

ВЕБ-АНАЛИТИКА

Рассматривается схемная реализация модифицированной физически неклонированной функции типа ар-битр. Предлагается использование четырёх триггеров для повышения достоверности PUF.

ВВЕДЕНИЕ

Не многие люди знают, что именно можно извлечь из статистики сайта, кроме количества посещений и, иногда, источников посетителей. Но, современные системы сбора информации предоставляют намного больше возможностей для подсчета, обработки и анализа данных посещаемости. Их даже начали иначе называть: «инструменты веб-аналитики»!

I. АНАЛИЗ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ

Благодаря результатам анализа статистики сайта можно увеличить прибыль, выбрать правильное направление развития или найти новые источники клиентов. Как только заканчивается работа по разработке сайта, работа маркетологов только начинается: циклический анализ, оптимизация и тестирование. Анализ поведения пользователей на сайте позволяет использовать из рекламный бюджет наиболее эффективно[1].

Перед тем, как анализировать данные статистики, нужно понимать, как они были собраны, какие из них могут быть неточными, и почему. Что же сервер может узнать о пользователе?

- Прежде всего, его ip-адрес. Он обычно используется лишь для одной цели: узнать регион, из которого пользователь выходит в интернет.
- Адрес страницы, которую посещает пользователь.
- Адрес страницы, с которой пользователь перешел на текущую.
- Точное время запроса.
- «Cookie»

Есть три основных вида систем статистики.

- «пассивная», основана на анализе серверных логов — записей о запросах, совершенных на сервер.
- «дополнительный код» который осуществляет запрос к внешнему серверу статистики.
- «JavaScript» скрипт который осуществляет запрос к собственной бд сайта.

Зубович Владимир Михайлович, студент 4 курса факультета информационных технологий и управления Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники, moraviin@mail.com.

Научный руководитель: Захарьев Вадим Анатольевич, доцент кафедры систем управления Белорусского государственного университета, кандидат технических наук, zahariev@bsuir.by.

II. ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ

Данные собранные с сайтов преобразуются в следующие метрики.

- Просмотры страниц - считает количество загрузок тела страницы в браузер пользователя.
- Посетители - анализ всех записанные просмотры страниц и попытка определить, какие из них были произведены из одного браузера.
- Визиты – каждый пользователь может совершить один или несколько визитов на сайт.
- География - система статистики присваивает каждому пользователю регион на основе ip адреса.
- Браузеры - сервер определяет, какой браузер стоит у клиента.
- Источники перехода - браузер сообщает серверу, с какой страницы пользователь нажал на ссылку, чтобы очутиться на текущей странице.
- Время на сайте - время, которое пользователь провел на сайте.

III. ВЫВОДЫ

В ходе проведенной работы был проведен обзор сбора данных в системах веб-аналитики, рассмотрены различные виды систем веб-аналитики, данные которые способны собрать система, инструментарии для проведения анализа. Исходя из проведенной работы, очевидно, что веб-аналитика – технология активно развивающаяся и идеально подходит для решения многих задач по увеличению эффективности работы средств вкладываемых в веб-проекты.

1. Habr [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/66923/> – Дата доступа: 14.03.2019