

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БІЗНЕС-АНАЛІТИЦІ

Штефан Богдан
Актуальность использования
мобильных технологий в бизнес-
аналитике

Shtefan Bohdan
Relevance of mobile technology
relevance of mobile technology
usage in business-analytics

Сьогодні бізнес-клімат змінюється швидко та радикально. Компанії повинні реагувати в режимі реального часу миттєво та ефективно. Мобільна бізнес-аналітика дає можливість динамічного аналізу даних для співробітників компанії. Така технологія не тільки підвищує продуктивність підприємства в цілому, а й дозволяє співробітникам приймати обґрунтовані рішення значно швидше. Та це тільки частина із великого спектру можливостей, які отримують компанії використовуючи інструменти мобільної бізнес-аналітики. Мобільна ВІ виходить за рамки простої приладової панелі звітності з двостороннім зв'язком.

Керівник досліджень у сфері бізнес-аналітики, Девід Стоддер (David Stodder), визначив три основні тенденції, що заслуговують особливої уваги:

- обчислення, змінять «ландшафт» для бізнес-аналітики;
- візуалізація даних набуватиме більшого значення;
- інтеграція даних покращиться за рахунок освіченості користувачів щодо джерел даних[2].

Інструменти бізнес-аналітики поступово стають простішими, а процес пошуку інформації — більш інтуїтивно зрозумілим та ефективним. Користувачі, потреба яких у інформації зростає, будуть диктувати вендорам вимоги до «мобілізації» систем бізнес-аналізу, а також використання інноваційних засобів, таких як обробка даних в оперативній пам'яті і застосування методу асоціативного аналізу.

Можливості мобільної аналітики практично безмежні, основна мета таких технологій полягає в тому, щоб працівники в тій чи іншій галузі були повністю забезпечені інформаційною підтримкою у будь який час і в будь якому місті.

Сьогодні рівень проникнення мобільної бізнес-аналітики є досить малим. Більшість організацій повідомляють, що менше 10 % користувачів мають можливість доступу. У 48 % малих організацій проникнення мобільної бізнес-аналітики становить менше

10 %. Такі ж тенденції спостерігаються і у 87 % великих організацій. Але у 20 % учасників малого бізнесу рівень проникнення складає 81 відсотків і вище.

Великі організації розуміють актуальність використання даних технологій, та їм потрібно найбільше часу для інтеграції таких рішень.

Середні підприємства не такі повільні як великі організації але швидкість впровадження уступає з точки зору наявності менших бюджетів для використання таких рішень.

Малі підприємства набагато швидше здатні адаптуватися до нових технологій. Найсильнішою їх стороною є спритність. Більшість учасників малого бізнесу вважають мобільну бізнес-аналітику вкрай важливою.

Таким чином, найвищу ступінь культурної готовності до використання мобільної бізнес-аналітики мають невеликі організації. Що забезпечує таку готовність? Ці підприємства вже користуються та комфортно почуваються із мобільними технологіями. Керівники відділів збуту, маркетингу, ймовірно, найбільш підготовлені до використання цих технологій.

Поява спеціалізованих BI-сервісів і моделі підписки на них дозволяє компаніям почати активнішу роботу з бізнес-аналітикою при істотному зниженні початкових витрат, а потім підвищувати свої інвестиції в цей напрямок у міру отримання реального ефекту. У короткостроковій перспективі ринок може опинитися під незначним негативним впливом макроекономічних процесів, а також уповільнення циклів продажів у рамках багатомільйонних BI контрактів.

Зрештою, середній бізнес і компанії на деяких вертикальних ринках тільки починають розглядати можливість використання систем бізнес-аналізу даних і аналітичних інструментів, тому BI залишатиметься одним з найшвидше зростаючих ринків програмного забезпечення.

Література

1. Борис Евельсон. «Що означають тенденції бізнес аналітики в 2013 році? (What Do Ongoing BI Trends Mean for 2013?) 2012 р.
2. Дэвид Стоддер. (David Stodder) «Становление трёх инновационных технологий в сфере бизнес-аналитики». (3 Emerging Innovations for BI and Analytics) 2012 р.
3. Международное исследование рынка бизнес-аналитики. (BizTechReports International).
4. Орешков В. И., Паклин Н. Б. «Бизнес-аналитика: от данных к знаниям». — 2 изд. — П.: ПИТЕР, 2013. — 704 с.
5. Forrester Research: A Practical How-To Approach To Mobile BI.