

Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2018. № 4. С. 120–131.

2. Токен в банке. Что это? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://bankovskie-karty.ru/token-v-banke-chto-eto/?utm\\_referrer=https%253A%252F%252Fbankovskie-karty.ru%252Ftoken-v-banke-chto-eto%252F](https://bankovskie-karty.ru/token-v-banke-chto-eto/?utm_referrer=https%253A%252F%252Fbankovskie-karty.ru%252Ftoken-v-banke-chto-eto%252F). – Дата доступа: 25.03.2021.

3. Умные активы (криптовалюта) - Bitcoin – 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.moneyunx.com/smart-assets>. – Дата доступа: 25.03.2021.

4. Виртуальные валюты и виртуальные биржи в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20171207/1510424778.html>. – Дата доступа: 24.03.2021.

5. Трансформация бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики и информационного общества: колл. моногр. Формирование цифровой экономики и промышленности: новые вызовы / под. ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018.

УДК 338.12

*Котыш А. Ю.*

*Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Зазерская В. В.*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ КАК ИНСТРУМЕНТА МАРКЕТИНГА**

Главный ресурс маркетинга – информация. В Интернете получить данные о человеке очень легко. Пользователи охотно желают узнать, например, кем они были в прошлой жизни, и для этого проходят всевозможные тесты и опросники, из которых можно получить разнообразные данные о них. Также можно изучить цифровой след пользователя, то есть его действия в сети: записи, лайки, историю просмотра страниц в интернете, историю поисковых запросов, – и тогда никакие вопросы можно не задавать, никаких опросников и тестов не нужно.

Последнее было предложено Михаилом Казинским, занимающимся психометрическими исследованиями в Кембриджском университете. “Психометрия – наука психологических измерений, попыток как можно точнее установить различные психологические аспекты, личность, интеллектуальные способности, счастье, склонность к депрессии и т. д. Если раньше чтобы составить чей-то психологический профиль, вы должны были попросить человека пройти тест – и испытуемый хорошо понимал, что сейчас кто-то измеряет его психологические характеристики, то теперь можно делать то же самое, но человек не узнает, что его сейчас кто-то оценивает и измеряет. Достаточно посмотреть на цифровой след и на основе этих данных можно составить невероятно точный психологический портрет”, – из интервью Михаила Казинского радио «Свобода» [1].

Примером компании, использующей и добывающей информацию из социальных сетей, является Cambridge Analytica (CA), но стоит отметить, что доступ не ко всем данным правомерен. Скандал с данными Facebook – Cambridge Analytica касался получения личных данных миллионов пользователей Facebook без их согласия, преимущественно для использования в политической

рекламе [2]. Команда SA занималась влиянием на поведение пользователей в социальных сетях на основании полученных данных для оказания аналитической помощи и разработки стратегических коммуникаций для интернет-пространства президентским кампаниям в США, а также участвовала в управлении ходом выборов в ряде других стран.

В презентации на ежегодном саммите Concordia – 2016 в Нью-Йорке Александр Никс, создатель Cambridge Analytica, обсудил силу больших данных в глобальных выборах и раскрыл подход SA к таргетингу аудитории, моделированию данных и психографическому профилированию [3].

**Психографическое профилирование.** “Личностные качества управляют поведением, а поведение влияет на то, за кого вы отдаете ваш голос”. Для составления психографического профиля использовалась модель OCEAN, что является акронимом от таких понятий:

- открытость (Openness) — обозначает уровень вашей готовности к новому опыту;
- сознательность (Conscientiousness) — указывает на то, предпочитаете ли вы порядок, привычки и планирование в жизни;
- экстраверсия (Extraversion) — обозначает уровень вашей общительности;
- уступчивость (Agreeableness) — значит, можете ли вы поставить нужды других людей, общества, сообщества выше себя;
- невротизм (Neuroticism) — указывает на то, как часто вы беспокоитесь.

Таким образом, зная характер людей, на которых направленно выступление, можно подстроить свой способ подачи и содержание, чтобы ваше сообщение лучше отозвалось в вашей целевой аудитории.

**Моделированию данных.** “Большие данные это объединение наиболее большого возможного количества индивидуальных точек данных. Они синтезируются в одной базе данных, выверяются и после используются для создания представления о целевой аудитории”. Туда входит вся информация о личности человека, а также поведенческая информация о нем. Это позволяет из больших групп людей выделять более мелкие, обобщенные неким критерием. Под критериями могут пониматься и вопросы, заботящие отдельную группу. Суммируя критерии, составляются специализированные группы.

**Таргетинг аудитории.** Каждая из таких групп получает индивидуальную адресную рекламу. Информация выступает в роли инструмента коммуникации с аудиторией. Вы не будете получать рекламные объявления на товары и услуги, которые вам не интересны, реклама будет подстроена именно под ваше мировоззрение. Глобальная реклама, когда миллионы людей получают и видят одно и то, ушла в прошлое.

Конкретнее процесс и историю изложил Кристофер Уайли, бывший сотрудник Cambridge Analytica, в своей книге [2].

Команда SA разработала приложение «This Is Your Digital Life», которое собирало ответы в приложении, его персональные данные, а затем данные обо всех друзьях этого человека, после все эти данные упорядочиваются. Ответ одного человека в среднем дает записи трехсот других людей, цифровой след которых также может быть проанализирован. Таким образом, были реконструи-

рованы десятки миллионов американцев внутри компьютера, и это еще не конечный результат.

Затем выдвигались гипотезы о том, как влиять на мнения. В результате их проверки СА определили, что проще воздействовать на тех, кто более склонен к импульсивному гневу или конспирологическому мышлению, чем обычные люди, проводя агитацию через группы Facebook, рекламу или статьи, которые, как было известно фирме из внутреннего тестирования, могут спровоцировать очень узкие сегменты людей с этими чертами.

#### **Список цитированных источников**

1. Мы не заметим, как мир захватит искусственный интеллект [Электронный ресурс] // Радио Свобода. – Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/28166040.html>. – Дата доступа: 11.03.2021.

2. How I Helped Hack Democracy [Electronic resource] : From the book MINDF\*CK: Cambridge Analytica and the Plot to Break America, by Christopher Wylie. Copyright © 2019 by Verben Limited. Published by Random House, an imprint and division of Penguin Random House LLC. All rights reserved. – Mode of access: <https://nymag.com/intelligencer/2019/10/book-excerpt-mindf-ck-by-christopher-wylie.html> – Date of access: 11.03.2021.

3. Самый успешный и самый скандальный проект Data Science: Cambridge Analytica [Электронный ресурс] // Хабр. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/skillfactory/blog/503504>. – Дата доступа: 11.03.2021.

УДК 332.63

*Липская Д. Г.*

*Научный руководитель: к. т. н., доцент Надеина Н. Г.*

## **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА СТОИМОСТЬ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**

Развитие и функционирование рынка недвижимости обусловлено спецификой самого объекта рыночных отношений, то есть недвижимости. Специфическими характеристиками недвижимой собственности являются: редкость, специфика оборота и кругооборота объектов недвижимости, капиталоемкость, долговечность, неоднородность, уникальная полезность, стационарность.

Наиболее общими особенностями формирования и функционирования рынка недвижимости являются следующие:

- уровень развития и степень активности рынка недвижимости находится в тесной зависимости от колебаний общеэкономической конъюнктуры;
- на функционирование рынка недвижимости существенное влияние оказывает фактор сопутствующих затрат (имущественные налоги и затраты на обеспечение функционального состояния объектов недвижимости);
- специфика объекта рынка недвижимости в значительной степени влияет на соотношение спроса и предложения на данном рынке [2].

Неоднородность рынка недвижимости непосредственно связана с его сложной структурой и охватывает многие сферы экономики. Экономическая струк-