

3. Verizon. *2025 Data Breach Investigations Report*. Verizon, 2025. URL: <https://www.verizon.com/business/resources/reports/dbir/>.
4. Верховна Рада України. Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України». Відомості Верховної Ради України, 2017, №45, ст.403. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19>.
5. Deloitte. *Cybersecurity Workforce Survey 2023*. Deloitte, 2023. URL: <https://www.deloitte.com/global/en/services/consulting-risk/analysis/futureofcyber23.html>.

*Науковий керівник – Олійник Т. Г.,
канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств
Миколаївський національний аграрний університет*

СТАТИСТИЧНЕ СПОСТЕРЕЖЕННЯ: СУТЬ, ВИДИ ТА ПРИКЛАДИ

**Бобик Тіна Станіславівна,
ЗВО спеціальності 073 Менеджмент
Миколаївський національний аграрний університет**

Статистичне спостереження – це планомірне, систематичне, науково організоване збирання даних про явища суспільного життя шляхом реєстрації їх істотних ознак. [1] Метою спостереження є здобуття достовірних даних, що стануть основою для прийняття обґрунтованих рішень. Без правильно організованих статистичних спостережень неможливо провести якісне дослідження, адже від них безпосередньо залежить точність і достовірність отриманих результатів.

Сутністю статистичного спостереження полягає в тому, що той хто досліджує інформацію фіксує поточний стан об'єктів дослідження, збираючи дані завчасно. Наприклад, якщо ми хочемо дізнатися середній результат навчання студентів в університеті, то статистичне спостереження передбачає

збір інформації про результати навчання кожного або вибраної частини студентів. Цей процес має бути систематичним та плановим, аби уникнути помилок.

Вибіркове спостереження – найбільш поширений вид несучільного спостереження. Його застосовують під час вивчення різноманітних закономірностей суспільних та соціально-економічних явищ. [2] Тобто, це коли досліджується не вся генеральна сукупність, а лише її частина – вибірка. Вибірка має бути характерною, тобто здатною достовірно відображати властивості всієї сукупності. Використання вибіркового методу дає змогу суттєво скоротити витрати на проведення дослідження, заощадивши при цьому і час, і ресурси. Наприклад, під час мого соціологічного дослідження я склала анкету з питаннями щодо своєї теми та опитала лише певну частину людей, а не всіх мешканців міста. Якщо вибірка буде правильною, то результати голосування будуть близькими до реальних показників. Саме тому вибіркового метод є популярним у соціології, дослідження, медицині та інших галузях.

Окрім повного та вибіркового спостереження, розрізняють також пряме й непряме. Пряме спостереження передбачає безпосереднє вивчення об'єктів чи явищ, наприклад підрахунок кількості легкових автомобілів, що проїжджають через міст протягом певного часу. Непряме ж спостереження ґрунтується на вже наявних даних, зокрема аналізі звітів підприємств. Обидва підходи застосовуються залежно від мети дослідження.

Важливу роль відіграє чітко сформований план дій. Перед початком збору інформації потрібно визначити, які саме об'єкти та ознаки підлягатимуть дослідженню, який результат очікується отримати, а також підготувати зрозумілі інструкції для виконавців. Методичні рекомендації Державної служби статистики України наголошують на важливості дотримання цих вимог для забезпечення достовірності даних. [3]

Прикладів статистичних спостережень у повсякденному житті існує безліч. У соціології це може бути опитування громадської думки, наприклад під час виборів. У медицині — дослідження рівня захворюваності, коли лікар фіксує

кількість випадків грипу за певний період. У бізнесі — аналіз обсягів продажів у різних регіонах для визначення попиту та ефективного планування діяльності компанії. В усіх цих ситуаціях статистичне спостереження дозволяє отримати фактичні дані, які надалі обробляються й застосовуються у процесі прийняття рішень.

Також важливо усвідомлювати, що статистичне спостереження не терпить похибок. Наприклад, при використанні вибіркового методу завжди є ризик похибки через те, що обрана частина сукупності може не повністю відображати всю групу. Щоб мінімізувати такі помилки, застосовують різні способи формування вибірки — випадковий, стратифікований тощо. Крім того, помилки можуть виникати під час збору або обробки даних, тому необхідно контролювати якість виконання роботи.

Отже, статистичне спостереження є надзвичайно важливим етапом будь-якого дослідження, адже саме з нього починається процес збору інформації. Воно необхідне в будь-якій сфері: навіть при відкритті власного бізнесу спостереження та аналіз ринку відіграють ключову роль і стають основою для запуску нових проєктів. Без достовірно зібраних даних неможливо зробити точні висновки або прийняти правильні рішення. У сучасному світі, де багато рішень базуються на даних, значення статистики лише зростає. Тому я вважаю, що вміння проводити статистичні дослідження є корисною навичкою не лише для науковців, а й для кожної людини, яка прагне розвиватися та краще розуміти навколишній світ.

Список використаних джерел

1. *Тема 3. Статистичне спостереження* - *Studies.in.ua*.
<https://studies.in.ua/pravova-statistika-lekcii/3830-tema-3-statistichne-sposterezhennya.html>
2. *Вибіркове спостереження.* *Studfile.net*
<https://studfile.net/preview/9196963/>

3. Державний комітет статистики України. Методика формування вибіркової сукупності звітних одиниць у структурному обстеженні малих підприємств. Наказ № 536 від 29.12.2010

https://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2010/536/metod.htm

*Науковий керівник: Горобченко О.А.,
канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств
Миколаївський національний аграрний університет*

ВПЛИВ РЕКЛАМИ В СОЦМЕРЕЖАХ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ

**Богомолова Валерія Валентинівна
ЗВО спеціальності 073 Менеджмент,
Миколаївський національний аграрний університет**

Стаття присвячена дослідженню механізмів впливу реклами в соціальних мережах на формування споживчих рішень у сучасних умовах цифрової трансформації маркетингових комунікацій. Аналізуються особливості функціонування таргетованої реклами, яка використовує персональні дані користувачів для створення високоперсоналізованих рекламних повідомлень. Розглядаються психологічні та соціальні механізми впливу, зокрема принципи соціального доказу та геміфікації, які підвищують ефективність рекламного впливу. Досліджуються різні формати рекламного контенту в соціальних платформах – від традиційних банерних оголошень до інтерактивних кампаній з використанням відео та доповненої реальності. Особлива увага приділяється демографічним особливостям сприйняття реклами різними групами користувачів. Аналізується роль алгоритмів машинного навчання в оптимізації показу рекламного контенту в реальному часі. Визначено ключові фактори ефективності рекламного впливу, включаючи якість контенту, релевантність цільовій аудиторії та використання соціальних механізмів впливу.