**Теоретические и практические аспекты оценки стоимости сайта**

Автор: Н.А. МАНСУРОВА, к.э.н., доцент кафедры экономики Тверского государственного университета, И.А. МЕТЛИН, студент 2 курса магистратуры факультета прикладной математики и кибернетики Тверского государственного университета

В статье обосновывается необходимость проведения оценки стоимости Интернет-сайта. Представлены основные методы оценки стоимости сайта. Проводится детальный анализ характеристик, влияющих на стоимость Интернет-сайта, выделяются ключевые характеристики.

The article explains the need to assess the value of an Internet site. It examines the basic methods of valuation of a site. It gives a detailed analysis of the characteristics affecting the value of an Internet site, it also highlights the key characteristics.

**Ключевые слова: Интернет-сайт, ТИЦ, PR, контент, домен, CMS, посещаемость, авторитетность.**

**Keywords:** Website, TIC, PR, content, domain, CMS, attendance, authority.

Наличие веб-сайта для организации, бизнесмена является необходимым условием успешной коммерческой деятельности. Сайт является современным рекламным инструментом, который в отличие от традиционных видов рекламы имеет низкие затраты и доступен в любое время независимо от местонахождения посетителя. В процессе функционирования Интернет-сайта, его владелец оценивает насколько целесообразными были затраты на его создание, каково текущее состояние Интернет-ресурса, а также сколько средств можно получить от его продажи. Проведение такой оценки требует объективного расчета стоимости сайта, который осложняется двумя факторами. Во-первых, сайтам характерно непрерывное развитие, во-вторых, большое количество характеристик, оказывающих непосредственное влияние на итоговую рыночную цену сайта.

Анализируя методики оценки стоимости сайта можно выделить два подхода:

1) сайт – это самостоятельный бизнес;

2) сайт – интернет представительство человека или организации.

 При первом подходе к оценке стоимости сайта можно применять методы, которые используются при оценке стоимости бизнеса (имущества), а именно рыночный, затратный и доходный.

Рассмотрим особенности применение этих методов более подробно.

**Рыночный метод или метод прямого сравнения продаж.** Заключается в сравнении оцениваемого объекта (далее – сайта) и сопоставимых, т.е. аналогичных ему по характеристикам, сайтов, относительно недавно проданных на данном рынке услуг. Реальные продажи сайтов можно узнать на бирже сайтов, например, на <http://www.telderi.ru/>, <https://flippa.com> и др. Однако использование данного метода на практике затруднено, так как сравнение сайта с его аналогом является практически невозможным из-за отсутствия возможности найти аналог сопоставляемому сайту;

**Затратный метод или метод учёта затрат** – оценочная стоимость определяется, исходя из затрат на воспроизводство или замещение оцениваемого сайта с учётом устаревания (времени существования сайта в сети, при отсутствии редизайна или доработок сайта). Проблематичность метода заключается в следующем: затраты не всегда эквивалентны рыночной стоимости, несоответствие затрат на приобретение оцениваемого сайта затратам на создание нового точно такого же;

**Доходный метод или метод учёта доходов**  – представление о стоимости как текущем эквиваленте всех ожидаемых чистых доходов, которые оцениваемый сайт при разумном использовании может принести своему собственнику в будущем с учётом времени поступления доходов и риска, связанного с их получением [6]. Данный метод является совершенно неподходящим для вариантов, когда сайт не приносит его владельцу практически никаких доходов (получение заработка не является одной из целей) ввиду, например, тематики сайта, однако это не означает, что стоимость сайта будет низкой, так как на сайте может присутствовать очень много уникального контента и т.д.

Если для оценки стоимости сайта используется один из выше рассмотренных методов, то следует придерживаться правил, применяемых при оценке имущества. Во-первых, для расчета стоимости используются все три метода, один считается базовым, два других необходимы для корректировки полученных результатов. Во-вторых, с даты проведения оценки до даты совершения сделки должно пройти не более 6 месяцев.

При втором подходе к оценке стоимости сайта должны учитываться количественные и качественные характеристики, присущие только сайтам: качество изготовления ресурса, уникальность и качество текстового содержимого, дизайна, количества различных дополнений и структурных составляющих Интернет-сайта и др. (рис.1).



Рисунок 1 – Качественные и количественные характеристики сайта

Рассмотрим перечень характеристик, влияющих на итоговую рыночную цену Интернет-ресурса, более подробно:

**1. Имя домена**

Домен – это имя сайта в Интернете. Доменное имя играет заметную роль в формировании стоимости сайта. Как известно, доменное имя может быть самостоятельным товаром. Существуют аукционы, на которых продают доменные имена. И порой стоимость таких лотов достигает миллионов долларов [10].

Рассмотрим более подробно важные параметры домена:

* наличие ключевых слов в домене;

*Наличие ключевых слов.* Наличие ключевых слов в имени домена, соответствующих тематике сайта, значительно повышает цену сайта. Это объясняется тем, что поисковые системы такие, как yandex, google и т.д., сравнивая сайт, доменное имя которого соответствует поисковому запросу пользователя, с сайтом-аналогом, не имеющим ключевого слова в домене, в списке выдачи поставят первый сайт выше второго. Также продуманное доменное имя, содержащее в себе название услуги, товара будет способствовать более успешному привлечению пользователей на сайт в offline-среде: люди гораздо лучше запоминают красивые, логичные, лаконичные названия сайтов.

Брендовые домены, к примеру, microsoft.com, либо короткие и запоминающиеся вроде mp3.com могут стоить десятки тысяч долларов. Домен, в котором нет смысла, как abxsd.com может стоить долларов 20 даже с ТИЦ 10 и возрастом более полугода [4].

*Количество символов в доменном имени*, написание домена. Ранее уже было сказано, что наличие ключевых слов в домене является позитивным фактором для сайта. Однако необходимо также, чтобы при этом название сайта не было длинным, было удобным для написания, не содержало дефисов

*Доменная зона.* Лучше всего, если домен расположен в зоне .RU, эта зона уважается Яндексом, наиболее популярным поисковиком в Рунете, а также заложена в сознании людей. Если человек запомнит название вашего домена, а потом начнет сомневаться, в какой зоне он находится, то первым делом напишет .RU. Доменная зона .COM также является очень популярной, но она больше предназначена для англоязычных, соответственно цена регистрации и продления в этой доменной зоне будет выше.

Длинные доменные имена и редко встречающиеся домены, например, .INFO, .BIZ имеют низкий уровень доверия со стороны Интернет-пользователей. В доменной зоне .ORG предназначена большей частью для размещения некоммерческих и благотворительных организаций, .FM отлично подходит для сайтов радиостанций, для телевизионных каналов .TV.

*Возраст домена.*Возраст доменного имени является очень важным показателем при покупке сайта. Старые домены стоят гораздо больше новых. Чем больше возраст домена, тем более надежными он будет считаться поисковиками. Соответственно наличие качественного контента на сайте также является более вероятным. Дату регистрации домена можно легко проверить, например, с помощью сервиса <http://www.whois-service.ru>. При покупке сайта желательно, чтобы возраст домена был не менее одного года.

Преимуществом старых доменов можно назвать старые обратные ссылки и уже существующий PR страниц. Несмотря на то, что вашему новому контенту старые ссылки могут быть не релевантны, они, однако, дают некоторый показатель авторитетности [2].

**Тематика сайта.** Очень важной характеристикой является тематика сайта: количество привлеченных посетителей на коммерческих сайтах может быть в десять и более раз меньше, чем на развлекательных порталах и являться более ценным, так как конкуренция в коммерческой среде гораздо более сильная.

Сайты коммерческой ниши ценятся гораздо выше развлекательной. Более узконаправленные сайты, имеющие свою конкретную аудиторию, будут цениться еще выше.

**Дизайн сайта.** Дизайн не является очень важным фактором при оценке стоимости сайта. Сайты, имеющие стандартный шаблон, ценятся хуже, чем с уникальным, оригинально прорисованным дизайном. Чем красивее и понятнее дизайн, тем выше может быть цена, но не очень значительно [3].

**Потенциал сайта.** Очень многие владельцы Интернет-сайтов не уделяют своим веб-ресурсам достаточно внимания, времени. Иногда несколько внедренных, продуманных мер, не требующих высоких финансовых и трудозатрат, могут значительно увеличить размер приносимой прибыли.

Потенциал развития сайта играет большую роль при оценке стоимости сайта. Сайт, не приносящий на настоящее время прибыль, можно продать по хорошей цене, если грамотно представить потенциальным покупателям, как за счет имеющихся посетителей и других важных характеристик сайта является возможным увеличение прибыли, какие открываются долгосрочные перспективы.

**Авторитетность, стабильность, рентабельность сайта.** Сайты, возраст которых более трех лет являются авторитетными. Такие сайты обычно имеют довольно качественный контент, высокую посещаемость, являются более надежными для рекламодателей. Данные сайты очень часто имеют стабильную прибыль, не требуют больших трудозатрат. Наличие динамики, свидетельствующей о постоянном росте прибыли от веб-ресурса будет являться несомненным плюсом. Такие сайты при продаже будут иметь высокую цену.

**Контент сайта.** При оценке контента сайта оценивают его наличие и качество. Тексты должны совпадать с тематикой сайта. Особенно важно, чтобы контент был уникальным или казался таковым поисковым системам. В первом случае имеется в виду копирайт, а ступенькой ниже идет рерайт и сканированные тексты. Наименее ценным для «копилки» стоимости сайта будет использование копипаста, генерации, синонимайза и тому подобных способов наполнения сайта [9].

Плюсом для сайта является наличие рисунков, фотографий, мультимедийных файлов (видео и музыка). Это повышает привлекательность данного Интернет-ресурса для пользователей.

**Тип сайта.** Сайт может быть простым, статичным сайтом-визиткой, корпоративным сайтом, интернет-магазином или крупным интернет-порталом, который может ежедневно обслуживать сотня человек. Чем более сложный тип сайта, больше функциональность, тем выше будет его стоимость.

**Технические характеристики сайта, применяемые технологии, программное обеспечение.** Данный фактор включает очень много параметров, перечислим лишь некоторые:

- язык программирования (желательно, чтобы сайт был написан на одном из современных языков программирования, что уменьшит проблемы с его обновлением, внедрение необходимых модулей и т.д.);

- система управления сайтом (CMS) (является необходимой составляющей для управления динамических сайтов. Здесь важно учитывать бесплатная ли версия CMS стоит на сайте и насколько сложной она является в использовании. Наиболее удобными являются следующие CMS: Wordpress, HostCms, Bitrix. Больше всего проблем обычно бывает, если приходится работать в Joomla, Drupal, а также многими редкими CMS, для которых может практически отсутствовать нормальная документация и техническая поддержка);

- средняя скорость загрузки страниц сайта (в первую очередь, для любого посетителя сайта, а, следовательно, и для владельца сайта, важна скорость загрузки главной страницы сайта. Развитие Интернет-технологий происходит крайне неравномерно в регионах РФ, поэтому многие пользователи могут не иметь достаточно скорости для быстрой загрузки крупных порталов. Ожидание полной загрузки страницы не должно превышать 5-10 сек., иначе это неизбежно будет сказываться на посещении Интернет-ресурса);

- наличие версий сайта на английском и других иностранных языках (наличие версий сайта на английском и других иностранных языках необходимо, если целью ставится посещение сайта людьми со всего мира);

- наличие версии сайта, адаптированной для просмотра на мобильных устройствах (мобильных телефонах, планшетах и т.д.) (сегодня развитие компактных устройств: смартфонов, планшетов и т.д. только набирает обороты. Если добавить к этому постоянное увеличение количества точек в городах с бесплатным Wi-Fi Интернетом, а также рост скорости мобильного Интернета и снижение на него расценок, то становится очевидным, что наличие оптимизированной мобильной версии сайта является необходимостью в долгосрочной перспективе);

- прочие характеристики.

Если продавец сможет гарантировать, что вопросы программного обеспечения сайта не будут являться препятствием для покупателя и совершения сделки, то владелец имеет право повысить цену сайта [6].

**Стоимость обслуживания сайта.** Важным фактором для потенциального покупателя является количество людей, финансовых, временных затрат для полноценного функционирования Интернет-сайта. Очень часто огромные популярные порталы требуют ежедневного обслуживания большого количества персонала. Если этим пренебречь, то посещаемость, прибыль, резко уменьшатся, техническая поддержка сайта станет невозможной. Таким образом, очевидным является факт, что сайты, не требующие постоянного обслуживания и привлечения больших объемов инвестиций, являются более дорогостоящими.

**Заработок сайта.** Существует множество методов заработка на сайте. Самыми распространенными являются следующие:

* контекстная реклама;
* баннерная реклама;
* медийная реклама;
* тизерная реклама;
* продажа вечных ссылок;
* продажа инфо-товаров;
* партнерские программы;
* рекламные статьи [3].

**Посещаемость сайта.** Высокая посещаемость Интернет-ресурса заметно поднимает его стоимость. Это связано с тем, что посещаемость напрямую связана с привлекательностью сайта для рекламодателей, а, следовательно, влияет на размер получаемых доходов.

**ТИЦ.** ТИЦ – это тематический индекс цитирования системы Яндекс, по которому определяют так называемую «авторитетность» сайтов. При этом, как и научный индекс цитирования, рассматриваемый ТИЦ позволяет оценить значимость веб-сайтов не только по количеству ссылок на них, но и по их качеству (или «весу»), которое рассчитывается по специально разработанному алгоритму Яндекса [13].

Величина индекса определяется количеством ссылок на этот труд (или фамилию) в других источниках. Однако для действительно точного определения значимости научных трудов важно не только **количество** ссылок на них, но и **качество** этих ссылок. Так, на работу может ссылаться авторитетное академическое издание, популярная брошюра или развлекательный журнал. Значимость у таких ссылок разная [12].

Поисковая система Яндекс на сегодняшний день наиболее популярна у российских пользователей и коммерческих организаций, которые используют в своем бизнесе возможности интернета, поэтому ее ТИЦ играет одну из первостепенных ролей в погоне за новыми пользователями и посетителями сайтов, потенциальными покупателями и реальными клиентами и просто благодарными и верными читателями [13].

Интернет-сайты, возраст которых от одного до пяти лет, имеющие качественные обратные ссылки с тематических сайтов, могут стоить приблизительно следующую цену в зависимости от величины своего ТИЦ:

- ТИЦ 10-20 – от 3-5 тыс. руб.;

- ТИЦ 20-40 – от 10 тыс. руб.;

- ТИЦ 40-60 – от 20 тыс. руб.;

- ТИЦ 60-100 – от 40 тыс. руб.;

- ТИЦ 100-200 – от 70-80 тыс. руб.;

- ТИЦ 200-500 – от 150-200 тыс. руб.;

- ТИЦ >500 – от 300-400 тыс. руб.

**PR.** PR (аббревиатура от второй части словосочетания Google PageRank) – это величина, которая характеризует авторитетность страницы для поисковой системы Google. величина PR рассчитывается не для всего сайта в целом, а для каждой его страницы отдельно, поэтому в итоге разные страницы одного сайта могут иметь разный PR [1].

Зависит PR от того, сколько существует ссылок на эту страницу (также важно, каков «вес» ссылки, ведет она с достаточно авторитетного ресурса или нет). Значение PR может быть варьировать от одной единицы до десяти. В среднем, хорошо раскрученный сайт имеет уровень PR, равный 4-5. Если значение PR доходит до цифры 6, то это признак очень высокой популярности сайта и грамотности тех, кто его продвигает. Все значения PR выше 6 фактически недостижимы для индивидуальных проектов, похвастаться ими могут только «монстры» типа самого Google, или, например, сайты Microsoft, Adobe, Википедия. Отображается PR дробной величиной (например, 2/10 или даже 0/10) [1].

Таким образом, детально проанализировав характеристики, влияющие на стоимость сайта, можно выделить наиболее ключевые стороны Интернет-ресурса, на которые необходимо обратить внимание при купле-продаже.

Оценка стоимости сайта путем учета его характеристик реализована множеством существующих онлайн-сервисов, позволяющих оценить стоимость сайта на основе базовых количественных характеристик (посещаемость ресурса, индекс цитируемости и т.д.).

Приведем несколько примеров автоматических систем подсчета:

1) Популярный онлайн-калькулятор, который используется на крупнейшей площадке купли-продажи доменов и сайтов "Telderi" – <http://cost.telderi.ru/> (рис. 2).



Рисунок 2 – Главная страница сайта <http://cost.telderi.ru/> [5]

Очень простой в пользовании сервис, но требует ввода некоторых показателей: тематика сайта, общий доход в месяц, чистая прибыль в месяц, число посетителей сайта в день, число просмотров страниц сайта в день. Данная информация для владельца сайта является доступной. После ввода всех показателей получаем предварительную оценку.

2) Онлайн-калькулятор <http://costmysite.ru/> (рис. 3). На этом ресурсе вводить ничего не требуется. Программа подсчитает и выдаст примерную цену.



Рисунок 3 – Главная страница сайта <http://costmysite.ru/> [11]

3) Онлайн-калькулятор на сайте <http://www.cy-pr.com/> (рис. 4). В данном калькуляторе стоимость сайта автоматически рассчитывается на основе следующих характеристик:

- Google PageRank (PR);

- Yandex ТИЦ (CY);

- количество проиндексированных страниц в поисковых системах Яндекс и Гугл;

- наличие в каталогах Яндекс и Dmoz;

- наличие внешних ссылок на сайт;

- посещаемость сайта.



Рисунок 4 – Главная страница сайта <http://www.cy-pr.com/price/>[7]

Используя данные автоматические системы подсчета стоимости сайта, следует помнить, что ни один калькулятор не способен дать даже более-менее корректных результатов оценки, так как большая часть характеристик сайта, перечисленных выше, в них не учитывается.

Число учитываемых характеристик при проведении оценки стоимости сайта зависит от требуемой точности оценки, цели оценки (исследова­ния), знаний и опыта специалистов, проводящих оценку и других внешних факторов. При этом необходимо помнить, что стоимость сайта определяется только теми его характеристиками, которые представляют заметный интерес для покупате­ля, а также способствуют удовлетворению конкретной обществен­ной потребности.

Авторами была проведена оценка стоимости сайта с помощью описанных в статье методов и онлайн-калькуляторов на примере сайта <http://www.vzletmedia.com/>. Результаты приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка стоимости сайта <http://www.vzletmedia.com/>

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Метод оценки  | Характеристики | Стоимость |
| Затратный | Суммарные затраты на создание, развитие, функционирование сайта | 80000-100000 руб. |
| Доходный | Предполагаемый доход от сайта за 1-2 года | 100000-200000 руб. |
| Автоматическая система подсчета стоимости сайта <http://www.cy-pr.com/price/> | * Google PageRank (PR)
* Yandex тИЦ (CY)
* Количество проиндексированных страниц в поисковых системах Яндекс и Гугл
* Наличие в каталогах Яндекс и Dmoz
* Внешние ссылки на сайт
* Посещаемость сайта
* Возможный доход сайта
 | $354 |
| Автоматическая система подсчета стоимости сайта <http://cost.telderi.ru/>  | * Тематика сайта
* Общий доход, руб. (в месяц)
* Чистая прибыль, руб. (в месяц)
* Посетителей (в день)
* Просмотров (в день)
* SEO-параметры
 | от 33864 до 65848 руб. |
| Автоматическая система подсчета стоимости сайта <http://mysitecost.ru/>  | * Посещаемость сайта
* Информация о домене
* Возможный доход сайта
* Google PageRank (PR)
* Yandex тИЦ (CY)
* Безопасность сайта
* Наличие в каталогах
* Наличие в социальных сетях
* Информация о хостинге и CMS
 | $1,093 |

Результаты стоимости сайта на примере сайта <http://www.vzletmedia.com/>, полученные по различным методам, являются сильно дифференцированными, что свидетельствует, с одной стороны, о чрезвычайной важности и сложности про­блемы оценки стоимости сайта, а с другой стороны – о незавершенности методологической про­работки и необходимости дальнейших исследований. Для решения этой проблемы, авторы статьи, рассмотрели всю совокупность факторов, оказывающих в той или иной степени влияние на стоимость сайта, чтобы в дальнейшем сформировать систему показателей и разработать авторскую методику оценки стоимости сайта.

**Список литературы**

# PR и ТИЦ: влияние параметров ТИЦ и PR на продвижение сайта, методы их увеличения / Комплексное, качественное продвижение сайтов в сети Интернет. – Электрон. дан. – [Б.м., 2014]. – Режим доступа: [http://seolinks.ru/статьи/влияние-параметров-тиц-и-pr-на-продвижение-сайта](http://seolinks.ru/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/%D0%B2%D0%BB%D0%B8%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B2-%D1%82%D0%B8%D1%86-%D0%B8-pr-%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B0) – Загл. с экрана.

1. Домены и SEO: Часть 1 / Реклама сайтов, раскрутка сайтов. – Электрон. дан. – [Б.м., 2013]. – Режим доступа: [http://www.index-promo.ru/domain1.htm#.VGnpGp-z6RY](http://www.index-promo.ru/domain1.htm%22%20%5Cl%20%22.VGnpGp-z6RY) – Загл. с экрана.
2. Как оценить стоимость сайта / Как можно заработать в интернете деньги. – Электрон. дан. – [Б.м., 2013]. – Режим доступа: <http://vse-vklycheno.ru/vedenie-blog/kak-ocenit-stoimost-sajta.html> – Загл. с экрана.
3. Как рассчитать стоимость сайта / inq-brc.ru. – Электрон. дан. – [Б.м., 2013]. – Режим доступа: <http://inq-brc.ru/index.php/ugol-prog/1635-raschitat-stoimost-saita> – Загл. с экрана.
4. Калькулятор стоимости сайтов / Биржа сайтов и доменов "Телдери". – Электрон. дан. – [Б.м., 2014]. – Режим доступа: <http://cost.telderi.ru> – Загл. с экрана.
5. Оценка стоимости сайта / Rezonans.ru. – Электрон. дан. – [Б.м., 2012]. – Режим доступа: <http://www.rezonans.ru/prodat-sayt/informaciya/ocenka-stoimosti-sayta.html> – Загл. с экрана.
6. Оценка стоимости сайта / Анализ сайта, проверка тИЦ и PR, позиции в Яндекс и Google. – Электрон. дан. – [Б.м., 2015]. – Режим доступа: <http://www.cy-pr.com/price/> – Загл. с экрана.
7. Оценка стоимости сайта / Жизнь веб-мастера. – Электрон. дан. – [Б.м., 2013]. – Режим доступа: <http://life-webmaster.ru/poleznye-programmy/ocenka-stoimosti-sajta.html> – Загл. с экрана.
8. Оценка стоимости сайта / Создать веб сайт бесплатно. – Электрон. дан. – [Б.м., 2013]. – Режим доступа: <http://www.wellsait.ru/paice_site.php> – Загл. с экрана.
9. Продажа сайтов / vashshop.com/ – Электрон. дан. – [Б.м., 2014]. – Режим доступа: <http://vashshop.com/salesite/vliyanie-domennogo-imeni-na-stoimost-sajta.html> – Загл. с экрана.
10. Сколько стоит сайт – оценка онлайн / CostMySite.ru – оценка стоимости. – Электрон. дан. – [Б.м., 2015]. – Режим доступа: <http://costmysite.ru/> – Загл. с экрана.
11. Что такое ТИЦ / Яндекс. – Электрон. дан. – [Б.м., 2014]. – Режим доступа: <http://help.yandex.ru/catalogue/citation-index/tic-about.xml> – Загл. с экрана.
12. Что такое ТИЦ Яндекса и на что он влияет / Поисковая оптимизация сайта и раскрутка сайта в поисковых системах от фирмы IFBM. – Электрон. дан. – [Б.м., 2014]. – Режим доступа: <http://www.ifbm.ru/issues/tic.html> – Загл. с экрана.