

TO THE QUESTION OF THE IMPACT OF THE USE OF BIG DATA IN THE ANALYTICAL SYSTEM OF AN ORGANIZATION

O. Korneenko¹

Abstract

This article discusses some aspects of using big data in the accounting.

Keywords: big data, technologies, data sources, commercial information, analysis, business assets, structured and unstructured data.

Для оказания помощи организациям в борьбе с трудностями индустрия программного обеспечения продолжает заниматься разработкой инструментов, призванных облегчить процесс извлечения ценных аналитических выводов из данных. Объем и разнообразие данных, которые доступны для анализа, растут в геометрической прогрессии, появляются более мощные технологии, управляющие данными сложной структуры и позволяющие выполнять аналитику более высокого уровня. Сейчас имеется огромное количество источников данных: записи контакт-центров, внешние каналы, компьютерные данные, социальные сети и др. Эти связанные между собой потоки, называемые термином «большие данные», в современных организациях комбинируются в целях открытия новых источников уникальной информации и прибыли.

Для использования результатов, которые дает работа с данными, организациям следует решить целый ряд задач, связанных с возникновением потребности в новых навыках, инструментах и ином образе мышления [1]. Большие данные становятся основным бизнес-активом.

Имеются все возможности для того, чтобы помочь обернуть данные в коммерческие идеи и ценности. Для широкого использования возможностей больших данных специалистам по учету следует более тесно сотрудничать с тремя группами заинтересованных сторон: коллегами из сферы IT, специалистами в области обработки данных и бизнес-лидерами. Первые собирают большую часть данных, вторые способны оперировать передовыми методами анализа данных, а третьи успешно обеспечивают трансформацию новых идей в конкретные действия.

Небольшие предприятия имеют меньше ресурсов для реализации соответствующих проектов, но и зависимость от устаревших IT-методов у них ниже, чем у их более крупных конкурентов [2]. Также малым организациям легче двигаться вперед, так как они могут подключать простые в использовании приложения и услуги передачи данных, которые позволяют извлекать выгоду из данных при минимальных затратах и рисках. При этом ключ к успеху и для тех, и для других организаций заключается в изначальной выработке четких целей для проектов данных. И только затем

¹ Olga Korneenko, Gomel State University Francis Skorina, Belarus

необходимо подбирать наиболее подходящие под конкретные цели инструменты и сервисы,

Под влиянием технологий правила бизнеса меняются. Бизнес получил возможность использовать новые данные, объемы которых и по сей день демонстрируют экспоненциальный прирост. Это и развитие социальных сетей, и распространение вездесущих мобильных устройств, облачных сервисов, а также применение огромного количества датчиков, которые привязывают физические объекты к Интернету.

Эти данные представляют собой смесь как структурированных, так и неструктурированных данных, которые состоят из голосовых записей, информации о ценах, изображений, сообщений в социальных сетях, сведений о географическом положении и многих других. В настоящее время шесть из десяти компаний используют в своих целях данные контакт-центров, в том числе записи разговоров, которыми обменивается персонал, данные третьих лиц, рыночную информацию и т.п. Чуть более половины таких компаний собирают также данные, которые генерируются компьютерными средствами.

Большие данные дополняют бухгалтерскую и коммерческую информацию, хранящуюся и обрабатываемую организацией. Когда начинается обсуждение последних тенденций в сфере больших данных, внимание в основном уделяют новым формам неструктурированных данных. Специалистам по учету и анализу, безусловно, необходимо знать о том, как развивается ситуация в этой области. При этом нужно понимать, что большинство современных организаций в первую очередь должны обратить серьезное внимание своим внутренним структурированным данным, хранящимся в системах управления предприятиями. Несмотря на значимость обеих областей, специалистам по учету, скорее, необходимо взяться в первую очередь за корпоративные данные.

Организации используют данные совершенно по-разному. Большинство применяют их для улучшения операционных показателей, другие превращают данные в элемент своей ключевой компетенции и создают на их основе совершенно новые продукты и услуги. Часть организаций сегодня концентрируются прежде всего на анализе структурированных данных, уже попавших в систему управления предприятием. Некоторые большие организации создают сервисы по передаче данных, чтобы оказывать аналитические услуги более мелким в цепочке поставок компаниям. Например, P&G помогает небольшим ретейлерам анализировать направления повышения эффективности работы их торговых точек. Это говорит о том, что использование данных полезно с точки зрения как операционных преимуществ, так и новых возможностей для бизнеса.

Для малых и средних предприятий большие данные и аналитика также предоставляют многочисленные возможности. Более мелкие компании, как правило, располагают ограниченными ресурсами и более скромным бюджетом. При этом они имеют и ряд преимуществ, например, как правило более гибкая IT-инфраструктура и способность быстро приспособиться к новым методам работы.

Несмотря на склонность небольших компаний полагаться при принятии решений скорее на собственный опыт и интуицию, чем на данные, руководители все же понимают возможности и ценность обработки больших данных. В эру господства данных предприятия, игнорирующие ценность данных при принятии решений, рискуют проиграть тем, кто использует их для улучшения производственных показателей и извлекает из данных новые идеи.

Здесь следует привести несколько примеров. Недалеко от Бостона находится ресторан, в котором подают блюда из местных продуктов. Ресторан привлек для анализа своих посетителей и транзакций данные для поиска решения по привлечению гостей каким-то новым способом. И, выяснив в ходе анализа, что часть постоянных клиентов регулярно заказывают свежее выловленного лосося, ресторан стал заранее сообщать им о поступлении рыбы нового улова. В результате повысились и объемы продаж, и лояльность посетителей.

Другой пример характеризует деятельность одного из агентств по оказанию услуг по созданию брендов. Они взяли инструменты по обработке данных от аналитической платформы Tableau, исключили привязку к Excel и добавили средство визуализации, которое помогает клиентам в самых разных видах применения. Используя его, можно, например, понять, как задержки при кассовом обслуживании влияют на общие показатели. Платформа помогла упростить процесс взаимодействия с клиентами, поскольку все данные стали размещаться в одном месте, доступном для каждого. При этом обеспечивается единое и последовательное представление необходимой корпоративной информации.

Другие предприимчивые малые и средние предприятия пользуются ресурсами, которыми обладают передовые исследователи данных, не имея ни бюджета, ни технических возможностей разместить такие ресурсы. Так, в компании Jetras, разработчике мобильного приложения, составляющего путеводители из общедоступных фотографий пользователей, решили разработать алгоритм автоматизации процесса поиска лучших фотографий. Они обратились к платформе Kaggle, которая сопоставила относящиеся к данным запросы с информацией ведущих исследователей со всего мира. Через три недели всего за 5000 долларов задача была решена. Причем, гораздо дешевле и быстрее, чем если бы Jetras делали все самостоятельно [3].

Основными направлениями бизнеса, которые могли бы выиграть от более высокого качества данных и более совершенной аналитики, являются следующие: выявление возможностей повышения эффективности и экономии, разработка и контроль ключевых показателей эффективности, прогнозирование на основе движущих факторов, мониторинг внешних рисков и повышение дохода (за счет более качественной сегментации клиентов и т.д.). Выгода может заключаться еще и в повышении отдачи от принятия решений и стратегического планирования. Взяв на вооружение знания, полученные в результате анализа данных, организации могут улучшить основные процессы и скорректировать бизнес-модели.

Стремительный рост масштабов данных, которыми сегодня располагают предприятия, ведет к расширению спектра идей, которые могут быть генерированы с использованием разнообразных аналитических методов. Необходим анализ самого широкого диапазона: от базовой отчетности и вплоть до прогностической аналитики.

Учитывая широкие возможности, организациям следует начинать с определения для себя ключевых вопросов, ответы на которые им действительно необходимы в настоящий момент. В частности, прежде чем углубляться в мир неструктурированного анализа данных, следует в полной мере понять свою бизнес-модель и иметь представление о собственных нематериальных активах, а также о структуре, качестве и источниках данных.

Таким образом, большие данные могут стать бесценным инструментом, с помощью которого специалисты по учету достигнут одной из своих главных целей максимально обширного и глубокого понимания бизнеса, в котором они работают.

References

- [1] «Why more data does not guarantee better business decisions», CGMA Magazine, 18.04.2013
- [2] «Small business takes on big data», Reuters, 04.02.2013
- [3] «How Kaggle is changing how we work», The Atlantic, 12.04.2013