

розробити нові показники добробуту; пов'язати загальну економічну, сільськогосподарську та екологічну статистику з різних аспектів; доповнювати збирання даних про споживання та прибуток домогосподарств, розробляючи нові методи вимірювання; вимірювати довіру споживачів та краще розуміти їх поведінку.

Список використаних джерел

1. Buono D., Kapetanios G., Marcellino M., Mazzi G., Papailias F. Enhanced step-by-step approach for the use of big data in modelling for official statistics. 16th Conference of IAOS OECD Headquarters, Paris, France, September 2018. P. 19–21. URL: http://www.oecd.org/iaos2018/programme/IAOS-OECD2018_Buono-Kapetanios-Papailias-Marcellino-Mazzi.pdf (дата звернення; 02.11.2019).
2. Fan J., Han F., Liu H. Challenges Of Big Data Analysis. *National Science Review*. 2014. № 1. P. 293–314. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4236847/> (дата звернення; 02.11.2019).
3. Giczi J., Szöke K. Official Statistics And Big Data. *Intersections. East European Journal Of Society And Politics*. 2018. № 4 (1). P. 159–182. URL: <http://tk.intersections.mta.hu/article/view> (дата звернення; 02.11.2019).
4. Rajeev Srivastava. Big Data: Issues And Challenges. *International Journal Of Scientific And Innovative Research*. 2018. № 6 (1). P. 23–26. URL: https://www.academia.edu/37131367/BIG_DATA_ISSUES_AND_CHALLENGES (дата звернення; 02.11.2019).
5. Scannapieco M., Virgillito A., Zardetto D. Placing Big Data in Official Statistics: A Big Challenge? *Eurostat, Collaboration in Research and Methodology for Official Statistics*. 2016. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/cros/system/files/NTTS2016fullPaper_214.pdf (дата звернення; 02.11.2019).

GOOGLE TRENDS ЯК ДОДАТКОВЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ВСТУПНИХ КОМПАНІЙ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Мазуренко Ольга Костянтинівна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики та демографії,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Google відомий більшості з нас виключно як пошукова система, але, крім цього, він надає людям цілий набір сервісів, які можна використовувати для найрізноманітніших цілей. Одним із таких сервісів є Google Trends – інструмент, який дозволяє відстежувати динаміку пошукових запитів, тренди, що набирають популярності, та робити певні прогнози на майбутнє. Варіантів практичного застосування Google Trends чимало, наприклад:

- пошук перспективних ніш і товарів при створенні й розвитку інтернет-магазину;
- пошук тем для статей під проекти новинної тематики;
- пошук ідей для статей, які обіцяють перспективу зростання трафіку в майбутньому;
- прогнозування попиту на певний продукт;
- аналіз інтересу за брендовими запитами для великих компаній;
- порівняння динаміки інтересу за кількома запитами.

Певною мірою цей сервіс може стати у нагоді й під час вступних компаній до закладів вищої освіти (ЗВО). Адже повний перехід до електронного подання заяв вступників на навчання на базі повної загальної середньої освіти відповідно до «Умов прийому на навчання до закладів вищої освіти» зобов'язує ЗВО створювати та насичувати інформаційний простір для вступників [1]. Так, абітурієнти для пошуку потрібної інформації щодо вступу на навчання, спеціальностей та освітніх програм, факультетів та інститутів університету використовують саме інтернет. Спочатку це просто пошук і аналіз пропозицій від ЗВО, а потім глибший аналіз умов навчання.

Google Trends дає можливість дізнатися, що наразі в тренді, а користувачу цього сервісу залишається лише оперативно відреагувати на зміни, простіше кажучи, зловити хвилю. Фільтрація результатів Google Trends дозволяє побудувати графік, де за віссю ординат подана відносна популярність запиту (100 – найбільше число запитів), за віссю абсцисс – період часу.

Слід зазначити, що всі показники аналізованого сервісу відносні: алгоритми Google визначають точку на графіку за обраний період, коли запит був найбільш популярний, і приймають його за 100. Усі інші точки на графіку визначаються у відсотковому відношенні до максимуму [2].

Так, можна простежити популярність сайтів за останні 12 місяців (до прикладу, сайтів КНУ імені Тараса Шевченка та КНЕУ імені Вадима Гетьмана) та порівняти динаміку інтересів за кількома запитами (рис. 1).

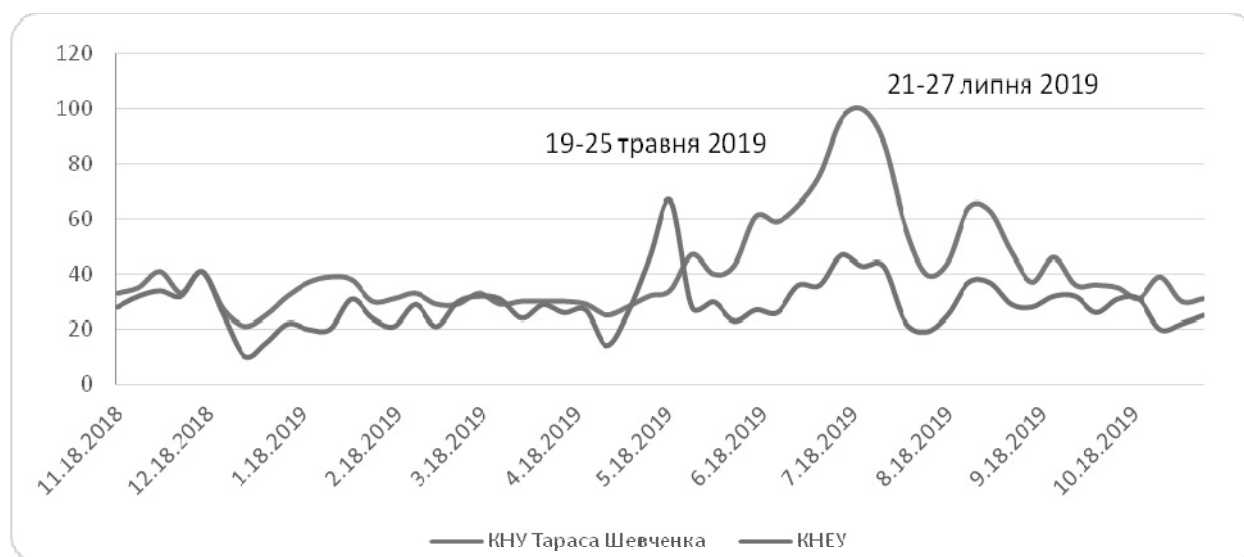


Рис. 1. Динаміка популярність сайтів КНУ Тараса Шевченка та КНЕУ імені Вадима Гетьмана. Google Trends

Динаміка запитів за тематикою «Заклади вищої освіти КНУ імені Тараса Шевченка та КНЕУ імені Вадима Гетьмана» цілком логічно вкладається в специфіку вступної компанії до ЗВО в Україні. Адже стрімке зростання популярності припадає саме на літній період, і пік користувацької активності на сайти припав на період оголошення результатів.

Ще один інструмент сервісу – це можливість проілюструвати географічний фактор та сезонність запитів (рис. 2).

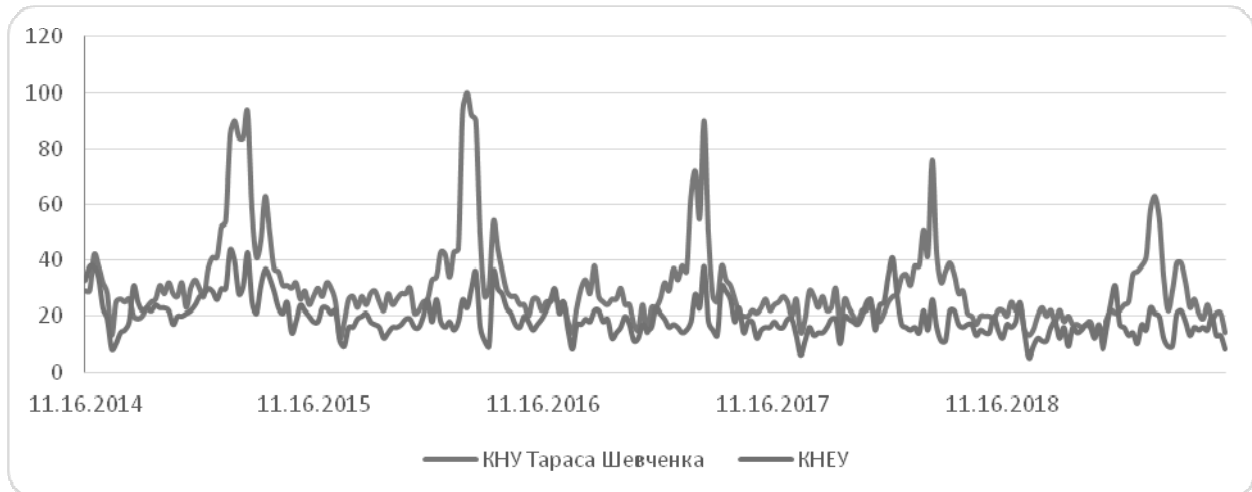


Рис. 2. Динаміка запитів в розрізі сезонності, 2014-2019 рр.

Сезонність грає важливу роль в аналізі запитів, оскільки повторюваність піків і спадів популярності для сайтів ЗВО безпосередньо залежить від коливання попиту. Тому за допомогою Google Trends ЗВО мають можливість створити правильну стратегію і вдало розподілити ресурси.

Географічна складова представлена широким набором «Популярність у всьому світі, за країнами, регіонами чи в окремому місті».

Отже, сервіс Google Trends може стати ще одним джерелом інформації про перебіг вступної кампанії.

Список використаних джерел

1. Умови прийому на навчання до закладів вищої освіти України у 2019 році. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-18> (дата звернення: 12.09.2019).

2. Сервіс Google Trends. URL: <https://trends.google.com.ua/>