

Поплюйко Я. В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики, інформаційно-аналітичних систем і демографії
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСТОВІРНОСТІ ПОКАЗНИКІВ У “WALLED GARDEN” СЕРЕДОВИЩАХ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Цифрові платформи, зокрема Meta, Google, Amazon, Alibaba ByteDance, продовжують захоплювати світ реклами і на кінець 2024 р. частка доходів технічних гігантів склала більше 50% від доходу світового ринку реклами та за прогнозами аналітиків на кінець 2025 р. може перевищити 80% [1]. В першу чергу успіх цих компаній у сфері реклами пов'язаний з терміном *walled garden* (огорожений сад, сад зі стіною, огорожена екосистема). У маркетинговій аналітиці *walled garden* - це цифрові платформи, які володіють великими обсягами зібраних користувацьких даних, але обмежують зовнішній доступ до них. І хоча у межах цих екосистем відбувається значна частка глобальної цифрової реклами, аналітики стикаються з труднощами при вимірюванні ефективності рекламних кампаній через обмежену прозорість внутрішніх метрик. Нагальність переходу до цифрових стратегій рекламодавців пов'язана, в першу чергу, з адаптацією до нових умов ринку і саме вміння аналізувати дані цифрових платформ та робити висновки щодо зміни поведінки споживачів дозволить працювати в подальшому.

Основним завданням маркетингового аналітика є відстеження споживача у різних точках взаємодії, що суперечить політиці *walled garden*, де є доступ лише до агрегованої інформації. Звісно, що і з агрегованої інформації можна отримати достатньо багато корисної інформації, але тут виникає інша проблема – «брудні» дані для аналізу, які значно ускладнюють аналітику. Зазвичай, аналіз здійснюється на основі порівняння показників, які були отримані за допомогою внутрішніх алгоритмів платформи із незалежних джерел (відстеження пікселів, відстеження на основі опитування, панель даних). В той же час окремі важливі внутрішні метрики, такі як кількість показів, охоплення, коефіцієнт залучення, не завжди можна перевірити. Наприклад, показник охоплення аудиторії досить часто ґрунтується на прогнозній моделі цифрової платформи, яка не враховує ймовірність перегляду реклами і може враховувати не перевірені припущення щодо частоти контактів [2].

Іншою проблемою є нечітке вимірювання метрики «можливість бачити» (*opportunity-to-see / OTS*). На цифрових платформах *walled garden* OTS досить часто підміняється метрикою доставка оголошення або факт показу (*delivery*), що можна поставити під сумнів. Поряд з цим сторонні платформи для підтвердження кількості показів використовують *cookie-based* або *pixel-based* трекінги і доповнюють показником оплата за клік, що заборонено у *walled gardens* через політики конфіденційності. Тому використання непрямих статистичних методів оцінки достовірності метрик є невід'ємною складовою роботи з «огороженими екосистемами».

Вирішити проблему достовірності метрик можна за допомогою статистичних моделей з латентними змінними, які дозволяють враховувати недоступні спостереження шляхом побудови зв'язку між наявними даними та прихованими реальними ефектами. Також, в цьому аспекті доцільно застосовувати метод імітаційного моделювання Монте Карло для оцінки імовірних сценаріїв розподілу показників при різному рівні достовірності вхідних даних та . побудови довірчих інтервалів для основних. Ну і звичайно А/В-тестування, яке дозволить оцінити ефективність. Важливим є розвиток моделей гібридної оцінки, які дозволяють підвищити точність оцінки метрик та поєднують в собі частковий доступ до внутрішніх даних платформ із зовнішніми джерелами

Отже, можна зробити висновки, що існує значна потреба очищенні інформації та розробці статистичних підходів до оцінювання метрик на цифрових платформах *walled garden*. Застосування сучасних аналітичних методів дозволяє підвищити достовірність аналітики, навіть за умов обмеженої кількості відкритих даних.

Література

1. Adegbola A. Global ad revenue to top \$1 trillion, dominated by Google and Meta. URL: <https://searchengineland.com/>
2. Cross-Platform Measurement in 2025: A Guide to What's Coming. 2023. URL: <https://www.cint.com>