინდექსირებული კონტენტის წაშლა ვებმასტერების ინსტრუმენტების საშუალებით.

ატრიბუტი rel=“Nofollow”.

კომენტარებში სპამთან ბრძოლა შეიძლება rel=“Nofollow” ატრიბუტის საშუალებით.

ატრიბუტი rel=“Nofollow” სიგნალს აწვდის Google-ს იმის შესახებ, რომ საიტზე რობოტი არ უნდა გადავიდეს გარკვეულ ბმულებზე ან არ უნდა გაუზიაროს საიტის რეპუტაცია ამ გვერდებს. ატრიბუტი rel=“Nofollow” უნდა ჩავსავთ ბმულის ტეგში.

Nofollow გაძლევთ იმის გარანტიას, რომ არ გარისკავთ და საიტის, შრომით მოპოვებულ, რეპუტაციას საეჭვო საიტს არ გაუზიარებთ.კომენტარების ველებში და ფორუმებზე “Nofollow” დაამატეთ ავტომატურ რეჟიმში ბლოგების ძრავების უმეტესობა

Nofollow-ს ავტომატურად სვავს კომენტარებში. ის ძრავები, რომლებიც ამ ყოველივეს ავტომატურ რეჟიმში არ აკეთებენ, შეგიძლიათ თავად მომართოთ შესაბამისი წესით. ეს რჩევა ეხებასაიტის ნებისმიერ განყოფილებას, სადაც მომხმარებლებს თავად შეუძლიათ კონტენტის დამატება, მაგალითად, სტუმართა წიგნები, ფორუმები, მინი ჩეთები და ა.შ.. ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ არ იქნებით წინააღმდეგი, მხარი დაუჭიროთ საიტებს, რომლებზეც მომხმარებლები მიუთითებენ, აღარ არის საჭირო Nofollow-ის ბმულებში დამატება. მაგრამ უნდა გაითვალისწინოთ, რომ საექვო საიტების ბმულების რეკომენდაციამ შეიძლება Google-ში საკუთარი საიტის რეპუტაციაზე იქონიოს გავლენა. ვებმასტერების ცნობათა ცენტრში აღწერილია კომენტარულსპამთან ბრძოლის ზოგიერთი მეთოდი. მაგალითად, CAPTCHA-ს გამოყენება.

```
<a href="http://www.shaviseo.com" rel="nofollow">კომენტარული სპამი</a>
```

არასანდო საიტების მისათითებლად გამოიყენება Nofollow ატრიბუტი.

ელ-ფოსტა

სახელი და გვარი

შეტყობინება

a q Y J K

გაგზავნა

“Nofollow”-ის გამოყენება კონტენტის ელემენტებისათვის, მთლიანი გვერდებისათვის, და ა. შ.

საიტის სწორი პოპულარიზაცია

საიტის შემომავალი ბმულების ბაზის დიდი ნაწილი იზრდება თანდათანობით, როდესაც მომხმარებელი სხვადასხვა გზით პოულობს საიტს და მას სხვებს უზიარებს. კონტენტის ეფექტური პოპულარიზაციით მიზნობრივ აუდიტორიას გაუადვილდება მისი პოვნა და შეფასება .

ბლოგზე საიტის ახალი კონტენტის ან სერვისის შესახებ სიახლე, ინფორმაციის გავრცელების შესანიშნავი საშუალებაა. სიახლის გავრცელება შეუძლიათ ასევე სხვა ვებმასტერებსაც, რომლებიც კითხულობენ ბლოგს ან RSS ლენტას.

სრულიად გამართლებულია საიტის “ოფლაინ” რეკლამაზე დახარჯული ძალისხმევა. მაგალითად, თუ საიტი არის ბიზნეს-საიტი, ეფექტურია მისი URL სავიზიტო ბარათებზე, საფირმო ბლანკებზე ან აფიშებზე დატანა. ასევე, კლიენტებისთვის ცნობება საიტის სიახლეების შესახებ წერილების საშუალებით. თუ არის ლოკალური ბიზნესი კარგია მისი მონიშვნა Google მისამართებში. ეს დაგეხმარებათ იმ კლიენტების პოვნაში, რომლებიც ეძებენ ადგილობრივ კომპანიებს Google Maps რუქებზე. დღეისთვის ყველაზე ეფექტური და პოპულარული საშუალებაა სოციალური ქსელი. საიტები რომელიც მოახდენს ვებ გვერდის პრომიუშენს, რომელიც გვერდს სწორ რეკლამას გაუკეთებს, დააინტერესებს და მოიზიდავს მომხმარებელს.

საიტები, რომლებიც დაფუძნებულია მოხმარებელთა შორის ურთიერთობასა და ინფორმაციის გაცვლაზე, შესამჩნევად ამარტივებს საიტისთვის მიზნობრივი აუდიტორიის მოძიებას.

ასევე არსებობს უამრავი საიტი რომელთა თემატიკა ახლოსაა შექმნილი საიტის თემატიკასთან. როგორც წესი, მათთან ურთიერთქმედება ნაყოფიერია. აქტუალურმა თემებმა ინფორმაციული ტექნოლოგიების სფეროში ან საზოგადოებაში, შეიძლება

წარმოშვას დამატებითი იდეები კონტენტის შესაქმნელად, ანდა კარგი სოციალურად ორიენტირებული რესურსის ასაგებად.

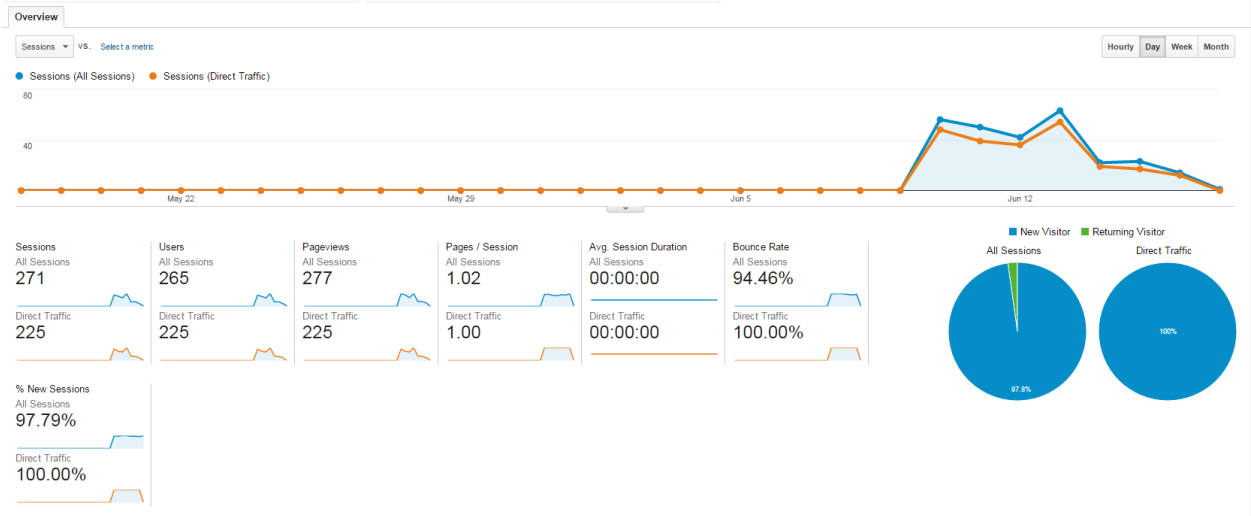
ძიების ოპტიმიზაციის სტატისტიკური ანალიზი

ვებ გვერდის ძიების ოპტიმიზაციის ძირითადი საფეხურების შესრულების შემდეგ ხდება სტატისტიკური ანალიზი. მომხმარებლების უმეტესობა უფასო ინსტრუმენტებით სარგებლობს, რათა შესრულებული სამუშაოს ანალიზი მოახდინონ და შემდეგ უკვე მიღებული მონაცემების მიხედვით გააუმჯობესონ შედეგები. ინსტრუმენტების სწორად გამოყენება საშუალებას მოგვცემს აღმოვაჩინოთ პრობლემები, რომელთა გადაწყვეტის შემთხვევაშიც ძიების ოპტიმიზაცია უკეთეს შედეგებს მოგვცემს. ნაშრომში შესრულებული ძიების ოპტიმიზაციის ანალიზისათვის გამოვიყენე Google-ს ვებ სპეციალისტების ინსტრუმენტები: Google Keyword, Google Analytics და Website Optimizer.

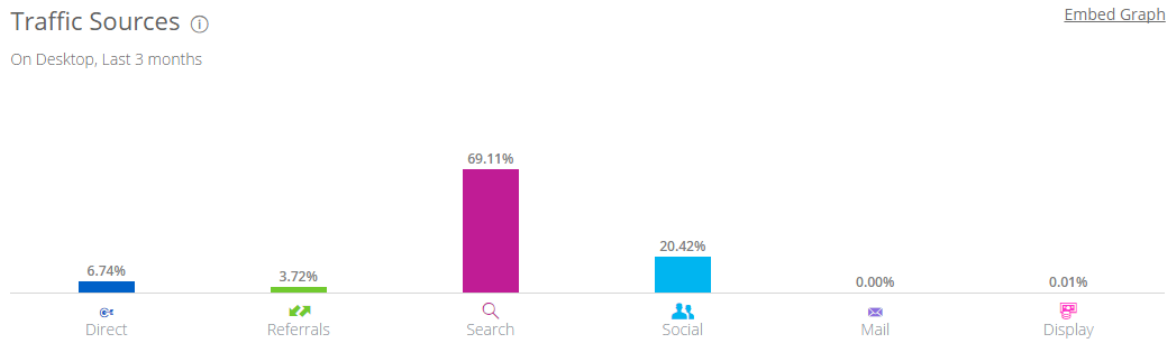
სტატისტიკური მონაცემები ძიების ოპტიმიზაციამდე

ვებ გვერდის, სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის ობიექტის, ონლაინ სივრცეში გაშვების თარიღი არის 25.05.2015წელი. აღნიშნული თარიღიდან 11.06.2015-მდე

მიღებული სტატისტიკური მონამემები ძიების ოპტიმიზაციის გარეშე არის შემდეგი:



მომხმარებლების რაოდენობა რამდენმა ისარგებლა საიტით.



ამ დიაგრამაზე ჩანს თუ საიდან მოხვდა მომხმარებელი საიტზე.

Primary Dimension: **Browser** Operating System Screen Resolution Screen Colors Flash Version Other ▾

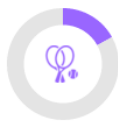
Plot Rows Secondary dimension ▾ Sort Type: Default ▾

	Browser ?	Acquisition		
		Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?
		271 % of Total: 100.00% (271)	97.79% Avg for View: 93.73% (4.33%)	265 % of Total: 104.33% (254)
<input type="checkbox"/>	1. Chrome	255 (94.10%)	100.00%	255 (96.23%)
<input type="checkbox"/>	2. (not set)	9 (3.32%)	100.00%	9 (3.40%)
<input type="checkbox"/>	3. Safari	7 (2.58%)	14.29%	1 (0.38%)

ვებ გვერდის ნახვისას გამოყენებული ბროუზერები. პოპულარულ ბროუზერს წარმოადგენს „Chrome“.

Audience Interests [ⓘ]

Categories [ⓘ]



Sports



People And Society >
Genealogy



Shopping

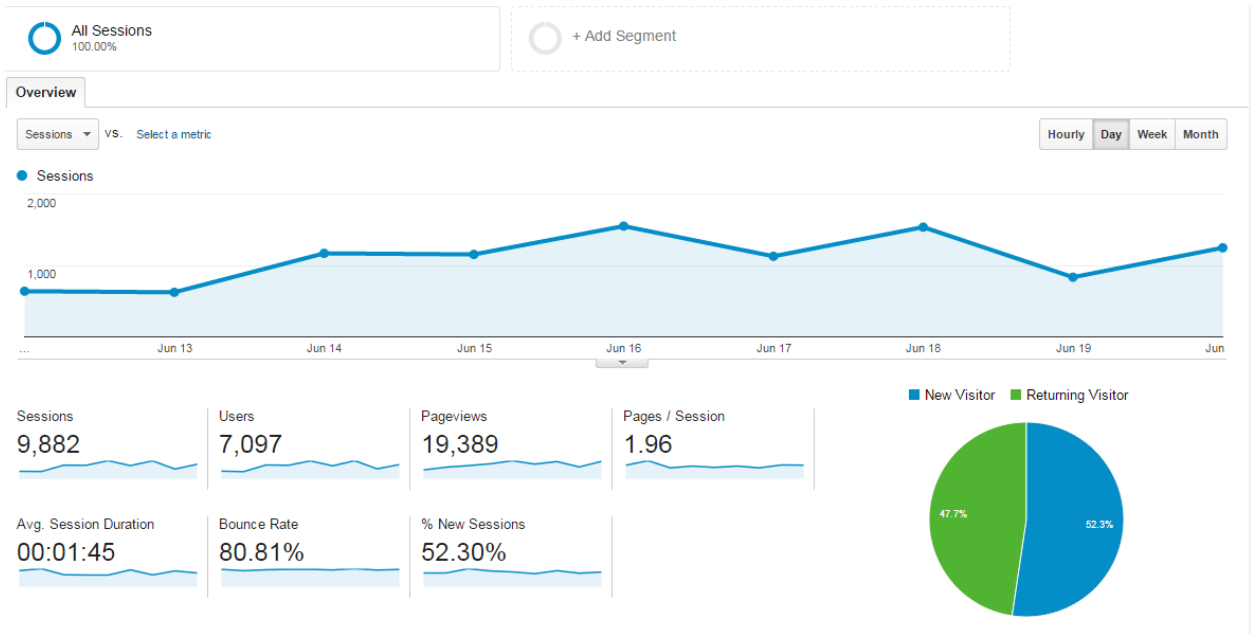


News And Media

კატეგორიები რომელსაც მომხმარებელი ნახულობდა ყველაზე ხშირად.

ოპტიმიზაციის სტატისტიკური მონაცემები ძიების ოპტიმიზაციის შემდეგ

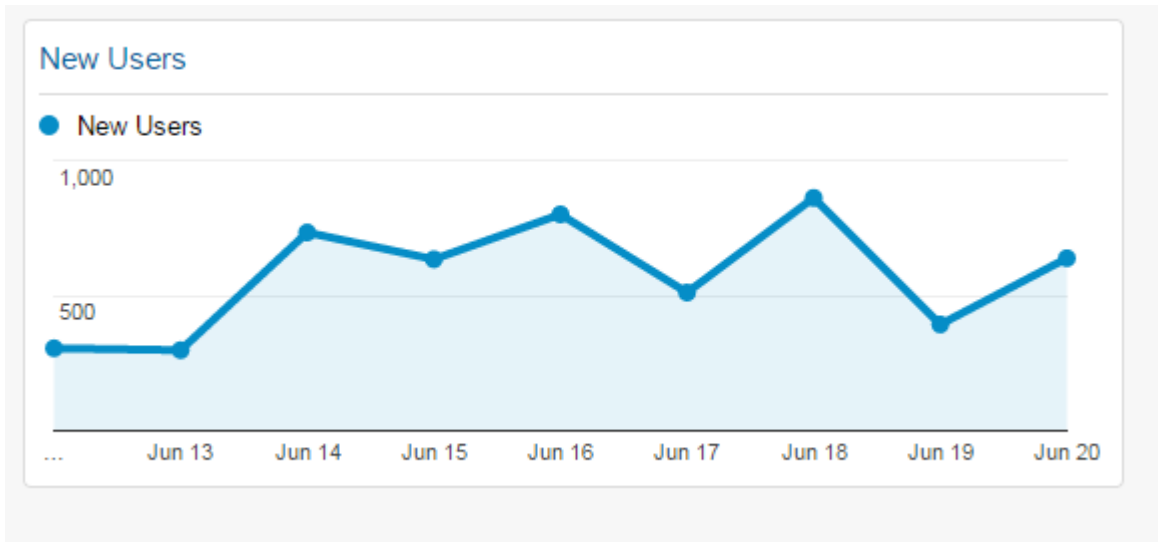
ჩატარებული ძიების ოპტიმიზაციის პრაქტიკული კვლევის შემდეგ მიღებული სტატისტიკური მონაცემები 12-06-2015-დან 21-06-2015-მდე არის შემდეგი:



საიტზე მომხმარებლების რაოდენობა : 7097.

გველების ნახვების რაოდენობა: 19389.

საიტზე ახალი მომხმარებელი დღეში საშუალოდ: 500.



როგორც ხედავთ, ბევრად მეტია მომხმარებლების რაოდენობა ვიდრე ოპტიმიზაციამდე.

Browser	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	9,882 % of Total: 100.00% (9,882)	52.35% Avg for View: 52.30% (0.10%)	5,173 % of Total: 100.10% (5,168)	80.81% Avg for View: 80.81% (0.00%)	1.96 Avg for View: 1.96 (0.00%)	00:01:45 Avg for View: 00:01:45 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. Chrome	5,861 (59.31%)	49.12%	2,879 (55.65%)	79.47%	2.32	00:02:15	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. Safari (in-app)	1,148 (11.62%)	59.32%	681 (13.16%)	86.32%	1.23	00:00:59	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. Opera	806 (8.16%)	47.64%	384 (7.42%)	80.52%	1.51	00:01:02	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. Android Browser	580 (5.87%)	81.72%	474 (9.16%)	91.72%	1.27	00:00:33	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. Firefox	544 (5.50%)	44.85%	244 (4.72%)	77.39%	1.61	00:01:19	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. Safari	330 (3.34%)	50.61%	167 (3.23%)	81.52%	1.80	00:01:15	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. Internet Explorer	226 (2.29%)	45.58%	103 (1.99%)	71.24%	1.58	00:01:23	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. Opera Mini	145 (1.47%)	54.48%	79 (1.53%)	72.41%	1.83	00:01:30	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. Mozilla Compatible Agent	89 (0.90%)	79.78%	71 (1.37%)	93.26%	1.09	00:00:20	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
10. YaBrowser	49 (0.50%)	65.31%	32 (0.62%)	79.59%	1.73	00:01:14	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Show rows: 10 Go to: 1 1 - 10 of 19

This report was generated on 6/22/15 at 12:24:04 AM - Refresh Report

ვებ გვერდის ნახვისას გამოყენებული ბროუზერების რიცხვი გაიზარდა და პოპულარულ ბროუზერს ისევ წარმოადგენს „Chrome“.



მომხმარებელთა ინტერესების სტატისტიკური გადანაწილება.

Country ?	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions ? ↓	% New Sessions ?	New Users ?	Bounce Rate ?	Pages / Session ?	Avg. Session Duration ?	Goal Conversion Rate ?	Goal Completions ?	Goal Value ?
	9,882 % of Total: 100.00% (9,882)	52.35% Avg for View: 52.30% (0.10%)	5,173 % of Total: 100.10% (5,168)	80.81% Avg for View: 80.81% (0.00%)	1.96 Avg for View: 1.96 (0.00%)	00:01:45 Avg for View: 00:01:45 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. 🇬🇪 Georgia	8,598 (87.01%)	52.09%	4,479 (86.58%)	81.16%	2.00	00:01:48	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. 🇺🇸 United States	176 (1.78%)	68.75%	121 (2.34%)	81.25%	1.66	00:00:40	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. 🇷🇺 Russia	120 (1.21%)	51.67%	62 (1.20%)	80.00%	2.27	00:01:06	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. 🇮🇩 Indonesia	118 (1.19%)	55.93%	66 (1.28%)	72.88%	1.91	00:01:34	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. 🇩🇪 Germany	106 (1.07%)	62.26%	66 (1.28%)	84.91%	1.34	00:00:40	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. 🇬🇷 Greece	90 (0.91%)	38.89%	35 (0.68%)	83.33%	1.26	00:00:56	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
7. 🇮🇹 Italy	78 (0.79%)	50.00%	39 (0.75%)	67.95%	2.74	00:03:56	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
8. 🇹🇷 Turkey	74 (0.75%)	37.84%	28 (0.54%)	74.32%	1.42	00:01:50	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
9. 🇸🇪 Sweden	56 (0.57%)	14.29%	8 (0.15%)	73.21%	1.36	00:02:55	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
10. 🇺🇦 Ukraine	54 (0.55%)	64.81%	35 (0.68%)	85.19%	1.22	00:00:32	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

მომხმარებელთა რაოდენობები ქვეყნების მიხედვით.

ვებ გვერდი და მისი შექმნის ტექნოლოგია

ნაშრომის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს იმ საიტის შექმნა, რომელზეც შემდეგ მოვახდინე ოპტიმიზაციის ეტაპების პრაქტიკული რეალიზაცია. ვებ გვერდის შექმნა საფუძვრებისაგან შედგება:

- ვებ გვერდის თემატიკის და სტრუქტურის ჩამოყალიბება.
- ვებ გვერდის დიზაინი და მაკეტი ((X)HTML, CSS).
- რელაციური მონაცემთა ბაზა, ვებ გვერდის დინამიური ნაწილი (Mysql,PHP).

ვებ გვერდის სტრუქტურის ჩამოყალიბება

საიტის შექმნის დროს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება თემატიკის ჩამოყალიბებას და მისი სტრუქტურის შექმნას, მომხმარებელისათვის საიტი არ იყოს დამაბნეველი და მან მარტივად მიიღოს ინფორმაცია. საიტის ვიზუალური მხარეც უნდა იყოს თემატური. სტრუქტურის შემუშავებისას უნდა გავითვალისწინოთ, რომ მთავარმა გვერდმა მაქსიმალურად უნდა დააინტერესოს მომხმარებელი, რაც ზრდის შენს რომ გავხადოთ ის ჩვენ მუდმივ მომხმარებლად. ამავე გვერდზე უნდა იყოს საიტის მნიშვნელოვან ინფორმაციაზე გადასასვლელი ბმულები მარტივი ნავიგაციისათვის. თანამედროვე სტანდარტებისა და ტენდენციების შესაბამისად საიტის სტრუქტურა უნდა იყოს მარტივი, მოსახერხებელი და მინიმალისტური.

ვებ გვერდის ვიზუალური მაკეტი ((X)HTML, CSS)

ვებ გვერდის სტატიკური მაკეტის დამზადება (X)HTML, CSS ტექნოლოგიით ხორციელდება, W3C სტანდარტების შესაბამისად.

HTML (HyperText Markup Language) წარმოადგენს მარკირების ენას, რომლის მეშვეობითაც მზადდება ვებ გვერდები. ენა შედგება უამრავი ელემენტისაგან, რომლებსაც ტეგები ეწოდება. HTML ტეგების მეშვეობით საიტზე ვამატებთ ბმულებს, სურათებს და სხვადასხვა ბლოკებს. მათი მეშვეობით იგება საიტის ძირითადი სტრუქტურა.

HTML ტეგების ვიზუალური გაფორმებისათვის ვიყენებთ CSS (Cascading Style Sheets) სტილებს. W3C სტანდარტების მიხედვით სტილების ძირითადი ფუნქცია არის საიტის კოდისა და ვიზუალური მხარის ერთმანეთისგან გამიჯვნა. რაც ნიშნავს, რომ საიტის ლოგიკური სტრუქტურის აგება ხდება HTML მარკირების ენის მეშვეობით, ხოლო დოკუმენტები, რომლებიც ვიზუალურ გაფორმებას საჭიროებენ, CSS სტილების მეშვეობით ფორმდება.

საიტის დინამიური ნაწილის შექმნა Mysql,PHP

მონაცემთა ბაზა წარმოადგენს ერთმანეთთან დაკავშირებული ცხრილების ერთობლიობას, რომელშიც ინახება მონაცემები. ცხრილები თავის მხრივ შედგება სტრიქონებისა და სვეტებისაგან. ყოველ სვეტს აქვს სახელწოდება და მასში ერთი ტიპის მონაცემები ინახება. მონაცემთა ბაზის მეშვეობით სტრუქტურირებასა და სისტემატიზაციას ვუკეთებთ საიტზე არსებულ ინფორმაციას. მონაცემთა ბაზის მართვის სისტემას წარმოადგენს პროგრამული უზრუნველყოფა Mysql, რომელიც საშუალებას გვაძლევს შევქმნათ მონაცემთა ბაზა, დავუკავშირდეთ მას, გავუგზავნოთ SQL მოთხოვნები და მივიღოთ შედეგი.

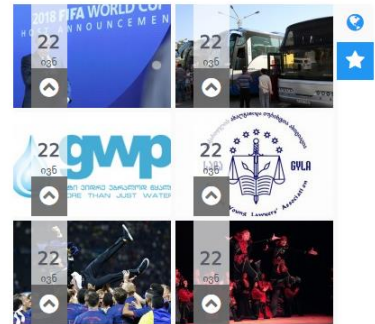
PHP (Hypertext Preprocessor) წარმოადგენს სერვერის მხარის პროგრამირების ენას, რომელიც გამოიყენება HTML გვერდების დინამიური გენერაციისათვის. PHP ბრძანებები სპეციალური ტეგების საშუალებით იწერება HTML გვერდში, რაც საშუალებას იძლევა PHP მანქანამ შეასრულოს საჭირო მოქმედებები სერვერზე.

ვებ გვერდი

ნაშრომში მაგალითად მოყვანილი საიტი არის სხვადასხვა ტიპის სიახლეებისთვის. ძალიან ბევრი საიტი არსებობს რომელიც ყოველდღიურად სიახლეებს განათავსებენ და ამიტომ რთულია კონკურენციის გაწევა, მაგრამ საინტერესო შიგთავსის, დიზაინის და ოპტიმიზაციის მეშვეობით შეიძლება მომხმარებლის დაინტერესება.



ვეფხვი და ზოლიანი აფთარი ამ დრომდე იძებნება - სახელმწიფო უსაფრთხოების და კრიზისების მართვის საბჭო მოსახლეობას სიფრთხილისკენ მოუწოდებს



პოლიტიკა

ყველა სიახლე პოლიტიკაში



საქართველოს პრეზიდენტის ვიზიტი ბრატისლავაში დასრულდა

- 21 ივნ. 20:36 სენატორი ჯონ მაკკეინი საქართველოს უახლოეს მომავალში ეწვევა
- 21 ივნ. ირაკლი ღარიბაშვილი „ყოველთა ქართველთა კონგრესის“ ჩატარებას სრულ მზარ ...
- 21 ივნ. დავით უსუდამილი ავსტრიის ეროვნული საბჭოს ვიცე პრეზიდენტს მუხედა
- 21 ივნ. როდესაც რუსეთის ნებისმიერ მგობელ ქვეყანაში გარკვეული დაძაბულობა, მამ ...
- 21 ივნ. ეს განწყობა დროთა განმავლობაში გააღვივდება და ვარჯის მომტანი არ იქნება ...

ვრცლად

"ახალი საქართველო"-ს ტელე არქივი




მათემა

საიტზე მოცემულია სხვადასხვა კატეგორიის სიახლის მოდულები.პრიორიტეტულია “პოლიტიკა“,“უცხოეთის სიახლეები“,“საინტერესო“,“თავდაცვა“,“ახალი დამატებული“,“სოციალური ქსელი“ კატეგორიები რომელიც მთავარ გვერდზე ნათლადაა გამოტანილი და სხვადასხვა ფერითაა გამოყოფილი.

საინტერესო

ყველა სიახლე საინტერესოში →



21 ივნ. 15:00


სასმელი წყალი ილევა, გვაღება ქალაქებს განადგურებას და გაძრობას გამოიწვევს - ნასსს ვესპერები

ვრცლად

- 21 ივნ. ოკვანებს სადრთხე ემუქრება, ვადარჩენა მხოლოდ მობინადრეთა რვა სახეობას ...
- 21 ივნ. შედეგში ონლაინ-ტესტის საშუალებით, ხუთი წლის განმავლობაში შესაძლო გარ ...
- 21 ივნ. ზენა დავითაშვილმა გარდაცვალებამდე რუსეთის სილიადა და ამერიკის გაქრობა ...
- 21 ივნ. დედამისა გადაშენების ახალ ეტაპში შევიდა - ამერიკელი მეცნიერები
- 21 ივნ. ჩვენ უცხოპლანეტელების მიერ შექმნილ ვირტუალურ სამყაროში ვცხოვრობთ - ნას ...

ყველა სიახლე თავდაცვაში →

- 21 ივნ. თავდაცვის მინისტრი დილიდან სტიქიის ზონაში იმყოფებოდა
- 21 ივნ. თავდაცვის მინისტრი მაშველის დაკრძალვას დაეწერა
- 21 ივნ. თავდაცვის მინისტრი ვიშვარაძის ჰგედის წარმომადგენლებს შეხვდა
- 21 ივნ. შვიარაღებული ძალები სტიქიის ზონის ყველა ობიექტზე მუშაობენ
- 21 ივნ. განმუხდით სამუშაოებში შვიარაღებული ძალების დამატებითი ძალა ჩაერთო



21 ივნ. 21:23


თავდაცვის მინისტრმა მარნეულის საავიაციო ბაზა დაათვალიერა

ვრცლად

ახალი საქაჩიშვილი TV

FM 7.9 რადიო საქართველოს ხმა

სოციალური ქსელი



ეს არ იყო შიგვალეული პარტია "ნაციონალური მოძრაობის" დაგეგმილი - ანრი ბიბინიშვილი

ირაკლი წერეთელი ინტერნეტ მეგობრებს მიმართავს

პოპულარული ტეგები

სტიქია	ბოლბარკი	შს	წყალიდიობა
ლარიბოშვილი	განცხადება	ვეფხვი	მერია
მზური	ლარიბაშვილი	თავდაცვის	ვერე
თბილისი	სამხედრო	პრემიერი	პრეზიდენტი
საგანგებო	ხიდაშელი	ტრაგედია	რუსეთი

საიტს აქვს მენიუს მარტივი სტრუქტურა, რომელიც გასაგებია ნებისმიერი მომხმარებლისთვის.

GE NEWS

კატეგორიები

რეკლამა ჩვენ შესახებ კონტაქტი

2018 FIFA WORLD CUP ANNOUNCEMENT

22 ივნ.

სხის მიღება მედეგები

პოლიტიკა კულტურა სამართალი საზოგადოება სპორტი რელიგია მეცნიერება ანალიტიკა თავდაცვა კონფლიქტები ჯანდაცვა განათლება თბილისი რევიონები ფეხბურთის სიახლეები ტექნოლოგიები საინტერესო აკონომიკა პრესკლები სოციალური ქსელი

GE NEWS

2010-2014 წელიწადის ოქტომბერი დაიწყო

ჩემს მიერ შექმნილ საიტს აქვს გამოკითხვის და ვალუტის კურსის მუდმივად განახლებადი მოდული.

გამოკითხვა **ვალუტა**

რომელ ბანკს ენდობით უფრო მეტად?

- საქართველოს ბანკი
- თიბისი ბანკი
- ლიბერთი ბანკი
- შროკრედიტ ბანკი
- ბანკი რესპუბლიკა
- ქართუ ბანკი
- ბაზისბანკი
- ვითიბი ბანკი ჯორჯია


	2.24	↓
	2.54	↓
	3.56	↓
	0.04	↓
	0.83	↓
	2.15	↓

ხმის მიცემა შედეგები

თითოეულ სიახლეზე გადასვლისას, შეგვიძლია ვნახოთ მსგავსი სიახლეები და სიახლის შემდეგ გვაქვს ამ სიახლესთან თემატურად დაკავშირებული ტეგები, შესაძლებელია facebook კომენტარის დატოვება.

თავდაცვის მინისტრმა მარნეულის საავიაციო ბაზა დაათვალიერა

. 21 ივნისი, 2015 - 21:23



საქართველოს თავდაცვის მინისტრი თინათინ ხიდაშელი მარნეულში საავიაციო ბრიგადას ესტუმრა. მინისტრთან ერთად მარნეულში გენერალური შტაბის უფროსი გენერალ-მაიორი ვახტანგ კაპანაძე და სამხედრო პოლიციის დეპარტამენტის უფროსი სერგო ძაგნიძე იმყოფებოდნენ.

მარნეულის მუნიციპალიტეტში გუშინ მოსულმა ძლიერმა წვიმამ საავიაციო ბრიგადაში არსებული ინფრასტრუქტურის სახურავები დაზიანა. ავიაციისა და საჰაერო ძალების სარდალმა, პოლკოვნიკმა დავით აბრამიშვილმა თავდაცვის უწყების ხელმძღვანელ პირებს ძლიერი წვიმის შედეგად მიყენებული ზიანისა და განხორციელებული სარეაბილიტაციო სამუშაოების შესახებ ინფორმაცია შეაწვდო.

„გამომდინარე იმ დიდი სამუშაოებისა, რომელსაც თავდაცვის სამინისტრო თბილისში, სტიქიის შედეგად დაზარალებულ ტერიტორიებზე ახორციელებს, ქვედანაყოფში ჩათვალეს, რომ ადგილობრივი ძალებით შეეძლოთ ყველაფერს გაშვლავებოდნენ. ამიტომ, გენერალურ შტაბსა და თავდაცვის სამინისტროში დახმარების შესახებ, დამატებითი თხოვნა არ ყოფილა. ადგილზე მიიღოდა შენახა, რომ საფრთხე არ ემუქრებოდა. სახურავები ძალიან მძიმე მდგომარეობაშია და ძლიერი წვიმის შემთხვევაში წვიმისმიერ მომენტში შეიძლება ჩამოვარდეს. ამ საქმეს გენერალური ინსპექცია შეისწავლის.“ - აღნიშნა თავდაცვის მინისტრმა საავიაციო ბრიგადის დათვალიერების შემდეგ.

[ხიდაშელი](#)
[ბაზა](#)
[თავდაცვის](#)
[სავიაციო](#)

Like Share 2 people like this. Be the first of your friends.

Add a comment...

Also post on Facebook Posting as Nino Sukhashvili - [Comment](#)

Facebook social plugin

მსგავსი სიახლეები

14 ივნ	სტიქიის შედეგად დაზარალებული ოჯახებისთვის მიყენებული მატერიალური ზარალის დეტალური აღწერა დაიწყო	16 ივნ	თავდაცვის მინისტრი დილიდან სტიქიის ზონაში იმყოფებოდა
18 ივნ	თავდაცვის მინისტრი მამუელის დაკრძალვას დაესწრო	19 ივნ	თავდაცვის მინისტრი ვიმპერადის ტყეფის წარმომადგენლებს შეხვდა

დინამიურ ვებ გვერდს მუდმივი განახლებისა და მართვისთვის სჭირდება, ადმინისტრაციული მართვის პანელი. მართვის პანელში შესაძლებელია გვერდის მთლიანი სტრუქტურის მართვა, მაგრამ რა თქმა უნდა მომხმარებლის უფლებების

მიხედვით. ადმინისტრატორი ქმნის მომხმარებლებსაც და ანჭებს მათ უფლებებს, თუ რა სახის ინფორმაციაზე შეიძლება ქონდეს წვდომა. ადმინისტრაციული პანელიდან შესაძლებელია სიახლეების, მენიუს, კატეგორიების, გვერდების, მომხმარებლების, გამოკითხვის, ბანერების, ფოტო და ვიდეო გალერეის სრული მართვა.

ნებისმიერ მოდულში არის დამატების,წაშლის, დაბლოკვის,რედაქტირების, სორტირების და ძიების ფუნქცია.

დასკვნა

პროექტის მიზანი იყო შეგვექმნა ვებ გვერდი და გაგვეკეთებინა მისი ოპტიმიზაცია საძიებო სისტემებისათვის მეტი მომხმარებლის მოსაზიდად და გვერდის ცნობადობის გასაუმჯობესებლად. ჩემს მიერ შექმნილი ვებ გვერდი იყენებს PHP, JavaScript, jQuery, Ajax, MySQL ტექნოლოგიებს, გამოყენებულია PHP-ს CodeIgniter ფრეიმვორკი, რომელიც მუშაობს MVC სტრუქტურით. აღსანიშნავია რომ გვერდის ოპტიმიზაციას საძიებო სისტემებისთვის სჭირდება მუდმივი ანალიზი, განახლება და ადაპტაცია უკანასკნელ ცვლილებებთან.

გამოყენებული ლიტერატურა

- სახელწოდება :“Search Engine Land”
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე
- სახელწოდება: “The art of SEO”
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე
- სახელწოდება: GoogleSEO Guide
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე
- სახელწოდება: The Beginner’s Guide to SEO
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე
- სახელწოდება: “seo theory”
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე
- სახელწოდება: “what is seo”
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე
- სახელწოდება:”SEO”
მისამართი: გადასასვლელი ბმულზე