

Хилькевич Марк Дмитриевич,

студент,
кафедра маркетинга,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Какенов Дамир Тимурович,

студент,
кафедра маркетинга,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Болотов Александр Евгеньевич,

студент,
кафедра маркетинга,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Матушкина Ольга Евгеньевна,

доцент,
кафедра маркетинга,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВПО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ BIG DATA НА РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация:

В статье исследуются перспективы коммерциализации Big Data на российском рынке в сравнении с опытом США. Представлен анализ ключевых факторов, таких как государственная поддержка, правовое регулирование, инфраструктурные ограничения и кадровый потенциал, которые влияют на развитие Big Data в России. На основе успешных примеров США предложена концептуальная модель коммерциализации данных для российского контекста, включающая элементы гибкой инфраструктуры, доступных облачных решений и инновационных подходов к монетизации. Рассмотренные направления дают оценку комплексным факторам, влияющим на рынок, и предлагают стратегии преодоления барьеров, таких как дефицит специалистов и строгие правовые нормы.

Ключевые слова:

Big Data, коммерциализация, российский рынок, США, государственная поддержка, правовое регулирование, инфраструктура данных, кадровый потенциал, монетизация, предиктивная аналитика, цифровая трансформация.

Коммерциализация Big Data в условиях стремительно развивающейся цифровой экономики Российской Федерации является одним из ключевых направлений для повышения конкурентоспособности бизнеса и государственного управления. Глобальный переход к использованию данных как стратегического ресурса значительно влияет на эффективность компаний, особенно в условиях растущего интереса к технологиям искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (ML). Российский рынок Big Data демонстрирует устойчивый рост, что подтверждается увеличением инвестиций и разработкой решений, направленных на анализ и монетизацию данных. Этот рынок набирает обороты благодаря активной цифровизации экономики и государственной поддержке. Компании всё чаще рассматривают данные не только как ресурс для внутренней оптимизации процессов, но и как актив, который можно монетизировать, создавая новые продукты и услуги для внешних клиентов. Успешная монетизация Big Data требует глубокого понимания ключевых параметров данных, и в этом направлении Россия ориентируется на поддержку государства, в том числе через проект «Цифровая экономика». При этом в США развитие Big Data преимущественно происходит за счет инвестиций со стороны частного сектора, что приводит к разнообразию внедрения и быстрому росту рынка.

Для анализа состояния и перспектив российского рынка Big Data целесообразно использовать опыт США, поскольку это крупнейший рынок, где сложилась зрелая система монетизации данных. США не только лидируют по объемам инвестиций в Big Data и технологиям, но и представляют уникальную модель, в которой значительную роль играют частные компании и стартапы. Гибкая инфраструктура, доступные облачные платформы и ориентация на поддержку инноваций являются значимыми факторами, обеспечивающими развитие Big Data в США. Сравнительный анализ с США помогает выявить сильные и слабые стороны российского рынка Big Data и предложить конкретные меры, которые могут способствовать его росту. Этот подход позволяет не только обобщить успешные примеры, но и предложить адаптированные решения для России, соответствующие её условиям и потребностям.

Технологии Big Data основаны на обработке больших объемов данных, которые отличаются разнообразием и высокой скоростью поступления. Эти данные могут поступать из множества источников: транзакций, социальных сетей, сенсоров IoT и онлайн-платформ. Модель «3V» — объем (Volume), скорость (Velocity) и разнообразие данных (Variety) — описывает основные характеристики Big Data, что делает их обработку сложной и требует специализированных технологий, таких как ИИ и ML. Российский рынок Big Data продолжает развиваться. По данным Ассоциации больших данных, к 2024 году объем рынка составит 319 миллиардов рублей, а ожидаемый экономический эффект от использования Big Data составит 1,6 триллиона рублей операционной прибыли. К 2030 году прогнозируется рост рынка до 800 миллиардов рублей, и внедрение ИИ может добавить более 11 триллионов рублей к ВВП страны. Этот рост обусловлен не только развитием ИИ-технологий, но и активной поддержкой государства в рамках национальных проектов. В США такие проекты осуществляются в первую очередь на основе рыночной конкуренции и прямых вложений технологических гигантов, таких как Google и Amazon, что позволяет им занимать лидирующие позиции.

Ключевыми игроками на российском рынке Big Data выступают крупные компании из таких секторов, как финансы, телекоммуникации, операторы фискальных данных и IT. Эти компании используют накопленные данные не только для внутренних нужд, но и для создания новых коммерческих продуктов и услуг, что становится важным элементом их стратегии. Коммерциализация данных предоставляет бизнесу новые источники доходов и помогает улучшить процессы прогнозирования спроса и персонализации предложений для клиентов. В финансовом секторе ярким примером является Тинькофф Банк с его продуктом «Компас». Эта платформа позволяет компаниям разрабатывать стратегии на основе предиктивной аналитики, что помогает прогнозировать рыночные изменения, оценивать риски и выявлять новые возможности. С помощью «Компас» бизнес может создавать персонализированные предложения для клиентов и оптимизировать маркетинговые кампании, что значительно повышает эффективность бизнеса и увеличивает доходы. В секторе телекоммуникаций компании, такие как МТС, Мегафон и Ростелеком, активно монетизируют данные, предлагая бизнесу аналитические решения на основе Big Data. Продукты, такие как «МТС Big Data» и «Мегафон OneFactor», анализируют данные о поведении пользователей, их местоположении и предпочтениях, что позволяет предлагать бизнесу платные аналитические услуги. На основе данных о перемещениях и активности пользователей компании предоставляют рекламодателям возможность точно нацеливать свои кампании, что позволяет бизнесу снизить затраты на маркетинг и достичь лучшего возврата на инвестиции. Для США характерно доминирование таких корпораций, как Amazon и Google, чьи решения не только задают глобальные стандарты, но и делают Big Data доступной для компаний среднего и малого бизнеса через облачные сервисы, что отличает структуру рынка от России.

Для достижения устойчивого развития рынка Big Data в России предлагается концептуальная модель (рис. 1), ориентированная на уникальные условия российского контекста, но учитывающая позитивный опыт США. Первый элемент модели — это государственная поддержка и развитие локальной инфраструктуры, что реализуется через национальные программы, такие как «Цифровая экономика». Она нацелена на создание условий для цифровизации бизнеса и внедрения Big Data, а также на поддержку локальных облачных решений, способных удовлетворить потребности российского рынка, как это делают облачные платформы в США, предлагая доступность и гибкость. Вторым элементом модели выступает правовое регулирование и необходимость обеспечения конфиденциальности данных, что требует строгого соблюдения стандартов по персональным данным и внедрения технологий анонимизации, адаптированных к российским правовым требованиям. Третий элемент модели — кадровый потенциал, где значительная роль отводится развитию образовательных программ, подготовке специалистов и программам переквалификации, что также требует участия государства и частного сектора. Четвертый элемент модели — это подходы к монетизации данных, ориентированные на локальные потребности, но вдохновленные примерами успешной предиктивной аналитики и рекламных платформ, широко применяемых в США. Он предполагает развитие продуктов и услуг для B2B и B2G сегментов, таких как аналитика для государственного сектора и предиктивные системы, которые позволяют использовать данные для повышения операционной эффективности и оптимизации бизнес-процессов, учитывая особенности локального законодательства и инфраструктуры.

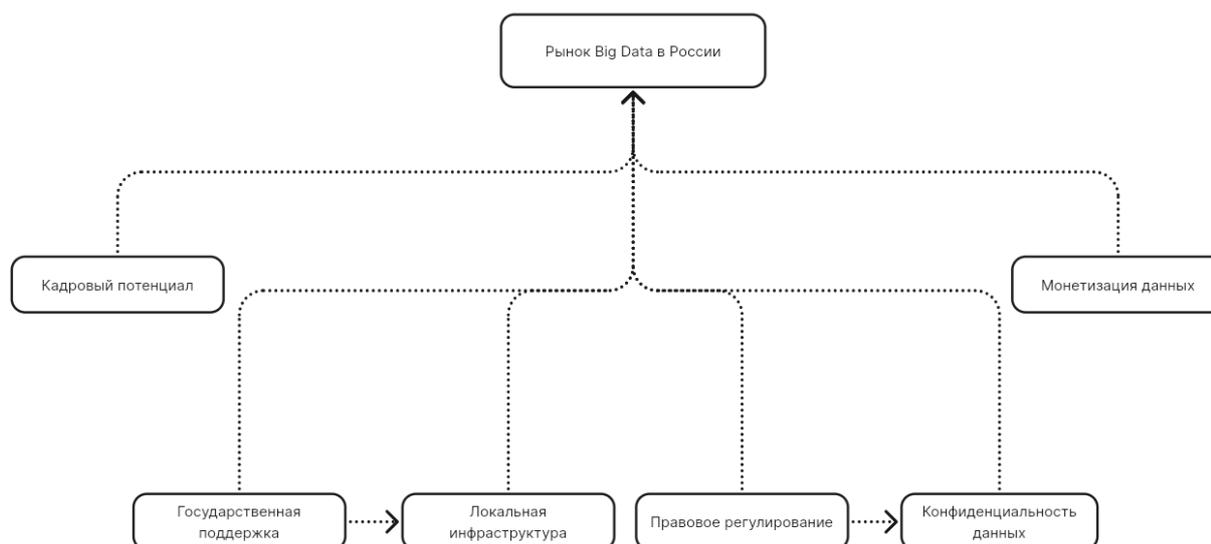


Рисунок 1 – концептуальная модель развития рынка Big Data в России

Российские компании сталкиваются с определенными барьерами, такими как дефицит кадров и правовые ограничения. Федеральный закон №152 «О персональных данных» требует от компаний анонимизации данных и соблюдения строгих стандартов, что усложняет использование данных для некоторых видов аналитики. В США регулирование пока не столь строгое, хотя введение Калифорнийского закона о защите конфиденциальности потребителей (ССРА) постепенно формирует более строгие требования к обработке данных. В России, с одной стороны, такой подход повышает прозрачность и безопасность обработки данных, но с другой — затрудняет оперативное внедрение решений, что замедляет темпы роста рынка. В США с менее жесткими ограничениями компании могут экспериментировать с новыми методами анализа и внедрять инновации без значительных барьеров, что привело к быстрому развитию инфраструктуры и высокой доступности данных для различных исследований и продуктов.

Коммерциализация данных позволяет компаниям не только повысить операционную эффективность, но и создать новые продукты, соответствующие запросам рынка. Анализ больших данных дает возможность точнее прогнозировать поведение клиентов, управлять рисками и принимать решения, основанные на фактических данных, что критически важно в условиях меняющегося рынка. Несмотря на перспективы, рынок Big Data в России сталкивается с рядом барьеров. Один из ключевых — это правовое регулирование, особенно в области персональных данных. В США компании, такие как Amazon, Google и IBM, в значительной степени ориентированы на предиктивную аналитику и оптимизацию цепочек поставок, что позволяет им эффективно управлять большим объемом информации, создавая значительную прибыль и устойчивый поток данных для B2B и B2C сегментов.

Таким образом, предложенная концептуальная модель коммерциализации Big Data в России позволяет оценить комплексные факторы, влияющие на рынок, и определить ключевые направления, которые помогут преодолеть существующие барьеры. Среди наиболее перспективных направлений можно выделить создание скоринговых систем для оценки кредитных рисков, предиктивную аналитику для прогнозирования спроса, а также консалтинг по внедрению ИИ. Коммерциализация Big Data на российском рынке обладает большим потенциалом. Развитие ИИ, поддержка государства и новые технологии создают благоприятные условия для создания новых продуктов и услуг на основе данных. Однако для полного раскрытия этого потенциала необходимо преодолеть существующие барьеры, включая правовые ограничения и дефицит специалистов, а также внедрять предложенные инновационные подходы, ориентированные на российский рынок, при этом учитывая опыт США.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ассоциация больших данных. Стратегия развития рынка данных 2024 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://storage.yandexcloud.net/eventico-dataforum23/dc/9698d6601862b7391ffb81ee99eda0.pdf> (дата обращения: 01.10.2024).
2. Коммерсант. Мониторинг цифровой трансформации бизнеса. 2023 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/6508101> (дата обращения: 01.10.2024).
3. РИА новости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/20231122/dannye-1911062370.html> (дата обращения: 10.10.2024).

4. Федеральный закон №152 «О персональных данных» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения: 01.10.2024).
5. Официальный сайт Сбербанка. СберТех и Big Data [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sbertech.ru/> (дата обращения: 01.10.2024).
6. Tadviser. Big Data и перспективы его использования в РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_\(Big_Data\)_в_России](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_(Big_Data)_в_России) (дата обращения: 01.10.2024).
7. Tadviser. Большие данные (Big Data) мировой рынок [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_\(Big_Data\)_мировой_рынок](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Большие_данные_(Big_Data)_мировой_рынок) (дата обращения: 10.10.2024).
8. Tadviser. Экономика данных и цифровая трансформация государства (национальный проект) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Экономика_данных_и_цифровая_трансформация_государства_\(национальный_проект\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Экономика_данных_и_цифровая_трансформация_государства_(национальный_проект)) (дата обращения: 10.10.2024).

Khilkevich Mark D.,

student,

department of marketing,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Kakenov Damir T.,

student,

department of marketing,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Bolotov Alexandr E.,

student,

department of marketing,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Matushkina Olga Evgenievna,

associate professor,

department of marketing,

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

COMMERCIALIZATION OF BIG DATA IN THE RUSSIAN FEDERATION MARKET

Abstract:

This article explores the prospects of Big Data commercialization in the Russian market by comparing it with the experience of the United States. The analysis covers key factors such as government support, regulatory frameworks, infrastructure limitations, and workforce potential that influence the development of Big Data in Russia. Drawing on successful U.S. examples, a conceptual model for data commercialization in the Russian context is proposed, incorporating elements of flexible infrastructure, accessible cloud solutions, and innovative monetization approaches. The examined areas assess the comprehensive factors impacting the market and suggest strategies to overcome barriers, such as skill shortages and stringent legal standards.

Keywords:

Big Data, commercialization, Russian market, United States, government support, regulatory framework, data infrastructure, workforce potential, monetization, predictive analytics, digital transformation.