

СЕКЦИЯ «ПРОБЛЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА»

BUSINESS INTELLIGENCE РЕШЕНИЯ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Абаев Т.М.; Волкова О.А.

Ермакова Е.В. кандидат экономических наук, доцент

Business Intelligence — это процесс анализа информации, выработки интуиции и понимания для улучшенного и неформального принятия решений бизнес-пользователями, а также инструменты для извлечения из данных значимой для бизнеса информации.

Ключевые слова: хранилища данных, анализ данных, прогнозирование, система поддержки и принятия решений, бизнес интеллект, business intelligence, отчетность, автоматизированные системы управления предприятием.

Электронный бизнес — совокупное понятие для множества классов информационных систем, автоматизирующих коммерческую работу предприятия[1]. История развития электронного бизнеса уходит корнями в начало революции в сфере информационных технологий, что представляет собой развитие микроэлектроники, компьютерной техники и телекоммуникаций. Развитие информационных технологий тесно связано с внедрением ИТ-решений в различные сферы бизнеса. Главными задачами бизнеса является получение максимальной прибыли с минимальными издержками, чему способствует внедрение в предприятия ИТ-решений различных классов. Причем, эти решения включают в себя не только электронную коммерцию, которая упростила взаимодействие бизнеса и клиента в сфере продаж, но и ряд систем внутреннего регулирования различных отделов с целью улучшения управления ими, автоматизации, уменьшения ручной документной работы, а также значительного ускорения внутренних процессов. Таким образом, у предприятий появились такие системы как ERP, CRM, ECM, HRM, которые помогают управлять такими сферами предприятия, как ресурсы, клиенты, документация, персонал и т.д. Помимо автоматизированных систем, на предприятии функционируют базы данных, как правило, различных вендоров и форм, которые непосредственно хранят данные предприятия, как для доступа вышеуказанных систем, так и для прямого доступа к ним.

Проблемой в этом случае становится слишком сильный разброс технологий, используемый бизнесом для автоматизации процессов, который делает невозможным интеграцию систем внутреннего управления, что приводит к отсутствию возможности решения ряда проблем, встающих перед управленцами, и что в конечном итоге ставит под сомнение необходимость использования и инвестирования капитала в автоматизированные системы управления. Помимо этого, в ходе информационной революции, с каждым годом стоимость хранения данных значительно уменьшается, что приводит к стремительному увеличению количества данных на предприятии. С увеличением количества данных, становится все сложнее работать с ними, и данные, которые раньше легко обрабатывались и из которых извлекалась полезная для предприятия информация, теперь превращаются в огромный склад данных на серверах, потребляющих энергию, но которые не взаимодействуют как между собой, так и с автоматизированными системами, которые используются на предприятии, и извлекать информацию или знания из которых становится практически невозможно.

Для решения этой проблемы используется Business Intelligence. Впервые термин «business intelligence» был введен в обращение аналитиками Gartner в конце 1980-х годов, как «пользователецентрический процесс, который включает доступ и исследование информации, ее анализ, выработку интуиции и понимание, которые ведут к улучшенному и неформальному принятию решений»[2]. Business Intelligence — знания, добытые о бизнесе с использованием различных аппаратно-программных технологий. Такие технологии дают возможность организациям превращать данные в информацию, а затем информацию в знания. Это определение четко разграничивает понятия «данные», «информация» и «знания». Данные понимаются как реальность, которую компьютер записывает, хранит и обрабатывает — это «сырые данные». Информация — это то, что человек в состоянии понять о реальности, а знания — это то, что в бизнесе используется для принятия решений. Знания — это хорошо структурированные данные, или данные о данных (метаданные), т.е. данные и связи между ними[6]. В процессе организации информации для получения знания часто применяют хранилища данных, а для представления этого знания пользователям — инструменты бизнес-интеллекта [2]. Таким образом, все информационные ресурсы предприятия стекаются в одно интегрированное хранилище данных, а затем, при помощи различных инструментов и приложений, извлекается информация, или даже знания.

Business Intelligence, как технология, может включать в себя следующие компоненты: многомерная агрегация и размещение данных в хранилища, маркировка и стандартизация данных (ETL), отчетности в режиме реального времени с аналитическими оповещениями, способ взаимодействия с неструктурированными источниками данных, групповая консолидация, бюджетирование и скользящие прогнозы, статистические выводы и вероятностное моделирование, оптимизация ключевых показатели эффективности (KPI), контроль версий и управление процессами[1]. Технология Business Intelligence не ставит жесткие границы на предлагаемый функционал, а подстраивается под нужды конкретного предприятия и может служить как хранилищем данных с по-

строением базовых отчетов, так и инструментом для Data Mining (добыча данных), системой поддержки и принятия решения (СППР) и т.д.

Таким образом, технология Business Intelligence, в наше время получает все большее и большее распространение среди средних и крупных предприятий, является наиболее современной и полезной системой автоматизации управления предприятием и надежным способом хранения данных на предприятии, их обработки и интеграции.

Список использованных источников:

- [1] Business Intelligence [Электронный ресурс] [Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Business_Intelligence; свободный].
- [2] Что такое Business Intelligence? [Электронный ресурс] М.:2003. [Режим доступа: <http://citforum.ru/consulting/BI/whatis/>; свободный].
- [3] Kimbal R. The Data Warehouse Toolkit - The Definitive Guide to Dimensional Modeling, Third Edition. John Wiley&Sons, 2013.
- [4] Inside Gartner Group (рус.), Дрезнер Х., Хостманн Б. и Ф. Байтендийк. Вниманию руководства: Обновленные Волшебные Квадраты Gartner для систем интеллектуальной поддержки бизнеса, 2003, февраль.
- [5] Liautaud B., Hammond M. e-Business Intelligence: Turning Information into Knowledge into Profit. McGraw-Hill, 2001.
- [6] Гаврилова, Т.А. Базы знаний интеллектуальных систем /Т.А.Гаврилова, В.Ф.Хорошевский.–Спб.: Питер, 2000.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В ИТ-КОМПАНИЯХ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Клецкова Е.Б.

Цыганков В.Д. – канд. эк. наук, доцент

Любая организация, компания или фирма периодически испытывает потребность в подборе новых сотрудников. Методы подбора персонала, однако, у всех разные и зависят от множества разных причин, начиная от общей численности персонала и текущей ситуации на предприятии и заканчивая профессионализмом менеджера по подбору кадров.

Рассмотрим методы подбора персонала на примере компании Google. Ведь Google – одна из ведущих мировых ИТ-компаний со штабквартирой в США. Ее флагманским продуктом является одноименная поисковая система. Основной доход компании приносит продажа контекстной рекламы (текстовой и медийной). В офисах Google по всему миру работает свыше 30 тыс. человек. Можно утверждать: из Google сотрудники почти не уходят. За год из российского офиса уволились лишь два человека и те – по семейным обстоятельствам.

Отбор соискателей проводится очень тщательно. Соискатель проходит до восьми интервью. Его обязательно интервьюируют потенциальные коллеги, а также специалисты из офисов Европы и США. Сначала беседует по телефону менеджер по подбору (проводит phone screen). Затем интервьюируют другие с помощью видеоконференций. Оцениваются профессиональные качества кандидата, его способность работать в Google, корпоративные ценности которой близки культуре американского кампуса – университетского городка, то есть весьма демократичны.

После того, как соискатель прошел phone screen рекрутер приглашает кандидата на интервью со специалистами компании и включает в приглашение ссылки на ресурсы о культуре и ценностях компании. Позже эти материалы могут обсуждаться на собеседованиях, хотя на первом плане, конечно, всегда остаются профессиональные навыки кандидата.

Определенным навыкам обучают на тренингах «Интервью с соискателем». Там объясняют, как формулировать вопросы в зависимости от того, что нужно выяснить, как писать развернутые отзывы о кандидате. Также в компании разработана специальная оценочная шкала: каждый интервьюер ставит соискателю оценки. Информация об уже прошедших интервью заносится в единую электронную систему: какие вопросы были заданы, какие ответы получены. Это позволяет избежать повторного обсуждения одних и тех же тем.

Когда все интервью пройдены - все отзывы из системы объединяются в пакет и направляются на рассмотрение в один из комитетов по найму персонала (hiring-комитетов). В какой именно, зависит от профиля вакансии. В них входят опытные сотрудники, руководители подразделений и специалисты HR-службы. На заседании комитет рассматривает группу кандидатов на аналогичные позиции в разных странах и по каждому человеку принимает коллегиальное решение. Если комитет не отклонил кандидатуру – значит, соискатель проходит еще одну ступень. Списки новых сотрудников просматривает один из основателей Google Ларри Пейдж и окончательно их утверждает. Только после этого кандидату делают предложение о работе, и когда оно принимается – можно говорить, что человек стал сотрудником компании.

Основную часть вакансий закрывают за счет referral recruitment – найма новичков по рекомендациям уже работающих сотрудников. Сотрудники Google охотно приглашают на собеседования своих бывших коллег, однокурсников или просто специалистов, которых они хорошо знают. Если такой соискатель успешно преодолевает все этапы интервью и hiring-комитет и в итоге выходит на работу в Google, то сотрудник, который его рекомендовал, получает приличную премию. Также Google участвует в ярмарке вакансий. Но студенты и так слышаны о компании и постоянно присылают резюме.

В Google разработана эффективная схема адаптации персонала. Во-первых, HR-менеджер проводит для новичка презентацию компании: знакомит с жизнью российского коллектива Google, рассказывает о ключе-