

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНОЧНОГО ОКРУЖЕНИЯ

К. Р. Соколюк¹⁾, И. Д. Лавровский²⁾, Е. А. Рожкова³⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
kristinasokoluk2@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
ilyalavrovskiy@gmail.com

³⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
elen.lenss@yandex.by

Научный руководитель: Т. А. Бронская

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет, г. Минск,
Беларусь, bronska.tatiana@yandex.ru*

В данной статье рассматривается использование больших данных для анализа рыночной среды. Описаны методы сбора и обработки данных, такие как веб-аналитика и машинное обучение, а также их роль в понимании поведения потребителей и рыночных тенденций. Также поднимаются вопросы конфиденциальности данных и эффективные способы защиты информации.

Ключевые слова: большие данные; анализ рыночного окружения; рыночные тенденции; рост объема данных; конфиденциальность; интеграция данных.

USING BIG DATA TO ANALYZE THE MARKET ENVIRONMENT

K. R. Sokolyuk¹⁾, I.D . Lavrovsky²⁾, E. A. Rozhkova³⁾

¹⁾ student, Belarusian State University, Minsk, kristinasokoluk2@gmail.com.

²⁾ student, Belarusian State University, Minsk, ilyalavrovskiy@gmail.com.

²⁾ student, Belarusian State University, Minsk, elen.lenss@yandex.by

Supervisor: T. A. Bronskaia

senior lecturer, Belarusian State University, Minsk, Belarus, bronska.tatiana@yandex.ru

This article discusses the use of big data to analyze the market environment. Data collection and processing techniques such as web analytics and machine learning are described, as well as their role in understanding consumer behavior and market trends. Data privacy issues and effective ways to protect the information are also raised.

Keywords: big data; market environment analysis; market trends; data growth; privacy; data integration.

Большие данные – это большой объем структурированной и неструктурированной информации, которая генерируется в огромных масштабах. В контексте анализа рынка Big Data охватывает различные источники данных, включая социальные сети, отзывы клиентов, веб-аналитику и данные о продажах [3].



Использование больших данных в бизнесе.
Источник: [1]

Из графика следует, что около половины запросов на использование больших данных приходятся на работу с клиентами и их нуждами. Такой анализ позволяет компаниям глубже понимать предпочтения и поведение потребителей, поддерживая четыре ключевые стратегии: увеличение количества клиентов, снижение их оттока, увеличение дохода на одного клиента и улучшение существующих продуктов.

С 2021 года было создано 90 % всех мировых данных и их объем растет в геометрической прогрессии. Также видна тенденция интегрирования использования больших данных в компании, в 2024 году их используют около 60 % фирм. Большие данные делятся на категории: видео – 53,72 %, социальные сети, которые генерируют 12,69 % данных и игры с долей в 9,86 % [2].

Для сбора и анализа данных используются различные методы: сбор информации о поведении потребителей на сайтах и в приложениях; прогнозирование спроса на товары с помощью алгоритмов машинного обучения, а также оценка эффективности компании с помощью таких сервисов, как Яндекс Метрика и Google Analytics; анализ поведения пользователей в социальных сетях и анализ их обратной связи [1].

Обработка и анализ больших данных требуют большого количества ресурсов и угрожает конфиденциальности потребителей. Один из методов борьбы с такой угрозой больших данных – это шифрование данных. Этот процесс включает в себя преобразование исходных данных в зашифрованный формат, который можно расшифровать только с использованием

определенного ключа. Это помогает защитить данные, даже если злоумышленник получит доступ к системе. Также используются технологии, такие как многофакторная аутентификация (MFA) для повышения безопасности доступа, аналитика поведения пользователей и сущностей (UEBA) для выявления аномалий в поведении, сегментация сети для минимизации последствий взлома, мониторинг и логирование активности в реальном времени [2].

Использование больших данных является неотъемлемой частью создания продукта и стратегий компании. Рост запросов потребителей растет и анализ данных помогает компаниям удовлетворить потребности каждого клиента, а также дает понимание более детальных изменений и тенденций на рынке для прогнозирования дальнейшей ситуации и разработки оптимальную стратегии.

Библиографические ссылки

1. Ten Ways Big Data Revolutionizing Marketing and Sales [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/louiscolombus/2016/05/09/ten-ways-big-data-is-revolutionizing-marketing-and-sales/> (дата обращения: 19.09.2024).

2. Application and Influence of Big data Analysis in Marketing Strategy. [Электронный ресурс]. URL: (PDF) Application and Influence of Big data Analysis in Marketing Strategy (researchgate.net) (дата обращения: 20.09.2024).

3. Бозиева Л. Использование больших данных для повышения эффективности GO-TO-MARKET стратегий [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-bolshih-dannyh-dlya-povysheniya-effektivnosti-go-to-market-strategy/viewer/> (дата обращения: 19.09.2024).

4. Большие данные (Big Data) мировой рынок. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%91%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%B5_%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_\(Big_Data\)_%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA/](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%91%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%B5_%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_(Big_Data)_%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA/) (дата обращения: 19.09.2024).