

מבוא

נושא העבודה:

השפעת השימוש ב-BIG DATA על היתרון התחרותי של חברת נטפליקס

ביג דאטה הוא מונח אשר מתייחס למאגר מידע אשר כולל נותנים שמגיעים ממקורות שונים ובכמויות גדולות. האתגר של ניהול הנתונים הללו הפך לתחום חשוב בטכנולוגיות המידע. המידע אשר מגיע משלל מקורות שונים גורם לכך שמידע רב נאגר ללא מחיקה באופן אשר מאפשר יכולות ניתוח וזיהוי תבניות אשר יכול להביא לשיפורים ביכולת של החברה לנהל את עצמה.

חברת נטפליקס היא חברה אמריקאית אשר מציעה שירותי צפייה ישירה בשיטת OTT של ספריית VOD. היא החלה בתור חברה להשכרת DVD ובמשך הזמן הפכה להיות חברה אשר מזרימה תכנים באופן ווירטואלי. כשמונים אחוזים מבין התכנים אשר מוזרמים ברשת נטפליקס נקבעים לפי מערכת ההמלצות של המערכת. החברה מחזיקה במעל לחמישים אחוזים מנתח שוק הסטרים בארצות הברית וכ-150 מיליון מנויים ברחבי העולם נכון לשנת 2018. החברה נמצאת בצמיחה עקבית ושיטתית ומצליחה להגיע לשווקים שהיא לא הגיעה עד כה.

חשיבות המחקר

הסיבה שבחרתי בנושא הוא כדי לעמוד על היתרונות של הביג דאטה על יכולות ההתחרות של חברות שונות. ביג דאטה היא טכנולוגיה שלא הייתה קיימת עד לפני כמה שנים ומעניין לבחון כיצד ההופעה של הטכנולוגיה הזו מסוגלת לבוא לידי ביטוי מבחינת היתרון התחרותי של החברות. חברת נטפליקס היא חברה אשר נמצאת בצמיחה גדולה מאוד ולכן היא יכולה לשמש בתור מקרה בוחן מתאים.

מבנה העבודה

על מנת לענות על המחקר ראשית אפתח בחלק סקירת ספרות אשר יתאר את החומר התיאורטי אשר מסביר את שאלת המחקר ואת מטרת המחקר. חלק זה יתאר ארבעה מאמרים בולטים אשר עוסקים בנושא המחקר. אתאר את המחקרים בקצרה ואעמוד על החשיבות של המחקרים הללו למחקר זה. לאחר מכן אסכם את המאמרים בקצרה בסיכום ביניים. השלב הבא של העבודה יתאר את שאלת המחקר הספציפית של המחקר ואת שיטת המחקר שבעזרתה אענה על שאלת המחקר. לסיום אסכם את העבודה לפי העיקרים הבולטים אשר עלו מתוך המחקר.

סקירת ספרות

להלן אנתח מחקים בולטים אשר יכולים ללמוד אונתו לגבי שאלת המחקר של עבודה זו.

No (Big) Data, no fiction? Thinking surveillance with/against Netflix

תקציר המחקר

מחקר זה מתאר את התופעה שבו פלטפורמות מקוונות, כמו נטפליקס, אוספות כמויות גדולות של מידע על התנהגות הלקוחות. זאת כדי לחזות את תחומי העניין של החברות הללו ולייצר תכנים מוצלחים יותר ומותאמים אישית ללקוחות מתוך רצון להגביר את הרווחים אשר ניתנים לחברה. המאמר עוסק בדרך שבה שיטות המעקב הללו של החברה באות לידי ביטוי תוך שימוש בטכנולוגיית של הביג דאטה. דרך העיסוק של המחקר בטכניות בולטות, שעושות שימוש בטכנולוגיית הביג דאטה, הם מסיקים מסקנות בנוגע לאופי השירות והצריכה של נטפליקס.

טענת המחקר

טענת המחקר העיקרית היא כי המעקב מתואר על ידי החברה בתור גורם פנימי שנועד רק לעבד את המידע הרלוונטי עבור התאמת התכנים, כאשר הצופים הופכים להיות למעשה גורמים אשר המידע הקשור אליהם יכול להיות נגיש לכל. טענה זו מוסברת כך שכיום הרצונות והדירוג של הצופים את התכנים השונים מהווים רק חלק קטן ממסת הנתונים שנטפליקס אוספת בנוגע למשתמשים שלה מלי ידיעתם.

שיטת המחקר

שיטת המחקר של העבודה היא ניתוח של תוכניות שונות שהחברה מפיצה, כדי לעמוד על הדרך שבה החברה מפעילה את הטכנולוגיות של הביג דאטה. ניתוח זה נעשה לצד תיאורים תיאורטיים אשר עוסקים במערב ובדרך של המעקב להשפיע ולעצב את התנהגות הצרכנים ואת התנהגות האדם באופן כללי. כך המחקר גם מתאר את התופעה עצמה, וגם את ההקשר החברתי תרבותי שלו, לפי חוקרים אחרים אשר עסקו בתופעה הזו.

ממצאי המחקר

ניתן לעמוד על ההשפעה הגדולה של טכנולוגיית הביג דאטה על הבחירות של החברה אשר משפיעות על התכנים שלה. ניתוח המחקר מראה כי הסדרה " בית הקלפים" למשל היא סדרה אשר העלילה של הסדרה השתנתה בעקבות המעקב של הביג דאטה. כלומר מנהלי נטפליקס השפיעו על יוצרי התוכנית להתאים את הנרטיב של העלילה, לפי הרצונות של הלקוחות, וזאת לפי נתוני איסוף המידע שנטפליקס