

Индией (САФТА); Ираном; Индонезией, Малайзией, Таиландом и Сингапуром (члены АСЕАН).

Связи между Китаем и Ираном могут быть использованы путем развития трехстороннего сотрудничества между Пакистаном, Ираном и Китаем и образования транспортного коридора. Во время визита в Иран в 2016 г. глава Китая подписал 17 соглашений на общую сумму 600 млрд дол. в рамках программы «Один пояс, один путь». Иран согласился рассмотреть вариант участия в Китайско-Пакистанском экономическом коридоре для модернизации железных и автомобильных дорог с целью повышения эффективности транзита.

Укрепление связей Ирана с Индией вызывает опасения и может стать препятствием в расширении сотрудничества с Пакистаном. Индия развивает отношения с Ираном через порт Чабахар, который является конкурентом пакистанского порта Гвадар. Чабахар впоследствии может стать точкой доступа Индии к Афганистану и Центральной Азии в обход пакистанской территории.

В целом, участие Пакистана в многочисленных ССТ со странами Западной, Восточной и Южной Азии, ОЭС, ШОС, Китайско-Пакистанском экономическом коридоре, Экономическом поясе Шелкового пути говорит о высокой степени вовлеченности и в интеграционные процессы, в рамках БЕАП. ЕАЭС целесообразно расширять сотрудничество с Пакистаном и формировать экономическое пространство БЕАП, заключая ССТ лишь с отдельными странами ШОС, предполагающие свободу движения товаров, капитала, услуг и использование таких инструментов, как поощрение взаимных инвестиций, защита интеллектуальной собственности, гармонизация технических стандартов.

Литература

1. Ожигина, В. В. Многоуровневое экономическое интеграционное проектирование и интеграционная политика в современных условиях / В.В. Ожигина // Белорус. экон. журн. — 2017. — №2 (79). — С. 129–143.
2. RTA-IS // WTO [Electronic resource]. — Mode of access: <http://rtais.wto.org>. — Date of access: 10.02.2018.

*Д. С. Ольшевский, аспирант
БГЭУ (Минск)*

ВЕБ-АНАЛИТИКА И GOOGLE ANALYTICS

Веб-аналитика — это система оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей для создания детальной статистики посетителей веб-сайтов, с целью их улучшения и оптимизации. Существует множество сервисов, позволяющих проводить веб-аналитику: Google Analytics, Piwik, Яндекс.Метрика, Liveinternet, Рейтинг@Mail.ru, OpenStat, HotLog. Все эти сервисы в той или иной степени схожи между собой, какие-то имеют более узкую специализацию, другие более широкий функционал. Но остановимся на наиболее признанном и популярном во всем мире сервисе Google Analytics.

Итак, Google Analytics являет собой бесплатный сервис, содержащий в себе современные инструменты веб-аналитики, предоставляемый компанией Google для создания детальной статистики посетителей сайтов. Этот сервис является продолжением аналитической системы Urchin on Demand компании Urchin Software. В эту систему были привнесены идеи Adaptive Path, чей продукт, Measure Map, был выкуплен и получил название Google Analytics в 2006 г. Начиная с середины августа 2006 г., сервис

стал доступен для всех желающих. Новая версия пользовательского интерфейса была выпущена 17 мая 2007 г.

Вся необходимая статистическая, поведенческая и прочая информация собирается на сервере Google с помощью определенного счетчика, пользователь только размещает специальный код на страницах своего сайта. Код отслеживания срабатывает, когда пользователь открывает страницу в своем веб-браузере, и с этого момента начинается отслеживание информации о действиях посетителя и о самом посетителе (например, адрес страниц, которые посетил пользователь, временные данные, устройство с которого он зашел на сайт и разрешение экрана, его пол, возраст, интересы и т.д.). Создается специальный набор cookie-файлов для идентификации пользователя. Далее, за считанные доли секунды, вся зарегистрированная информация о пользователе пересылается на серверы сбора данных корпорации Google. Через определенные промежутки времени компания обрабатывает данные и преобразует их в специальные отчеты. Эти отчеты могут быть доступны не сразу, а спустя некоторое время (обычно не превышая 12 часов), в зависимости от нагрузки, как исследуемого сайта, так и серверов Google.

Google Analytics может предоставить данные по огромному количеству различных отчетов. Все отчеты можно разделить на 5 обобщенных групп: отчеты в режиме реального времени; отчеты по аудитории; отчеты по источникам трафика; поведенческие отчеты; отчеты по конверсиям. Каждая из этих групп содержит различные категории отчетов. Например, группа «отчеты по аудитории» содержит в себе такие категории, как: интересы, география, поведение, технологии, мобильные устройства, специальные отчеты, сравнение, пути пользователей. А каждая из этих категорий, в свою очередь, содержит в себе подробную статистику по определенному критерию: обзор, возраст, пол (для категории «демографические данные»), или язык и местоположение (для категории «география»). Более того, отчеты можно группировать, объединять, сортировать, вводить дополнительные критерии и многое другое. В итоге можно получить очень подробную, всестороннюю информацию о посетителях интернет-магазина, что позволит оптимизировать работу сайта, настроить специальную рекламу, найти проблемные места сайта и провести множество различных улучшений и преобразований, которые позволят максимизировать прибыль и составить достойную конкуренцию другим игрокам рынка.

Литература

1. *Петроченков, А. И.* Введение в Google Analytics / А. И. Петроченков. — СПб : Питер, 2017. — 224 с.
2. *Клифтон, Б.* Google Analytics для профессионалов / Б. Клифтон. — М. : Вильямс, 2017. — 608 с.
3. *Кошик, А.* Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики / А. Кошик. — М. : Вильямс, 2016. — 528 с.

С. В. Орехова, канд. экон. наук, доцент
УрГЭУ (Екатеринбург, Россия)

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ КАК ЕДИНИЦА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Внедрение принципов электронного бизнеса, онлайн-торговля, наличие у предприятий «цифровой тени» заставляют пересмотреть механизмы развития и тех предприятий, которые функционируют на традиционных промышленных рынках.