

## 15. РОЛЬ ВЕБ-АНАЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ: АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Белють Е.Е., Трибушевская Е.Л.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Архипова Л.И. — канд. экон. наук, доцент

**Аннотация.** В статье рассматривается значение веб-аналитики как инструмента принятия обоснованных решений в современном бизнесе. Проанализированы основные методы, метрики и области применения веб-аналитики, а также выявлены перспективы развития и существующие вызовы.

В современном бизнесе веб-аналитика представляет собой процесс сбора, измерения, анализа и отчётности данных о поведении пользователей на веб-сайтах и в веб-приложениях, направленный на оптимизацию взаимодействия с аудиторией и повышение эффективности бизнес-процессов. Основой этого процесса являются технологии анализа лог-файлов, JavaScript-трекинг, использование пикселей и API аналитических платформ, которые обеспечивают всесторонний сбор информации о действиях пользователей. Ключевые метрики веб-аналитики включают уникальных и возвращающихся посетителей, источники трафика (органический поиск, реклама, социальные сети), показатель отказов, глубину просмотра, среднюю длительность сеанса, конверсию и события целевых действий [1].

Применение веб-аналитики в бизнесе охватывает широкий спектр задач, направленных на повышение эффективности и конкурентоспособности (рисунок 1). Одним из ключевых направлений является оптимизация маркетинговых кампаний: анализ эффективности различных рекламных каналов позволяет компаниям оперативно перераспределять бюджет в пользу наиболее результативных источников, снижая тем самым стоимость привлечения клиента и увеличивая возврат инвестиций [2]. Наряду с этим, веб-аналитика играет важную роль в улучшении пользовательского опыта. Использование таких инструментов, как тепловые карты и анализ сессий, помогает выявлять узкие места интерфейса и навигации, что способствует повышению удобства использования сайта и удержания аудитории [3].

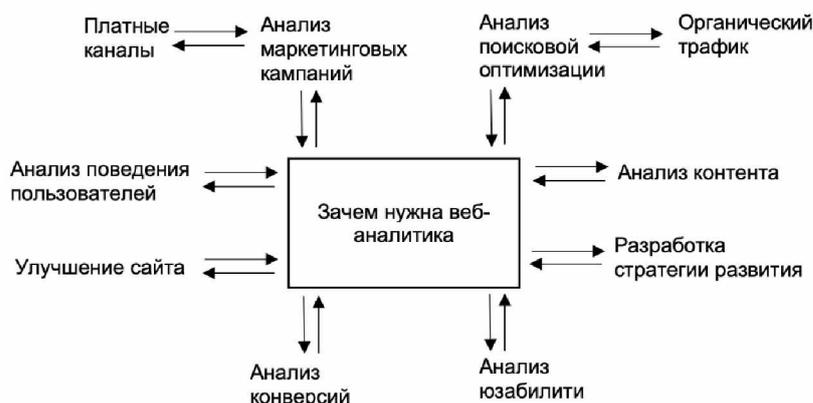


Рисунок 1 – Основные направления применения веб-аналитики в бизнесе

Ещё одним важным аспектом является конверсионная оптимизация. Построение воронок продаж и проведение A/B-тестов дают возможность определить наиболее эффективные элементы страниц, что способствует увеличению числа целевых действий со стороны пользователей [4]. Не менее значимой становится персонализация и сегментирование аудитории: анализ демографических и поведенческих характеристик позволяет формировать индивидуальные предложения, усиливающие вовлечённость и лояльность клиентов [1]. Дополнительно веб-аналитика используется для проведения конкурентного анализа – мониторинг цифровых показателей конкурентов и их стратегий даёт бизнесу возможность своевременно адаптировать свои подходы, улучшать продукт и усиливать позиции на рынке [6].

Современные тренды в развитии веб-аналитики направлены на интеграцию инструментов искусственного интеллекта и машинного обучения, что позволяет не только автоматизировать анализ больших объёмов данных, но и строить предиктивные модели поведения пользователей. Такой подход открывает возможность выявления скрытых закономерностей, которые традиционными методами могут остаться незамеченными [5]. Помимо этого, растущий интерес к технологиям потоковой обработки данных предоставляет бизнесу возможность принимать оперативные решения на основе актуальной информации. Возможность быстрого реагирования позволяет не только оптимизировать маркетинговые кампании, но и оперативно управлять рисками, связанными с изменениями в поведении аудитории.

Также стоит отметить, что интеграция аналитических платформ с системами управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и другими бизнес-решениями способствует формированию единой экосистемы данных. Такая синергия повышает прозрачность работы компании и способствует более глубокому пониманию рыночных трендов. Практический опыт крупных организаций демонстрирует, что объединение данных из различных источников, таких как офлайн и онлайн-каналы, становится важным этапом для разработки комплексных маркетинговых стратегий [7].

Несмотря на значительные преимущества, веб-аналитика сталкивается с рядом вызовов. Первостепенной проблемой остаётся качество и полнота собранных данных. Технические ограничения, а также отказ пользователей от трекинга нередко могут приводить к снижению точности аналитических отчетов. Для решения этих задач компании вынуждены инвестировать в системы валидации и очистки данных, а также в обучение специалистов, способных интерпретировать разнородные источники информации. Другая важная задача – это корректная интеграция данных из различных систем, что требует значительных усилий по стандартизации и унификации методов сбора данных [4].

Кроме того, ужесточение международных регуляций в области защиты персональных данных, таких как GDPR, создаёт дополнительные сложности. Предприятия должны выстраивать этические подходы к сбору и обработке данных, обеспечивая полную прозрачность процессов аналитики и защиту персональной информации пользователей [6].

С развитием информационных технологий веб-аналитика продолжает эволюционировать. Одной из наиболее перспективных областей является применение предиктивной аналитики, позволяющей заранее оценивать поведение клиентов и корректировать маркетинговые стратегии в реальном времени. Использование машинного обучения позволяет автоматизировать обработку больших объёмов данных, делая анализ более точным и оперативным [5].

Не менее важным направлением является интеграция веб-аналитики с технологиями big data. Слияние этих областей открывает возможность создания комплексных решений, способных обрабатывать данные в режиме реального времени, обеспечивая оперативное принятие управленческих решений. Такая интеграция является краеугольным камнем для компаний, стремящихся усилить свою конкурентоспособность на глобальном рынке [3].

Также стоит отметить, что дальнейшая разработка аналитических платформ будет всё больше опираться на искусственный интеллект для автоматизации рутинных процессов и повышения точности прогнозирования. Это позволит не только улучшить пользовательский опыт, но и значительно сократить временные затраты на анализ данных, способствуя росту эффективности бизнес-процессов [2].

Таким образом, веб-аналитика является ключевым инструментом современного бизнеса, позволяющим повысить эффективность маркетинга, улучшить пользовательский опыт, оптимизировать конверсию и принимать стратегические решения на основе данных. Современные технологии, такие как машинное обучение, искусственный интеллект и потоковая обработка данных, открывают новые перспективы для аналитики, делая её ещё более мощным инструментом для компаний, стремящихся к постоянному росту и укреплению конкурентных преимуществ. Однако успешное внедрение этих технологий требует решения технических и организационных вопросов, связанных с качеством данных и защитой персональной информации [7].

Развитие аналитических методик, интеграция новых технологий и совершенствование систем обработки данных будут и дальше определять эволюцию веб-аналитики, открывая перед бизнесом новые возможности для улучшения коммуникаций с аудиторией и повышения операционной эффективности.

**Список использованных источников:**

1. *The Role Of Data And Analytics In Modern Business* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fastercapital.com/topics/the-role-of-data-and-analytics-in-modern-business.html>
2. *8 key benefits of web analytics for your business.* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.quantummetric.com/blog/key-benefits-of-web-analytics-for-business>
3. *What is web analytics and why it matters for your business?* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://usermaven.com/blog/what-is-web-analytics>

61-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР,  
Минск 2025

4. *Web Analytics Overview* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.researchgate.net/publication/272815693\\_Web\\_Analytics\\_Overview](http://www.researchgate.net/publication/272815693_Web_Analytics_Overview)
5. *The use of Web analytics for digital marketing performance measurement* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S001985011500139X>
6. *Почему веб-аналитика является важным инструментом для развития бизнеса?* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amdg.by/blog/pochemu-veb-analitika-yavlyaetsya-vazhnym-instrumentom-dlya-razvitiya-biznesa/>
7. *Как web-аналитика помогает человеку в бизнесе* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/sandbox/213683/>