

## **BIG DATA В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

*Д. О. Шабалин, студент группы 10503121 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – преподаватель-стажер К. И. Корнилова*

*Резюме – в этой статье рассматриваются большие данные как инструмент для развития бизнеса или принятия решений. А также использование информации в виде ключа к устранению проблем человечества.*

*Resume – in this article discusses big data as a tool for business development or decision making. And also, the use of information in the form of the key to eliminating the problems of humanity.*

**Введение.** Big Data (англ. «большие данные») – это большой объем данных разного вида и из различных источников. Они находятся в сыром (не структурированном) виде и нуждаются в обработке. После специальных операций из них можно получить ценную информацию, которую заказчики исследований могут использовать в собственных целях [1].

**Основная часть:** Термин «Большие Данные» вошел в оборот в далеком 2008 году. Он фигурировал в журнале Nature под руководством редактора Клиффорда Линча. Клиффорд рассказывал про экспоненциальный рост объемов мировой информации. А также отмечал, что обработать такой массив информации помогут только новые инструменты, которые еще не изобретены.

В век цифровых технологий пользователи генерируют данные ежедневно. Данные появляются в результате запуска приложения на смартфоне, использования Google для поиска информации, совершения покупок в интернет-магазинах или просто серфинга на просторах всемирной паутины. Эти повседневные действия среднестатистического пользователя оставляют за собой огромный информационный след. В результате возникают целые информационные «тропинки» – огромные массивы данных для предприятий. IBM заявляет, что мировые компании ежедневно оставляют огромный информационный след в виде данных разного формата! А большая часть мировой информации получена только за последние несколько лет. Сейчас почти на каждом сайте присутствует набор из специализированных алгоритмов и программ, которые собирают и анализируют каждый шаг посетителя. Казалось бы, что нужно продавцу? Это портрет покупателя со всеми особенностями, желаниями и мыслями [2]. Теперь ничего не мешает сделать ему предложение, от которого он точно не сможет отказаться!

Так для чего же компании охотятся за данными? Достаточный объем информации о предмете, явлении, поможет спрогнозировать будущее. Обработывая потоки данных с помощью специальных алгоритмов компании могут проанализировать спрос на продукцию. Несколько примеров как используются технологии big data в различных сферах:

Медицина. Глубокие познания о болезнях, обнаружение новых способов лечения, больше информации о препаратах. Правильно обработанные данные помогают справляться с заболеваниями, которые буквально полвека назад считались неизлечимыми для человечества.

Промышленность. Позволяет точно спрогнозировать спрос на продукцию и, соответственно, это помогает размеренно расходовать ресурсы.

Спорт. Крупные футбольные клубы анализируют статистику самых перспективных игроков и разрабатывают индивидуальную стратегию под каждого противника.

Анализ «Больших данных» помогает выбрать правильную стратегию для развития бизнеса, вывести рекламу только заинтересованной в продукте аудитории.

Методики преобразования Big Data используют все крупные компании в частности: Google, Meta, IBM, мировые финансовые корпорации (VISA, MasterCARD) [3, 4].

**Заключение:** Big Data способствует устранению глобальных проблем. Помогает бороться с пандемией, находить лекарства от онкологических заболеваний и предотвращать кризисы мировых масштабов.

Большие данные стали главным инструментом для принятия решений – начиная с небольших интернет бизнесов и заканчивая международными организациями.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Технологии Big Data: как использовать Большие данные в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies>. – Дата доступа: 28.04.2022.
2. Z&G. Branding “Big Data и маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://zgbrand.ru/statiy/marketing/big\\_data\\_i\\_marketing/](https://zgbrand.ru/statiy/marketing/big_data_i_marketing/). – Дата доступа: 29.04.2022.
3. Большие данные – большой маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.sas.com/ru\\_ru/insights/big-data/big-datamarketing.html](https://www.sas.com/ru_ru/insights/big-data/big-datamarketing.html). – Дата доступа: 27.04.2022.
4. Открытые медиа «Большие данные в маркетинговых исследованиях» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ovtr.ru/stati/bolshie-dannye-big-data-v-marketingovyh-issledovaniyah>. Дата доступа: 27.04.2022.