

MicroStrategy – ефективна платформа Business Intelligence



Michael J. Saylor (Майкл Дж. Сейлор) – один із засновників, головний виконавчий директор і голова ради MicroStrategy Incorporated.

«MicroStrategy – це найкращий вибір, оскільки він чудово узгоджується з іншими технологіями, у тому числі Hadoop, Cloudera і Vertica. MicroStrategy має хорошу репутацію звітної платформи серед багатьох найбільших технологічних компаній у Силіконовій долині...»

Groupm.com

Стратегія успіху компанії MicroStrategy

MicroStrategy є постачальником Business Intelligence,

мобільного програмного забезпечення, а також хмарних послуг (cloud-based services), що дозволяє організаціям аналізувати внутрішні та зовнішні дані для прийняття ділових рішень. Компанію заснували Майкл Дж. Сейлер і Санджу Бансаль ([Michael J. Saylor](#) and Sanju K. Bansal) у 1989 році у Вашингтоні, округ Колумбія, США.

Станом на 2013 рік компанія MicroStrategy має більше 32000 співробітників, а її програмне забезпечення використовують мільйони користувачів, майже 4000 компанії, у 26 країнах світу. Місія MicroStrategy полягає у наданні найбільш гнучких, потужних, масштабованих і зручних засобів роботи для ефективного розвитку управління бізнесом. Серед відомих клієнтів: Facebook, Starbucks і LOU Corporation.

Для моделювання бізнес-процесів MicroStrategy використовує нелінійну математику. У 1992 році MicroStrategy виграла контракт на \$10 млн зі своїм першим масштабним клієнтом McDonald`s для розробки додатків аналізу ефективності рекламних акцій. Контракт дав можливість для проникнення до бізнесу майбутніх клієнтів.

У 2000 році Майкл Сейлер став найбагатшою людиною у Вашингтоні, досягнувши прибутку у \$7 млрд. Під керівництвом Сейлера MicroStrategy була названа однією з 200 кращих компаній в Америці за рейтингом журналу «Forbes» у 2007 і 2008 роках.

У наступні роки Сейлер зосередив увагу на мобільних технологіях, розробивши мобільний додаток – у відповідь на зростаючу тенденцію використання мобільних пристроїв для підтримки інформаційно-аналітичної роботи на підприємствах.

saylor.org
FREE EDUCATION

У 2008 р. був запущений Saylor.org на основі концепції Free Education Initiative («Ініціатива Вільної освіти»). Даний сайт

забезпечує користувачам освітній курс, який не потребує отримання ліцензії на використання організаціями та приватними особами, тому що підтримується безкоштовним контентом з різних університетів й організацій. Saylor.org на сьогоднішній день працює під керівництвом Алана Харрінгтона (Alan Harrington).

Студенти також можуть отримати доступ до курсу Saylor.org через iTunes U і Google, курс Builder – як до безкоштовної онлайн платформи для освіти. Сейлер заявив, що його мета з Saylor.org ? заохочення підприємств і організацій до активної Digital Education («Цифрової Освіти»).



У MicroStrategy створено архітектуру інформаційно-аналітичної системи, побудованої на базі платформи Business Intelligence. У цій системі, MicroStrategy Intelligence Server через Web-сервер приймає запити від користувачів та формує запити до бази даних і метаданих. Одержуючи відповідь на ці запити, він забезпечує обчислення, формує звіт, а потім через Web-сервер надсилає користувачеві. Інша можливість – формування запиту за розкладом чи умовою на Narrowcast-сервері – з подальшим розсиланням одержаних звітів через поштовий сервер.



Платформа MicroStrategy використовує єдину уніфіковану архітектуру, що дозволяє описати будь-яку область для

вирішення завдань будь-якої складності. Метадані містять блоки або об'єкти, необхідні для опису бізнес-моделі та зберігають об'єкти у базі даних для ефективного управління, повторного використання і кращої продуктивності.

Платформа MicroStrategy включає такі програмні продукти:

1. Сервер аналізу і звітності MicroStrategy Intelligence Server. Реалізує централізоване управління з можливістю використання багатотерабайтних баз даних та підтримку до мільйона користувачів. Сервер регулює потоки завдань у режимі мультиобслуговування багатьох користувачів.

2. Сервер для офлайнової обробки запитів і доставки звітів MicroStrategy Narrowcast Server, який функціонує за розкладом або при настанні критичних подій – за допомогою електронної пошти (Lotus, Exchange, SMTP), бездротових і голосових систем.

3. Засіб оперативної аналітичної обробки MicroStrategy OLAP Services.

4. Засіб генерації аналітичних і довідкових матеріалів, відомостей MicroStrategy Report Services, збалансованих показників щодо поточної роботи, а також звітів, де відображено основні показники діяльності та подано оперативну інформацію.

5. Засіб інтелектуального аналізу даних MicroStrategy Data Mining Services із застосуванням нейронних мереж, кластеризації, багатовимірної регресії і дерев рішень.

6. Інтерфейс до програмних продуктів компанії SAP MicroStrategy SAP® Services.

Платформа надає 5 стилів Business Intelligence, які уніфіковані й призначені для різних типів користувачів. Вони включають портали, офісні додатки Microsoft, Інтернет навігатори, E-mail, мережеві принтери, файл-сервери,

бездротові пристрої та мобільні телефони.



MicroStrategy's Business Intelligence Platform

Проведений короткий огляд системи засобів MicroStrategy показує, що вона містить набір інтегрованих продуктів з унікальною функціональністю. Це дає змогу задовольнити потреби сучасного бізнесу у різних сферах діяльності.

Використані першоджерела:

1. <http://www.microstrategy.com/>
2. <http://en.wikipedia.org/wiki/MicroStrategy>
3. http://www.sntru.com/solutions_services/software_solutions/29807.ru.php

Публікацію підготувала: Редчиць Юлія, 303.redchits.j@gmail.com

Gartner



[Gartner, Inc. 56 Top Gallant Rd, Stamford, CT 06902, США – ПЕРЕГЛЯД ВУЛИЦІ](#)

[Gartner](#) – дослідницька та консалтингова компанія, що спеціалізується на ринках інформаційних технологій. Gartner надає результати досліджень які зв'язані із інформаційними технологіями і апаратним забезпеченням своїм клієнтам, які кожного дня мають змогу приймати правильні рішення щодо ведення бізнесу. Gartner є цінним партнером більш як 13000 різних організацій, серед яких урядові установи, корпорації, бізнес-лідери серед високотехнологічних і телекомунікаційних підприємств, аудиторські та консалтингові компанії. Gartner працює з кожним клієнтом індивідуально, щоб досліджувати, аналізувати та інтерпретувати бізнес ІТ в контексті їх індивідуальної ролі. На даний час компанія має 5800 партнерів, у тому числі 1450 аналітиків і консультантів, а також 60000 клієнтів, що представляють 10000 різних організацій у 85 країнах світу.

Компанія Gartner найбільш відома введенням у вживання таких термінів, як: ERP(Enterprise resource planning – планування ресурсів підприємства), Magic Quadrants (магічний квадрант), Pure Cycles (цикл зрілості технологій), а також регулярними дослідженнями ринків інформаційних технологій та апаратного забезпечення.

Дослідженням Gartner регулярно присвячуються статті в таких виданнях, як [Financial Times](#), [The Wall Street Journal](#), [The New](#)

[York Times](#), [Der Spiegel](#), [The Register](#), [ZDNet](#).

Gartner, історія

Компанія заснована як приватна в 1979 році Гідеоном Гартнером, основною діяльністю компанії відразу ж стало проведення замовних і тиражних досліджень ринків інформаційних технологій. У 1980-ті компанія стала публічною, була поглинена великим британським рекламним агентством Saatchi & Saatchi, а на початку 1990-х – була викуплена менеджментом за фінансової підтримки Bain Capital і Dun & Bradstreet. Починаючи з першої половини 1990-х, Gartner поглинула не менше 30 компаній, в основному – діючих конкурентів на ринку досліджень, причому як тих, що працювали в окремих регіонах, так і тих, що в глобальних глобальних. Серед найбільших поглинань:

- New Science Associates (1993) – тиражний дослідник ринків ІТ з поширенням по підписці;
- Real Decisions (1993) – спеціалізувалася на оцінці технологій для корпорацій, стала ядром консалтингового підрозділу Gartner;
- Dataquest (1995) – дослідник ринків ІТ, орієнтований на глобальні дані, статистику та прогнозування;
- Le Gendre (1997) – французький організатор конференцій і видавець журналів з інформаційних технологій;
- Interpose (1998) – компанія, відома методиками розрахунку сукупної вартості володіння інформаційними технологіями;
- Warner Group (1999) – управлінський консультант, орієнтований на держсектор;
- Enterprise Summit (2001) – організатор самітів і ділових конференцій для ІТ-керівників;
- META Group (2005) – великий аналітик ІТ-ринків;

- AMR Research (2009) – аналітик ринків корпоративних інформаційних технологій, прями конкурент Gartner (сума угоди склала \$ 64 млн);
- Burton Group (2009) – глобальний аналітик ІТ-ринків, прями конкурент Gartner.

До 2001 року компанія носила найменування Gartner Group, згодом назву скорочено до Gartner. На початку 2000-х компанією керував Майкл Флейшер, в 2004 році Флейшер пішов керувати Warner Music Group, а Gartner очолив Юджин Холл.

Gartner, діяльність

На початок 2011 року капітал компанії склав \$ 3,2 млрд. Згідно звіту за 2009 рік, у структурі виручки компанії виділяються дослідження (\$ 753 млн), консультаційні послуги (\$ 287 млн ?) і організація самітів, конференцій (\$ 100 млн). Таким чином, основний дохід компанія отримує за рахунок регулярних досліджень ринків, розповсюджуваних за передплатою. За твердженням самої компанії, 30 провідних видань цитують дослідження Gartner близько 70 разів на тиждень. Консультаційні послуги Gartner надає кінцевим замовникам – організаціям та підприємствам, які впроваджують інформаційні технології (насамперед, керівникам їх інформаційних служб), а також інвесторам на ринку інформаційних технологій і постачальникам.

Gartner, основні напрямки консультаційних послуг :

- оптимізація бюджету на інформаційні технології,
- вибір постачальників інформаційних технологій та налагодження взаємин з ними,
- стратегічна архітектура інформаційних технологій в організації,

- прогнозування розвитку технологій.

Щороку Gartner організовує близько 50 конференцій, спеціалізованих по деяким технологіях або якій-небудь прикладній тематиці. Також регулярно організовуються симпозиуми, виставки, тематичні саміти. Постійні партнери Gartner по організації подій: Hewlett Packard, CA Technologies, IBM, Microsoft, Oracle, SAP, British Telecom, Autonomy.

ERP – планування ресурсів підприємства

Термін ERP – Enterprise Resource Planning був введений аналітиком Gartner Лі Уайлі у 1990 році, як бачення розвитку концепцій MRP II і CIM. Уайлі прогнозував появу тиражованих бізнес-додатків, що забезпечують безперервно збалансоване управління всіма ресурсами підприємства. Термін став настільки загальноновизнаним, що деякі постачальники включили аббревіатуру ERP в найменування своїх продуктів, наприклад: SAP ERP, OpenERP, ERP5.

Gartner, Magic Quadrant

Для оцінки постачальників якого-небудь сегменту ринку інформаційних технологій, Gartner використовує дві лінійні прогресивні експертні шкали:

- completeness of vision (повнота бачення);
- ability to execute (здатність реалізації).

Кожен постачальник, що потрапив в рамки розгляду для досліджуваного сегмента ринку, оцінюється за цими двома критеріями. При цьому, повнота бачення відкладається на осі абсцис, здатність реалізації – на осі ординат. Кожен постачальник, таким чином, опинився в одному з чотирьох квадрантів площини, званих:

- leaders (лідери) – постачальники з позитивними оцінками як по повноті бачення, так і по можливості реалізації;
- challengers (претенденти) – постачальники з позитивними оцінками тільки по здатності реалізації;
- visionaries (провидці) – постачальники з позитивними оцінками тільки за повнотою бачення;
- niche players (нішеві гравці) – постачальники з негативними оцінками за обома критеріями.

Терміном Magic Quadrant Gartner називає конкретний аналіз будь-якого сегменту ринку, з розподілом постачальників за вказаними чвертями. Щорічно компанія випускає кілька десятків Magic Quadrant на регулярній основі. Постачальники іноді відзначають навіть сам факт потрапляння в якій-небудь Magic Quadrant окремим прес-релізом як визнання ринкових досягнень, навіть якщо компанія згадана лише в квадранті нішевих гравців.

Клієнти використовують Magic Quadrant в якості першого кроку до розуміння постачальників технологій. За допомогою Magic Quadrant вони можуть визначитися щодо інвестицій в ту чи іншу компанію. Аналітики Gartner застерігають про те, що орієнтація на лідерів квадранту не завжди найкращий курс дій. Є вагомі причини, щоб розглянути співпрацю з претендентами. Навіть нішеві гравці можуть задовольнити ваші потреби клієнта, ніж лідер ринку. Все залежить від того, як постачальник співпаде з бізнес-цілями клієнта.

Інтерактивні особливості Magic Quadrant

Інтерактивні функції з Gartner Magic Quadrant дозволяють клієнтам створювати створювати на Magic Quadrant для відображення своїх власних бізнес-цілей, потреб і пріоритетів. Найголовніше, що інтерактивні функції дозволяють клієнтам Gartner для регулювати критерії оцінки, для створення нового Magic Quadrant для цього ринку. Потім клієнти зберігають і

використовують ці спеціальні Magic Quadrant для своїх внутрішніх аналізів і прийняття рішень.

Критика Magic Quadrant

Було відзначено, що критерії для Magic Quadrant орієнтуються більше на інвесторів і великих постачальників, ніж на покупців. Велика частина критики орієнтована на відсутність розголошення отриманих прибутків від продавців. Також джерелом критики є відсутність розкриття інформації про оцінки компонентів ПО постачальника і відсутність прозорості в методології компанії Gartner, використаної для отримання позиції постачальника на карті MQ. Також говориться про приховані податки для одних виробників на користь іншим. Діаграма Magic Quadrant, й аналітики у цілому спотворюють ринок: за даними дослідження, проведеного шотландським лектором, застосовуючи свої методики для опису ринку, вони змінюють ринок під свої інструменти.

У 2009 році ZL Technologies, приватний постачальник програмних рішень для корпоративної електронної пошти, ініціював проти Gartner судовий процес з приводу легітимності магічних квадрантів (в які не потрапила ZL Technologies), відзначаючи їх суб'єктивність, сприяння недобросовісної конкуренції і негативним економічних наслідків для постачальників, так чи інакше негативно оцінених у квадрантах. Однак, Gartner виграв судовий процес, хоча коментатори відзначають, що сам факт такого розгляду і використана аргументація може негативно позначитися на репутації досліджень Gartner.

На даний час компанія Gartner створила більше 60 Magic Quadrant. Серед яких:

- Business Intelligence Platforms (Business Intelligence Платформи);
- CRM Customer Service Contact Centers (Обслуговування CRM клієнтів контакт-центрів);

- CRM Multichannel Campaign Management (Управління CRM Multichannel Campaign);
- Enterprise Single Sign-On
- Help Desk Outsourcing, Europe (Допомога Desk Outsourcing, Європа);
- ITSM IT Service Management (Управління ITSM IT-послугами);
- SMB Multifunction Firewalls та інші.

Gartner, Hype cycle

У 1995 році Gartner ввела у вживання поняття «Hype cycle – цикл зрілості технологій». Поняття широко використовується як самою компанією, так і іншими коментаторами ринку для прогнозування та пояснення тих чи інших тенденцій, пов'язаних з появою якої нової технології. Суть поняття в тому, що кожна технологічна інновація проходить кілька етапів для досягнення зрілості, кожен з яких характеризується різним суспільним і професійним інтересом. Послідовність етапів наступна:

- **Technology trigger (технологія запуску)** – поява інновації, початок публікацій про нову технологію;
- **Peak of Inflated Expectation (пік надмірних очікувань)** – від нової технології очікують революційних властивостей. Технологія, завдяки новизні стає популярною, і є предметом широкого обговорення в співтоваристві;
- **Trough of Disillusionment (позбавлення від ілюзій)** – виявляються недоліки технології, а втрата новизни не сприяє захопленню публікаціям, в співтоваристві відзначається розчарування новою технологією;
- **Trough of Disillusionment (подолання недоліків)** – усуваються основні недоліки, інтерес до технології

повільно повертається, технологія починає впроваджуватися в комерційних проектах;

- **Plateau of Productivity (плато продуктивності)** – наступ зрілості технології, співтовариство сприймає технологію, усвідомлюючи її переваги і обмеження.

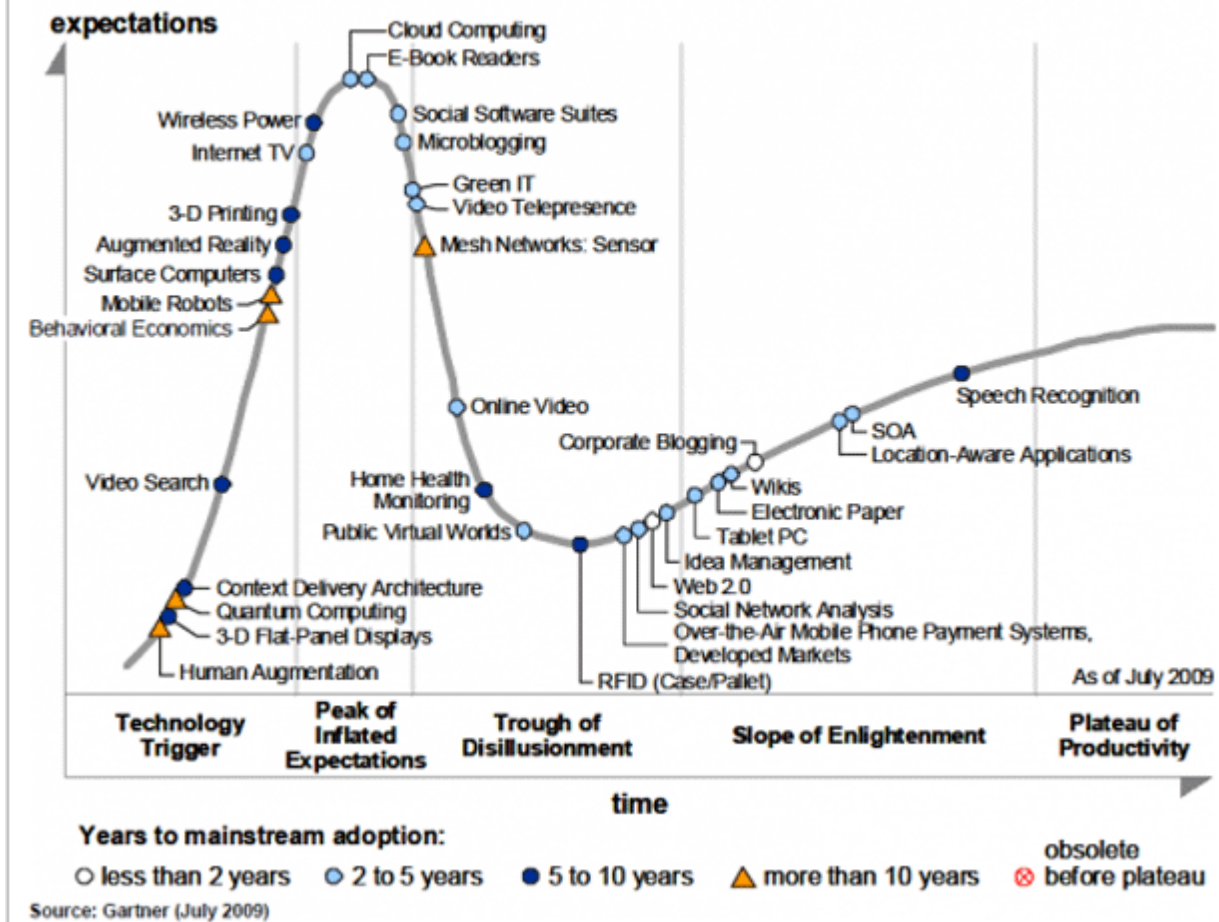
Підкреслюється, що не всі технології можуть досягти етапів піку очікувань і подолання недоліків, передчасно завершуючи свій цикл без перспектив до продуктивного використання.

На графіках, які складають на конкретну дату і для конкретного сегменту ринку, аналітики Gartner відзначають кожну з нових технологій на певну точку, яка відповідає етапу розвитку, а за допомогою різних символів точки показують прогноз за часом становлення технології як зрілої, що входить в мейнстрім.

Цикли Gartner Hype забезпечують графічне представлення зрілості і технологій і додатків, так як вони можуть мати відношення до рішення реальних проблем бізнесу і використання нових його можливостей. Методологія Hype Cycle дає користувачам уявлення про те, як технологія або додаток буде розвиватися з часом, що дає користувачам об'єктивно оцінити нові технології та додатки для використання в своїх конкретних бізнес-цілях.



Hype Cycle For Emerging Technologies



Критика Gartner

Крім авторитетних і широко цитованих провідними виданнями аналітичних матеріалів, Gartner відзначений також деякими сумнівними прогнозами, які отримали критику інших аналітиків ринку. Зокрема:

- відповідно до одного з прогнозів аналітика Gartner, до 1993 року очікувалося виведення з експлуатації останнього мейнфрейма (станом на 2013 рік мейнфрейми не тільки експлуатуються, але і виробляються нові машини, притому їх продажі ростуть);
- в 2006 році Gartner визнав, що найбільш ефективною стратегією для Apple буде припинення випуску апаратного забезпечення;

- в кінці 2006 року спрогнозовано зниження популярності блогів після 2007 року.

Прогнози компанії Gartner на 2014 рік:

- **Різноманітність мобільних пристроїв і керування ними.** З появою все нових типів мобільних пристроїв, режимів роботи з ними, контекстів застосування та парадигм взаємодії підприємства більше не зможуть запобігати використанню особистих пристроїв. Необхідно чітко сформульовані політики, що визначають права співробітників, при цьому потрібен баланс між гнучкістю та вимогами конфіденційності та захисту особистих даних.
- **Мобільні і традиційні програми.** За прогнозом Gartner, в 2014 році, завдяки підвищенню швидкодії наявність, браузери та HTML5 почнуть широко застосовуватися в якості платформи корпоративних додатків. Розробникам в Gartner рекомендують зосередитися на розширенні можливостей для користувача інтерфейсів, зокрема більш активному застосуванні голосового і відеозв'язку. Число мобільних додатків продовжить рости, а звичайних додатків стане менше. Мобільні залишаться компактними і вузькоспеціальними, традиційні – більш універсальними.
- **Програмно-конфігуровані системи (SDx).** До їх числа відноситься цілий ряд ініціатив зі схожою концепцією, включаючи OpenStack, OpenFlow, і Сайтер.ру. По мірі розвитку розрізнених реалізацій SDx і виникнення консорціумів з'являться стандарти і засоби інтеграції, які допоможуть формувати технологічні портфелі. При цьому від індивідуальних постачальників потрібно буде вимагати прихильності істинним стандартам інтероперабельності, що діє у відповідній предметній області.
- **Розумні машини.** До 2020 року епоха розумних машин

вступить в пору розквіту: з'являться усвідомлюють контекст, інтелектуальні персональні помічники, розумні консультанти на зразок IBM Watson, розвинені глобальні промислові системи і перші комерційні моделі автономних транспортних засобів. Ера розумних машин стане самою революційною в історії ІТ.

- **3D-друк.** Постачання принтерів тривимірних об'єктів, за прогнозом, в 2014 році зростуть на 75 %, а в 2015-му – ще майже вдвічі. Дороге обладнання для адитивного виробництва існує вже близько 20 років, але ринок 3D-принтерів ціною від 500 дол. до 50 тис. дол., що володіють не меншими здібностями, з'явився тільки недавно і стрімко зростає.
- **Всеохоплюючий Інтернет.** Сьогодні до Інтернету підключені не тільки ПК і мобільні пристрої, а й маса іншого обладнання підприємств, а також споживчі товари та автомобілі. Але більшість підприємств і постачальників технологій ще не усвідомили можливості розширеного Інтернету і не готові до їх використання ні з технічної, ні з організаційної точки зору. Тим часом загальний Інтернет обіцяє «оцифровку» найважливіших товарів, послуг і активів.
- **Клієнт – хмарна архітектура.** У клієнт-хмарній архітектурі клієнт – це функціонально багатий додаток, що працює на з'єднаному з Інтернетом пристрої, а сервер – набір додатків у вигляді сервісу, розміщених на еластично масштабованій платформі хмарних обчислень. Облік є керуючим центром і авторитетним джерелом даних. Роль клієнтського середовища може грати додаток, що працює у браузері; які з'являються на все більшій кількості клієнтських пристроїв, як мобільних, так і стаціонарних. Широкі можливості багатьох мобільних пристроїв, підвищене навантаження на мережі, висока вартість утримання мереж і потреба обмежувати витрати пропускної здатності у деяких випадках створюють стимули

до часткового переносу завдань зберігання і обробки з хмарних сервісів на клієнтські пристрої. Але еволюція потреб користувачів мобільних пристроїв приведе до того, що додатки неминуче потребуватимуть все більшому обсязі серверних ресурсів.

- **Ера персональних хмар.** Ера персональних хмар ознаменує перехід «влади» від пристроїв до сервісів. Специфіка пристроїв стане для організацій менш важливою, але самі пристрої все ще будуть потрібні. У користувачів буде безліч пристроїв – ПК залишиться одним з багатьох варіантів, але жодне з них не буде «головним». Цю роль тепер візьме на себе персональна хмара. Доступ до хмари і контенту, що зберігається в ньому буде керованим і захищеним, незалежно від типу пристрою.
- **ІТ-середовище у масштабі Всесвітньої павутини.** За версією Gartner, парадигма Web-scale ІТ полягає у використанні сервісів, що надаються найбільшими провайдерами в ІТ- середовищах підприємств. Amazon, Google, Facebook та інші глобальні веб-компанії принципово змінюють способи доставки ІТ-сервісів. Масштабованість, що забезпечується такими провайдерами, стосується не тільки обсягу доступних ресурсів, але також швидкості їх перебудови. Якщо підприємства хочуть йти в ногу з часом, їм необхідно брати приклад з перерахованих хмарних провайдерів, копіюючи застосовувані ними архітектури, процеси та методи. При проектуванні центрів обробки даних (ЦОД) тепер потрібно шукати будь-яку можливість знизити витрати і непродуктивні втрати. Для вирішення цього завдання, крім проектування будівель з точки зору підвищення енергоефективності, також здійснюється самостійна розробка ключових апаратних компонентів – серверів, систем зберігання і мереж. Веб-орієнтовані архітектури дозволяють створювати дуже гнучкі і стійкі системи, швидше відновлюються після збоїв.

Отже, проведений розгляд сервісів компанії Gartner показує, що знання її аналітичних робіт забезпечує для нас розуміння стану і перспектив розвитку hi-tech у різноманітних сферах.

Використані першоджерела:

http://ru.wikipedia.org/wiki/Gartner#.D0.9C.D0.B0.D0.B3.D0.B8.D1.87.D0.B5.D1.81.D0.BA.D0.B8.D0.B9_.D0.BA.D0.B2.D0.B0.D0.B4.D1.80.D0.B0.D0.BD.D1.82

<http://www.gartner.com/newsroom/id/2637615>

http://www.gartner.com/technology/research/methodologies/research_mq.jsp

http://en.wikipedia.org/wiki/Magic_Quadrant

<http://www.gartner.com/technology/research/methodologies/hype-cycle.jsp>

<http://www.osp.ru/news/articles/2013/41/13038186/>

Автор публікації Москаленко Олександр,
moskalenko.o.o.305@gmail.com

**Business Intelligence
Congress 3 – про впровадження
інновацій в аналітиці Big
Data**

BI CONGRESS 3 SURVEY

Summary Highlights

15 і 16 грудня 2012 року в Орландо (штат Флорида, США) відбувся [Business Intelligence Congress 3](#): “Driving Innovation through Big Data Analytics” (“Впровадження інновацій в аналітиці Big Data”). Аналіз зв’язаної інформації забезпечує отримання корисних знань щодо визначення напрямків розвитку і змісту вищої освіти й науки у сфері автоматизації інформаційно-аналітичної роботи – в умовах збільшення кількості інформації, переходу розвинених країн до [Ери “Великих даних”](#) ([Big Data Age](#)).

Учасниками Business Intelligence Congress 3 були інноватори у сфері аналітики Big Data (Великих даних). Головними спонсорами були відомі постачальники засобів Business Intelligence – компанії [SAS](#) і [Teradata](#). У 2009 році на Конгресі з Business Intelligence було зареєстровано 76 учасників, а у 2010 році – більш ніж 100 реєстрацій. Такі відомі організації як [SIGDSS](#) (Special Interest Groups Decision Support Systems), [TUN \(Teradata University Network\)](#) і суміжні організації – мали значне представництво у списках учасників. Разом, усі вище зазначені організації спроможні зробити значний академічний внесок у розвиток систем підтримки прийняття рішень на основі Business Intelligence ([DSS/BI – Decision Support System / Business Intelligence](#)), у викладання (навчання) та у наукові дослідження за цією тематикою. Конгреси з Business Intelligence можуть зіграти значну роль у підтримці цих процесів.

На III Конгресі з Business Intelligence проводив велику роботу з ідентифікації поточних і бажаних станів досліджень з Business Intelligence Даніель Павве ([Daniel J. “Dan” Power](#)) –

автор і редактор авторитетного ресурсу "[Decision Support System Resource – DSSresourceCOM](#)", провідний вчений у сфері DSS, професор інформаційних систем і керування у Коледжі ділового адміністрування в Університеті Північної Айови ([College of Business Administration at the University of Northern Iowa](#)).

VI-конгрес II дещо наслідував ICIS-тематичну конференцію з назвою "IT: прорив в майбутнє" – для того щоб зробити потрібний акцент на майбутньому DSS/BI і просувати дослідження нового покоління BI/DW – Business Intelligence/Data Warehouse (Business Intelligence/Сховища даних). ICIS – International Conference on Information Systems (Міжнародна конференція з інформаційних систем) є основним щорічним заходом [Association for Information Systems](#) (AIS) – Асоціації Інформаційних Систем, яка має понад 4000 членів, що представляють університети у більше ніж 95 країнах по всьому світ.

III Конгрес з Business Intelligence зв'язаний з [ICIS](#) конференцією. Темою III конгресу з Business Intelligence є «Впровадження інновацій в аналітиці Big Data» ("Driving Innovation through Big Data Analytics") – з метою покращання задіяння сфери аналітики як двигуна інноваційних рішень для організацій.

На III Конгресі з Business Intelligence були об'єднані зусилля академічних фахівців і представників різних сфер промисловості, які поділяють спільну схильність до досліджень та інноваційної освіти в області аналітики. У дусі відкритих інновацій є такі поняття, як навчання, сприяння розвитку своїх знань, обговорення основних питань у відповідній галузі.

Програма 2012 року присвячена доктору Полу Грею (Dr. Paul Gray) – із вдячністю йому за десятилітній внесок у сфері підтримки прийняття рішень, у тому числі за його засновництво і керівництво SIGDSS і за його останнє виконавче керівництво Univeristy Teradata Network.

Реєстрація учасників III Конгресу з Business Intelligence здійснювалася через ICIS форму реєстрації. Там також вказані адреси для зв'язку у разі виникнення питань. Також можна використовувати сайт dssresource.com – для останньої і найбільш точної інформації про події BI Конгресу III, або для приєднання до групи Конгресу з Business Intelligence.

Чому провідним вченим у сфері DSS/BI доцільно бути присутніми на Конгресі? Тому що дана тематика (DSS/BI) потребує спільної роботи. На перших двох Конгресах з Business Intelligence, вчені і практики визначали прогалини у галузі аналітики, навчання й досліджень. Інструкції з Business Intelligence не відповідають ринковому попиту, а також численні наукові напрямки залишаються без належної уваги. III Конгрес з Business Intelligence був покликаний надати підтримку тим, хто навчається аналітиці та бажає сприяти конструктивній дискусії у сфері наукової аналітики .

До III Конгресу з Business Intelligence приймалися науково-навчальні матеріали. Ці матеріали не повинні були бути вже опублікованими або прийнятими для публікації в інших журналах чи конференціях. Авторські статті повинні попередньо погоджуватися, для їх публікування у матеріалах Конгресу та для розміщення в електронній формі у мережі Teradata University Network для подальшого розповсюдження.

Авторам рекомендовано подавати матеріали, пов'язані з DSS / BI / Analytics. Вони повинні вписуватися до певних категорій. Це педагогічні матеріали, які включають будь-який контент, що може бути використаний для викладання DSS / BI / Analytics. Вони повинні супроводжуватися коротким описом чи докладним роз'ясненням з питань застосування даних матеріалів на практиці, для того щоб дозволити читачеві використати ці матеріали у своєму класі. Педагогічні матеріали можуть включати : Syllabus (програму); клас призначення або іспит; клас проекту; інноваційний підхід до надання змісту DSS / BI / Analytics; кращі змістовні роботи по DSS / BI / Analytics; набори даних, які можуть бути використані іншими для

збільшення їх педагогічної майстерності; практичні дослідження спеціалізованого програмного забезпечення та підручники з програмного забезпечення; креативні додатки університету Teradata University Network; тематичні дослідження, які можуть бути використані для поліпшення навчання студентів про конкретну концепцію, ін.

Процес представлення матеріалів: 1) підготовка рукопису з використанням ICIS форматування; 2) представлення матеріалів на вказаний Email до визначеного часу; 3) отримання повідомлень електронною поштою у разі прийняття статті до публікації; 4) внесення остаточних змін і представлення остаточних матеріалів.

Викладені матеріали повинні відповідати керівництву по ICIS; педагогічні матеріали можуть бути адаптовані та налаштовані для компактності представлення викладеного матеріалу.

Висновки. Оглядом ознайомлення з матеріалами [II Конгресу з Business Intelligence](#) (грудень 2010 р.) і [III Конгресу з Business Intelligence](#) (грудень 2012 р.) підтверджує актуальність вивчення, дослідження і реалізації у різних сферах ділової діяльності систем підтримки прийняття рішень (Decision Support System, DSS) та (Business Intelligence, BI). На III Конгресі з Business Intelligence у грудні 2012 р. закріплена назва [DSS/BI](#). Сайт [Teradata University Network](#) почав позиціонувати себе як прем'єр-ресурс з навчання data warehousing, business intelligence/decision support (DSS/BI), and database. На Україні дані терміни визначені і відповідні системи почали вивчатися: у травні 2010 р. – [DSS/BI 1.0](#), [DSS/BI 2.0](#); у червні 2011 р. – [експертна система, інтегрована з Business Intelligence 2.0 \(Expert System/Business Intelligence 2.0, ES/BI 2.0\)](#); у січні 2011 р. – [Spatial DSS/BI.2.0 \(гепросторова система підтримки прийняття рішень на основі Business Intelligence 2.0\)](#); у лютому 2013 р. – [Social Media Spatial DSS/BI 2.0 та Social Media Spatial DSS/BI 3.0 \(DSS/BI Cloud Computing\)](#), на прикладі платформи [SemanticForce](#) для Social Media Analytics. Вищою формою розвитку цих систем

запропоновано вважати [Мережевий ергатичний організм \(Network Ergatic Organism, NEO\)](#).

Першоджерела:

1. "BI Congress II: Gateway to the Future of DSS/BI – University of Virginia." 2010. 6 Dec. 2013 <<http://www2.commerce.virginia.edu/bicongress/>>.

2. "BI Congress 3 in Orlando, FL, Dec. 15 and 16, 2012." 2012. 6 Dec. 2013 <<http://dssresources.com/news/3536.php>>.

3. "BI Congress III: Driving Innovation through Big Data Analytics." 2012. 6 Dec. 2013 <<http://www2.commerce.virginia.edu/bic3/>>.

Публікацію підготував Микола Ярошов,
302z.yaroshov.nikolay@gmail.com

Важливі положення доповіді Digital Britain ("Цифрова Британія").

Однією з ключових цілей уряду лейбористів при владі у Великобританії протягом останніх 13 років було створення [Digital Britain \("Цифрова Британія"\)](#). Мета полягала в тому, щоб Великобританія стала позиціонувати як світовий лідер технологій і сприяти нормативно-правовій базі та цифровій



[економіці.](#)

У жовтні 2008 року уряд Великобританії оперативно та злагоджено виступив з ініціативою під назвою “Digital Britain”. Її метою було обстеження й аналіз поточного стану цифрового зв’язку у Великобританії, її інфраструктури й економіки, а також з’ясування того, що у Великобританії необхідно зробити для того, щоб зберегти конкурентні переваги в цих галузях. Ця ініціатива призвела до створення “Заключного звіту”, який був опублікований у червні 2009 року. У цій доповіді розглядається широке коло питань, пов’язаних зі станом [Digital economy](#) (“Цифрової економіки”) Великобританії та інфраструктури зв’язку, яка лежить в її основі. Раніше представлявся огляд основних пропозицій, що містились в доповіді “Digital Britain”, які можуть представляти інтерес для бізнесу в секторі високих технологій.

Відповідно, у законі 2010 року реалізується багато рекомендацій, які викладені у доповіді “Digital Britain”. Ці законодавчі заходи важливі для бізнесу в технологічному секторі. У деяких секторах економіки здійснюється боротьба з порушеннями авторських прав, включаючи накладання штрафів, і ще більшої боротьби з піратами. Також всі організації повинні мати на увазі те, що якщо мережа була використана для завантаження матеріалів, що мають порушення, то сама організація буде піддаватися ризику санкцій. Надія була ще в тому, що Великобританія може інвестувати швидкісний мобільний широкопasmовий зв’язок та інші технології цієї інфраструктури. Однак ці пропозиції виявився занадто дорогими і дуже спірними.

Основні пропозиції звіту “Digital Britain” представлятимуть

інтерес для підприємств у секторі високих технологій і в даний час реалізуються відповідно до закону, викладені нижче:

- Пропозиції зробити OFCOM (The Office of Communications – Управління зв'язку) відповідальним за: 1) заохочення інвестицій в інфраструктуру зв'язку; 2) попередження уряду Великобританії про раптові зміни, що впливають на інфраструктуру зв'язку; 3) оцінка комунікаційної інфраструктури у Великобританії кожні два роки.

Обов'язки OFCOM в даний час охоплюють телебачення, радіо, телекомунікації та послуги бездротового зв'язку.

- Пропозиція про підвищення ефективності радіомовлення з використанням [FM y DAB \(Digital Audio Broadcasting\)](#) до кінця 2015 року. Ця поправка дає уряду Великобританії право вимагати від OFCOM призначити дату для цифрового перемикання.

- Пропозиція зробити OFCOM відповідальним за прийняття заходів щодо зменшення порушень авторських прав шляхом введення певних умов на Інтернет-провайдерів.

- Пропозиція про введення штрафів, які можуть бути накладені судами за порушення авторських прав і інших.

- Пакет пропозицій для підвищення безпеки онлайн. Ці пропозиції в значній мірі не виправдалися. Одна з пропозицій закону – це регулювання відеоігор. Закон досягає цього шляхом введення в відеозаписах нового режиму регулювання.

- Підтримка для продовження [IGF](#) ще на п'ятирічний термін як незалежного майданчику для обговорення питань, що стосуються Інтернету, а також підтримку для продовження [ICANN](#) як організації, відповідальної за систему доменних імен. Ці пропозиції не повторюються в законі, однак, вкладене в 2003 р. нове положення дозволяє уряду Великобританії втрутитися і взяти під контроль реєстр доменних імен, призначивши свого менеджера для спостереження до реєстру доменних імен.

- Зобов'язання зробити високошвидкісний, широкосмуговий Інтернет на швидкості 2 Мбіт в секунду із загальним доступом у Великобританії до 2012 року, а також пропозиції для сприяння переходу до наступного покоління високошвидкісного мобільного широкосмугового доступу і універсального покриття 3G за рахунок модернізації мобільної комунікаційної інфраструктури.
- Пропозиція про створення низки “Цифрових стендів”, які функціонують як форуми для розвитку та координації випробувань, онлайн-продуктів і послуг.
- Пакет заходів щодо забезпечення позиції Великобританії як лідера в анімації, [CGI](#), електронних іграх та інших інтерактивних мультимедійних додатків. У доповіді “Digital Britain” заявили, що урядом Великобританії було здійснено оцінку податкових пільг з метою сприяння інтерактивної цифрової медіа-індустрії.
- Забезпечення безпеки мереж, щоб запобігти їх використанню в протиправних цілях. ІТ-системи повинні забезпечити достатню “жорсткість” і мати позовну силу. Всі співробітники і інші внутрішні користувачі повинні були повністю обізнані стосовно прийнятих правил користування.

Отже, зважаючи на все вище представлене, не можна залишити без уваги те, що дані положення розкриті у досить широкому сенсі, а здійснення певних дій має закріплюватись відповідною правовою базою.

Висновки. Розгляд доповіді “Digital Britain” на основі її спрощеного перекладу показує, що у Великобританії значна увага приділяється розвитку телекомунікаційної сфери, включаючи Інтернет. У Великобританії своє найближче майбутнє бачать “цифровим” і до нього наполегливо просуваються. Країни, які перейдуть до “цифрового майбутнього”, будуть займати домінуюче положення у світі і заробляти на суспільствах, які не володіють цифровими технологіями. Для забезпечення гідного місця нашої держави у світі необхідно перейти до “цифрової

економіки”, оволодіти “цифровими технологіями”. Для цього необхідно забезпечити високий рівень освіти у сфері [STEM](#).

Положення цієї публікації повинні бути уточнені при більш детальному перекладі доповіді [Digital Britain \(Final Report, 2009\)](#), з використанням інших матеріалів, для прикладу, [Digital Britain, видання theguardian](#).

Автор публікації: Юлія Левицька, 391.levitska.yulia@gmail.com