

主導資料分析的4個趨勢

隨著資料戰略成為數位業務的關鍵推動者，資料管理現代化、分析民主化以及建立信任的必要性將成為今年的關鍵字。

文／Thor Olavsrud 譯／雲翻譯

資料分析不斷在變化。隨著企業為支持數位化轉型，持續在分析方面投入大量資金，緊跟最新趨勢，對於確保企業在未來數年內採用成功所需的分析策略和手法至關重要。

根據IDG的2020年《State of the CIO 2020》報告，37%的IT領導者表示，資料/業務分析將成為今年企業最主要的IT投資項目。這比起包含安全/風險管理在內的其他項目都要多，後者排在第二位，34%的受訪者將其列為IT投資首選。根據該報告，無論行業或公司規模，最有可能負責滿足資料和分析需求的都是IT部門。

現今IT領導者將注意力放在資料分析上，他們應該要隨時留意下列四個密切相關的趨勢：

資料策略就是業務策略

考量到影響業務的所有資料大小和類型，過去的 Big data 思維已經被「資料策略」取代。

CompTIA技術分析資深總監

Seth Robinson 表示：「過去一年左右的時間裡，人們對 Big data 的關注已經消退。我認為 Big data 逐漸消失的主要原因，是因為它已經成為了一種全面性的資料策略。」

Forrester Research 副總兼首席分析師 Brian Hopkins 補充說明：「Big data 已經跌至低谷，再也不會有人關注這個名詞。」

如同 Robinson 所說，Hopkins 認為企業現在僅將 Big data 視為資料堆疊的另一個元素，因為他們已將資料策略編入數位化轉型之中。Hopkins說：「企業尋求利用以資料為動力的AI應用程式，特別是在客戶體驗中『正確的取得資料』成為關鍵。」為了實現該目標，資訊長必須處理資料來源，以便資料科學家花費較少時間準備資料、清理資料與作資料有理化，而能將更多時間花費在組建乾淨資料的模型。

遺憾的是，若沒有建立起IT部門以外的關係，多數資訊長無權變更業務流程。

Hopkins說：「我們看到的問題在於，資訊長的資料戰略涉及太多業務級別的變更。例如，變更業務流程、制定業務優先順序定義，並針對資料定義制定決策等與IT部門以外的新企業結構，強制執行資料隱私權政策等諸多資訊長無權控管的事物，還必須考量成本問題。」

他接著說：「變更業務流程、做事方法與企業管理和獎勵辦法，這些都是重新關注資料策略不可或缺的。」

「你必須激勵業務經理，好讓他們重視資料，以及留意這些資料在其他業務領域的表現狀況。這並不是多數資訊長輕輕揮手就能改變的事。」

資訊長必須有所取捨，才能在這些領域中順利前行。或必須尋求更高等級人士的權限，或與業務或營運部門合作，才能作出改變。

企業必須將資料管理現代化

除了整體資料策略，公司資料架構現代化也讓試圖利用資料推動決策的企業備感壓力。

有許多企業在利用資料生產時，才發現公司的資料基礎不到位。

Robinson表示：「我們四、五年前研究 Big data 時，才發現有許多公司並沒有很好的資料管理方法，而那些正是處理 Big data 的基礎。目前，我認為他們正努力建立這些作法。……這些公司正嘗試將所有內容整合成現代資料方法，但全都混合在一起了。」

Deloitte顧問公司新興科技研究總監/董事總經理/政府和公共服務首席技術長 Scott Buchholz 認為這種推動分析業務現代化的動力，應被理解為古老資料管理循環的一部分。

「每隔十年左右，企業中就會有人對資料管理感到非常興奮。我們花費大量時間清理所有內容，並將它們綁定在一起。過程非常辛苦。然後那個人就消失了，對吧？危機總會過去。」他接著說：「五年後，我們發現又回到原點，因為當時根本沒有全神灌注，新的危機出現，我們又得重新來過。」

Robinson認為今年企業將專注於收集和儲存資料的方法以回歸基礎。

他說：「無論我們使用『資料湖』或其他術語，我認為公司都會試圖在資料被分解為各業務單元供其使用前，進行全盤審查。我認為他們會希望知道資料是如何透過傳

CompTIA 技術分析資深總監 Seth Robinson 表示：今年企業將專注於收集和儲存資料的方法以回歸基礎。

統方式、社交媒體或物聯網裝置進入企業的。」

他接著說：「5G無線網路的發展會增加更多壓力，因為5G代表著更多的資料與資料管道。此問題必須盡早解決：資料要如何才可能流向同一個位置，同時也解決操作問題。」

機器學習重塑儀表板

過去一年裡，我們看見資料分析與BI空間發生大規模收購情形，Salesforce以157億美元收購分析平台Tableau，而Google則以26億美元收購資料探索與發現BI平台Looker。這些收購業界領先自助市服務BI平台的高調收購舉動，強調了賦予業務用戶從企業資料中獲得深入見解的價值。

「通常發生企業合併時，就代表市場上特定技術的創新已趨於成熟。這種情況下，說得就是分析與BI服務市場，尤其是視覺化探索推廣供應商Tableau、Qlik以及Tibco Spotfire。」Gartner商業分析團隊的研究副總 Rita Sallam 表示。

Sallam預計，隨著企業試圖運用機器學習來自動化與分析許多相關工作（包括準備資料與探索深入見解），這種成熟度會越來越快。我們的目標是讓分析小組外的更多使用者都能使用資料深度見解。

Sallam表示，推動此自動化趨勢是整合的關鍵要素，而Gartner預測這將在兩到五年內為主流所採用。

「我們認為這種趨勢在2020年後還會繼續加速，而且可能進展飛快；導入新的使用者體驗，甚至可能取代儀表板體驗。使用者體驗變得更動態，會根據使用者的內容生成深度見解。除了變得更具對話性，使用者還可以使用自然語言與這些見解進行交流；它不僅會提問，還可以向使用者解釋其發現，並內嵌到協作工具中。」

因此，使用者將減少對預設KPI儀表板的依賴，進而尋求更動態和更具對話性的體驗。

資訊長強調的「技術倫理」與信任

隨著組織越發頻繁的利用客戶資料來推動決策，他們便不能再將客戶信任視為合規或公共關係問題。Deloitte的Buchholz表示2020年之際，圍繞資料實踐的客戶信任問題將成為關鍵業務目標。當要使用客戶資料時，企業必須以360度方位考慮組織的技術、流程與人員，來謹慎對待客戶信任問題。

對資訊長而言，這意味著強調「技術倫理」，而且必須建立一套工具，以幫助企業人員在制定決策時識別道德困境；尤其是考慮到新

主導資料分析的 4 個趨勢：

- 一、資料策略就是業務策略。
- 二、企業必須將資料管理現代化。
- 三、機器學習重塑儀表板。
- 四、資訊長強調的「技術倫理」與信任。

興顛覆性技術的力量。

Buchholz說：「三十年前，我們把資訊都存進馬尼拉紙文件夾中，然後就不會有人再想起這些資訊。如今，我們有能力收集資料、分析資料、操作資料，並大規模使用資料，導致有組織比我們更了解自身行為。這樣的情形已經開始蔓延，而在我看來就是造成信任赤字的主因。」

Buchholz補充說明，人們不確

定這些企業收集與分析資料是否只考慮了自身的最大利益。

技術倫理嘗試處理這些信任問題。它可能以較好說明的機器學習運算法形式呈現，以便個人可以更輕易的理解運算法間的關聯。或者可能提供更好的資料匿名和遮罩方法，防止暴露個人識別資訊。

Buchholz說：「目前有些計劃正在進行，確保人們在想要將特定資訊用於特定目的時，能有更多治

理，並以更好的方式存取資料，以防他們在原有目的外的地方使用這些資料。」

換句話說，企業正在建立了解資料內容和可能隨時間變化其準確度的工具。Buchholz以加拿大帝國商業銀行(CIBC)銀

行為例，該銀行已實施一系列資料準確度評分，專門用於評估推動決策的資料元素。

「其中一個例子是你想要申請最近感興趣的貸款項目。但一段時間後，使用那條資訊做出決定的正確性可能會降低。」

CIO IT 經理人 BUSINESS TECHNOLOGY LEADERSHIP

@ facebook

→ <http://www.facebook.com/CIOmagazine>



<http://goo.gl/TwKBd>

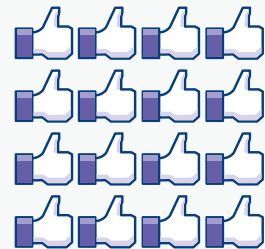


Statistics

追蹤者總人數

粉絲專頁的追蹤者總人數

9,110 ↑



貼文觸及人數

看過任一則貼文的人數

2,521 ↑

