

Метаданні в нашій житті

С тех пор как я начал заниматься управлением метаданными, мне часто стали задавать вопросы: зачем нужны метаданные? чем метаданные могут помочь в работе? и почему мы должны беспокоиться о метаданных? Ответы на эти вопросы лежат на поверхности. Ведь на самом деле мы постоянно имеем дело с метаданными, вся наша жизнь окружена и буквально «пропитана» ими. Мы уже так к этому привыкли, что не замечаем их ценности.

Чтобы немного прояснить ситуацию, я попробую на нескольких живых примерах показать, какова роль метаданных в нашей жизни, и почему они так нам нужны. Итак, давайте представим себе такие ситуации:

Отсутствие метаданных

Предположим, мы зашли в аптеку и не можем найти нужное нам лекарство, потому что вместо привычных для нас названий на упаковках видим надписи:

«ДляГоловы_120453_Евгений»;

«Не_выбрасывать_полезно»;

...

«Для_Сергея»;

«Лекарство1»;

«Лекарство2».

И это еще не вся проблема. Открыв любую из упаковок, мы видим, что в инструкции полностью отсутствует описание лекарства; нет ни срока годности, ни данных о производителе; не указаны противопоказания. А что же делать в такой ситуации? Пить все подряд пока не поможет? Нет, пожалуй, это будет нашим последним вариантом, к которому без особой надобности мы постараемся не прибегать, а то мало ли... Остается только надеяться на помощь специалиста, который обладает необходимыми знаниями и хорошо ориентируется во всех существующих препаратах, если, конечно, такой эксперт вообще существует. В реальной жизни, к слову, услуги таких специалистов стоят довольно дорого, более того, эти люди могут быть просто недоступны в нужный момент.

У большинства компаний сегодня такая же ситуация с метаданными – только не в отношении лекарств, а в области аналитического информационного обеспечения. Отчеты называют «Report_1», показатели называют «Indicator01_Client» и т.п., при этом никакого описания к ним не прилагают. И когда другому сотруднику необходимо получить аналогичный отчет, то ему проще потратить несколько часов на эту задачу и создать еще один дубль уже существующего отчета, нежели выяснять, какой из сотен существующих отчетов отвечает поставленным требованиям. А назовет он этот новый отчет, скорее всего, «Report_2». В итоге отчетность превращается в снежный ком, который с каждым днем увеличивается, и на работу с которым сотрудники тратят все больше времени и сил. Данный факт подтверждается статистикой TDWI Technology Survey:

- более 50% информации, содержащейся в отчетах/документах, это дублирование уже существующих отчетов;
- 65% отчетов/документов на момент создания уже устарели;
- 85% отчетов/документов используются не более одного раза.

Чтобы пользователи могли доверять информации, чтобы они ею пользовались, она должна быть описана, а пользователи должны иметь четкое понимание, как интерпретировать данную информацию, и к кому можно обратиться с вопросами относительно ее корректности, полноты и

актуальности. Именно метаданные способствуют этому, они помогают повысить качество информации и обеспечить прозрачность происхождения, а также облегчают поиск необходимой информации и ответственных за нее сотрудников. Метаданные повышают эффективность использования информации и отвечают на вопросы:

- Какие данные есть в компании, в каком они состоянии?
- Где данные хранятся, в каком виде?
- Что данные означают?
- Кто создавал и модифицировал данные?
- В каких бизнес-процессах данные участвуют?
- Какие приложения/пользователи имеют доступ к данным?
- Кем и для каких целей данные используются?
- Кто ответственный за данные?

Стоит также помнить, что, тратя огромные средства на сбор и обработку информации, на построение новых хранилищ данных и аналитических систем, нельзя забывать о процессах управления этой информацией и контроле над ее использованием и изменением. Так как без построения таких процессов, в свете постоянного роста объема и сложности информации, качество и доступность данных будут неизбежно падать, а значит и доверие к системам и к информации, которая в них хранится, будет снижаться. Другими словами, отсутствие процессов управления информацией со временем вызовет отказ от использования этих систем. **Именно качественные метаданные помогут избежать такой ситуации, и именно они являются основой для качественного управления информацией!**

Метаданные без контекста

Однажды мы с друзьями поехали в туристическую поездку по Испании. На нашем пути лежала очень маленькая, но, судя по информации с туристических форумов, очень аутентичная деревня. Хотя население деревни составляло не более 40 человек, в ней имелся свой домашний ресторан, и, решив отведать местной кухни, мы направились именно туда. Владелица ресторана, она же повар, она же официантка и весь остальной персонал в одном лице, подошла к нам и предложила перекусить. Естественно, меню было написано на испанском языке. С надеждой в голосе мы спросили, не говорит ли она по-английски? Женщина широко улыбнулась, кивнула и начала с какой-то феноменальной быстротой на испанском языке рассказывать нам про каждое из блюд в том небольшом меню, которое мы держали в руках. Так как никто из нас не говорил на испанском, всё, что нам оставалось, это улыбаться в ответ и вежливо кивать головами. После ее длинного и очень зажигательного монолога, мы, с видом, если не европейских гурманов, то как минимум знатоков испанской кухни, заказали по одной порции всего, что было в меню, чтобы не вышло промашки. Должен сказать вам, друзья, вся испанская кухня – это очень и очень вкусно! Ну, почти вся...

Аналогичная ситуация имеет место, когда возникает непонимание между коллегами, что часто происходит в наших компаниях. Это случается из-за отсутствия единого бизнес-языка в общении и различных взглядов на одни и те же вещи. Такое происходит в момент, когда встречаются люди из разных бизнес-подразделений для выполнения общих задач, или когда сотрудники бизнес-подразделений встречаются с ИТ-специалистами, в этом случае проблема проявляется еще более остро. К примеру, на вопрос: кто такой клиент/абонент? от разных подразделений мы можем получить совершенно разные ответы:

- Финансы ответят, что клиент – это объект взаиморасчета;
- Маркетинг ответит, что клиент – это, прежде всего, потребитель;
- Для ИТ и того проще, клиент = запись в базе, у которой есть транзакции.

Разное понимание таких базовых вещей может привести к тому, что, к примеру, показатель «Количество клиентов/абонентов» для разных подразделений может рассчитываться по-разному (могут применяться различные формулы для расчета) и, более того, с использованием разных источников информации. Это звучит весьма странно, однако, как показывает опыт, происходит такое гораздо чаще, чем хотелось бы. **Отсутствие единого бизнес-гlossария, единой базы знаний в компании затрудняет коммуникации между подразделениями. Кроме того, отсутствие единого толкования данных в компании**

сказывается на скорости, качестве выполняемой работы и, как следствие, на эффективности деятельности компании.

Наша цель – создать единое понимание/видение данных в компании, чтобы пользователь мог с минимальными трудозатратами получить необходимую для него информацию, четко ее интерпретировать, а также определить, в каких еще процессах компании данная информация используется, и кто ответственный за ее качество. Наша цель – построение корпоративных процессов управления метаданными!

Неструктурированная информация

Китайская мудрость гласит: «Много «хорошо» тоже плохо». Что в оригинале звучит примерно так: «感謝您的興趣在元數據中».

Мы уже давно привыкли к тому, что на наших железнодорожных или автовокзалах порой трудно что-то найти, к примеру, кассу для покупки билетов или туалет. Благо мы научились выживать в таких местах, ориентируясь по направлению движения толпы и по другим ориентирам. Ну что поделаешь, не осознали еще наши строители всей пользы, которую могут принести несколько указателей и пара табличек, расставленных в правильных местах. Но в некоторых аэропортах и вокзалах можно встретить абсолютно противоположную картину. Так называемая сценка «Растерянный турист»: Вы наверняка хотя бы раз видели туриста, который стоит посреди вокзала, держит перед собой карту и растерянно крутит головой, пытаясь найти направление, в котором двигаться. И проблема не в том, что правильного указателя нет. Он есть. Где-то... Проблема в том, что окружающее количество информации такое, что найти нужную довольно трудно, на это тратится огромное количество времени. Или, что хуже, когда терпение на исходе, решение может быть принято наугад, а это может повлечь за собой негативные последствия.

Если информации много, она неструктурирована и дублируется в разных системах, сотрудник компании, скорее всего, будет использовать ту информацию, на получение которой он потратит минимальное количество сил и времени. В такой ситуации существует риск того, что источником будет выбрана система, в которой хранится устаревшая или некорректная информация. Если это произойдет, то решения, которые будут приняты на основе такой некачественной информации, также могут быть неверными. Такие риски нельзя оставлять без внимания, так как именно от того, насколько правильные были приняты решения, главным образом зависит успешность бизнеса. Четкое и полное описание информации, т.е. метаданные, поможет избежать такой ситуации с информацией в компании. **Именно структурированные метаданные, с построенными между ними связями, помогут быстро и, главное, точно найти искомую информацию, т.е. информацию, которая будет наиболее полной, актуальной и корректной.** Для хранения метаданных и автоматизации процессов по управлению ими используется система корпоративного управления метаданными. Данная система является единым репозитарием хранения всех метаданных в компании, она позволяет сотрудникам быстро и точно получить любую информацию, касающуюся бизнеса или ИТ.

Основные преимущества использования системы управления метаданными:

- единое хранилище** (репозитарий) метаданных, доступное всем сотрудникам компании;
- быстрый поиск и удобная работа с информацией** (гибкий механизм поиска и настройка фильтров, визуализация связей между метаданными, хранение истории изменений метаданных и возможность «отката» к предыдущей версии, автоматическое создание гиперссылок на уже созданные метаданные (wiki-технология и т.д.);
- структурное хранение информации** (возможность для построения таксономии, классификации и многоуровневых иерархий);
- возможность перехода от бизнес-метаданных** (определений бизнес-терминов) **к техническим метаданным** (например, к полю в отчете, в котором используется данная информация, или к таблице в базе данных, в которой хранится данная информация);
- lineage/impact анализ** – визуализация потоков данных, благодаря которой пользователь может найти первоисточник данных; системы, в которые эти данные передаются из первоисточника; а также все преобразования, в которых данные принимают участие;

- встроенные правила и процедуры Data Stewardship** – назначение ответственных за метаданные сотрудников, бизнес-процесс ввода новых метаданных и контроль над изменениями уже существующих в системе метаданных.

Безусловно, можно найти оправдания отсутствию системы управления метаданными, но нельзя найти оправдание отсутствию процессов управления информацией, так как именно от информации зависят успех и эффективность деятельности компании! Если Вы хотите, чтобы эти процессы были полностью контролируемыми и управляемыми, именно корпоративная система управления метаданными послужит основой для их успешной реализации.

Заключение

Согласно отчету McKinsey Global Institute 2012, **19% своего рабочего времени сотрудники тратят на сбор и обработку информации**. 19% – это почти 2,5 месяца работы каждого сотрудника ежегодно! Таким образом, от того, насколько легко необходимая информация может быть получена, насколько она будет полна и качественна, зависит эффективность времени, затрачиваемого сотрудниками, и, как следствие, эффективность компании в целом. При правильном и структурном подходе к управлению метаданными мы можем значительно сократить операционные затраты, связанные с поиском и обработкой информации, как минимум на треть. Для этого необходимо сделать пять шагов:

- Оценить текущее состояние процессов управления метаданными в компании.
- Разработать стратегию развития процессов управления метаданными в компании.
- Назначить ответственных за предметные области.
- Собрать все метаданные в единой корпоративной системе управления метаданными.
- Запустить программу управления метаданными!

Компания Citia BТС обладает компетенцией в области управления метаданными и имеет успешный опыт внедрения систем управления метаданными в Украине. Мы поможем Вам провести аудит текущего состояния процессов управления информацией в компании и построить стратегию дальнейшего развития этих процессов. Кроме того, наша компания может предложить ряд программных продуктов, которые помогут создать единый бизнес-гlossарий компании, а также автоматизировать процессы управления метаданными.

Дмитрий Луговой
ведущий эксперт-аналитик
компании Citia BТС

d.lugovyi@citia.co.uk