

Сотников Ю. Н.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга

Ерешко А. И.

аспирант кафедры маркетинга

*Одесский национальный экономический университет
г. Одесса, Украина*

ПРАКТИЧНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ТЕХНОЛОГИЙ BIG DATA В ПОЛИТИКЕ КОМПАНИЙ

Практическая деятельность современного общества непосредственно пересекается с цифровыми технологиями. Массовое распространение принципиально новых моделей использования разного рода устройств и интернет-сервисов послужило точкой отправки для проникновения больших данных почти во все сферы. Крайне тяжело определить отрасль, в которой умение оперирования данными, анализ взаимосвязи между ними и принятие взвешенных решений не предоставит предприятиям разных вертикалей потенциал для роста показателей прибыльности и повышения эффективности.

Перенасыщенность рынка товарами и услугами, где вектор направления формирует потребитель, стремление удовлетворить запросы всех и каждого, а не просто достичь поставленного уровня продажи, циклично вынуждают создателей любого нового продукта достичь определенного инсайта. Прорыв к нахождению решения поставленной проблемы, состоящей в ориентации на конкретного потребителя, факторов, оказывающих на него влияние, мотивов поведения, процессов принятия решения о покупке товара возможна лишь при качественном анализе полученной информации. Однако учитывая информационную революцию и «засоренность» общества разного рода информацией ставит под вопрос обновление, фильтрацию и конкурентноспособность массивов данных. Основопологающей причиной этого среди укоренившихся методов обработки стало появление понятия Big Data [2, с. 153].

Понятие Big Data подразумевает действия с разнообразного рода данными огромного объема, извлеченными с различных источников с целью повышения эффективности принятия управленческих решений путем кардинальных изменений в анализе информации. Данное

определение является суммирующей техники и технологии, которые на грани своих возможностей извлекают суть из гигантских информационных массивов. Несмотря на достаточно малый период существования сектора Big Data в наши дни известны оценки эффективного использования этих технологий, основанные на реальных примерах. Один из наивысших показателей получен в энергетике – по оценкам аналитиков, аналитические технологии Big Data способны на 99% повысить точность распределения мощностей генераторов, а сфера охраны здоровья США благодаря Big Data может сэкономить \$ 300 млрд [4, с. 790].

Big Data направлена на поиск скрытых закономерностей рынка, предпочтений потребителей, ранее не известных корреляции и предопределение других необходимых инсайтов.

Первой и самой весомой индустрией, оперирующей Big Data стала «мировая паутина»: благодаря этой технологии абсолютно вся информация и оффлайн действия не остаются незамеченными (запросы в поисковых системах, разговоры в чатах, платежи через электронные платежные системы). Вся собранная информация используется компанией, ставящей перед собой цель – создать персональный профиль каждого отдельного покупателя и путем адресной рассылки соответствующей рекламы провести рекламную кампанию и разработать новейшие технологии манипулирования сознанием общества как потребителя [3, с. 47].

Аналитика больших данных становится одной из самых востребованных задач в современном бизнесе. По оценкам компании Frost & Sullivan в 2021 году общий объем мирового рынка аналитики больших данных увеличится по сравнению с показателем 2016 года более чем в 2,5 раза и составит \$67,2 млрд, при ежегодных темпах роста на уровне 35,9%, при этом крупнейшими сегментами рынка станут производственный сектор, финансы, здравоохранение, охрана окружающей среды (ООС) и розничная торговля (рис. 1).

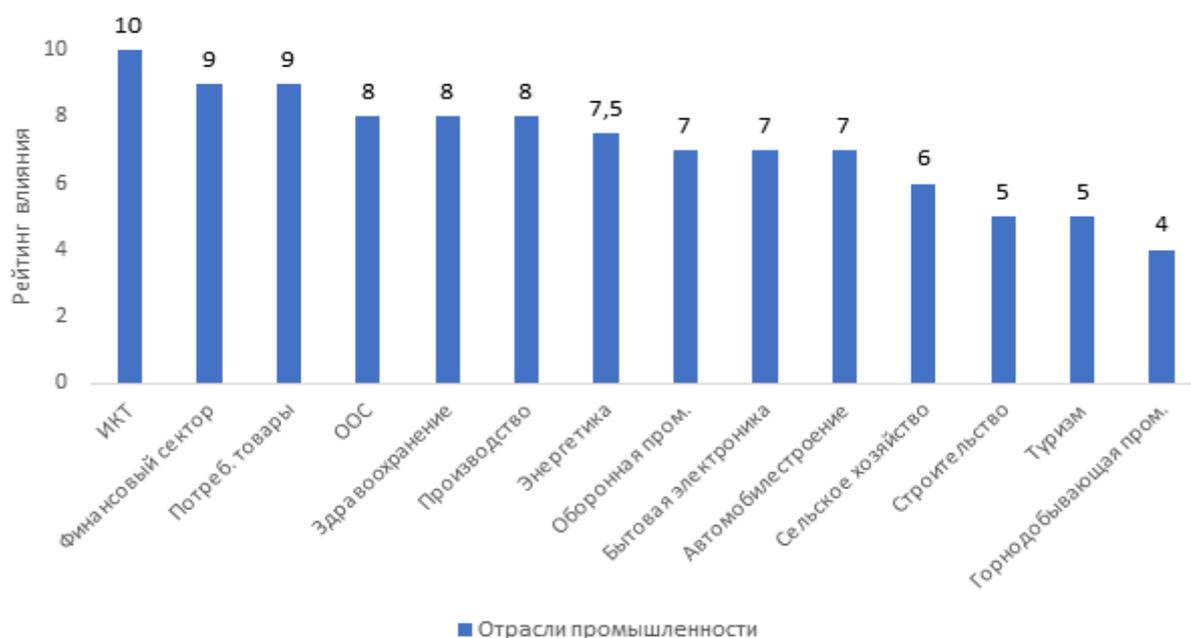


Рис. 1. Диаграмма влияния различных отраслей на рынок аналитики больших данных

Источник: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_\(Big_Data\)_мировой_рынок](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_(Big_Data)_мировой_рынок)

Технология Big Data предоставляет услуги, помогающие раскрыть коммерческий потенциал мегамассивов данных за счет поиска ценных закономерностей и фактов путем объединения и анализа больших объемов данных.

1) volume (объем): практически на всех предприятиях увеличиваются объемы данных; создаются новые виды информации;

2) variety (разнообразие): огромное разнообразие форматов и типов данных: фотографии, видео-, аудиозаписи, таблицы, документы, транзакции. Все это трудно хранить и анализировать;

3) velocity (скорость): высокая скорость обработки и анализа данных;

4) value (ценность): хранение и обработка большого объема данных принесут большую пользу.

Применение технологии Big Data позволяет использовать полученную от пользователей информацию не только при разработке нового продукта. Также, основываясь на анализе полученных данных, компания получит возможность видоизменять существующие продукты и услуги, изменять политику ценообразования для обеспечения персонализации предложений [1, с. 57].

Однако следует отметить, что на практике существуют многочисленные препятствия в области реализации решений Big Data, такие как низкое качество данных, конфиденциальность данных, сложная техническая осуществимость и т.д. В дальнейшем масштабном использовании все эти препятствия будут преодолены, поскольку существует большой неиспользованный потенциал для улучшения операционной эффективности, приобретения опыта работы с клиентами и создания новых бизнес-моделей, а Big Data уже стала конкурирующим вектором силы в высококонкурентных отраслях.

Литература:

1. Дэвис У. Индустрия счастья. Как Big Data и новые технологии помогают добавить эмоцию в товары и услуги / Уильям Дэвис. – М.: «Эксмо», 2017. – 288 с.
2. Измалкова С. А., Головина Т. А. Использование глобальных технологий «BIG DATA» в управлении экономическими системами // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. № 4–1., 2015. – С. 151–158.
3. Майер-Шенбергер В. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим: пер. с англ. / В. Майер-Шенбергер, К. Кукьер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
4. Матраева Л. В., Башина О. Э. Современные тренды использования технологии big data в экономических процессах в практике зарубежных и отечественных компаний // Экономика и предпринимательство. № 5–1(82–1), 2017. – С. 788–791.
5. Большие данные (Big Data) мировой рынок: [Электронный ресурс]: // Электрон. версия печат. публ. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Большие_данные_\(Big_Data\)_мировой_рынок](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья: Большие_данные_(Big_Data)_мировой_рынок) (дата обращения: 17.02.2019).