



ЛИЛИЯ РАЯНОВА,

РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE

«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ВРЕМЯ ИЗОБИЛИЯ

В век скоростей и информационной атаки недавние подвисания сети, сумбурность тарифных планов, собственная нерасторопность забывается немедленно. Сейчас, окруженные гаджетами, мы, как продвинутые юзеры, уже ловко ориентируемся в брендах, системах и социальных сетях, не считаем мегабайты и исчисляем в тысячах френдов. Сети третьего поколения превратили интернет в естественную среду обитания, избаловали абонентов, и появления 4G мы ждали, пожалуй, так же, как любители бренда Apple пятой модели iPhone. Нетерпеливо, но понимая — мало что изменится. Первичный-то голод утолен, теперь настало время смаковать. Так же и аналитики — они теперь подсчитывают не миллиардные прибыли компаний, а затраты, которые те понесут в связи с переоборудованием. Провайдеры, работающие по технологии оптоволокна, не торопятся изменять стратегию, но при этом увеличивают число своих абонентов, последовательно снижая цены на услуги. Пользователей хватит всем — по этому принципу продолжается движение на рынке телекоммуникаций. И не вверх, авширь. Почти у каждого есть доступ в сеть с персонального компьютера, планшета, смартфона. Мы сравниваем, находим плюсы и минусы, получаем удовольствие от возможности выбора, и пока не собираемся отказываться от чего-то одного в пользу другого. Как дети, радующиеся обилию игрушек вокруг себя. Интересно, когда мы повзрослеем, что будет приносить нам столько же радости?

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (Business Guide—Информационные технологии—)

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдвард Опп — директор фотослужбы
Валерия Любимова — директор по рекламе.

Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»

Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

ООО «Коммерсантъ-Башкортостан»
Мария Гаврилова — генеральный директор
Лилия Раянова — выпускающий редактор
Лейсан Сулейманова — директор по спецпроектам
Айрат Шарифутдинов — технический редактор
Арсен Камалетдинов — дизайнер-верстальщик
Наталья Климова — корректор

Рекламная служба:
Тел. (347) 292-79-65/66, 246-25-27/28

Адрес редакции: 450071, г. Уфа, ул. Луганская, 1.

Отпечатано: ГУП РБ Уфимский полиграфкомбинат
Адрес: г. Уфа, проспект Октября, 2. Тел. (347) 223-77-01
Заказ №2.0059.12

Тираж: 5000.

Рисунок на обложке: Арсен Камалетдинов

ГЛУБОКОЕ ПОГРУЖЕНИЕ САМЫЕ ЦЕННЫЕ ПОЛЕЗНЫЕ ИСКОПАЕМЫЕ СЕГОДНЯШНЕГО ВРЕМЕНИ ОТНЮДЬ НЕ УГЛЕВОДОРОДЫ, А ИНФОРМАЦИЯ. НАБЛЮДАТЬ ЗА КЛИЕНТАМИ И ХРАНИТЬ ДАННЫЕ ОБ ИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ, ПОВЕДЕНИИ И ПОКУПКАХ НАУЧИЛИСЬ ДАВНО. НО ЛИШЬ НЕДАВНО КОМПЬЮТЕРЫ СТАЛИ ДОСТАТОЧНО СЛОЖНЫМИ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ АНАЛИЗИРОВАТЬ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ. РЫНОК ОБРАБОТКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ СТОИТ НА ПОРОГЕ БОЛЬШОГО РОСТА: СОГЛАСНО ПРОГНОЗУ АНАЛИТИКОВ PIERRE AUDOIN CONSULTANTS, В 2016 ГОДУ ЕГО ОБЪЕМ СОСТАВИЛ €20 МЛРД — ПОЧТИ В СЕМЬ РАЗ БОЛЬШЕ, ЧЕМ В 2010 ГОДУ.

СВЕТЛАНА РАГИМОВА

УМНЫЕ ПРОДАЖИ В 2008 году в Швеции появился сервис по мониторингу будущих событий под названием Recorded Future. Всего за три года работы компания достигла оборота более чем в \$100 млн в год, а среди ее клиентов оказались участники рейтинга Fortune 500, государственные структуры и крупные финансовые корпорации. По сути, команда сервиса примерно из 20 человек занимается тем, что поддерживает и дорабатывает ПО, собирающее данные из открытых источников о событиях, которые пока только планируются и должны произойти в будущем. Это может быть что угодно: от расписания встреч Барака Обамы до анонсов новых смартфонов. Все зависит от задач клиента. Вариантов использования сервиса — масса. Самый очевидный — для увеличения заработков в игре на бирже.

При этом команда Recorded Future состоит не из экономистов или политиков, а в основном обладателей ученых степеней в области компьютерных наук. Сервис, который они создали, и есть замечательный пример использования технологий по добыче информации (data mining).

Директор отделения аналитических технологий компании ФОРС Евгений Курилович объясняет: «Термин data mining обозначает не столько конкретную технологию, сколько сам процесс поиска корреляций, тенденций, взаимосвязей и закономерностей посредством различных математических и статистических алгоритмов: кластеризации, создания субвыборки, регрессионного и корреляционного анализа. Цель этого поиска — представить данные в виде, четко отражающем бизнес-процессы, а также построить модель, при помощи которой можно прогнозировать процессы, критичные для планирования бизнеса (например, динамику спроса на те или иные товары или услуги либо зависимость их приобретения от каких-то факторов)». Подобного рода информация обычно используется при прогнозировании, стратегическом планировании, анализе рисков, и ценность ее для предприятия очень высока. Подобным образом могут быть выявлены самые необычные и даже парадоксальные взаимосвязи.

Один из примеров использования этого класса технологий касается ритейлера Walmart. Компания



ЕВГЕНИЙ ДУДИН

считается пионером в практическом применении данного метода. Анализ огромных массивов данных производится ритейлером для налаживания взаимоотношений с поставщиками. Еще в 1995 году этот розничный гигант начал собирать информацию обо всех состоявшихся покупках в 2900 своих магазинах и складировать ее в систему хранения. Доступ к данным и аналитике по продажам конкретных продуктов получили все 3500 поставщиков ритейлера, которые до сих пор используют эту возможность для выявления привычек и предпочтений клиентов на уровне конкретных магазинов. Это позволяет составлять поставки так, чтобы максимально точно соответствовать вкусам покупателей, а также правильно выставлять товары на полках, проводить локальные промо-акции и т. д.

Помимо очевидного анализа покупательской корзины, который помогает вырабатывать общую стратегию создания запасов товаров и их раскладки в торго-

вых залах, дата-майнинг также позволяет исследовать временные шаблоны, благодаря которым сети розничной торговли могут, к примеру, определить недельную сезонность товаров или подсчитать, через какое время человек, купивший фотоаппарат, придет за новыми батарейками. С помощью дата-майнинга также можно создавать прогнозирующие модели, которые позволяют на базе полученных данных разрабатывать точно направленные мероприятия по продвижению товара.

Тот же Walmart сейчас использует этот метод для проведения так называемого market-basket анализа, то есть выявления тех продуктов, которые покупатели приобретают совместно, за одну покупку, и впоследствии расставляет эти товары самым удобным для покупателя образом.

Подобного рода интеллектуальным анализом данных занимается и крупнейший в мире интернет- ➔

НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ 85% ВСЕХ ДАННЫХ В МИРЕ СОСТАВЛЯЮТ НЕСТРУКТУРИРОВАННЫЙ ПОТОК ИНФОРМАЦИИ И ТОЛЬКО 15% ДАННЫХ — СТРУКТУРИРОВАННЫЙ. ПРИЧЕМ С КАЖДЫМ ГОДОМ ДОЛЯ СТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ В ОБЩЕМ ПОТОКЕ УМЕНЬШАЕТСЯ



ТРЕНДЫ