

УДК 004.738

https://doi.org/10.33619/2414-2948/126/17

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-САЙТА

©Эргешов Т. А., ORCID: 0009-0001-6077-170X, Ошский государственный университет,
г. Ош, Кыргызстан, tilek120783@gmail.com

©Кыргызбаева Б. С., ORCID: 0009-0004-3865-3733, Ошский государственный университет
г. Ош, Кыргызстан, begimaiikyrgyzbaeva@gmail.com

©Кэ Минг, Ошский государственный университет, г. Ош, Кыргызстан, 903380520@qq.com

©Кадырова А. С., ORCID: 0009-0008-9951-4955, Ошский государственный педагогический
университет, г. Ош, Кыргызстан, kadyrova1995kg@icloud.com

KEY ASPECTS OF WEBSITE DEVELOPMENT

©Ergeshov T., ORCID: 0009-0001-6077-170X, Osh State University,
Osh, Kyrgyzstan, tilek120783@gmail.com

©Кыргызбаева Б., ORCID: 0009-0004-3865-3733, Osh State University,
Osh, Kyrgyzstan, begimaiikyrgyzbaeva@gmail.com

©Ke Ming, Osh State University, Osh, Kyrgyzstan, 903380520@qq.com

©Kadyrova A., ORCID: 0009-0008-9951-4955, Osh State Pedagogical University,
Osh, Kyrgyzstan, kadyrova1995kg@icloud.com

Аннотация. В условиях ускоренной цифровизации экономики и общества корпоративные веб-сайты претерпевают фундаментальные изменения, трансформируясь из статичных информационных витрин в интеллектуальные центры управления взаимодействием с клиентами. В данной статье исследуется эволюция роли веб-сайтов как ключевого элемента цифровой стратегии организаций. Анализируются современные тенденции, включая интеграцию технологий искусственного интеллекта, переход к персонализированному контенту и изменение поведенческих паттернов пользователей в условиях роста «поисков с нулевым кликом». Особое внимание уделяется вызовам, связанным с фрагментацией поисковых запросов и необходимостью адаптации сайтов к новым реалиям цифровой среды. В работе представлены результаты анализа статистических данных о снижении органического трафика и изменениях в кликабельности поисковых результатов, а также предложены стратегические подходы к повышению эффективности веб-присутствия компаний. Делается вывод о том, что в современную эпоху сайт становится не просто цифровым активом, а динамически адаптируемой экосистемой, интегрированной с CRM-системами, аналитическими платформами и инструментами искусственного интеллекта.

Abstract. In the context of the accelerating digitalization of the economy and society, corporate websites are undergoing fundamental changes, transforming from static informational showcases into intelligent hubs for managing customer interactions. This article examines the evolution of the role of websites as a key element of an organization's digital strategy. It analyzes current trends, including the integration of artificial intelligence technologies, the shift toward personalized content, and changes in user behavioral patterns amid the growth of "zero-click searches." Particular attention is given to the challenges associated with the fragmentation of search queries and the need for websites to adapt to the new realities of the digital environment. The paper presents the results of an analysis of statistical data on the decline in organic traffic and changes in the click-through rates of search results, and proposes strategic approaches to improving the effectiveness of companies' web presence. It concludes that in the modern era, a website is no longer merely a digital asset, but a dynamically

adaptable ecosystem integrated with CRM systems, analytics platforms, and artificial intelligence tools.

Ключевые слова: цифровая трансформация, веб-сайт, искусственный интеллект, пользовательский опыт, персонализация контента, SEO, поиск с нулевым кликом, цифровой маркетинг, управление веб-ресурсами.

Keywords: digital transformation, website, artificial intelligence, user experience, content personalization, SEO, zero-click search, digital marketing, web resource management.

За последние два десятилетия функциональное назначение корпоративных веб-сайтов претерпело кардинальную трансформацию. Если в начале 2000-х годов наличие сайта рассматривалось как конкурентное преимущество и выполняло преимущественно функцию «цифровой визитки», то к середине 2020-х годов ситуация принципиально изменилась. Согласно данным «Опоры России», сегодня корпоративный сайт имеют 100% компаний крупного бизнеса, 93% среднего и 89% малого [1-5].

Это свидетельствует о том, что веб-присутствие стало безусловным стандартом ведения бизнеса. Однако параллельно с универсализацией веб-технологий возник парадокс: доступность конструкторов сайтов и шаблонных решений привела к стандартизации цифрового ландшафта, создав феномен «диджитал-степи» — множества однотипных, предсказуемых ресурсов, теряющих способность эффективно конвертировать посетителей в клиентов [1].

В этих условиях особую актуальность приобретает исследование новых ролей и функций веб-сайтов в эпоху цифровой трансформации. Целью настоящей статьи является анализ эволюции роли веб-сайтов как инструмента цифровой стратегии организаций и выявление ключевых направлений их развития в условиях технологических изменений 2024–2025 годов.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов в области цифрового маркетинга и управления веб-ресурсами. В частности, были рассмотрены концепции маркетинга взаимодействия, подчеркивающие необходимость перехода от транзакционных моделей к системам адаптивного двустороннего взаимодействия с потребителями [4].

Эмпирическую базу составили данные аналитических отчетов исследовательских компаний, включая статистику поисковых систем и поведенческие метрики пользователей за 2024–2025 годы. В работе использованы методы сравнительного анализа, систематизации и обобщения эмпирических данных, а также контент-анализ публикаций профильных изданий.

Анализ литературных источников позволяет выделить несколько последовательных этапов эволюции корпоративных веб-сайтов. Первый этап (конец 1990-х – середина 2000-х) характеризовался доминированием статичных страниц с контактной информацией и описанием услуг. Второй этап (середина 2000-х – середина 2010-х) ознаменовался развитием CMS-систем и превращением сайтов в многофункциональные «комбайны», объединяющие функции PR-площадок, интернет-магазинов и корпоративных блогов. Третий этап (середина 2010-х – начало 2020-х) связан с распространением конструкторов сайтов и шаблонных решений, что привело к унификации дизайна и снижению уникальности цифровых ресурсов [1].

Современный этап, начавшийся в 2023–2024 годах, характеризуется переходом к концепции «интеллектуальных сайтов». Как показывают исследования, внедрение технологий

искусственного интеллекта в веб-разработку позволяет достичь роста конверсии до 20% и повышения запоминаемости бренда на 70% [1].

Это достигается за счет персонализации пользовательского опыта в реальном времени: ИИ-алгоритмы анализируют цифровой след посетителя и динамически формируют релевантный контент, адаптируя интерфейс под конкретные задачи пользователя. Важным фактором, влияющим на роль веб-сайтов, становится изменение поискового поведения пользователей. Согласно данным за 2025 год, 27,2% поисковых запросов в США не приводят к кликам, причем в новостном поиске этот показатель достигает почти 69% (<https://clc.li/fKCFq>).

Внедрение Google AI Overviews (обзоров на основе искусственного интеллекта) привело к снижению среднего показателя кликабельности (CTR) на 8,9%, а для небольших тематических сайтов потери трафика достигают 70% (<https://clc.li/fKCFq>).

Данная тенденция, получившая название «поиск с нулевым кликом», создает экзистенциальный вызов для традиционных бизнес-моделей, основанных на привлечении трафика через поисковые системы. Пользователи получают ответы непосредственно на странице результатов поиска, что снижает необходимость перехода на веб-сайты. В этих условиях сайты рискуют превратиться из пунктов назначения в простые источники данных для систем искусственного интеллекта (<https://clc.li/fKCFq>).

Ответом на указанные вызовы становится трансформация подходов к управлению веб-ресурсами. Исследование Т. Направского предлагает адаптивную стратегическую модель управления веб-сайтами, в которой ключевыми факторами эффективности выступают безопасность и функциональность, а отсутствие структурированного управления веб-ресурсами приводит к операционным неэффективностям и снижению конкурентоспособности [2].

Практическая реализация данной модели предполагает:

-Интеграцию сайтов с корпоративными информационными системами (CRM, ERP), превращающую их в центральные узлы цифровой инфраструктуры. Согласно прогнозам Gartner, к 2030 году более 80% компаний среднего и крупного бизнеса будут использовать сайты именно в таком качестве.

-Внедрение интеллектуальных систем маршрутизации и генерации контента. Представленная А.В. Пинчуком система Better Page Builder на основе многоязычного трансформера TOBIAS (TOBiT) демонстрирует возможность автоматического создания и отбора улучшенных версий веб-страниц с учетом как семантической точности, так и прогнозируемых рекламных метрик [4].

-Фокус на пользовательском опыте и доступности. Ключевыми факторами восприятия веб-порталов остаются простота доступа, удобство использования и достоверность данных [3, 5].

Несмотря на активное развитие социальных сетей и мессенджеров, эксперты прогнозируют сохранение ключевой роли корпоративных сайтов как элементов цифровой идентичности. Как отмечает Ю. Гизатуллин, основатель Tiquit, «еще десять лет назад сайт был каналом продаж. Сегодня — это показатель зрелости компании, аналог современного офиса или визитной карточки» (<https://clc.li/DIsUI>).

Социальные сети, хотя и обеспечивают широкий охват, создают зависимость от алгоритмов платформ и ограничивают контроль над контентом и аналитикой. Сайт же остается цифровым активом, полностью контролируемым компанией, что особенно важно для B2B-сегмента, девелопмента, образования и консалтинга, где доверие к бренду играет решающую роль.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы о роли веб-сайтов в условиях цифровой трансформации:

Эволюция веб-сайтов прошла путь от статичных информационных страниц к интеллектуальным адаптивным системам, интегрирующим технологии искусственного интеллекта для персонализации пользовательского опыта.

Современные вызовы, связанные с ростом «поисков с нулевым кликом» и фрагментацией поисковых запросов, требуют пересмотра традиционных стратегий привлечения трафика и переориентации на создание уникального ценного контента, востребованного как пользователями, так и системами искусственного интеллекта.

Эффективное управление веб-ресурсами в современных условиях предполагает внедрение адаптивных стратегических моделей, сочетающих технологические инновации, безопасность и ориентацию на пользовательский опыт [6, 7].

Корпоративный сайт сохраняет значение ключевого элемента цифровой идентичности бренда, выполняя функции репутационного позиционирования, конверсии и управления данными, недоступные в полном объеме на сторонних платформах.

Перспективы дальнейших исследований связаны с разработкой методик оценки эффективности интеллектуальных веб-систем и изучением влияния генеративных нейросетей на поведение пользователей в цифровой среде.

Благодарности: Авторы выражают признательность коллегам по кафедре информационных технологий Кыргызского государственного университета имени И. Арабаева за ценные замечания и рекомендации при подготовке данной статьи.

Список литературы:

1. Бакланов К. А. Использование искусственного интеллекта (ИИ) для автоматизации задач SEO в продвижении веб-сайта компании // Современные технологии управления. 2024. №2 (106). С. 2.
2. Naprawski T. Towards an Adaptive Strategic Model for Website Management in the Era of Digital Transformation // European Research Studies Journal. 2025. V. 28. №4. P. 511-530.
3. Murphy A., Ollerenshaw A. Digital data and practice change: the impact of innovative web portals on user knowledge building and decision-making processes // Online Information Review. 2023. V. 47. №4. P. 732-748. <https://doi.org/10.1108/OIR-08-2021-0403>
4. Пинчук А. В. Интеллектуальная система оптимизации маршрутизации веб-страниц как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга // Проблемы современной экономики. 2025. № 3 (95). С. 230-231.
5. Браун И. Веб-разработка с применением Node и Express. Полноценное использование стека JavaScript. СПб.: Питер, 2017. 336 с.
6. Шабанов А. П. Инновационное управление цифровыми платформами в экономике знаний // Системы управления, связи и безопасности. 2018. №3. С. 106-135.
7. Малашук Е. В. Влияние искусственного интеллекта на трансформацию сферы веб-дизайна // Актуальные исследования. 2023. №39 (169). С. 17-23.

References:

1. Baklanov, K. A. (2024). Ispol'zovanie iskusstvennogo intellekta (II) dlya avtomatizatsii zadach SEO v prodvizhenii veb-sajta kompanii. *Sovremennye tekhnologii upravleniya*, (2 (106)), 2. (in Russian).

2. Naprawski, T. (2025). Towards an Adaptive Strategic Model for Website Management in the Era of Digital Transformation. *European Research Studies Journal*, 28(4), 511-530.
3. Murphy, A., & Ollerenshaw, A. (2023). Digital data and practice change: the impact of innovative web portals on user knowledge building and decision-making processes. *Online Information Review*, 47(4), 732-748. <https://doi.org/10.1108/OIR-08-2021-0403>
4. Pinchuk, A. V. (2025). Интеллектуальная система оптимизации маршрутизации веб-страниц как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга. *Проблемы современной экономики*, (3 (95)), 230-231. (in Russian).
5. Braun, I. (2017). Веб-разработка с применением Node и Express. Полноценное использование стека JavaScript. St. Petersburg. (in Russian).
6. Shabanov, A. P. (2018). Innovatsionnoe upravlenie tsifrovymi platformami v ekonomike znaniy. *Sistemy upravleniya, svyazi i bezopasnosti*, (3), 106-135. (in Russian).
7. Malashuk, E. V. (2023). Vliyanie iskusstvennogo intellekta na transformatsiyu sfery veb-dizajna. *Aktual'nye issledovaniya*, (39 (169)), 17-23. (in Russian).

Поступила в редакцию
19.03.2026 г.

Принята к публикации
25.03.2026 г.

Ссылка для цитирования:

Эргешов Т. А., Кыргызбаева Б. С., Кэ Минг, Кадырова А. С. Основные аспекты разработки веб-сайта // Бюллетень науки и практики. 2026. Т. 12. №5. С. 156-160. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/126/17>

Cite as (APA):

Ergeshov, T., Кыргызбаева, Б., Ке, Ming, & Kadyrova, A. (2026). Key Aspects of Website Development. *Bulletin of Science and Practice*, 12(5), 156-160. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/126/17>