

130. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНАЛИТИКИ ДАННЫХ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В КОРПОРАТИВНОМ СЕКТОРЕ

Игнатёнок П.В. студентка гр. 578101

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
Инженерно-экономический факультет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Белоцкая Ю.С. – ассистент, каф. ЭИ

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы и практические аспекты применения аналитики данных для принятия стратегических решений в корпоративном секторе. Систематизированы основные уровни аналитики данных и соответствующий им инструментарий. На основе анализа корпоративных кейсов компаний Procter & Gamble, Citadel, Сбербанк, Walmart и Amazon показана взаимосвязь между внедрением data-driven подхода и улучшением ключевых финансовых и операционных показателей. Выявлены основные барьеры внедрения аналитических технологий.

Актуальность

В условиях цифровой трансформации данные превратились в стратегический актив корпорации. По данным исследования McKinsey Global Institute, компании, ориентированные на data-driven подход, в 23 раза чаще привлекают новых клиентов и в 19 раз чаще демонстрируют устойчивую прибыльность по сравнению с конкурентами. При этом лишь 6% компаний глобально готовы публично позиционировать себя как data-driven бизнес, что подчёркивает существенный разрыв между потенциальными возможностями аналитических технологий и фактическим уровнем их интеграции в корпоративные процессы.

Рост объёмов данных, развитие облачных платформ и доступность инструментов машинного обучения усиливают потребность в системном использовании аналитики на всех уровнях корпоративного управления.

Теоретические основы

В научной литературе выделяют несколько уровней аналитики данных, применяемых в корпоративном управлении. Описательная аналитика отвечает на вопрос «что произошло?» и формирует ретроспективную картину деятельности компании посредством отчётности и визуализации KPI. Разведочный анализ (EDA) направлен на выявление скрытых закономерностей, распределений и аномалий в данных. Прогностическая аналитика использует методы машинного обучения и статистические модели для ответа на вопрос «что произойдёт?» в частности, регрессионный анализ, временные ряды и алгоритмы классификации. Предписывающая аналитика не только прогнозирует результаты, но и рекомендует оптимальные управленческие решения на основе оптимизационных моделей. Указанные уровни образуют иерархию аналитической зрелости, в которой каждая последующая стадия опирается на результаты предыдущей.

Эволюция инструментария шла от традиционных систем поддержки принятия решений (DSS) и информационных систем руководителя (EIS) к современным платформам бизнес-интеллекта (BI) и облачным аналитическим экосистемам.

Практическое применение

Анализ корпоративных кейсов демонстрирует конкретные результаты внедрения аналитики. Компания Procter & Gamble использует платформы Microsoft Azure и Amazon SageMaker для анализа потребительских предпочтений и управления цепочками поставок: операционный доход вырос с \$17,8 млрд в 2022 году до \$18,1 млрд в 2023 году. Citadel применяет технологии Hadoop, Spark и NLP для прогнозирования рыночных тенденций и управления рисками в реальном времени; активы под управлением выросли с \$841 млн до \$943 млн за тот же период. Сбербанк внедрил платформы Apache Hadoop, Apache Spark, а также собственные инструменты SberDataExchange и Sber Process Mining для анализа кредитных рисков и оценки клиентских потребностей – за 2023 год клиентская база выросла на 2,1 млн человек. В ритейле показателен опыт Walmart и Amazon: первый оптимизирует запасы в режиме реального времени, второй – персонализирует рекомендации на основе поведенческих данных.

В качестве технологического стека в корпоративном секторе широко применяются языки программирования Python и R, СУБД классов SQL и NoSQL, BI-платформы (Tableau, Power BI, Visiology), а также инфраструктурные решения для Big Data (Apache Spark, Hadoop).

Представленные кейсы демонстрируют, что внедрение аналитических платформ приводит не только к улучшению операционных показателей, но и к формированию устойчивых стратегических преимуществ, основанных на данных.

Барьеры внедрения

Несмотря на очевидные преимущества аналитики данных, компании сталкиваются с рядом системных ограничений. Обычно выделяют три группы барьеров: технологические, кадровые и организационные.

К технологическим барьерам относится низкое качество корпоративных данных (до 30% рабочего времени аналитиков уходит на их очистку и подготовку). Кадровые ограничения связаны с дефицитом квалифицированных специалистов в области Data Science и инженерии данных. Организационные барьеры включают высокие первоначальные инвестиции, необходимость перестройки бизнес-процессов и сопротивление при формировании data-driven культуры.

Дополнительным барьером выступают вопросы информационной безопасности и защиты персональных данных, особенно в условиях роста объемов обрабатываемой информации и ужесточения регуляторных требований.

Таким образом, аналитика данных обеспечивает переход корпоративного управления от реактивной к проактивной модели стратегического управления. Наибольший эффект достигается при комплексном применении всех уровней аналитики в совокупности с соответствующей технологической инфраструктурой и data-driven культурой внутри организации. Перспективным направлением дальнейших исследований является разработка отраслевых моделей оценки зрелости аналитических компетенций и методик измерения ROI от внедрения аналитических платформ.

Список использованных источников:

4. Соловьев К. А. Использование данных для стратегического принятия решений в крупных корпорациях // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. — 2024. — Т. 8-3(95). — С. 204–210.
5. Аналитика в бизнесе: как данные помогают принимать решения // *Высшая школа бизнеса и технологий ГУУ*. — 2025. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dpo.guu.ru/blog/analitika-v-biznese-kak-dannyye-pomogayut-prinimat-resheniya>
6. Davenport T. H., Harris J. G. *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. — Harvard Business Review Press, 2017. — 240 с.
7. McKinsey Global Institute. *The Age of Analytics: Competing in a Data-Driven World*. — McKinsey & Company, 2016.
8. Фадеева А. А., Раптунович О. М., Липницкая Н. И. Использование аналитики данных для принятия стратегических решений в корпоративном секторе // *60-я Юбилейная научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР*. — Минск, 2024. — С. 223–225.