

«Экономические науки и современность»,
Германия (Берлин), 8–15 ноября 2014 г.

Экономические науки

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
БОЛЬШИХ ДАННЫХ
В СТАНДАРТИЗАЦИИ КАЧЕСТВА
НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Назаренко М.А.

*ФГБОУ ВПО «Московский государственный
технический университет радиотехники,
электроники и автоматики», филиал МГТУ МИРЭА
в г. Дубне, e-mail: mirea.dubna@mail.ru*

В настоящее время наблюдается настоящая революция больших данных: накопленные за последние годы огромные массивы данных [3] активно используются в практической работе современных организаций, особенно – в деятельности больших и информационно развитых корпораций; стандартизация предоставления и использования этих данных играет огромную роль в борьбе за конкурентное преимущество [5]. Компании, которые в своей информационной политике опираются на анализ и качественное управление большими массивами данных [6], получают существенное преимущество на рынке: они могут собирать больше данных, быстрее их обрабатывать и получать результаты и прогнозы, что даёт возможность увеличить и количество, и качество предоставляемых услуг.

Одним из известных примеров является компания Amazon, которая была основана в 1994 г. и начала с торговли книгами, теперь спектр предложений этого магазина вырос до десятков миллионов ассортиментных наименований. Генеральный директор этой компании Джефф Безос поделился своим мнением о том, какие принципиально важные действия позволили добиться такого успеха [2]. На первое место он поставил существенные и даже большие, но обоснованно оправданные затраты, направленные на создание дружелюбного и кроссплатформенного интерфейса интернет-магазина компании, включающего в едином дизайне и логистике мобильную версию, организующего контекстную рекламу и предусматривающего партнерские программы и программы сотрудничества. Стандартизации интерфейса [7] сопровождалась и стандартизацией услуг, что позволяло и не потерять уже имеющихся клиентов, и привлекать новых покупателей, и достигать высокого качества обслуживания [8], включая информационную заинтересованность.

Нельзя обойти вниманием одного из лидеров информационного рынка – компанию

Google, стратегия которой в области стандартизации предоставления услуг содержит в себе много поучительного. Собирая, структурируя, анализируя и ассоциируя огромные массивы данных, эта компания смогла обеспечить высокую заинтересованность свободных клиентов в потреблении собственных услуг опираясь в первую очередь на обеспечение высокого качества результатов поисковых запросов, а также гарантирую уровень качества по предоставлению целевых рекламных сообщений именно той аудитории, которая может этими сообщениями заинтересоваться. По сведениям Google [1], ежедневно эта компания обрабатывает более миллиарда поисковых запросов, Google AdWords является мощной и гибко настраиваемой системой размещения рекламы: 3 % рекламодателей, пользующихся этими стандартизированными сервисами, получают около 50 % всего трафика [3].

Стандартизация качества предоставляемых услуг внешним потребителям и такая же стандартизация качества выходных результатов собственных бизнес-процессов компании, выполняемые одновременно и в рамках единой модели, позволяют обрабатывать большие объемы данных, что дает возможность получить преимущество в конкурентной борьбе на открытом и информационно насыщенном поле современного интернет-пространства.

Список литературы

1. Hardy Q. Google Offers Big-Data Analytics // The New York Times, 1V2012
2. Rossman J. The Amazon Way: 14 Leadership Principles Behind the World's Most Disruptive Company. Amazon Digital Services, 2014.
3. Задувалова Е.В., Назаренко М.А. Инертность и глобализация в современном научном сообществе // Успехи современного естествознания. – 2014. – № 7. – С. 168–169.
4. Калишейн Т., Бош П. Секреты Google. Трюки и тонкая настройка. – 2008.
5. Назаренко М.А. Повышение квалификации специалистов по промышленной электронике в области современных информационных технологий // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. – С. 176.
6. Назаренко М.А., Адаменко А.О., Киреева Н.В. Принципы менеджмента качества и системы доработки или внесения изменений во внедренное программное обеспечение // Успехи современного естествознания. – 2013. – № 7. – С. 177.
7. Назаренко М.А., Акимова Т.И., Духнина Л.С., Задувалова Е.В. и др. Использование мультимедийных средств при обучении студентов технических университетов // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – № 3-1. – С. 112–113.
8. Охорзин И.В., Акимова Т.И., Назаренко М.А. Применение принципов менеджмента качества для обеспечения социальной мотивации и улучшения качества трудовой жизни // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – № 4. – С. 176.