

Список використаних джерел:

1. Радул В. В. Соціальна зрілість особистості вчителя: фактори формування / В. В. Радул. – К.: Вища шк., 2008. – 240 с.
2. Жаболенко М. В. Инновации в области использования информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе / М. В. Жаболенко, Н. О. Жданова // Стратегія інноваційного розвитку системи вищої освіти в Україні: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / гол. ред. С. В. Смерічевська. – Донецьк: Кальміус, 2007 р.
3. Кочевой Р. А. Информационные технологии в процессе обучения / Р. А. Кочевой // доп. учасників V Всеукр. Наук.-метод. конф. Впровадження нових інформаційних технологій навчання. – Запоріжжя:ЗДІА, 2005 р.
4. Засоби інформаційно-комунікаційних технологій єдиного інформаційного простору системи освіти України: монографія / [В. В. Лапінський, А. Ю. Пилипчук та ін.]; за наук. ред. проф. В. Ю. Бикова. – К.: Педагогічна думка, 2010. – 160 с.

Стеценко І.О.

студент;

Сажко Г.І.

кандидат педагогічних наук, доцент,

Українська інженерно-педагогічна академія

ПУБЛІЧНИЙ WEB-ДОДАТОК GOOGLE TRENDS В АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вихідні передумови. Що хвилює ваших клієнтів сьогодні? Чи буде їм цікавий ваш товар через півроку? Як не прогоріти на купівлі / продажу акцій? Як спрогнозувати прибуток підприємства? Які закупити вакцини і в який період року? Щоб вибрати правильну стратегію, розрахувати бюджет, правильно спланувати рекламу обов'язково потрібно враховувати зростання і падіння попиту. В епоху інтернету величезна кількість генерованої людьми інформації доступна онлайн. І з цієї кількості інформації цілком можна виділити і щось корисне. Для пошуку потрібної інформації можна використовувати різні пошукові системи. А для аналізу популярності і сезонності пошукових запитів можна використовувати Google Trends – простий і зручний інструмент, і цілком безкоштовний.

Постановка завдання. Дослідити які задачі допомагає вирішити Google Trends. Як визначити популярність теми і існуючі тренди; провести аналіз сезонності на ринку; оцінити вплив географічних даних на популярність певних пошукових запитів або теми в цілому.

Результати. В Google Trends можна вивчити загальні тренди і інтерес саме до вашої тематики. Аналізувати отримані дані слід починати з найзагальніших ключових запитів, поступово спускаючись на більш низький рівень, і можна отримати максимально об'єктивну картину споживчого попиту у вашій тематиці. Для найбільш точного результату використовуються спеціальні оператори пошуку. Google Trends також дозволяє користувачеві порівнювати обсяг пошукових запитів за двома або більше пошуковим фразам. Додаткова

особливість Google Trends полягає в його здатності відображати новини, пов'язані з пошуковими фразами, накладаючи їх на графік, що показує як нові події впливають на пошукову популярність. Google Trends дозволяє порівнювати статистику за пошуковим запитом; регіонам; періодам. Використовуючи різні функції Google Trends, можна дізнатися, чим живе ваша цільова аудиторія, і коли користувачі потребують ваш товар [1].

В процесі дослідження було проведено аналітичну дослідницьку роботу, орієнтовану на визначення ступеня заінтересованості цільової аудиторії, а також аналіз конкурентів та їх робота по просуванню брэнда в інформаційному просторі засобами Google Trends на прикладі підприємства «Чарівна Мить». Було визначено популярність пошукових запитів за темою «Чарівна Мить» в період із 2004 року. Результати наведені на рис. 1.

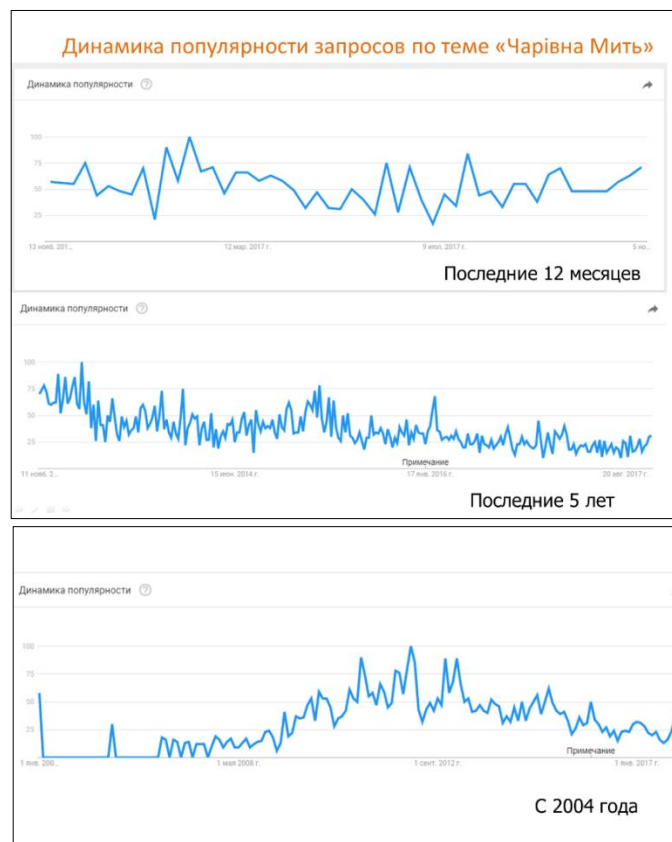


Рис. 1. Популярність пошукових запитів за темою «Чарівна Мить»

Визначено популярність пошукових запитів за назвами фірм-конкурентів в порівнянні із початком запитом. Результати наведені на рис. 2.

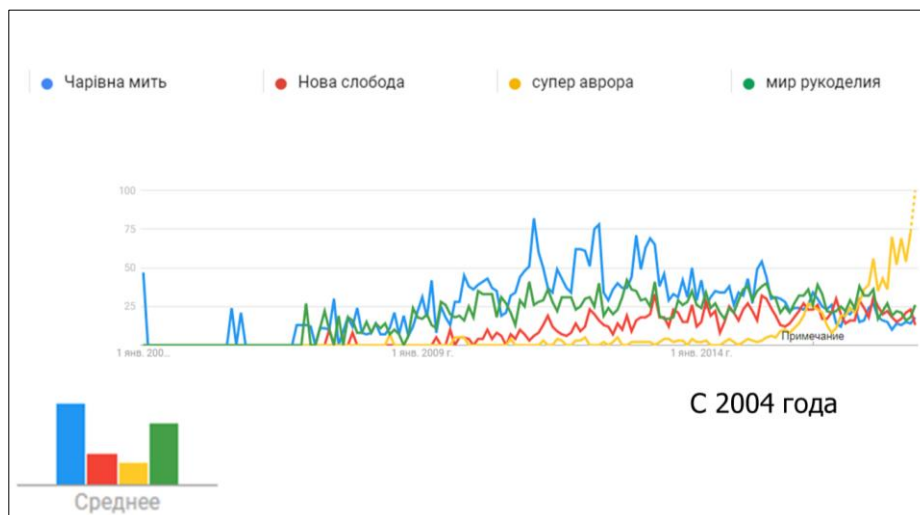


Рис. 2. Популярність пошукових запитів за назвами фірм-конкурентів

Визначено цільову аудиторію за регіональним показником за запитом «вишивка» та «вышивка». Результати наведені на рис. 3.

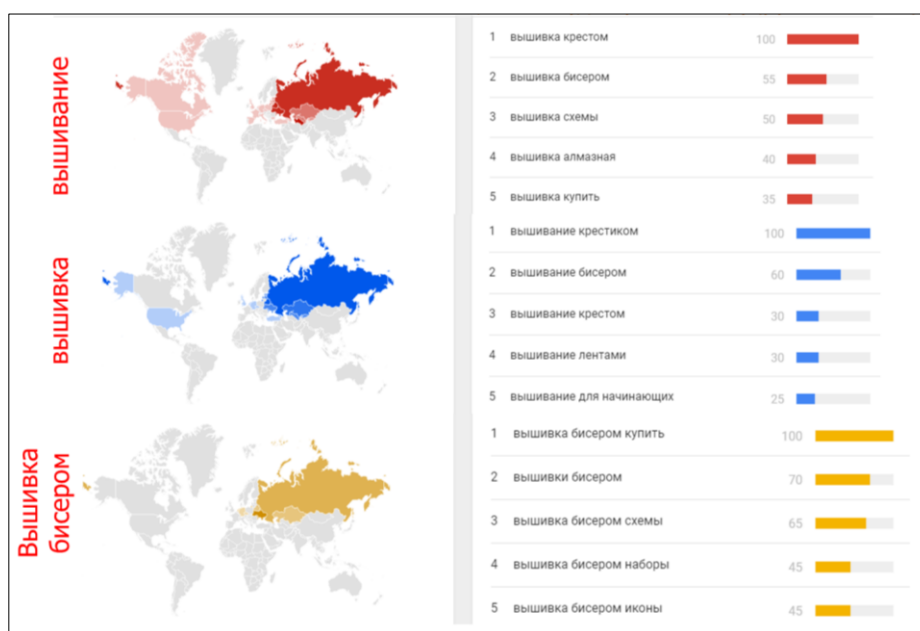


Рис. 3. Цільова аудиторія за регіональним показником

Визначено регіони України, що найбільше займаються вишивкою: Кіровоградська, Полтавська, Чернігівська, Харківська. Результати наведені на рис. 4.

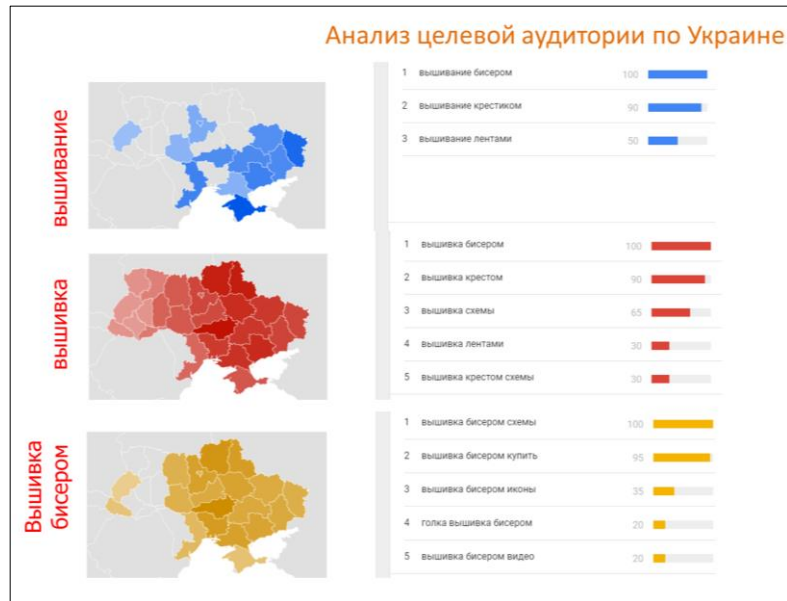


Рис. 4. Регионы Украины, что наиболее занимаются вышивкой

Також визначено цільову аудиторію за тематичним показником «Вишивка». Результати показані на рис. 5.

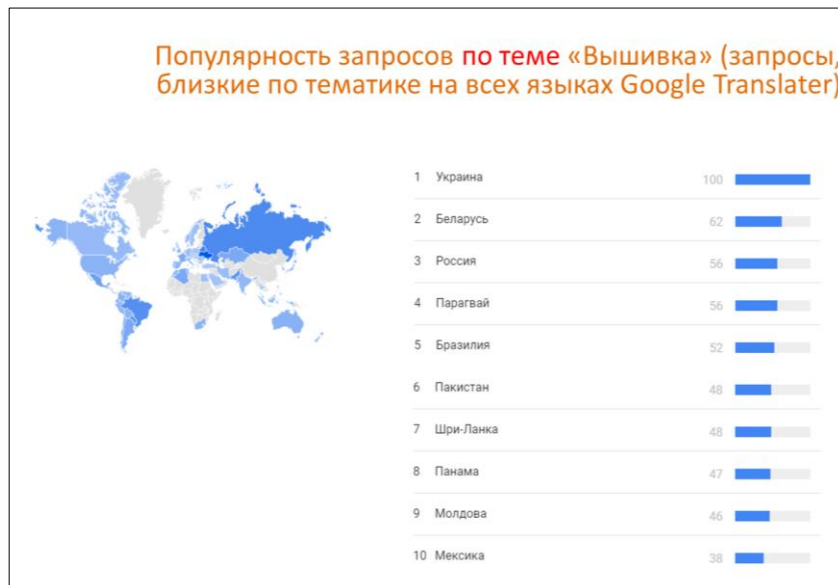


Рис. 5. Цільова аудиторія за тематичним показником «Вишивка»

Визначено, що вишивка найбільш популярна в таких країнах, як Україна, Білорусь, Росія, Парагвай, Бразилія, Пакистан.

Подібний аналіз популярності пошукових запитів допомагає прогнозувати майбутні події. Проте говорити, що використання великих даних дозволяє отримувати гарантовано точне передбачення, не доводиться. З критикою на адресу сервісу погоджувався і його співзасновник Метт Хоббсбі, який заявляв про те, що Google Trends варто розглядати в якості додаткового інструменту, що допомагає прийняти рішення, а не в якості самодостатнього засобу створення прогнозів [2].

Висновки. Google Trends не призначений для збору або аналізу частотності великої кількості пошукових запитів, тому деякі інтернет-маркетологи його ігнорують. Але для аналізу сезонності, поточних трендів або прогнозування попиту – це один з кращих безкоштовних інструментів.

Список використаних джерел:

1. Сажко Г.І., Білоус І.О. Інструмент GOOGLE TRENDS в аналітичній діяльності підприємства / Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції «FREE AND OPEN SOURCE SOFTWARE», – Харків, 21-23 листопада 2017 р. – С. 86.
2. Електронний ресурс, режим доступу: <http://it-ua.info/news/2016/03/11/eksperiment-vikoristannya-google-trends-dlya-prognozuvannya-obvalv-fondovogo-rinku.html>.