

УДК 004.00

СЕРВИС «СУПЕРМАРКЕТ ДАННЫХ» КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ ДАННЫХ ДЛЯ АНАЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Синевид Д.И. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – кандидат экономических наук Торосян Е.К.
(Университет ИТМО)

Введение. Сегодня данные передаются из одной системы в другую в режиме реального времени. Лица, принимающие решения, и автономные системы все больше полагаются на доступность данных для работы с оптимальной эффективностью, поэтому одной из ключевых метрик в работе с данными является скорость их получения. Своевременная реакция на изменения, вовремя принятое решение может позволить бизнесу значимо сократить возможные издержки и положительно повлиять на имидж компании в целом. Зачастую на предприятиях с многоуровневой организационной структурой и соответствующими ограничениями информационной безопасности запрос получения необходимого набора данных для анализа становится длительной и трудоемкой задачей. Получается ситуация, при которой потребность в данных крайне высока в связи с заинтересованностью в них различных отделов, а длительность их получения увеличивается, так как процесс предварительного анализа, согласования и предоставления данных производится «вручную» специалистами ИТ-отделов.

Основная часть. По данным Gartner [3] организации, которые считают совместное использование данных бизнес-необходимостью, а не функцией управления данными, будут лучше работать в цифровом бизнесе и будут более успешными, чем их конкуренты. Наличие внутреннего рынка данных позволит упростить всю цепочку создания стоимости данных и необходимые процессы для обмена управляемыми и качественными данными между различными заинтересованными сторонами организации. Вопросы демократизации данных, разработки порталов самообслуживания, доставки данных по запросу в той или иной форме поднимаются во всех компаниях во всех индустриях. Основная цель разработки и внедрения подобных продуктов – это автоматизация процесса доступа пользователей к данным. Решением для повышения доступности данных на предприятии является внедрение сервиса «супермаркет данных». Концепция подобного сервиса подразумевает под собой не просто веб-интерфейс для поиска данных, но и многофункциональный технический продукт, который осуществляет доставку данных и обеспечивает взаимосвязь между хранилищами, системами управления данными и приложениями бизнес-анализа. Супермаркет данных – это возможность безопасного, централизованного, упрощенного и стандартизированного предоставления данных конечным пользователям. Супермаркет позволяет потребителям данных выполнять поиск по централизованному каталогу, представленному как единая панель, которая демонстрирует весь ландшафт данных предприятия. Также позволяет определять источники данных и отслеживать контрольные показатели качества, что способствует повышению доверия к данным. Сервис упрощает процесс управления, потребители данных могут легко добавлять наборы данных в корзину покупок, проверять и безопасно использовать их, в то время как этапы согласования и выгрузки самих наборов данных остаются за функционалом системы. В основе супермаркета данных лежит система управления базами данных (СУБД), позволяющая создавать и работать с базами данных, в которых хранятся данные компании из различных систем и источников. СУБД взаимодействуют с системами управления данными (СУД), реализуя информационный обмен для возможности их работы. СУД позволяют технологически свести данные, имеющиеся в хранилищах компании воедино и подготовить для решения бизнес-задач. Это некоторый система, содержащая бизнес-гlossарий, описание информационных объектов баз данных и позволяющая отслеживать качество данных организации с помощью различных

стандартов и настройки бизнес-правил. В рамках СУД определяют владельцев данных, меры безопасности данных и предполагаемое использование данных. Содержимое СУД доступно через интерфейс сервиса «супермаркет данных». Помимо просмотра метаданных через интерфейс потребитель данных могут запрашивать доступ к ним, запуская внутренний механизм работы сервиса. По своей сути данный механизм состоит из скрипта, который реализует проверку роли пользователя, наличия у него доступа и запуск формирования коннектора, который в последствии будет обращаться к данным хранилища для загрузки наборов данных. Сформированный механизмом коннектор может работать таким образом, что запрашиваемый набор данных будет направлен пользователю по почте, выгружен в заданную директорию или использован в качестве источника для нового BI-приложения.

Выводы. Внедрение супермаркета данных является многоэтапной процессом, недостаточно лишь определить необходимость создания сервиса по предоставлению данных, важно понимать как внедрение сервиса впишется в существующую информационную инфраструктуру компании и как необходимо ее адаптировать для успешной работы внедряемого инструмента. Также важное место при разработке супермаркета данных занимают технологии, являющиеся базовыми информационными составляющими его успешной работы. Используемые информационные технологии должны обладать необходимыми функциональными возможностями и характеристиками, чтобы помочь в процессах внедрения и эксплуатации сервиса.

Успешное создание супермаркета данных для предприятия является серьезной задачей как с точки зрения обучения персонала, внедрения новых или оптимизации существующих процессов, так и с точки зрения выбора технологий. Однако само внедрение сервиса позволит значительно повысить эффективность работы и благоприятно скажется на достижении информационных и стратегических целей предприятия в будущем.

Список использованных источников:

1. "Супермаркет данных" в "Сбере": единое окно для заказа данных с доставкой пользователю. // URL: cio.osp.ru/articles/240222-Supermarket-dannyh-v-Sbere-edinoe-okno-dlyazakaza-dannyh-s-dostavkoj-polzovatelyu (дата обращения: 27.12.2022).
2. DAMA-DMBOK: Свод знаний по управлению данными. Второе издание / Dama International [пер. с англ. Г. Агафонова]. — Москва: Олимп–Бизнес, 2020. — 828 с.
3. Data Sharing Is a Business Necessity to Accelerate Digital Business // Gartner URL: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/data-sharing-is-a-business-necessity-to-acceleratedigital-business> (дата обращения: 05.01.2023).
4. From Data Chaos to Data Intelligence: How an Internal Data Marketplace Transforms Your Data Landscape // ASW URL: aws.amazon.com/ru/blogs/apn/from-data-chaos-to-data-intelligencehow-an-internal-data-marketplace-transforms-your-data-landscape/ (дата обращения: 27.12.2022).
5. R.Holoma, K. Rafetsedera, S. Kritzingera, H. Sehrschönb Metadata management in a big data infrastructure // International Conference on Industry 4.0 and Smart Manufacturing. 2020. №42.