

И. А. Старовойтов, В. С. Кантарович

*Белорусский государственный технологический университет,
Минск, Беларусь, workplaceilstar@gmail.com*

НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-АНАЛИЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ УПРАВЛЕНИЯ БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ

В статье рассматривается важность бизнес-анализа в определении потребностей клиентов и оптимизации бизнес-процессов в условиях растущих объемов данных. Особое внимание уделено инструментам и методам, связанным с анализом больших данных, которые позволяют компаниям определять новые бизнес-возможности и повышать свою конкурентоспособность.

Ключевые слова: бизнес-анализ, большие данные, управление, оптимизация, анализ требований, исследование рынка

I. Starovoitov, V. Kantarovich

*Belarusian State Technological University, Minsk, Belarus,
workplaceilstar@gmail.com*

DIRECTIONS OF BUSINESS ANALYSIS IN TODAY'S BIG DATA MANAGEMENT ENVIRONMENT

The article examines the importance of business intelligence in identifying customer needs and optimizing business processes in an increasingly data-intensive environment. Particular attention is paid to the tools and techniques associated with big data analytics, which allow companies to identify new business opportunities and improve their competitiveness.

Keywords: business intelligence, big data, management, optimization, requirements analysis, market research

Современные условия ведения бизнеса предполагают всеохватывающее исследование информации, необходимой для улучшения ключевых параметров управления. В условиях современного бизнеса, когда объемы данных растут с каждым днем, а конкуренция становится все более жесткой, бизнес-анализ становится необходимым инструментом для принятия взвешенных решений и определения стратегии развития компании. Направления бизнес-анализа в условиях управления большими данными можно разделить на несколько категорий:

1. Веб-аналитика. Веб-сфера является одним из наиболее динамичных и быстро развивающихся сегментов бизнеса. В условиях растущей конкуренции и быстро меняющихся трендов, бизнес-анализ становится необходимым инструментом для принятия взвешенных решений и определения стратегии развития компании в веб-сфере. Направления бизнес-анализа в веб-сфере можно разделить на несколько категорий:

1.1. Анализ трафика. Это направление включает в себя анализ наиболее популярных разделов сайта, анализ его посещаемости, поведения пользователей на сайте, а также источников трафика. Анализ трафика позволяет выявлять проблемы с сайтом, определять наиболее эффективные источники трафика и улучшать пользовательский опыт на сайте. Для успешного анализа трафика необходимо использовать специальные инструменты, такие как Google Analytics, которые позволяют отслеживать посещаемость сайта (когда и откуда происходило взаимодействие) и поведение пользователей на нем, таким образом помогая определить целевую аудиторию.

1.2. Анализ контента. Это направление включает в себя анализ контента на сайте, его качества и соответствия потребностям целевой аудитории. Позволяет определять наиболее популярные темы и форматы контента, которые могут привлечь больше пользователей на сайт. Для успешного анализа контента необходимо использовать инструменты для анализа ключевых слов и тематических запросов, такие как Google AdWords Keyword Planner.

1.3. Анализ социальных медиа. Это направление включает в себя анализ активности компании в социальных сетях, ее популярности и взаимодействия с аудиторией. Анализ социальных медиа позволяет определять наиболее эффективные каналы продвижения и улучшать общение с аудиторией. Для успешного анализа социальных медиа необходимо использовать специальные инструменты, такие как Hootsuite или Buffer, которые позволяют управлять аккаунтами в социальных сетях и отслеживать активность аудитории.

1.4. Анализ конкурентной среды. Это направление включает в себя анализ конкурентной ситуации на рынке, выявление сильных и слабых сторон конкурентов, определение конкурентных преимуществ и возможностей для улучшения позиций компании на рынке.

1.5. Анализ электронной коммерции. Это направление включает в себя анализ продаж в интернет-магазинах, выявление наиболее популярных товаров и услуг, а также определение возможностей для улучшения продаж.

Все эти направления веб-анализа имеют свои особенности и требуют различных методов и инструментов для их реализации. Однако, независимо от выбранного направления, важно иметь доступ к актуальным данным и использовать современные технологии для обработки и анализа больших объемов данных. Кроме того, важно уметь правильно интерпретировать полученные данные и применять их для принятия взвешенных решений в бизнесе. Для этого необходимы навыки работы с различными статистическими методами и моделями анализа данных, а также умение строить корректные выводы и рекомендации на основе полученных результатов. Отличное понимание потребностей и поведения пользователей, а также умение адаптироваться к изменяющимся трендам в индустрии являются ключевыми факторами успешного веб-анализа. Средства, используемые при бизнес-анализе веб-среды, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Средства бизнес-анализа веб-среды

№ п/п	Направление бизнес-анализа веб-сферы	Используемые средства анализа
1	Анализ трафика и поведения пользователей на сайте	Google Analytics, Яндекс.Метрика, Hotjar, Crazy Egg
2	Анализ SEO-эффективности	SEMrush, Ahrefs, Moz, Google Search Console
3	Анализ конверсий и эффективности воронки продаж	Google Analytics, Яндекс.Метрика, Kissmetrics, Mixpanel
4	Анализ социальных медиа и репутации бренда	Hootsuite, Sprout Social, Brandwatch, Mention
5	Анализ эффективности рекламных кампаний	Google Ads, Яндекс.Директ, Facebook Ads, Instagram Ads
6	Анализ пользовательского интерфейса и юзабилити	UsabilityHub, Optimal Workshop, UserTesting, UserZoom

2. Бизнес-анализ в экономике. Анализ экономической среды чрезвычайно важен в процессе рассмотрения всех областей бизнеса, поскольку позволяет выявить слабые и сильные стороны процессов политики компании. Направления анализа могут быть различными, но основными из них являются:

2.1. Анализ рынка. Это направление включает в себя анализ рыночной ситуации, конкурентной среды и изменений в потребительском поведении. Анализ рынка позволяет компаниям определить свое место на рынке, выявить потребности и предпочтения потребителей, а также разработать стратегию продвижения своих товаров и услуг.

2.2. Анализ финансовой деятельности. Это направление включает в себя анализ финансовых показателей компании, таких как выручка, прибыль, затраты и денежный поток. Анализ финансовой деятельности позволяет компаниям оценить свою финансовую устойчивость, выявить проблемные области и разработать планы по улучшению финансовых результатов.

2.3. Анализ производственной деятельности. Это направление включает в себя анализ производственных процессов и эффективности использования ресурсов. Анализ производственной деятельности позволяет компаниям оптимизировать производственные процессы, улучшить качество продукции и снизить затраты на производство.

2.4. Анализ маркетинговой деятельности. Это направление включает в себя анализ маркетинговых стратегий и эффективности маркетинговых кампаний. Анализ маркетинговой деятельности позволяет компаниям определить наиболее эффективные каналы продвижения своих товаров и услуг, а также улучшить коммуникацию с потребителями.

2.5. Анализ персонала. Это направление включает в себя анализ кадровой политики компании, эффективности работы персонала и уровня удовлетворенности сотрудников. Анализ персонала позволяет компаниям оптимизировать структуру персонала, улучшить качество работы и повысить мотивацию сотрудников.

Для успешного бизнес-анализа в экономике необходимо использовать различные методы и инструменты, такие как SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ данных и статистических показателей.

Средства, используемые при бизнес-анализе экономики, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Средства бизнес-анализа экономики

№ п/п	Направление бизнес-анализа экономики	Используемые средства анализа
1	Анализ макроэкономических показателей	World Bank Data, IMF Data, Trading Economics, FRED
2	Анализ финансовых показателей компаний	Bloomberg Terminal, Thomson Reuters Eikon, FactSet, Capital IQ
3	Анализ рынка и конкурентов	IBISWorld, Euromonitor, MarketLine, Statista
4	Анализ рисков и инвестиций	Morningstar, RiskMetrics, Value at Risk (VaR), Monte Carlo Simulation
5	Анализ ценообразования и спроса	Elasticity Calculator, Price Optimization Software
6	Анализ производительности и эффективности бизнес-процессов	Lean Six Sigma Tools, Business Process Management Software, Workflow Management Systems, Performance Dashboards

3. Аналитика разработки сферы информационных технологий. Бизнес-анализ в информационных технологиях является важным этапом при разработке продуктов. Он позволяет определить потребности пользователей, выявить сильные и слабые стороны продукта, а также разработать стратегию продвижения на рынке. Направления бизнес-анализа при разработке продуктов информационных технологий могут быть различными, но основными из них являются:

3.1. Анализ потребностей пользователей. Это направление включает в себя анализ потребностей и ожиданий пользователей от продукта. Анализ потребностей пользователей позволяет определить функциональность и удобство использования продукта, а также выявить возможные проблемы и улучшить качество продукта.

3.2. Анализ конкурентной среды. Это направление включает в себя анализ конкурентов на рынке и их продуктов. Анализ конкурентной среды позволяет определить преимущества и недостатки своего продукта по сравнению с конкурентами, а также разработать стратегию продвижения на рынке.

3.3. Анализ финансовой эффективности. Это направление включает в себя анализ финансовых показателей продукта, таких как затраты на разработку, выручка и прибыль. Анализ финансовой эффективности позволяет определить стоимость продукта и его экономическую целесообразность.

3.4. Анализ производственной эффективности. Это направление включает в себя анализ производственных процессов и эффективности использования ресурсов при разработке продукта. Анализ производственной эффективности позволяет оптимизировать процессы разработки и улучшить качество продукта.

3.5. Анализ маркетинговой эффективности. Это направление включает в себя анализ маркетинговых стратегий и эффективности маркетинговых кампаний. Анализ маркетинговой эффективности позволяет определить наиболее эффективные каналы продвижения продукта и улучшить коммуникацию с потребителями.

Для успешного бизнес-анализа при разработке продуктов информационных технологий необходимо использовать различные методы и инструменты, такие как пользовательские интервью, анализ данных о пользовательском поведении, анализ конкурентов и экспертные оценки. Кроме того, важно иметь доступ к актуальным данным о рынке и использовать современные технологии для обработки и анализа больших объемов информации. Бизнес-анализ при разработке продуктов информационных технологий является неотъемлемой частью процесса разработки. Он позволяет компаниям определить потребности пользователей, выявить сильные и слабые стороны продукта и разработать стратегию продвижения на рынке. Средства, используемые при бизнес-анализе IT-сферы, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Средства бизнес-анализа IT-сферы

№ п/п	Направление бизнес-анализа IT-сферы	Используемые средства анализа
1	Анализ рынка и конкурентов	Gartner, Forrester, IDC, TechNavio
2	Анализ пользовательского опыта и интерфейсов	UserTesting, UsabilityHub, Optimal Workshop, Hotjar
3	Анализ трендов и инноваций	TechCrunch, Wired, Mashable, VentureBeat
4	Анализ данных и бизнес-интеллекта	Tableau, Power BI, QlikView, SAP BusinessObjects
5	Анализ производительности разработки и качества кода	JIRA, GitHub, Bitbucket, SonarQube
6	Анализ безопасности и уязвимостей	Nessus, Burp Suite, Metasploit, Nmap
7	Анализ процессов управления проектами	Agile Tools (JIRA Agile, Trello), Microsoft Project, Asana, Basecamp

В современных условиях управления большими данными бизнес-анализ играет важную роль в определении потребностей клиентов и оптимизации бизнес-процессов. Существует несколько основных направлений бизнес-анализа, которые помогают в достижении этой цели: анализ требований, исследование рынка, моделирование бизнес-процессов, анализ рисков и т. д. Также наиболее востребованными инструментами и методами бизнес-анализа, являются инструменты и методы, связанные с анализом больших данных. Это связано с тем, что объемы данных, генерируемые компаниями, растут с каждым днем, и эффективный анализ этих данных может помочь в определении новых бизнес-возможностей и повышении конкурентоспособности компании. Таким образом, направления бизнес-анализа, связанные с анализом больших данных, становятся все более актуальными и востребованными.

В целом, бизнес-анализ является неотъемлемой частью современного бизнеса и помогает компаниям достигать своих целей, оптимизировать бизнес-процессы и увеличивать конкурентоспособность. С развитием технологий и увеличением объемов данных, использование методов и инструментов бизнес-анализа, связанных с анализом больших данных, становится все более актуальным и эффективным.

Список использованных источников

1. Бизнес-аналитик и системный аналитик в IT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hsbi.hse.ru/career/professions/biznes-analitik-i-sistemnyy-analitik-v-it>. – Дата доступа: 12.03.2023.
2. Основные направления и перспективы развития бизнес-аналитики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/681579/buhgalterskiy_uchet_i_audit/osnovnye_napravleniya_perspektivy_razvitiya_biznes_analitiki. – Дата доступа: 12.03.2023.