ZIP 2015

RAPORT

ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ I DATA GOVERNANCE

SIERPIEŃ 2015

Organizator

Patroni

Partner strategiczny

Partnerzy merytoryczni

Mecenasi

Warszawa, sierpień 2015 r.

Szanowni Państwo!

Za nami kolejna konferencja „ZIP", od początku definiowana jako spotkanie, którego tematyka jest skupiona ściśle na danych – od Data Governance, poprzez Master Data Management i Data Quality, aż do związku danych z informacją. Podejmując się realizacji tej konferencji, uznaliśmy, że brakuje wydarzenia poświęconemu właśnie temu co najważniejsze – danym i informacjom oraz zarządzaniu nimi w kontekście przedsiębiorstwa. „ZIP" jest więc przedsięwzięciem pionierskim, ale frekwencja na konferencji i jej pozytywny odbiór przez uczestników jest żywym dowodem, że to tematyka o rosnącej wadze, coraz bardziej istotnej w praktyce funkcjonowania firm w Polsce. Przedstawiamy Państwu raport powstały w związku z realizacją konferencji „ZIP". Mam nadzieję, że znajdą Państwo w nim szereg wartościowych materiałów, które będą przydatne w Państwa pracy.

Z wyrazami szacunku

Przemysław Gamdzyk
prezes zarządu Evention

ZIP 2016

KONFERENCJA

Zapraszamy ponownie:

Warszawa, 16 czerwca 2016 r.

Spis treści

6 Data Quality does matter! Skuteczne zarządzanie jakością danych
Andrzej Burzyński

18 Zarządzanie informacją... co to w ogóle znaczy?
Z profesorem Józefem Oleńskim rozmawia Andrzej Gontarz

27 Zarządzanie informacją, czyli potencjał do wykorzystania
Przemysław Gamdzyk

32 Skuteczne wyszukiwanie danych staje się coraz ważniejsze
Przemysław Gamdzyk

36 Fotoreportaż

Andrzej Burzyński

Data Quality does matter!

Skuteczne zarządzanie jakością danych

„XXI wiek należy do tych, którzy traktują informację jako strategiczne zasoby przedsiębiorstwa. Zarządzanie informacją, zarządzanie zasobami danych, jakość informacji i poprawa tej jakości powinny stać się naturalnym elementem w procesie planowania strategicznego zarówno w krótkiej, jak i w długiej perspektywie".

– Larry English – INFORMATION IMPACT International, Inc.

Jeszcze do niedawna kwestie Business Intelligence, zarządzania informacją, Data Quality Management nie były tak metodycznie usystematyzowane jak dziś. Brakowało lokalnych wzorców budowania centrów kompetencyjnych BI zajmujących się wykorzystaniem coraz większej ilości informacji w biznesie. Powszechnie wykorzystywane systemy informatyczne i aplikacje pozwoliły usprawnić i wzbogacić procesy biznesowe, a coraz większe repozytoria danych stały się już nie tylko niezbędnym tworzywem nowoczesnego biznesu, ale także niewyczerpaną kopalnią wiedzy o prowadzonym biznesie i narzędziem podejmowania najlepszych decyzji. Stały się częścią biznesowego krwiobiegu. W tym kontekście zagadnienia jakości danych traktowane były początkowo jako elementy projektów informatycznych i utożsamiane z działaniami natury czysto technologicznej, informatycznej, bez żadnej strategii, a nawet jakiejkolwiek perspektywy kontynuacji. Zarówno projektanci systemów informatycznych, jak i użytkownicy nie przywiązywali należytej uwagi do jakości danych, jakości procesów gromadzenia, przechowywania i wykorzystania informacji. Wynikało to głównie z braku doświadczeń w tym zakresie, w tym również braku wyspecjalizowanej kadry. Dopiero z czasem w wyniku podejmowania wielu prób kompleksowego zajęcia się tym

zjawiskiem wykrystalizowała się potrzeba zarządzania jakością danych jako stałego elementu procesów zarządczych.

Teoria zarządzania podpowiada nam, że aby zarządzać jakimś zjawiskiem, trzeba umieć je mierzyć, kontrolować, monitorować. Jak zatem zmierzyć jakość?

Dla wielu ludzi pojęcie jakości jest niedefiniowalne – jakość może być rozważana, odczuwana i oceniana, ale nie zważona czy zmierzona. W tym kontekście najlepszą definicją jakości są słowa: Wiem, że jest, gdy ją widzę. Dlatego ludzie interpretują jakość w sposób intuicyjny, subiektywny.

Czym zatem jest jakość?

Odpowiedź na to pytanie jest niezbędna, aby kontynuować rozważania nad jakością danych. Istnieje wiele definicji na określenie jakości, od najprostszych do bardzo złożonych.

„Jakość to...

...pewien stopień doskonałości".

– Platon

„...stopień jednorodności i niezawodności wyrobu przy możliwie niskich kosztach i maksymalnym dopasowaniu do wymagań rynku".

– W. E. Deming

„...zgodność z wymaganiami".

– P. B. Crossy

„...ogół cech i właściwości wyrobu lub usługi, które decydują o zdolności wyrobu lub usługi do zaspokajania stwierdzonych i przewidywanych potrzeb".

– ISO 8402

„...stopień, w jakim zbiór inherentnych cech spełnia wymagania".

– ISO 9001:2000

Zgoła odmienną, zwłaszcza w kontekście gromadzenia, przechowywania i wykorzystania danych, definicję jakości prezentuje Masaaki Imai, guru metedologii Kaizen:

„Jakość, to... wszystko, co można poprawić".

Definicja jakości danych staje się bezużyteczna wobec niezrozumienia istoty, czym właściwie jest jakość danych (a co jeszcze ważniejsze: czym nie jest).

Według T. Redmana (2001):

„Dane są wysokiej jakości, jeżeli nadają się do użycia zgodnie z przeznaczeniem w zakresie działania, podejmowania decyzji i planowania. Dane nadają się do użycia zgodnie z przeznaczeniem, jeżeli nie zawierają defektów i posiadają pożądane cechy".

(Data are of high quality if they are fit for their intended uses in operations, decision-making, and planning. Data are fit for use if they are free of defects and possess desired features).

Uściślając powyższą definicję, jakości danych możemy przypisać kilka istotnych cech, wymiarów, których analiza pozwoli mniej lub bardziej subiektywnie ją ocenić:

- relatywność – informacja odpowiada na potrzeby i ma istotne znaczenie dla odbiorcy;
- dokładność – informacja jest adekwatna do poziomu wiedzy, jaki

reprezentuje odbiorca, precyzyjnie i dokładnie oddaje oraz określa temat;

- aktualność – informacja nie jest nieaktualna, cykl jej aktualizacji jest zgodny z zawartością treści, tempo zmian, wchodzenie kolejnych wersji naturalne, jest stosowana do czasu;
- kompletność – informacja zawiera optymalną liczbę danych, która wystarcza, by móc przetworzyć informację w konkretną wiedzę, poziom szczegółowości jest zależny od potrzeb odbiorcy;
- spójność – poszczególne elementy, dane współgrają ze sobą, forma odpowiada treści, aktualizacja danych jest zgodna z celami;
- adekwatność – odpowiednia prezentacja informacji oraz opis do prezentacji umożliwiający poprawną interpretację;
- dostępność – informacja jest dostępna, kiedy jest potrzebna właściwym odbiorcom, najlepiej przez 24 godziny na dobę;
- wiarygodność – informacja potwierdza prawdziwość danych, zawiera elementy upewniające co do rzetelności przekazu;
- przystawalność – informacja jest zgodna z inną informacją, interpretowana we właściwym kontekście, funkcjonująca w znajomym systemie komunikacji.

Wszystkie te cechy, atrybuty jakości uzbrojone w odpowiednio dobrane miary stają się precyzyjnym narzędziem zarządczym pomocnym w realizacji podstawowego celu strategii zarządzania tym obszarem: osiągnięcia i utrzymania najwyższej jakości danych.

Kiedy dane mają dobrą jakość, a kiedy złą?

„O jakości mówimy wtedy, gdy wraca do nas klient, a nie produkt".

Być może ta krótka definicja nie wyczerpuje wszystkiego, czym jest jakość danych, ale z pewnością oddaje istotę, dlaczego jakość danych jest ważna i czemu warto poświęcić jej wiele uwagi.

Wiarygodność

Jakość danych to jakość naszych relacji z klientami. Nasza wiarygodność wobec klienta w dużej mierze zależy od aktualności i poprawności danych. A zatem budując relacje z naszymi klientami, należy zadbać o zgromadzenie właściwych danych, we właściwym miejscu i we właściwy sposób. Informacja jest jak fotografia klienta i jego aktywności. Przy czym nie może być podkolorowana, nie może być też nieostra, nie może zawierać szumu i niepotrzebnych elementów. Tylko wtedy staje się wiarygodnym obrazem klienta i pozwala dostosować nasze działania do tego obrazu.

Subiektywizm

Powyższa próba zdefiniowania jakości danych, podobnie jak wiele innych, z którymi się spotykamy, zawiera spory ładunek subiektywizmu. Trudno bowiem nie znając kontekstu, relacji, potrzeby oraz wartości biznesowej informacji, jednoznacznie stwierdzić, że zgromadzone dane rzeczywiście są dobrej jakości.

Ten subiektywizm w dużej mierze oddaje paradoks przydatności Tayi i Ballou: z różnych punktów widzenia te same dane mogą być jednocześnie dobrej i złej jakości.

Subiektywizm oceny jakości danych pogłębia tzw. efekt halo: napotkany błąd w danych stwarza wrażenie i utwierdza użytkownika, że wszystkie pozostałe dane również są obarczone tym błędem. A zatem wszystkie dane są złej jakości. W tym kontekście panuje niczym nieuzasadnione przeświadczenie, że błędy danych są zaraźliwe, tzn. napotkanie choćby jednego błędu konkretnego typu sugeruje, że takich błędów jest więcej.

Konflikt interesów

Często pojawia się sprzeczność interesów projektantów i deweloperów aplikacji oraz użytkowników końcowych. Projektanci są przekonani, że zgromadzone dane są takiej jakości, że uzasadniają zastosowanie konkretnych technik przetwarzania tych danych. Deweloperzy zaś oczekują, że rozwiązanie deweloperskie będzie na tyle inteligentne, że stanie się odporne nawet na najdrobniejsze błędy. Zwykle nie da się pogodzić tych sprzecznych przekonań i interesów, ponieważ prowadziłoby to do skrajnego komplikowania aplikacji, a i tak odbiorca informacji byłby nieusatysfakcjonowany.

Przekonania i przeświadczenia

Kolejne błędne przekonanie: im bardziej skomplikowany system, tym więcej potrzebuje danych, a im więcej danych, tym przypuszczalnie więcej problemów z ich jakością. Czyli już na początku wielu projektantów i kierowników projektów podejmuje skomplikowane inicjatywy mające na celu poprawę jakości danych bez rozeznania, z jakimi problemami jakości danych możemy mieć do czynienia. W rezultacie angażowane są znaczne zasoby ludzkie w analizę zjawiska, którego rozmiaru nie znamy i nie jesteśmy w stanie oszacować.

Innym błędnym przekonaniem, które okazuje się bardziej szkodliwe, jest przeświadczenie o tym, że skoro gromadzimy dane, to z pewnością wszystkie są doskonałej jakości. Jeśli nie są, to warunkiem powodzenia projektu, uruchomienia aplikacji jest doprowadzenie danych do takiego właśnie stanu. To błędne przekonanie przenosi zatem całe odium odpowiedzialności za powodzenie projektu na stan danych i staje się swoistym alibi, wymówką, w przypadku niepowodzenia.

Użyteczność

Czas życia informacji to nie tylko przechowywanie jej w systemach i bazach danych. To użyteczny czas, w którym posługiwanie się informacją obarczone jest minimalnym ryzykiem podjęcia błędnej decyzji biznesowej. Jak więc traktować błędne dane, złej jakości, zgromadzone dawno temu, zanim jeszcze ustabilizowane zostały wszystkie procesy biznesowe i aplikacje je wspierające?

W tym kontekście największa użyteczność dotyczy danych najświeższych, najbardziej aktualnych, a wszelkie próby zamknięcia danych w pewnych przedziałach czasowych są jedynie próbą odizolowania, odsiania ziarna od plew. Umiejętne odizolowanie danych aktualnych, użytecznych i przydatnych biznesowo wpływa na ich jakość.

Funkcjonalność

Często spotkać można się ze stwierdzeniem, które w żadnej mierze nie

przystaje do zagadnienia jakości danych. Mianowicie brak funkcjonalności systemów i aplikacji często utożsamiany jest z niską jakością danych. W pełni rozumiem taką ocenę użytkowników, którzy niejako poprzez brak właściwej kontroli wprowadzanych danych lub poprzez jej zbytnią restrykcyjność oceniają jakość gromadzonych danych przez pryzmat łatwości ich wprowadzania. Wówczas zachowania użytkowników są skrajnie odmienne – od całkowitej nonszalancji (cokolwiek wprowadzę, system to przyjmie) aż po świadome omijanie restrykcji i dopasowywanie danych do wymagań systemu. Takie postępowanie jedynie utwierdza w przekonaniu o niskiej jakości danych, która w istocie odzwierciedla ich użyteczność, nie zaś rzeczywistą poprawność.

Zarządzanie jakością danych

„Największym błędem, jaki ludzie popełniają, jest nieumiejętność wyrażania swoich celów w prowadzeniu oceny jakości danych, a nie planowanie procesu do osiągnięcia tych celów. Bez jasnych celów wykonanie skutecznej oceny jakości danych jest trudne do wykonania".

– Laura Sebastian-Coleman, Measuring Data Quality for Ongoing Improvment

Uświadomienie znaczenia definicji jakości danych pozwala nią zarządzać, a w konsekwencji stworzyć odpowiednią strategię, wizję, dobrać narzędzia i zbudować procesy zarządcze. Najistotniejszym jednak elementem strategii zarządzania jakością danych jest określenie celów, jakie zamierzamy osiągnąć.

Dwie przeszkody, które najczęściej uniemożliwiają ludziom ustanowienie celów związanych z jakością danych, to:

- koncentracja na narzędziach, a nie na danych i procesie ich oceny;
- przyjęcie błędnych założeń dotyczących charakteru i sposobu rozwiązania problemów jakości danych.

„Najbardziej krytycznym elementem każdej inicjatywy jakości danych jest możliwość przeprowadzenia skutecznych pomiarów jakości tak, aby dążyć do dokładnej oceny i zbudowania planu działań dla poprawy jakości. Tak więc jednym z celów oceny jakości danych zawsze powinno być budowanie wiedzy o jakości danych".

– Laura Sebastian-Coleman, Measuring Data Quality for Ongoing Improvment

W kontekście powyższych twierdzeń na budowanie strategii zarządzania jakością danych składa się szereg elementarnych kroków i działań, które w konsekwencji budują bazę wiedzy o jakości danych:

1. Zarządzanie wiedzą o źródłach danych, ich podatnością na błędy, właścicielstwem biznesowym danych, regulacjami (procedury operacyjne, manuale) opisującymi procesy gromadzenia i wykorzystywania danych.
2. Rozpoznanie psychologii obsługi aplikacji – presja czasowa i wydajnościowa na procesy, które wykorzystują aplikację, podatność systemów/aplikacji na upraszczanie/skracanie cyklu wprowadzania danych.
3. Dopasowanie poziomu interakcji aplikacji do wiedzy, doświadczenia, poziomu wyszkolenia użytkownika

(dopasowanie programu szkoleniowego do użytkowników systemów).

4. Podatność na ewolucję procesów biznesowych oraz świadomość konsekwencji ich permanentnego dopasowywania do wymagań użytkowników.

5. Konsekwencja w utrzymaniu integralności oraz funkcjonalności aplikacji. Raz popełnione błędy lub ustępstwa w praktyce są nie do naprawienia, a błędne dane obciążają historię.

6. Świadomość roli, jaką odgrywa w organizacji Data Quality Manager/Data Steward. To strażnik, który pilnuje, aby jakość danych nie uległa pogorszeniu.

7. Zarządzanie defektami danych, zdolność do priorytetyzacji błędów danych pod kątem ich rzeczywistej krytyczności w procesach biznesowych, systematyczność procesów zarządzania defektami, ciągłe poszukiwanie właścicieli biznesowych danych – użytkownik biznesowy (odbiorca informacji) musi mieć świadomość i czuć odpowiedzialność za dane, które wykorzystuje.

8. Stosowanie adekwatnych technik i narzędzi do skali i stopnia uciążliwości błędnych danych. Niezasadne jest angażowanie dużych środków w procesy i narzędzia, które mają na celu eliminację mało istotnych defektów i nieprawidłowości w danych.

9. Deregulacja procesów biznesowych. Przeregulowane procesy, zbyt szczegółowe procedury często powstające na biurku menedżera produktu, niesprawdzone w rzeczywistym środowisku, mające niewiele wspólnego z praktycznym działaniem biznesowym, stają się martwymi przepisami zwiększającymi ryzyko powstawania błędów lub wręcz ograniczającymi działania biznesowe;

10. Zbudowanie spójnego procesu komunikacji jakości danych:

    - marketing wewnątrz organizacji struktury, zakres odpowiedzialności, ale przede wszystkim skład osobowy komórki odpowiedzialnej za zarządzanie jakością danych, nie za naprawianie danych, ale za zarządzanie procesem przepływu, kontroli, wykorzystania danych, komunikacji pomiędzy dostawcami i odbiorcami danych;

    - wykorzystanie dostępnych narzędzi komunikacyjnych i workflowowych w celu usystematyzowania działań zespołu DQM (np. IBM Remedy);

    - stworzenie rozpoznawalnej marki i wewnętrznej symboliki, która będzie jednoznacznie kojarzona z działaniami DQM (szablony korespondencji e-mailowej, spójna graficznie forma raportowania, rozpoznawalne logo, slogan, misja itp.);

    - rozpoznanie i uświadomienie wewnątrz komórki DQM klienta wewnętrznego; zdefiniowanie zakresu usług oferowanych przez zespół DQM oraz zapewnienie najwyższego poziomu ich realizacji;

    - świadome i konsekwentne uczestnictwo we wszystkich inicjatywach projektowych w organizacji; pełnienie roli konsultacyjnej i aprobującej podejmowane rozwiązania związane z przepływem i wykorzystaniem danych;

- dobór narzędzi wspierających zgodnie z zasadą: To nie narzędzia determinują procesy DQM, to procesy implikują wybór odpowiednich narzędzi.

Strategia zarządzania jakością danych

Nie zawrócisz kijem Wisły – to porzekadło znajduje również odzwierciedlenie w procesach zarządzania informacją. Aby precyzyjnie zidentyfikować źródła powstawania błędów, a tym samym eliminować ryzyko ich powstawania, należy dobrze zrozumieć naturalne kierunki przepływu danych w systemach i aplikacjach. Ta wiedza pozwala skupić we właściwym miejscu wysiłki związane z eliminacją błędów i przyczyn ich powstawania, ale przede wszystkim uniknąć działań nieefektywnych, nieprzynoszących należytych rezultatów, a przy tym kosztownych i uciążliwych.

Zwykle operator otrzymujący w użytkowanie aplikację nie wie, dlaczego musi wprowadzać tak wiele skomplikowanych danych. Nie zna też kontekstu biznesowego wykorzystywanych danych, a nawet jeśli go zna, to często nie rozumie, dlaczego musi wypełniać atrybuty konkretnymi wartościami. Psychologia działania operatorów wprowadzających dane w tym przypadku stoi w kompletnej sprzeczności z powszechną pokusą „uszczelniania" systemu poprzez wprowadzanie kolejnych „triggerów", algorytmów kontrolnych, blokad i pułapek. Ich skuteczność okazuje się odwrotnie proporcjonalna do stopnia frustracji użytkowników aplikacji, którzy wprowadzają dane do systemów informatycznych.

Ważna jest zasada: Brak danych jest lepszy niż błędne dane!

Argumenty: brak danych eliminuje ryzyko podejmowania błędnych decyzji, ponieważ skłania do bardziej konserwatywnego, ostrożnego postępowania. Błędne dane usypiają czujność, ponieważ odbiorca informacji skupia się na samym fakcie jej występowania i odbiera ten fakt pozytywnie.

Aby stworzyć i wdrożyć skuteczną strategię zarządzania jakością danych, należy zbudować w organizacji świadomość najwyższej wartości informacji oraz tego, co obniża tę wartość – świadomość jakości danych.

Przystępując do budowania strategii zarządzania jakością danych, trzeba najpierw obalić mity związane ze złą, niewystarczającą jakością danych wykorzystywanych w procesach biznesowych. Jedynie rzetelna wiedza o jakości danych, ich przydatności oraz liczbie defektów obciążających konkretne dane pozwala efektywnie je wykorzystywać, a także skutecznie eliminować błędy i przyczyny ich powstawania.

Dlaczego tyle mitów narosło wokół jakości danych i czy można odczarować te legendy?

MIT	RZECZYWISTOŚĆ
Nie mamy problemów z jakością danych, gdybyśmy je mieli, nasz biznes nie szedłby tak dobrze jak dotychczas.	Organizacje często negują swoje problemy operacyjne, a przynajmniej nie utożsamiają ich z niską jakością danych. Nieświadomość wpływu niskiej jakości kluczowych danych na biznes utrwala tylko status quo, ale nie rozwiązuje problemów.
Ludzie uznając, że ich dane nie są dobrej jakości, znajdują sposoby, aby wyjaśnić przyczyny takiego stanu – błędy przy wprowadzaniu, złożoność systemów źródłowych itd. Ale są też przekonani, że ich problemy z danymi nie mogą być przyziemne, musi być jakaś ogólna przyczyna.	Ocena jakości danych staje się upartym dążeniem do znalezienia winnego. Zaczyna się polowanie na jedną przyczynę, która wyjaśni wszystkie problemy. Należy przede wszystkim zrozumieć proces, który tworzy dane, oraz czynniki przyczyniające się do powstawania nieprawidłowości.
Problemy jakości danych wiążą się bezpośrednio z ustaleniem właścicielstwa danych – nie da się jednoznacznie ustalić właścicielstwa danych, bo jest wielu potencjalnych interesariuszy i bardzo dużo danych.	Właścicielstwo danych urasta do rangi Świętego Graala w procesach eliminacji błędów. Tymczasem ustalenie tego nie eliminuje problemów jakości danych, co najwyżej przyczynia się do uświadomienia, że nie ma jednego winowajcy, a w najlepszym przypadku do zahamowania narastania błędów jakości.
Zaawansowane walidacje i triggery w systemach gromadzących dane rozwiążą problemy z jakością danych.	Wprowadzanie coraz bardziej restrykcyjnych triggerów i zabezpieczeń zwykle prowadzi do jeszcze większego zaśmiecania danych, przez co stają się całkowicie bezużyteczne.

MIT	RZECZYWISTOŚĆ
Powołajmy projekt Data Cleansing – to raz na zawsze rozwiąże nam problemy z jakością danych.	Jednorazowe projekty czyszczenia danych, nawet te najbardziej rozbudowane i kosztowne, nie rozwiązują problemów, ponieważ eliminują skutki, a nie przyczyny. Zwykle po zakończeniu projektów Data Cleansing problemy z jakością danych stopniowo powracają, czasem z jeszcze większą siłą, ponieważ ludzie zaangażowani w czyszczenie danych wiedzą już, jak „oszukiwać" standardy jakości danych i reguły walidacji.
Wszystkie dane są potrzebne, nawet te błędne, nie możemy sobie pozwolić na usuwanie danych.	Stopień zanieczyszczenia danych determinuje ich przydatność. Należy dogłębnie ocenić, czy dane, nawet te błędne, zawierają przydatną informację. Jeśli nie niosą żadnej wartości informacyjnej, to po co je przechowywać? Brak danych jest lepszy niż błędne dane!
Potrzebujemy coraz większej ilości danych, aby budować zaawansowane raporty i narzędzia analityczne.	Zwykle na potrzeby raportów i analiz wykorzystywana jest niewielka część wszystkich zasobów informacyjnych. Niektóre dane gromadzone są na wszelki wypadek, a nuż się kiedyś przydadzą. W efekcie następuje ich stopniowa degradacja, aż stają się całkowicie nieprzydatne. Organizacja nie potrzebuje ogromnych ilości danych, ale danych wiarygodnych.
Gromadzimy zbyt dużo danych, nie da się nad nimi zapanować.	A czy trzeba panować nad wszystkimi danymi, czy tylko nad tymi, które są użyteczne i wymagane w procesach zarządczych? Poprawnie zaprojektowana architektura informacyjna pozwala efektywnie wykorzystywać wszystkie gromadzone dane, a dogłębna wiedza o jakości i profilu danych pozwala oszacować ich przydatność w procesach raportowych i zarządczych.

MIT	RZECZYWISTOŚĆ
Historii nie da się naprawić.	Nie zawsze dane historyczne muszą być naprawione. Najczęściej stare błędy wpływają jedynie na spójność danych historycznych i bieżących. Jednak przydatność danych historycznych bywa przeważnie znacznie mniejsza niż danych najnowszych.
Należy wyeliminować wszystkie błędne rekordy, bo zakłócają wyniki analizy.	Takie podejście stwarza duże ryzyko popełnienia jeszcze większych błędów objawiających się brakiem kompletności i prowadzących do utraty cennych danych.
Wszystkie błędy zawarte w danych powinny być poprawione, 100% danych musi być bezbłędnych.	Nakłady poniesione na wyeliminowanie wszystkich błędów z reguły są znacznie większe niż korzyści z tego płynące. O wiele cenniejsza jest rzetelna wiedza o jakości danych w myśl zasady: *We know, we are not perfect, but we know, how imperfect we are.*
Dane najświeższe/najnowsze są najbardziej wiarygodne i należy ich używać.	Bardzo często nowe dane są wprowadzane niedbale, niewłaściwie gromadzone i przetwarzane. To sprawia, że systematycznie pogarsza się nie tylko jakość danych, ale także ich wartość informacyjna i reputacja, która determinuje wykorzystanie danych w procesach raportowych i zarządczych.
Dane o niskiej reputacji tracą na wartości i stają się nieużyteczne.	Błędne koło, bo skoro dane stają się nieużyteczne, to nie warto ich naprawiać i można je bezkarnie zaśmiecać. Po co zatem je gromadzić?

MIT	RZECZYWISTOŚĆ
Potrzebujemy danych historycznych najwyższej jakości, co najmniej sprzed pięciu lat.	Wieloletnie obserwacje wykorzystania danych utwierdzają mnie w przekonaniu, że ok. 85% analiz i raportów jest wykonywanych na odstawie danych z ostatniego miesiąca, 10% to analizy opierające się na danych z ostatniego roku, a pozostałe 5% stanowią analizy obejmujące więcej niż jeden rok.
Eliminacja błędów w danych jest trudna i długotrwała, a efekty niewspółmierne do poniesionych nakładów.	Dogłębna analiza i ocena jakości danych to niezbędne elementy podejmowania wszelkich inicjatyw Data Cleansing. Wykorzystanie nawet najprostszych narzędzi analizy i profilowania danych pozwala szybko i sprawnie skategoryzować problemy z jakością danych i podjąć decyzję o automatycznym lub ręcznym czyszczeniu danych. Takie podejście znacznie upraszcza i uwiarygadnia procesy czyszczenia. Jednak najważniejsza jest systematyka i konsekwencja w działaniu.
Można motywować lub... zmusić ludzi wprowadzających dane, aby poprawiali błędy, które wcześniej popełnili. Włączenie elementów czyszczenia danych do systemów motywacyjnych poprawi ich jakość.	To bardzo ryzykowne założenie, ponieważ nieumiejętne skonstruowanie takiego systemu motywacyjnego zwykle prowadzi do wypaczeń: ludzie przestaną wydajnie pracować, a zaczną czyścić dane, kiedy zauważą, że bardziej im się to opłaci.

Narzędzia i techniki w zarządzaniu jakością danych

Nie ma jednego uniwersalnego rozwiązania do zarządzania jakością danych. Uświadomienie sobie tego faktu oszczędzi nam wiele czasu, pieniędzy, ale przede wszystkim rozczarowań.

Portal it-manager był patronem medialnym konferencji „ZIP 2015".

Źródło: http://it-manager.pl/data-quality-does-matter/

Andrzej Burzyński, Head of Data Quality Management Team, Raiffeisen Polbank

Elektronik, informatyk, ekonomista, od ponad 20 lat związany z sektorem bankowym. Dyplomowany pracownik bankowy, absolwent ECB The European Fundation Certificate in Banking (EFCB). Doświadczenie bankowe ugruntowane wiedzą zdobytą w Szkole Głównej Handlowej pozwoliło połączyć zainteresowania informatyczne z biznesem bankowym. Jako analityk systemowy brał udział w centralnych projektach wdrożenia zintegrowanych systemów bankowych w PBK SA oraz BPH SA. Był współodpowiedzialny m.in. za przygotowanie i przeprowadzenie migracji danych z rozproszonych systemów oddziałowych do systemu centralnego. Współpracował przy tworzeniu centralnej hurtowni danych, systemu informacji zarządczej, systemu raportowania zarządczego i obligatoryjnego, a także nowoczesnej koncepcji BI Competence Center. Od wielu lat interesuje się zagadnieniami jakości danych w systemach informatycznych; zbudował Zespół Zarządzania Jakością Danych w BPH SA i z powodzeniem nim kierował. W Raiffeisen Polbank SA od 2006 r. odpowiedzialny za stworzenie i wdrażanie strategii Data Quality Management w zakresie MIS i Basel II. W ramach BI Competence Center Raiffeisen Polbank kieruje Zespołem Zarządzania Jakością Danych odpowiedzialnym za utrzymanie najwyższej jakości danych w systemach informatycznych połączonego banku.

Andrzej Gontarz

Zarządzanie informacją... co to w ogóle znaczy?

Z profesorem **Józefem Oleńskim**, wykładowcą Uczelni Łazarskiego, dwukrotnym prezesem Głównego Urzędu Statystycznego, autorem książek „Ekonomika informacji" i „Infrastruktura informacyjna państwa", rozmawia Andrzej Gontarz.

Ekscytujemy się często, że narzędzia teleinformatyczne umożliwiają nam wytwarzanie i dostęp do coraz większych ilości danych. Czy nasza umiejętność korzystania z informacji nadąża za rozwojem technik teleinformatycznych? Czy dzięki dostępowi do coraz większej ilości informacji jesteśmy rzeczywiście w stanie skuteczniej działać?

Mówimy nieraz, że społeczeństwo, z którym mamy dzisiaj do czynienia, jest społeczeństwem informacyjnym, a gospodarka, która kształtuje się w tym społeczeństwie, jest gospodarką opartą na wiedzy. Co to jednak właściwie znaczy? Dla mnie społeczeństwo informacyjne to społeczeństwo świadome zarówno swoich potrzeb informacyjnych, jak i swoich luk informacyjnych. Nie chodzi o to, czy jest dobrze poinformowane w danym momencie, w konkretnej sytuacji, ale o to, czy ludzie – w swoich różnych rolach społecznych: polityków, biznesmenów, konsumentów itd. – dobrze sobie uświadamiają i definiują swoje potrzeby informacyjne. Wiedzą, jakimi informacjami powinni dysponować, by skutecznie działać i równocześnie zdają sobie sprawę, gdzie mają luki w dostępie do informacji. Z kolei gospodarka oparta na wiedzy to gospodarka, w której przede wszystkim traktuje się informację i wiedzę jako podstawowy zasób ekonomiczny. Wiedza może być produktem, ale przede wszystkim jest zasobem. Te czynniki mają istotne znaczenie również dla korzystania z informacji i dla zarządzania informacją jako podstawowym zasobem ekonomicznym w przedsiębiorstwie.

Czy firmy potrafią dzisiaj właściwie zarządzać swoimi zasobami informacyjnymi?

Uważam, że technologie informacyjno-komunikacyjne znacznie wyprzedziły umiejętności stosowania w praktyce metod zarządzania informacją. Jej produkowania, gromadzenia, przetwarzania, przechowywania, wykorzystywania i udostępniania bądź też upowszechniania. Nauka wypracowała takie metody, ale nie są one wystarczająco dobrze znane w firmach. Uczymy studentów korzystania z narzędzi informatycznych, na kierunkach informatycznych, uczymy programowania, natomiast do wyjątków należą usystematyzowane programy kształcenia w dziedzinie zarządzania informacją. A wiedza o zarządzaniu informacją, gospodarowaniu nią powinna należeć do kanonu edukacyjnego każdego, kto podejmuje decyzje – w przedsiębiorstwie czy instytucji.

Uważam, że technologie informacyjno-komunikacyjne znacznie wyprzedziły umiejętności stosowania w praktyce metod zarządzania informacją. Jej produkowania, gromadzenia, przetwarzania, przechowywania, wykorzystywania i udostępniania bądź też upowszechniania. Nauka wypracowała takie metody, ale nie są one wystarczająco dobrze znane w firmach.

prof. Józef Oleński

Często można usłyszeć, że problemy związane z zarządzaniem informacją rozwiąże wdrożenie systemu informatycznego.

Tak mówią firmy informatyczne. One jednak z reguły nie dysponują kompetencjami w dziedzinie zarządzania informacją. Znają się na tym, jak wyprodukować sprzęt komputerowy i oprogramowanie oraz jak je sprzedać. Nie mają jednak kadry wykwalifikowanych specjalistów, którzy potrafią zarządzać informacją w konkretnych dziedzinach czy organizacjach. To są bowiem sytuacje zindywidualizowane i dotyczą konkretnych, różniących się od siebie przedsiębiorstw, firm czy instytucji. Trudno zresztą wymagać od producenta świetnego niejednokrotnie oprogramowania narzędziowego czy świetnych komputerów, by dysponował specjalistami od zarządzania informacją, na przykład w dziedzinie handlu międzynarodowego, ubezpieczeń czy bankowości.

Czy zatem każda firma powinna mieć swojego specjalistę od zarządzania informacją? Na czym to zarządzanie ma właściwie polegać? Czy nie jest tak, że w praktyce sprowadza się to do wdrożenia narzędzi usprawniających dostęp do istniejących danych czy dokumentów?

Od kiedy zaczęliśmy mieć do czynienia z systemami elektronicznego przetwarzania danych (EPD), zadaniem informatyki jest stworzenie bazy technicznej i oprogramowania pozwalającego na gromadzenie danych i ich przetwarzanie, czyli de facto umożliwienie technicznej realizacji procesów przetwarzania danych cyfrowych. W warunkach, jakie oferują nam dzisiaj zaawansowane techniki komputerowe i globalne

sieci teleinformatyczne, widać potrzebę zmiany podejścia do tworzenia systemów informacyjnych. Po pierwsze, została przełamana bariera przekazywania informacji. Po drugie, zlikwidowana została bariera pojemności pamięci komputerowej. Z punktu widzenia zasobów informacyjnych, jakie trzeba gromadzić, możliwości pamięci są, praktycznie rzecz biorąc, nieograniczone.

Jakie są tego efekty? Gigantyczna obniżka kosztów gromadzenia i przechowywania danych spowodowała, że z jednej strony pojawiła się bardzo duża łatwość sięgania po informację, a z drugiej strony nastąpiła, niestety, eksplozja danych, zasypanie świata informacjami nadmiarowymi, czyli o bardzo niskiej użyteczności. Po prostu produkcja i przechowywanie danych są tanie, wobec tego się je produkuje i przechowuje bez umiaru. Dlatego zarządzanie informacją to obecnie także ewaluacja i selekcja danych. Najważniejsze jest jednak odejście od dominującego dotychczas wdrażania własnych systemów technicznego przetwarzania danych cyfrowych na rzecz tworzenia środowiska informacyjnego i infrastruktury informacyjnej. Właśnie te dwa pojęcia – infrastruktura informacyjna i środowisko informacyjne – powinny być najważniejsze w kształtowaniu polityki przedsiębiorstwa w dziedzinie zarządzania informacjami.

> Nastąpiła, niestety, eksplozja danych, zasypanie świata informacjami nadmiarowymi, czyli o bardzo niskiej użyteczności. Po prostu produkcja i przechowywanie danych są tanie, wobec tego się je produkuje i przechowuje bez umiaru. Dlatego zarządzanie informacją to obecnie także ewaluacja i selekcja danych.
>
> **prof. Józef Oleński**

Co wchodzi w skład środowiska informacyjnego, a co należy do infrastruktury informacyjnej przedsiębiorstwa?

Infrastruktura informacyjna to są pewne konkretne zasoby, systemy i procesy informacyjne, które determinują bezpieczeństwo informacyjne i funkcjonowanie innych systemów i zasobów. To jest tak samo jak na przykład z infrastrukturą drogową. Istnieje stale, chociaż jest wykorzystywana w różnych miejscach i różnym czasie, w różny sposób, z różną intensywnością. Środowisko informacyjne z kolei to są wszystkie zasoby, systemy i procesy informacyjne, w których funkcjonujemy. W których funkcjonują zarówno poszczególne osoby, jak i całe organizacje – firmy, przedsiębiorstwa, instytucje. Każdy człowiek, każdy pracownik w firmie tworzy swoje środowisko informacyjne. Elementami tego środowiska są chociażby rejestry telefonów, które ma w komórce, czy czasopisma, które przegląda. Każda firma powinna tworzyć swoje wewnętrzne środowisko informacyjne. Takie, żeby jej pracownicy byli poinformowani adekwatnie do ich dobrze zidentyfikowanych potrzeb informacyjnych. Także swoją infrastrukturę informacyjną, czyli systemy i zasoby, które powinny

być utrzymywane i aktualizowane niezależnie od tego, czy w danym momencie są komuś potrzebne, czy też nie. System infrastrukturalny powinien bowiem funkcjonować i być utrzymywany niezależnie od tego, czy w danym momencie ktoś z niego korzysta czy nie.

Kto w firmie powinien zająć się tworzeniem infrastruktury i środowiska informacyjnego, czyli inaczej zarządzaniem informacją? Dzisiaj zazwyczaj ta rola przypisywana jest niemalże automatycznie szefowi IT. Nawet często nazywany jest on CIO – Chief Information Officer.

Szef IT powinien odpowiadać za tę część infrastruktury informacyjnej, która dotyczy sprzętu, telekomunikacji, oprogramowania narzędziowego. Powinien zapewnić, żeby istniała sprawna baza techniczna i baza aplikacyjna. Nie można natomiast od szefa IT oczekiwać, że będzie chociażby potrafił zaproponować wybór języków informacyjnych, w których odwzorowywane są informacje, czy też będzie w stanie powiedzieć, jakiego rodzaju informacje powinny być dostarczane dyrektorowi finansowemu lub menedżerowi sprzedaży, lub też w jaki sposób poszczególni pracownicy powinni uczestniczyć w tworzeniu zasobów informacyjnych. Jeśli więc nie szef IT, to kto? Tu właśnie nie ma uniwersalnej odpowiedzi, jednej dla wszystkich przedsiębiorstw. Dlatego że w różnych przedsiębiorstwach infrastruktura informacyjna i środowisko informacyjne mogą być zupełnie inne, mogą mieć różny charakter. Natomiast niewątpliwie dobrze byłoby, gdyby istniało jedno centrum, które odpowiada za opracowanie dostatecznie szczegółowego, strategicznego, czyli kierunkowego modelu infrastruktury informacyjnej i środowiska informacyjnego w firmie.

Szef IT powinien odpowiadać za tę część infrastruktury informacyjnej, która dotyczy sprzętu, telekomunikacji, oprogramowania narzędziowego. Powinien zapewnić, żeby istniała sprawna baza techniczna i baza aplikacyjna. Nie można natomiast od szefa IT oczekiwać, że będzie chociażby potrafił zaproponować wybór języków informacyjnych, w których odwzorowywane są informacje, czy też będzie w stanie powiedzieć, jakiego rodzaju informacje powinny być dostarczane dyrektorowi finansowemu lub menedżerowi sprzedaży.

prof. Józef Oleński

Podejście strategiczne wymaga zazwyczaj zaangażowania zarządu firmy. Czy tak powinno być również w przypadku strategii zarządzania informacją?

Strategia zarządzania informacją zawiera specyfikację przedsięwzięć, które powinny być prowadzone systematycznie: chodzi o procesy, które powinny być realizowane, i zasoby, które powinny być utrzymywane – w horyzoncie 10–15-letnim. Taka strategia powinna być przyjęta na poziomie najwyższym w firmie, czyli na poziomie zarządu. Może i powinna określać

z kolei zadania bardziej konkretne, które mogłyby i powinny być przekazane odpowiednim komórkom, na przykład zadania, które realizuje pion głównego księgowego, pion głównego technologa, biuro projektowe, dział marketingu itd. Tutaj także pojawią się zadania dla IT.

Pracownicy, którzy są aktywnymi uczestnikami procesów informacyjnych, to znaczy tworzą informacje albo z nich korzystają, powinni przejść przeszkolenie w zakresie metodycznych podstaw zarządzania informacją. Chociażby po to, aby nikt nie mówił: „Baza danych? A, to w dziale informatyki są ludzie, którzy się tym zajmują". Nie, bazą danych w firmie zajmują się komórki, które odpowiadają za zaspokajanie potrzeb informacyjnych wszystkich pracowników firmy. Chodzi o to, żeby na przykład ktoś, kto zajmuje się analizami rynku, wiedział, gdzie i w jakich zbiorach znajdzie potrzebne mu informacje – w jaki sposób, nie tylko googlując, może trafić do profesjonalnych zasobów informacyjnych, które pozwolą mu na dobre wykonanie zadania. Niestety, nierzadko pracownicy nie wiedzą, jakimi zasobami informacji dysponuje ich firma, i poszukują tych informacji na zewnątrz.

> Przewaga konkurencyjna wielu przedsiębiorstw bierze się często stąd, że potrafiły stworzyć sobie odpowiednie środowisko informacyjne. A dzisiaj środowiska informacyjnego nie trzeba budować poprzez inwestycje w sprzęt komputerowy i oprogramowanie. Żeby skutecznie sięgać do potrzebnych informacji, których jest naprawdę dużo, trzeba zbudować sobie środowisko informacyjne oparte na tzw. parainformacji, czyli na informacji skierowującej. Żebyśmy wiedzieli, do kogo się zwrócić po informacje, gdy zajdzie taka potrzeba.
>
> **prof. Józef Oleński**

Niekoniecznie w firmowej bazie danych czy wewnętrznym systemie informacyjnym...

Nie, to może być gdziekolwiek na świecie. Jest wiele zbiorów danych zawierających pełen zestaw potrzebnych informacji, do których można sięgnąć, korzystając z Internetu. Nie musimy zlecać osobnych drogich badań tak zwanym wywiadowniom gospodarczym czy tworzyć osobnych własnych zbiorów danych. Wystarczy skorzystać z danych, które już zostały gdzieś zebrane i są dostępne. Dlatego znajomość środowiska informacyjnego powinna być elementem przygotowania zawodowego każdego pracownika. Każdy pracownik – od prezesa zarządu po najniższe szczeble wykonawcze – powinien wiedzieć, jakie ma konkretne potencjalne i sytuacyjne potrzeby informacyjne, jakich informacji będzie potrzebować dla wykonywania swoich zadań. I na bazie tej wiedzy kształtować swoje środowisko informacyjne i współdziałać w tworzeniu środowiska informacyjnego firmy. Przewaga konkurencyjna wielu przedsiębiorstw bierze się

często stąd, że potrafiły stworzyć sobie odpowiednie środowisko informacyjne. A dzisiaj środowiska informacyjnego nie trzeba budować poprzez inwestycje w sprzęt komputerowy i oprogramowanie. Żeby skutecznie sięgać do potrzebnych informacji, których jest naprawdę dużo, trzeba zbudować sobie środowisko informacyjne oparte na tzw. parainformacji, czyli na informacji skierowującej. Żebyśmy wiedzieli, do kogo się zwrócić po informacje, gdy zajdzie taka potrzeba – od kogo w konkretnej sytuacji będziemy mogli otrzymać informację rzetelną i wiarygodną, żeby to nie była żadna reklama, marketing czy element lobbingu. W tym kierunku trzeba dzisiaj iść w zarządzaniu informacją.

Mam wrażenie, że nierzadko zarządzanie informacją jest utożsamiane z zarządzaniem danymi. Porządek w danych stał się punktem odniesienia do wszystkich niemalże spraw związanych z zarządzaniem informacją w firmie. Mówi się, że zarządzanie informacją trzeba zacząć od uporządkowania danych, że trzeba wdrożyć zasady Data Governance czy System Master Data Management. Jakie zatem rzeczywiście miejsce zajmuje zarządzanie danymi w całym systemie zarządzania informacją? Kto ma decydować, jakie dane i po co mają być zbierane w firmie? Bo dzisiaj się mówi: zbierajmy jak najwięcej danych, bo wtedy będziemy mieli lepsze możliwości dotarcia do potrzebnych informacji, robienia analiz, wyszukiwania korelacji i powiązań.

Moim zdaniem, bezpośrednio w firmie powinniśmy gromadzić te informacje, które są wykorzystywane w sposób systematyczny, ciągły i dotyczą zadań stałych, powtarzalnych, priorytetowych. Oprócz tego firma powinna mieć swój system metainformacji, czyli informacji o informacjach, do których sięga, kiedy potrzebna jest pogłębiona interpretacja i ocena. Pracownicy powinni mieć zaś wiedzę na temat parainformacji i systemów parainformacyjnych, czyli informacji skierowującej. Umożliwia to sięganie po informacje do zidentyfikowanych, dobrze ocenionych źródeł, kiedy informacja jest potrzebna. Potrzeby informacyjne mają dwojaki charakter: albo są to systematyczne, stałe potrzeby informacyjne – pewnych informacji potrzebujemy codziennie, innych raz w miesiącu czy raz na kwartał; albo też sytuacyjne – pewne informacje są potrzebne wtedy, kiedy powstaje konkretna sytuacja decyzyjna. I wtedy powinienem w krótkim czasie zebrać wszystkie możliwie relewantne, czyli istotne, informacje. Żeby to zrobić szybko i tanio, muszę dysponować systemem informacji skierowującej, czyli tzw. parainformacji. Jeżeli firma będzie wiedziała, jakie zasoby informacyjne mają dla niej charakter strategiczny, to może określić, które warto kupić i trzymać fizycznie u siebie, a których nie warto kupować, tylko trzeba sobie zapewnić do nich dostęp. Istotne, by wiedzieć, czy źródło informacji, do którego mamy się odwoływać w razie potrzeby, jest rzetelne i niezawodne. Współczesne technologie informacyjne dają możliwość dynamicznego reagowania na potrzeby informacyjne. Powinniśmy jednak zapewnić, aby ludzie, którzy są uczestnikami procesów informacyjnych i użytkownikami informacji, mogli sami prawidłowo określić swoje potrzeby informacyjne. Żeby decydent wiedział, żądając jakiejś informacji, że ta informacja jest mu rzeczywiście potrzebna, że jest dla niego w danej sytuacji decyzyjnej najlepsza. Dlatego jednym z ważnych elementów zarządzania informacją jest obsługa informacyjna decydentów.

Duże nadzieje w biznesie wiąże się dzisiaj z rozwiązaniami typu Big Data? Czy tkwi w nich rzeczywiście taki potencjał, o jakim mówią producenci narzędzi do analiz tego rodzaju?

W 1988 roku zorganizowaliśmy w Polsce konferencję SPIS, która dotyczyła statystyki. Tematem przewodnim były niekonwencjonalne źródła informacji statystycznych. Była ona poświęcona wykorzystaniu danych, które nazywaliśmy danymi transakcyjnymi i danymi z systemów administracyjnych, czyli ewidencji różnego rodzaju – ubezpieczeniowych, księgowych itp. Po prawie 20 latach zauważyliśmy, że pojawia się nazwa Big Data. Patrzę, co to jest. I widzę, że to nic innego jak owe dane transakcyjne, a myśmy na ten temat właśnie robili tę konferencję. Big Data to z informacyjnego punktu widzenia nic nowego, takie zasoby istniały już dawno, ale były rozproszone lub koszty dostępu do nich były zbyt duże. Nowe technologie dały możliwość ich szybkiego przeglądania. Stąd taka ich popularność dzisiaj. Kiedyś używaliśmy jeszcze określenia, że to są dane śladowe (*trace data* – by brzmiało mądrzej, bo „po amerykańsku"). W różnych systemach zostawiamy elektroniczne ślady, dokonując różnych transakcji: w systemie *Viatoll*, w systemach kart płatniczych, w sieciach handlowych. Na podstawie analizy tych danych możemy zrozumieć wiele procesów ekonomicznych i formułować oceny potrzebne do podejmowania decyzji i zarządzania. Na przykład zapisy z systemu *Viatoll* możemy wykorzystać do zgrubnej analizy koniunktury gospodarczej na podstawie dynamiki transportu. Cennymi zasobami typu Big Data są dane transakcyjne gromadzone w sektorze finansowym: w izbach rozliczeniowych, bankach, w ubezpieczeniach.

Big Data to z informacyjnego punktu widzenia nic nowego, takie zasoby istniały już dawno, ale były rozproszone lub koszty dostępu do nich były zbyt duże. Nowe technologie dały możliwość ich szybkiego przeglądania. Stąd taka ich popularność dzisiaj.

prof. Józef Oleński

W czym, Pana zdaniem, tkwi przewaga rozwiązań Big Data nad innymi rodzajami analizy danych?

Big Data to zbiór informacji, który stał się możliwy do wykorzystania do pewnych celów przy zastosowaniu odpowiednich metod naukowych. To wykorzystanie powinno być wsparte porządną analizą informacji i modelami, w tym także modelami ekonometrycznymi, które pozwalają na ocenę, jakie wnioski można wyciągać z tych informacji śladowych na temat zjawisk, które chcemy za ich pomocą scharakteryzować. Pamiętajmy, że dane nazywane Big Data powstają dla innego celu aniżeli ten, dla którego chcemy je wykorzystać. Przewaga tego typu zbiorów informacji polega na tym, że dzięki technologiom teleinformatycznym można tanio, szybko i na pełnym zbiorze obserwacji przeprowadzić analizy lub podejmować decyzje. Ale nie przypisywałbym Big Data

żadnych magicznych właściwości, bo tak czy inaczej musi stać za ich wykorzystaniem rzetelna analiza i hipotezy badawcze, które można zweryfikować.

Można by więc powiedzieć, że to nie dane i narzędzia ich obróbki są najważniejsze, lecz to, co potrafimy z nimi zrobić, jakie informacje z nich wydobyć...

Ja bym to zdefiniował inaczej: dostęp do relewantnych informacji, do informacji tzw. pertynentnych, czyli informacji rzetelnych, zweryfikowanych, dostępnych we właściwej formie, w zakresie, języku i czasie, rzeczywiście ma strategiczne znaczenie dla firm. Nie chodzi o to, żeby fizycznie te informacje były przechowywane w firmie, czy były gromadzone w jej wewnętrznych systemach. Chodzi o to, żeby były dostępne wtedy, kiedy są potrzebne. Żebym w krótkim czasie, wystarczającym do podjęcia decyzji, mógł te informacje uzyskać i przetworzyć tak, żebym mógł wykonać zadanie, które na mnie ciąży.

Oprócz tego każda firma ma obowiązek tworzenia pewnych stałych zasobów. Są to przede wszystkim systemy ewidencyjne, ich prowadzenie wynika głównie z przepisów prawa, czyli obowiązków informacyjnych wobec państwa – przepisów podatkowych, ubezpieczenia społecznego, regulacji dotyczących bezpieczeństwa technologicznego. Tworzenie niektórych z nich może też wynikać z wewnętrznych firmowych procedur. Kształtując środowisko informacyjne i infrastrukturę informacyjną firmy, przede wszystkim powinniśmy pamiętać o zapewnieniu jej pełnego bezpieczeństwa informacyjnego. Bezpieczeństwo informacyjne jest bowiem warunkiem koniecznym – chociaż nie wystarczającym – nie tylko rozwoju, ale w ogóle istnienia firmy.

Dostęp do relewantnych informacji, do informacji tzw. pertynentnych, czyli informacji rzetelnych, zweryfikowanych, dostępnych we właściwej formie, w zakresie, języku i czasie, rzeczywiście ma strategiczne znaczenie dla firm. Nie chodzi o to, żeby fizycznie te informacje były przechowywane w firmie, czy były gromadzone w jej wewnętrznych systemach. Chodzi o to, żeby były dostępne wtedy, kiedy są potrzebne.

prof. Józef Oleński

Portal Enterprise Software Review był patronem medialnym konferencji „ZIP 2015".

Źródło: http://e-s-r.pl/2015/06/03/zarzadzanie-informacja-co-to-w-ogole-znaczy/

Prof. zw. dr hab. Józef Oleński

Profesor zwyczajny, doktor habilitowany nauk ekonomicznych. Profesor zwyczajny w Uczelni Łazarskiego w Warszawie od 2011 roku. W latach 1970–2011 pracownik naukowy Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego. Od 2011 roku pracuje na stanowisku profesora w Uniwersytecie Łazarskiego w Warszawie. Od 1974 roku do końca lat 80. kierował Ośrodkiem Badawczo-Rozwojowym Statystyki przy Głównym Urzędzie Statystycznym.

W tym czasie przewodniczył m.in. zespołowi ekspertów Europejskiej Komisji Gospodarczej (EKG ONZ) ds. Standardów Informacyjnych w Statystyce w ramach projektu UNDP (Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju) i EKG ONZ Statistical Computing Project, a także komitetowi Konferencji Statystyków Europejskich ds. Fundamentalnych Zasad Statystyki Oficjalnej EKG ONZ. W ramach programów ONZ, UE i Banku Światowego uczestniczył w projektach transformacji statystyki, m.in. w Białorusi, Estonii, Kirgizji, na Ukrainie, w Tadżykistanie, Afganistanie, oraz w seminariach i szkoleniach dla urzędów statystycznych krajów transformujących systemy polityczno-gospodarcze po 1989 roku.

W latach 1992–1995 był prezesem Głównego Urzędu Statystycznego. Pełnił także funkcję przewodniczącego Komisji Statystycznej ONZ, wiceprzewodniczącego Konferencji Statystyków Europejskich.

W latach 1995–2006 doradca pezesa NBP ds. infrastruktury informacyjnej sektora bankowego. Brał udział w projektach badawczych w ramach programu „Information Society Technologies" Unii Europejskiej, w tym dotyczących transformacji statystyki oraz informatyzacji sektora publicznego w procesie integracji Polski z Unią Europejską. Członek Międzynarodowego Instytutu Statystyki (MIS), m.in. wiceprzewodniczący Komitetu Irvinga Fishera ds. statystyki bankowej i finansowej i komisji MIS ds. kodeksu etyki statystycznej.

W latach 2001–2002 prof. Oleński pełnił funkcję przewodniczącego Rady Statystyki przy Prezesie Rady Ministrów. W latach 2006–2011 ponownie powołany na stanowisko prezesa GUS kontynuował transformację systemu statystycznego Polski w ramach Europejskiego Systemu Statystycznego. W latach 2011–2013 prowadził w Państwowej Wyższej Szkole Techniczno-Ekonomicznej w Jarosławiu badania naukowe w dziedzinie ekonomii statystyki transgranicznej.

Autor ponad 350 publikacji i opracowań naukowych w dziedzinie informatyki, ekonometrii i statystyki, a w tym monografii pt. „Infrastruktura informacyjna państwa w globalnej gospodarce", inicjator badań procesów transgranicznych w Europie, inicjator i współtwórca nowego kierunku badań w naukach ekonomicznych „ekonomia transgraniczna".

Przemysław Gamdzyk

Zarządzanie informacją, czyli potencjał do wykorzystania

Zarządzanie informacją to obszar często nierozumiany i niedoceniany. Nie jest to bowiem to samo co zarządzanie danymi. Pojęcie zarządzania informacją nie jest również tożsame z zarządzaniem wiedzą, dysponuje jednak dużym potencjałem biznesowym.

Zarządzanie informacją, obok Data Governance, było jednym z dwóch głównych tematów konferencji ZIP2015, która na początku czerwca br. odbyła się w Warszawie. Jej gościem specjalnym był dr Martin White, założyciel i szef firmy Intranet Focus, jeden z najlepszych na świecie fachowców od tematów Search i Information Management. Jego zdaniem temat zarządzania informacją wciąż nie znalazł właściwego dla siebie miejsca – brakuje zrozumienia, jak ważne jest to zagadnienie. „*To także bardzo złożona dziedzina. Wcale nie jest to takie oczywiste i trzeba wejść jakkolwiek głębiej w temat, żeby zdać sobie z tego sprawę. Dużo uwagi poświęca się zarządzaniu danymi, nie mniej zarządzaniu wiedzą, natomiast brakuje rzetelnego i odpowiednio uważnego spojrzenia na zarządzanie informacją*" – twierdzi Martin White.

Jak twierdzi prof. Andrzej Sobczak, kierownik Zakładu Zarządzania Informatyką w Instytucie Informatyki i Gospodarki Cyfrowej w Szkole Głównej Handlowej „*Projekty związane ze zmianą podejścia do danych i organizacji w firmie niosą ze sobą istotną zmianę kulturową. To wyzwanie, które niełatwo podjąć. Do tego jest to zmiana, która nigdy nie następuje szybko*". Jeśli nie mamy dobrze opisanych informacji, to tak naprawdę nie wiemy, ile zasobów informacyjnych posiadamy i jakie one są. To zupełnie coś innego niż wiedza o wielkości posiadanych zasobów danych – tutaj łatwo oszacować ją w bajtach. Trzeba umieć sprawować kontrolę nad informacją w całym cyklu jej życia – w szczególności od powstania do jej użycia. Kluczową kwestią jest tutaj wiedza o właściwej wersji informacji, o jej źródle, o tym, jak ją znaleźć w możliwie prosty sposób.

„Decydenci tak naprawdę nie wiedzą, skąd pochodzą dane i informacje, na podstawie których podejmują decyzje" – mówi Martin White. Jest tutaj jeszcze jedna istotna różnica – informacja zwykle powstaje wewnątrz firmy, podczas gdy dane przychodzą w zewnątrz. Dane mogą być zasobem strategicznym firmy, ale jądrem tego zasobu są informacje tworzone przez samą organizację.

Świadomość, do czego w kontekście biznesowym można wykorzystać posiadane zasoby danych i informacji, oczywiście warunkuje podejmowanie inwestycji w obszarze zarządzania informacją.

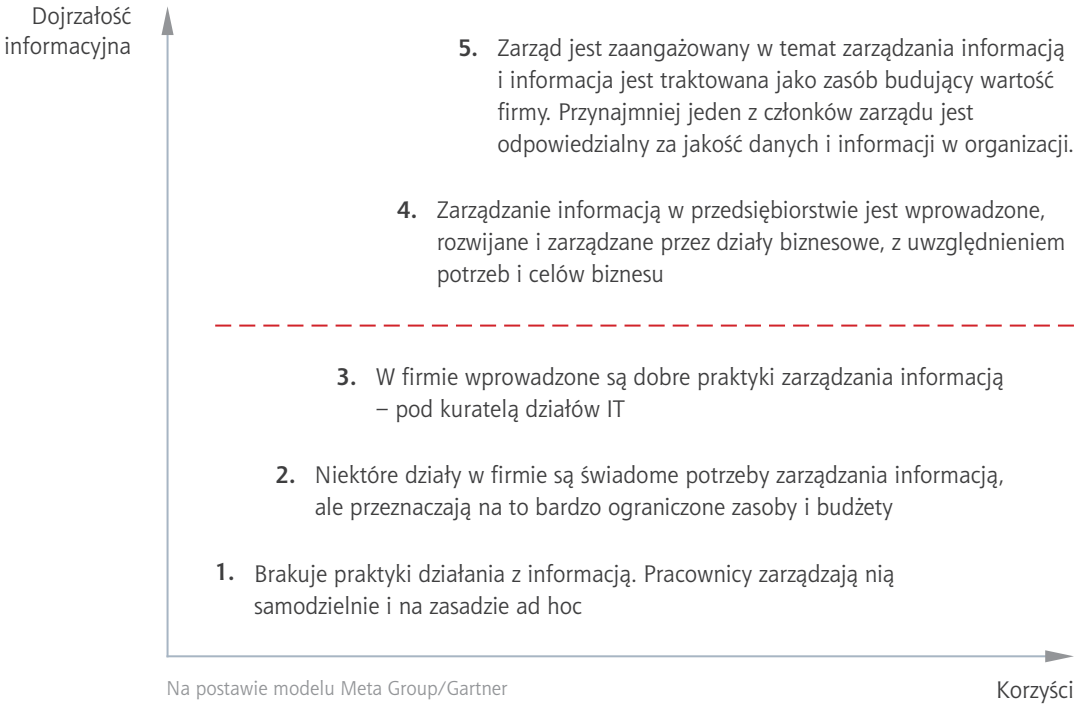
Dużo już zrobiono w zakresie zarządzania informacją i budowania ładu w danych, ale większość osiągnięć dotyczy danych strukturalnych. Organizacje zazwyczaj nawet nie wiedzą, jaka część informacji jest strukturalna, a jaka nie. W praktyce okazuje się, że bardzo wiele organizacji ponad połowę informacji posiada w postaci niestrukturalnej. To tak często obszar słabo albo w ogóle niezarządzony. *„Nikt nie jest motywowany i zmotywowany do opisywania informacji, do dodawania właściwych metadanych. Nie ma na to budżetu, w szczególności na dbanie o jakość informacji, tak jakby zakładano, że to się samo stanie, a to niestety nieprawda"* – dodaje Martin White.

Dlaczego mamy tak duży problem z jakością informacji?

Dlatego że dbanie o nią to zwykle jest ... czyjeś hobby

a. Nie ma formalnych szkoleń
b. Nie dba się o wewnętrznorganizacyjną edukację w tym zakresie
c. Nie przewidziano na to żadnych zasobów czasowych
d. Nikt tego nie docenia
e. I nie ocenia
f. Nie ma to żadnego wpływu na karierę
g. Słowem, dbający o tę jakość nic z tego osobiście nie ma!

Dojrzałość informacyjna organizacji



Źródło: Martin White, „Intranet Focus"

Na gruncie polskim

„To nie jest tak, że istnieje tutaj jakaś przepaść pomiędzy Polską a resztą świata. Większość zjawisk i problemów jest bardzo podobnych. Widać jednak pewne prawidłowości – małe firmy u nas w ogóle nie są tym tematem zainteresowane. Zarządzanie informacją to temat dla dużych organizacji" – twierdzi Paweł Wróblewski, szef polskiego oddziału firmy Findwise. Za pewną granicę przyjmuje się, że dana organizacja powinna mieć 200–300 pracowników biurowych, by można było mówić o rzeczywistej potrzebie zarządzania informacją. Nie można wskazać jakiejś dominacji branżowej – na pewno zainteresowane są firmy, dla których ważna jest wysoka kultura przetwarzania dokumentów, dojrzałość w zakresie obchodzenia się z nimi, wysokie ambicje dotyczące jakości informacji, które przetwarzają. To są duże firmy przemysłowe czy branży energetycznej

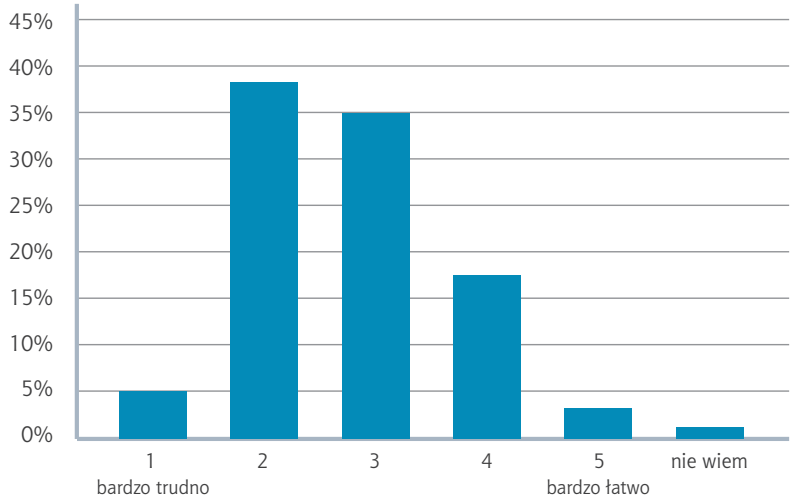
– oczywiście jeszcze długa droga przed nimi, bo w obszarach tej kultury i jakości można wiele zmienić.

To także firmy internetowe, takie jak Allegro, które wiedzą, że posiadają naprawdę bardzo dużo informacji, jakie można wykorzystać dla lepszej obsługi klienta i rozwoju usług. Świadomość, do czego w kontekście biznesowym można wykorzystać posiadane zasoby danych i informacji, oczywiście warunkuje podejmowanie inwestycji w obszarze zarządzania informacją. Kto inicjuje projekty zarządzania informacją? *„Zazwyczaj to IT jest triggerem nowych przedsięwzięć, ale dla osiągnięcia skali potrzebne jest zaangażowanie biznesu, który potrzebuje rozwoju systemów zarządzania wiedzą i informacją. Zwykle jest tak, ze przy niższym poziomie dojrzałości organizacji to IT jest liderem zmian, ale potem to biznes wychodzi na czoło"* – uważa Paweł Wróblewski.

Od wyszukiwarki do doskonałości

Od czego warto zacząć? *„Zwykle zaczyna się od prostej rzeczy – od wyszukiwarki"* – mówi Paweł Wróblewski. Jeśli nie

Jak trudno znaleźć użytkownikom informacje, których szukają wewnątrz Twojej organizacji?



Dane pochodzą z badania Findability Survey, w którym udział bierze kilkaset dużych firm z całego świata.

wiemy, jak wyszukać potrzebną informację powstałą w organizacji, to tak jakby w niej istniała czarna dziura, która wsysa istotne sprawy. Dobrym przykładem są wyszukiwarki na firmowych stronach – większość z nich działa naprawdę tragicznie (czego zapewne każdy sam doświadczył, gdy próbował z nich korzystać). Często okazuje się, ze nikt tak naprawdę w firmie nie sprawdzał, jak one funkcjonują – a tymczasem klienci testują je każdego dnia. I jest to bardzo słaba wizytówka firmy. Za pomocą dobrze zrobionej wyszukiwarki można w krótkim czasie pokazać realne korzyści – to typowy tzw. quick-win. Potem to musi być proces ciągły. *„Nie wystarczy, że zrobimy jeden czy drugi projekt i osiągniemy odpowiedni poziom. W firmie muszą działać odpowiednie komórki i muszą cały czas być aktywni specjaliści od klasyfikacji informacji, od zarządzania obszarem metadanych. Bez ciągłej pielęgnacji tego obszaru rozwiązania zarządzania informacją stają się bezużyteczne"* – mówi Martin White.

Czy są to projekty długotrwałe i zasobochłonne? *„Oczywiście dużo zależy od możliwości i zasobów danej organizacji, mamy tutaj dużą elastyczność w zakresie celów i zakresu projektu, można się dopasować do konkretnych uwarunkowań. Na pewno nie jest to skala odpowiednia do wprowadzania systemu ERP czy coś w tym rodzaju"* – twierdzi Paweł Wróblewski. Niemniej jest to rozwój krok po kroku i inwestycja, która się nigdy nie kończy. Po osiągnięciu danego poziomu trzeba cały czas dbać, żeby osiągnięcie tego pułapu odpowiednio pielęgnować i oczywiście starać się osiągać kolejne, wyższe poziomy.

Kluczowe pytania dotyczą tego, do czego system zarządzania informacją ma służyć i kto ma być wewnętrznym klientem – użytkownikiem – w firmie. Organizacja do podjęcia projektu zarządzania informacją musi mieć też określone ambicje – wynikające albo z nacisku konkurencyjnego, albo z chęci realizacji wysoko postawionych przez zarząd celów, takich jak chociażby chęć wejścia na rynki zagraniczne. Czas właściwego podejścia do zarządzania informacją dopiero nadchodzi. Jest ściśle związany z wewnętrzną kulturą biznesową firmy, a tutaj pole do rozwoju jest wciąż duże.

> Zarządzaniem informacją na pewno zainteresowane są firmy, dla których ważna jest wysoka kultura przetwarzania dokumentów, dojrzałość w zakresie obchodzenia się z nimi, wysokie ambicje dotyczące jakości informacji, które przetwarzają.

Portal ITWIZ był patronem medialnym konferencji „ZIP 2015".

Źródło: http://itwiz.pl/zarzadzanie-informacja-czyli-potencjal-wykorzystania/

Przemysław Gamdzyk

Skuteczne wyszukiwanie danych staje się coraz ważniejsze

Mamy doskonałe narzędzia bazodanowe, potrafimy uporządkować wprowadzane do nich dane z poziomu różnych systemów dziedzinowych i biznesowych. Wydawałoby się, że w ten sposób można zapanować nad całością informacji w firmie. Praktyka jednak uczy, że istnieje druga, ciemna strona niedostępności informacji. Jej wyszukiwanie pozostaje więc jednym z głównych wyzwań dla każdej organizacji.

O ile różne systemy – takie jak chociażby CRM – wymuszają stosowanie ściśle określonych formatów i zakresów gromadzonych danych, a co najważniejsze, dobrze określają repozytorium ich gromadzenia, o tyle na poziomie przechowywania innego rodzaju informacji – plików, e-maili, dokumentów PDF i innych ważnych zbiorów danych, zapisanych w różnorodny sposób – zazwyczaj każdy robi to, co chce i co uważa za najlepsze. Tutaj pośpiech i nakierowanie na bieżące zadania nie sprzyjają długofalowemu myśleniu o organizacji informacji. W efekcie trudno ją potem zlokalizować, a koszty związane z tym poszukiwaniem czy częstokroć niemożnością dotarcia do potrzebnych danych są dla organizacji ogromne.

Okienko na słowa-klucze

Zamiast żmudnego, uporządkowanego, systematycznego odkładania wszystkiego na wirtualnych, ponumerowanych półkach, różnorodne informacje zazwyczaj składujemy w sposób dość chaotyczny i przypadkowy, a przypomina to odkładanie kolejnych rzeczy na najbliższe wolne miejsce na strychu. Problem pojawia się, gdy trzeba coś odnaleźć. Wtedy często jesteśmy bez szans – nie znajdziemy tego, czego szukamy, bez przeprowadzenia gruntownych porządków, na które w praktyce informatycznej przestrzeni informacyjnej często nas już nigdy nie będzie stać. Z punktu widzenia użytkownika wyszukiwanie informacji po prostu „nie działa".

Teoretycznie pomoc mają dawać tutaj silniki wyszukiwania indeksujące całą dostępną zawartość plików i dokumentów, w których użytkownik stara się zlokalizować potrzebne mu informacje za pomocą wpisywania słów kluczowych. Jak bardzo jest to ułomne i jak trudno znaleźć właściwy dokument, dobrze wie każdy, kto korzystał z takiej „wyszukiwarki" w intranecie czy na firmowych stronach WWW.

Odpowiedzi na zapytanie wcale nie niosą tego, czego tak naprawdę szukamy. Na ogół występują dwie sytuacje – albo w ogóle nie ma żadnych wyników, albo jest ich bardzo dużo – nie do ogarnięcia, a kolejność ich podania nijak ma się do rzeczywistej wartości informacji. Stąd rodzi się nie tylko rozczarowanie użytkowników, ale przede wszystkim pojawiają się koszty – żmudnego docierania do potrzebnej informacji, częstokroć zakończone niepowodzeniem, bo użytkownik również szybko się zniechęca.

Zamiast żmudnego, uporządkowanego, systematycznego odkładania wszystkiego na wirtualnych, ponumerowanych półkach, różnorodne informacje zazwyczaj składujemy w sposób dość chaotyczny i przypadkowy, a przypomina to odkładanie kolejnych rzeczy na najbliższe wolne miejsce na strychu.

Odpowiedzi z wyszukiwarki na zapytanie wcale nie niosą tego, czego tak naprawdę szukamy. Na ogół mamy dwie sytuacje – albo w ogóle nie ma żadnych wyników, albo jest ich bardzo dużo – nie do ogarnięcia, a kolejność ich podania nijak ma się do rzeczywistej wartości informacji.

Znaczenie strategii

Remedium może być strategia dotycząca zarządzania informacją w firmie. Chodzi o długofalowe, przemyślane i konsekwentnie stosowane podejście do wszystkiego, co składa się na całą chmurę informacyjną w firmie – także w odniesieniu do każdego dokumentu i innych obiektów będących nośnikami informacji w firmie, które mogą być potrzebne w przyszłości.

Martin White, konsultant w brytyjskiej firmie Intranet Focus, wskazuje na kilka kluczowych czynników sukcesu. Przede wszystkim potrzebne jest traktowanie informacji jako zasobu o istotnym znaczeniu biznesowym. Dzisiaj w wielu firmach to rzecz wyłącznie deklaratywna, w żaden sposób nie przekładająca się na realne działania. Gdyby bowiem biznes faktycznie uznał informacje za zasób decydujący o wartości firmy, to musiałyby za tym pójść działania zmierzające do podniesienia wartości tego zasobu.

W praktyce trzeba dbać o rozwój metadanych, opis struktury i architektury informacji w firmie. Niezbędne jest również inwestowanie w kompetencje i zasoby ludzkie w obszarze zarządzania informacją i jej wyszukiwania. To ciągle raczej wyjątek, a nie reguła.

Jakość w agendzie

Zazwyczaj dbanie o jakość danych i informacji to coś na kształt hobby – ktoś się może tym w firmie zajmować, ale na ogół czyni to z własnej inicjatywy, trochę poza normalnymi obowiązkami. Brakuje systemowego wsparcia dla takich działań, zachęt, motywacji. Nie widać także troski o to, aby śledzić, w jaki sposób ludzie szukają informacji i czego zazwyczaj poszukują. Nie ma więc danych potrzebnych do tego, aby wiedzieć, jak lepiej ustawić cały proces. Nie ma szkoleń, a co więcej, brakuje działań wspierających tych, od których zależy jakość informacji. Chodzi tutaj o elementy oceny pracowników i celów, które są przed nimi stawiane, o to, aby dbanie o jakość informacji zwyczajnie się pracownikom opłacało, by byli do tego motywowani.

Tutaj można wskazać różne poziomy dojrzałości – im wyższy, tym większe korzyści i możliwości efektywnego wykorzystania informacji. Poziom najniższy to brak polityki firmowej, zarządzaniem informacją zajmuje się każdy w firmie na swój użytek. Granica, której nie przekracza większość firm, to funkcjonowanie takiej polityki, która jest zarządzana i egzekwowana przez dział IT. Wyższe poziomy zakładają istotne zaangażowanie biznesu – docelowo za jakość informacji w firmie powinien odpowiadać konkretny członek zarządu.

> Ważne jest długofalowe, przemyślane i konsekwentnie stosowane podejście do wszystkiego, co składa się na całą chmurę informacyjną w firmie. W praktyce trzeba dbać o rozwój metadanych, opis struktury i architektury informacji w firmie. Niezbędne jest też inwestowanie w kompetencje i zasoby w obszarze zarządzania informacją i jej wyszukiwania. To ciągle raczej wyjątek, a nie reguła.

Informacja o danych

Każdy dokument może być opisany szeregiem danych, które będą później stanowić fundament efektywnego wyszukiwania informacji. To przede wszystkim nazwa dokumentu, data jego powstania i modyfikacji, autorstwo, zestaw opisujących go metadanych, ale także zestaw wielu innych elementów. Celem jest to, aby każdy dokument, plik, elementarny zestaw informacji opisać tak, by potem dało się całość efektywnie przeszukiwać i zadawać szczegółowe pytania w wyszukiwarce.

Istotne, że sam mechanizm wyszukiwania staje się wtedy uniwersalnym mechanizmem dostępu do informacji. Zamiast budowania mechanizmów

zapytań bazodanowych, tworzy się schematy zapytań w wyszukiwarce firmowej. W praktyce okazuje się, że działa to nieporównanie szybciej. Pojawiają się już wdrożenia, w których to właśnie tak rozumiany „search" staje się centralnym narzędziem organizacji informacji. Mogą to być chociażby sklepy internetowe czy systemy analizy informacji. Zamiast zapytań bazodanowych o wyselekcjonowanie konkretnych elementów używa się tutaj w sposób zautomatyzowany mechanizmów wyszukiwania.

To dość istotna zmiana – w której wyszukiwaniu informacji kontekst tego działania i dostępne narzędzia nie są pomocnicze wobec organizacji informacji, ale znajdują się w centralnym miejscu.

Granica, jakiej nie przekracza większość firm, to funkcjonowanie takiej polityki zarządzania informacją, która jest zarządzana i egzekwowana przez dział IT. Wyższe poziomy zakładają istotne zaangażowanie biznesu – docelowo za jakość informacji w firmie powinien odpowiadać konkretny członek zarządu.

Oczywiście bez przyjęcia strategii zarządzania informacją i jej konsekwentnej egzekucji ten sposób nie będzie działał, bo wymaga on dyscypliny przy powiększaniu zasobów informacyjnych.

Narzędzia wyszukiwania informacji

W obszarze firmowych rozwiązań wyszukiwania dostępne są różne narzędzia – według „magicznego quadrantu" Gartnera liderami rynku są tutaj Google, HP Autonomy, Coveo oraz Perceptive Software, natomiast widać wyraźny trend – wzrost znaczenia rozwiązań Open Source (np. Elastic Search).

Według Forrestera już w roku 2017 będą one wykorzystywane w 25% większych firm. Grafowe bazy danych wykorzystują dzisiaj firmy internetowe, chociażby LinkedIn, ale potencjalnych zastosowań jest coraz więcej z uwagi na wzrost możliwych do gromadzenia danych obrazujących powiązania, przede wszystkim z serwisów social media i serwisów internetowych czy też różnorodnych plików typu log (śledzenie informacji z systemów IT i różnego rodzaju zdarzeń systemowych i na styku człowiek-maszyna). W przypadku intensywnie powiązanych danych różnica w szybkości odpowiedzi baz SQL i baz grafowych może sięgać nawet 3 rzędów wielkości! Niekwestionowanym liderem takich rozwiązań jest zestaw Neo4j firmowany przez Neo Technology.

Portal ITWIZ był patronem medialnym konferencji „ZIP 2015".

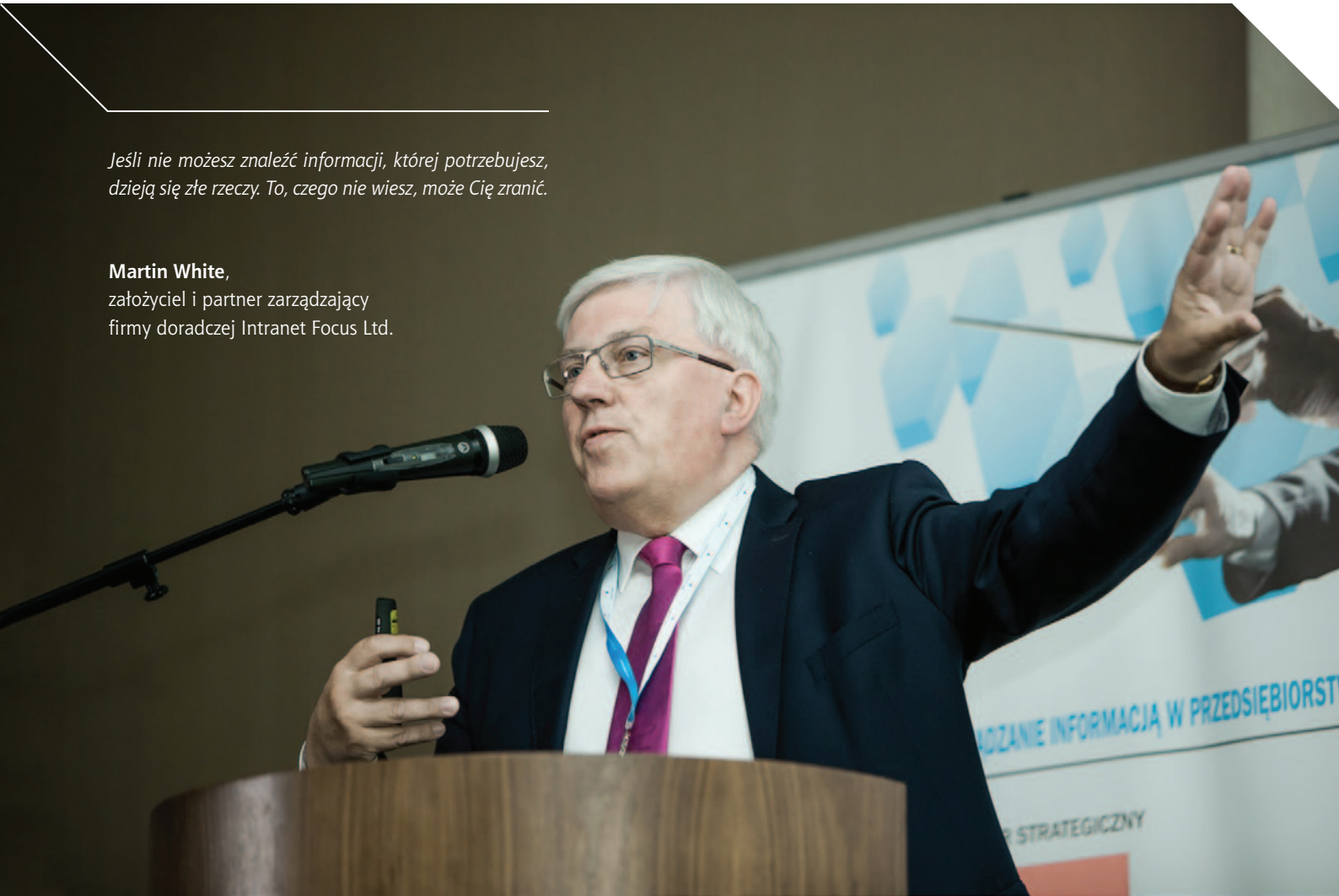
Źródło: http://itwiz.pl/skuteczne-wyszukiwanie-danych-staje-sie-coraz-wazniejsze/

Fotoreportaż

Konferencja „Zarządzanie Informacją w Przedsiębiorstwie (ZIP2015)" zgromadziła ponad 150 osób. Została wysoko oceniona w ankietach uczestników, w szczególności za jej wartość merytoryczną. Najlepszą prezentację miał prof. Andrzej Sobczak z SGH. Prezentujemy kilka zdjęć z tej konferencji. Następna konferencja o tej tematyce odbędzie się w czerwcu 2016 roku.

Budowa mechanizmów Data Governance nie gwarantuje sukcesu biznesowego organizacji. Pomaga dysponować wiarygodnymi danymi do podejmowania racjonalnych decyzji.

Prof. Andrzej Sobczak,
kierownik Zakładu Zarządzania Informatyką,
Instytut Informatyki i Gospodarki Cyfrowej,
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie



Jeśli nie możesz znaleźć informacji, której potrzebujesz, dzieją się złe rzeczy. To, czego nie wiesz, może Cię zranić.

Martin White,
założyciel i partner zarządzający
firmy doradczej Intranet Focus Ltd.

Żeby powstała w firmie świadomość problemu zarządzania informacją, potrzeba 200–300 pracowników biurowych, którzy regularnie pracują z treściami, dokumentami czy informacją.

Paweł Wróblewski,
szef polskiego oddziału Findwise

Jakość i zarządzanie danymi są wyjątkowo istotne w dziale finansowym, gdzie trzeba pokonywać wiele przeszkód, aby banki czy instytucje finansowe mogły wejść w posiadanie danych i zarządzać nimi profesjonalnie.

Damian Worsdall,
Technical Account Manager, Ab Initio

Dane są wspólnym mianownikiem większości technologii zmieniających obecnie świat. Konieczne jest właściwe ich wykorzystanie i zarządzanie nimi, by nie były przeszkodą, a źródłem korzyści.

Krzysztof Swaczyński i Mateusz Potempa, EY

Struktura organizacyjna Data Governance określa role, jakie poszczególne jednostki organizacyjne pełnią w procresach zarządzania informacją.

Zbigniew Finfando, prezes zarządu, BSSG

Sesje Roundtables cieszyły się ogromną popularnością. Dzięki różnorodności tematów uczestnicy konferencji mogli wymienić się doświadczeniami w zakresie, w którym sami się specjalizują.

Komórki odpowiedzialne za zarządzanie informacją i innowacją opierające się na zaawansowanej analityce są ważnym elementem rozwoju firmy.

Marek Wilczewski,
dyrektor Biura Zarządzania Informacją,
Grupa PZU

Główne czynniki wpływające na wynik sprawozdania finansowego:

założenia, wybór standardu rachunkowości, interpretacja zdarzeń, wyceny (wartość godziwa), oszacowania i opinie, sprzedaż i koszty.

Jerzy Mikosz,
dyrektor finansowy, Grupa PBKM SA

Bank powinien mieć sformalizowane zasady zarządzania danymi wykorzystywanymi w ramach prowadzonej działalności, obejmujące w szczególności zarządzanie architekturą oraz jakością danych i zapewniające właściwe wsparcie działalności banku.

Tomasz Piwowarski,
dyrektor Departamentu Inspekcji Bankowych
i Instytucji Płatniczych i Spółdzielczych
Kas Oszczędnościowo-Kredytowych,
Komisja Nadzoru Finansowego

Dobra wizualizacja danych zwiększa znacząco użyteczność danych, a sposób jej prezentacji robi różnicę w ich odbiorze.

Przemysław Biecek,
kierownik Sekcji Modelowania Statystycznego,
ICM UW oraz współzałożyciel SmarterPoland.pl

„Kto powinien wziąć odpowiedzialność za dane w firmie?" – to tytuł debaty, w której, uczestniczyły dwa zespoły: „BI i IT" oraz „Biznesu".

(Od lewej) **Zespół „BI i IT":**

Grzegorz Stępniak, dyrektor zarządzający, Poczta Polska;

Marek Niziołek, dyrektor IT, Grupa Chemiczna Synthos;

Andrzej Burzyński, Data Quality Manager, Raiffeisen Bank Polska

Zespół „Biznes":

Dariusz Flisiak, dyrektor departamentu Enterprise Data Management, Bank BPH;

Grzegorz Bartler, dyrektor departamentu Business Intelligence, Polkomtel i Polsat Cyfrowy;

Sławomir Soszyński, CIO, OSTC

„ZIP 2015" to nie tylko wykłady i prezentacje. To również intensywne rozmowy kuluarowe umożliwiające wymianę cennych doświadczeń, a także nawiązanie nowych relacji, które mogą zaowocować w przyszłości.

PAWEŁ WRÓBLEWSKI

EVENTION

CZAS ZAANGAŻOWANY

Evention to spółka specjalizująca się w podnoszeniu wartości spotkań biznesowych na rynku ICT. W Evention **wydarzenia biznesowe traktujemy jako integralny i trudny do zastąpienia element budowania relacji i poprawy efektywności tych relacji pomiędzy firmami oraz tworzącymi je ludźmi**. Trzonem działalności spółki są spotkania realizowane w formule „custom event", w których kluczową rolę odgrywa zaangażowanie uczestników w całym procesie przygotowania wydarzenia. Szukamy innowacyjnych form realizacji spotkań, tak aby odpowiadało to obecnym aspiracjom, oczekiwaniom i potrzebom menedżerów z firm i instytucji publicznych.