

# БИЗНЕС-АНАЛИТИКА - КРАЕУГОЛЬНЫЙ КАМЕНЬ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ



В конце мая в Женеве состоялся традиционный Международный форум для клиентов компании SAS Institute — SAS Forum International (SFI), собравший около 2600 участников из 58 стран. В их числе — первые руководители крупнейших мировых корпораций, предприятий и организаций, представляющих все сегменты рынка, директора финансовых, маркетинговых, информационных служб.



с предшествующим годом. 90 из 100 участников топ-листа журнала Fortune являются клиентами SAS. Почти четверть дохода компания инвестирует в научно-исследовательские работы.

В немалой степени успехи SAS Institute в целом и высокий интерес к ее форумам в частности объясняется тем, что компания позиционирует свою продукцию не как ИТ-средство, а как инструмент для совершенствования бизнеса. Поэтому значительный акцент всегда делается на бизнес-аспектах.

По заведенному на SAS-форумах порядку первый день носит название Executive Day — день для высшего руководства. Перед участниками выступают видные экономисты, предлагающие свое видение экономической ситуации в мире. В этом году своими мыслями поделился нобелевский лауреат 2004 г. в области экономики Эдвард Прескотт и основатель Мирового экономического фору-

Как обычно, в работе конференции участвовала большая российская делегация, в состав которой вошли представители транспортного рынка, топливно-энергетического комплекса, банковского и финансового секторов. Российские железные дороги представляли директор по развитию ЦФТО ОАО «РЖД» **Е.А. Кунаева**, директор ГВЦ ОАО «РЖД» **В.Ф. Вишняков** и начальник отдела ГВЦ **И.И. Мовчиков**.

Чтобы из года в год собирать столь представительную аудиторию, организаторы форума должны постоянно заинтересовывать своих клиентов, предлагать им нечто такое, что оправдывало бы немалые расходы на участие в та-

ком мероприятии. Компании SAS это удается — и продуманной содержательной частью, и зрелищностью формы, порой переходящей в тщательно срежиссированное шоу, не скрывающее при этом глубины и серьезности сути дела.

В этом году компания SAS отмечает свое 30-летие. Как с гордостью отметил основатель и глава компании **Джим Гуднайт**, все эти годы были успешными для мирового лидера в области поставки программного обеспечения для аналитических бизнес-систем. Программные продукты компании установлены более чем в 40000 организациях, расположенных в 110 странах мира. Объем продаж в 2005 г. вырос на 10% по сравнению

ма **Клаус Шваб**. Они оба говорили о том, что перед европейской экономикой стоят серьезные вызовы. Э. Прескотт резко заявил, что европейская экономика больна. Причины этой болезни он видит в тяжелом налоговом бремени и сокращении времени занятости, которое составляет 78% от американских показателей.

К. Шваб отметил, что во время меняющейся экономики информационное общество трансформируется в интеллектуальное. Чтобы соответствовать требованиям инновационности и конкурентности, он, перефразируя Канта, сформулировал постулат «креативного императива».

Если мы хотим выжить и процветать в конкурентном мире как компания, государство или Европа в целом, мы должны быть инновационными во всем, – утверждает К. Шваб. Ключевое понятие – «глобальное корпоративное гражданство», и SAS Institute может служить хорошим примером создания условий для него, – заключил он.

Отталкиваясь от тревожных прогнозов будущего европейской экономики, руководители компании SAS делают вывод о том, что в столь критической ситуации очень важно принимать правильные решения на основе соответствующей информации. Однако неструктурированная, несопоставимая информация не способствует достижению успехов. «Дело не в том, что компании не имеют достаточного объема данных, – считает **Арт Кук**, президент SAS International. – Все службы компании – материально-технического обеспечения, производственная, финансовая и сбыта – обычно имеют собственные хранилища данных. Однако поскольку они нередко поставляются разными вендорами, отсутствуют платформа для их интеграции и инструменты для интерпретации. Поэтому огромный объем ценных данных не используется так, как может и должен использоваться – для принятия решений, способствующих уверенному развитию бизнеса».

Аналитическая фирма IDC опубликовала исследование, результа-

ты которого показывают, что компании – лидеры на основных европейских рынках используют продукты бизнес-аналитики для повышения производительности и рентабельности инвестиций своих маркетинговых компаний. В опросе принимали участие 350 компаний из семи стран по четырем вертикальным рынкам. Маркетинговые организации, которые приобрели и эффективно используют решения бизнес-аналитики, получают больше прибыли и достигают более высокой рентабельности инвестиций. Многие организации применяют решения SAS Customer Intelligence в рамках стратегии управления производительностью.

«Лидеры в области маркетинга используют продукты бизнес-аналитики, именно они позволяют им сохранять ведущие позиции. В странах Европы, Ближнего Востока и Африки, во всех рассматриваемых отраслях деятельности, бизнес-аналитика позволяет маркетинговым подразделениям согласовывать свои действия в рамках бизнес-стратегии», – отметил на одной из секций SFI **Фил Уинтерс**, вице-президент SAS по бизнес-аналитике отношений с клиентами (Customer Intelligence). Главным преимуществом, согласно результатам опроса, является возможность оптимизировать коммуникации с клиентами, благодаря которой создается полная картина действий на базе показателей прибыли от сотрудничества с клиентами.

«Маркетинговые организации, использующие средства бизнес-аналитики, понимают потребности клиентов на 16% лучше остальных, а также на 24% эффективнее предсказывают поведение клиентов», – продолжил Уинтерс. Компания SAS предлагает своим клиентам как общие решения для бизнес-аналитики предприятия, так и конкретные решения в области аналитики взаимоотношений с клиентами. Они помогают маркетинговым организациям анализировать и оценивать успешность своих мероприятий в рамках управления эффективностью, что приводит маркетинговые цели в полное соответствие с корпоративной стратегией.

«Эффективность работы маркетинговой компании напрямую связана с умением получать полную представление о потребностях клиентов и рынка с помощью функциональных приложений бизнес-аналитики, – отметил **Рич Вэнсил**, вице-президент IDC по консультативно-исследовательской работе. – Лидеры в области маркетинга, составившие треть всех участников исследования, используют получаемые данные, чтобы составить полную картину потребностей клиентов и рынка, включая прогноз поведения клиентов, и тем самым эффективнее удерживать существующих клиентов и привлекать новых, добиваться роста прибыли и увеличения доли рынка. А вслед за увеличением эффективности каждой из этих областей повышается и рентабельность инвестиций в маркетинг».

На SFI в Женеве компания SAS представила серию нового и усовершенствованного ПО в рамках решения по управлению эффективностью деятельности компаний. Причем подчеркивался платформенный подход к решениям. Если в прошлом году основной упор делался на саму платформу Enterprise Intelligence Platform, то сейчас рассматривались и предлагались конкретные решения. Было показано, что платформа действительно помогает работать бизнес-пользователям, причем не как инструментальная составляющая, а как бизнес-составляющая.

Последние усовершенствования, внесенные в продукты SAS, направлены на повышение эффективности деятельности предприятий. Сюда входят четыре расширенных межотраслевых решения, включая управление кадрами, управление финансами, функционально-стоимостный анализ и разработку стратегии деятельности. Эти расширения дополнены новым решением для телекоммуникаций и новыми возможностями в решениях для банковской деятельности и страхования.

Транспортная тематика не была выделена в отдельную секцию. Одно из немногих выступлений по железнодорожной тематике про-

звучало на заседании секции финансовых директоров. Его сделал вице-президент по корпоративным финансам Национальных датских железных дорог (DSB) **Сорен Сковдал**. Основная тема доклада – решение проблем, возникающих при преобразовании национальной монополии в конкурентное бизнес-ориентированное предприятие.

Хотя DSB, как и ОАО «РЖД», остается полностью в государственной собственности, они стали независимой корпорацией, предоставляющей услуги железнодорожного транспорта в Дании и Швеции. Произошедшие в последние несколько лет изменения обусловили значительные проблемы в организации управления финансами и финансового контроля. DSB решают возникшие проблемы с использованием систем функционально-стоимостного анализа и карт сбалансированных финансовых показателей, поставляемых

компанией SAS. Система функционально-стоимостного анализа обрабатывает свыше 5 млн. записей и дополнительно – все данные из системы SAP R/3. Как утверждает руководитель DSB, использование этих продуктов позволило повысить эффективность деятельности предприятия.

Ряд последних разработок, представленных на Международном форуме SAS в Женеве, направлен на приведение продуктов SAS в соответствие с последними технологическими требованиями. Внедрив новые возможности в платформу Enterprise Intelligence Platform, SAS стала первым поставщиком технологии, предлагающим полный спектр решений в сервисно-ориентированной архитектуре (SOA) для каждого аспекта бизнес-аналитики, включая услуги по интеграции, хранению, анализу данных, составлению отчетов и комбинации этих услуг для разных сфер ведения бизнеса.

Компания SAS Institute уже шестой раз участвует в работе Петербургского экономического форума. В этом году, как известно, 10-й, юбилейный форум открывал Президент Российской Федерации **В.В. Путин**, выступление которого задавало динамичный тон дискуссиям и многочисленным встречам. В рамках работы форума состоялась встреча Президента России с руководителями ряда крупнейших международных компаний. В числе участников встречи был вице-президент компании SAS **Майкл Хагстрем**. Формат этой встречи дал возможность руководителям крупных компаний в неформальной обстановке пообщаться с президентом страны и обсудить ряд приоритетных для России задач и возможный вклад этих компаний в их реализацию.

**А.В. ГОГОЛЕВ,  
Б.С. ИЦКОВИЧ,  
спец. корр. журнала**