12+

Кузнецова Юлия Сергеевна

240 ВОПРОСОВ АНАЛИТИКА ТОМ V

Будущее бизнес-анализа: новые технологии, изменения профессии и развитие аналитического мышления

Юлия Кузнецова

240 вопросов аналитика ТОМ V. Будущее бизнес-анализа: новые технологии, изменения профессии и развитие аналитического мышления

https://litres.ru/74985803
ISBN 9785007148887

Аннотация

Глава 5 посвящена будущему бизнес-анализа, развитию профессии и аналитического мышления. Рассматривается влияние ИИ, автоматизации и цифровой трансформации на работу аналитика, развитие критического мышления, создание бизнес-ценности, подготовка управленческих отчетов и работа с неопределенностью. Книга показывает, как проверять гипотезы, оценивать риски, принимать решения при неполных данных и эффективно взаимодействовать с руководителями и заинтересованными сторонами.

Содержание

Глава 5. Будущее бизнес-анализа: новые технологии, изменения профессии и развитие аналитического мышления 5

Вопрос №107. Каким будет будущее бизнес-аналитика и как изменится профессия под влиянием новых технологий? 5

Вопрос №108. Как построить собственную систему аналитического мышления и применять её в любых бизнес-задачах? 14

Конец ознакомительного фрагмента. 22

240 вопросов аналитика ТОМ V Будущее бизнес-анализа: новые технологии, изменения профессии и развитие аналитического мышления

Юлия Сергеевна Кузнецова

© Юлия Сергеевна Кузнецова, 2026

ISBN 978-5-0071-4888-7 (т. 5)
ISBN 978-5-0071-3517-7
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Глава 5. Будущее бизнес-анализа: новые технологии, изменения профессии и развитие аналитического мышления

Вопрос №107. Каким будет будущее бизнес-аналитика и как изменится профессия под влиянием новых технологий?

Почему этот вопрос важен для аналитика

Технологии меняют способ ведения бизнеса:

— искусственный интеллект автоматизирует часть задач;

— данные становятся главным ресурсом компаний;

— процессы становятся цифровыми;

— решения принимаются быстрее.

Из-за этого меняется и роль бизнес-аналитика.

В будущем аналитик будет меньше заниматься:

— ручным сбором информации;

— созданием простых отчетов;

— повторяющимися операциями.

И больше заниматься:

— стратегическим анализом;

— поиском возможностей;

— управлением изменениями;

— созданием бизнес-ценности.

Главная идея вопроса

Будущее бизнес-аналитика — это переход от специалиста, который описывает требования и анализирует данные, к стратегическому партнеру бизнеса, который помогает создавать новые возможности.

Как менялась роль аналитика

Прошлое

Основные задачи:

— сбор требований;

— подготовка документов;

— описание процессов;

— создание отчетов.

Настоящее

Аналитик:

— анализирует данные;

— помогает принимать решения;

— улучшает процессы;

— работает с продуктами.

Будущее

Аналитик:

— использует искусственный интеллект;

— прогнозирует изменения;
— помогает формировать стратегию;
— управляет трансформациями.

Направление №1. Искусственный интеллект изменит работу аналитика.

ИИ будет выполнять:
— обработку больших объемов данных;
— поиск закономерностей;
— создание черновиков документов;
— автоматическую подготовку отчетов.

Но останутся задачи, требующие человека:
— понимание бизнеса;
— постановка правильных вопросов;
— оценка рисков;
— принятие решений.

Главный навык будущего: не просто работать с данными, а понимать: какое решение действительно важно для бизнеса.

Направление №2. Рост роли аналитика данных.

Количество данных постоянно увеличивается.

Компаниям нужны специалисты, которые могут:
— находить важную информацию;
— отделять сигнал от шума;
— превращать данные в действия.

Будущий аналитик должен понимать:
— аналитику;
— статистику;

— технологии;
— бизнес.

Направление №3. Автоматизация рутинных задач.

Многие повторяющиеся задачи будут автоматизированы.

Например:

Раньше: аналитик вручную собирал отчеты.

Будущее: система автоматически формирует показатели.

Роль аналитика меняется:

от подготовки данных
↓
к интерпретации результатов.

Направление №4. Рост значения стратегического мышления.

Чем больше автоматизации, тем важнее человеческое мышление.

Экспертный аналитик будет отвечать:
— куда развиваться компании;
— какие возможности использовать;
— какие риски учитывать.

Направление №5. Развитие продуктовой аналитики.

Компании всё больше ориентируются на клиентов.

Аналитики будут помогать понимать:
— почему пользователи выбирают продукт;
— что влияет на удержание;
— какие функции нужны;
— как увеличить ценность продукта.

Направление №6. Работа с цифровой трансформацией.
Компании будут постоянно менять процессы.
Аналитик будет участвовать в:
— внедрении технологий;
— автоматизации;
— изменении бизнес-моделей.
Его роль:
соединять:
— Бизнес;
— Технологии;
— Людей.

Навыки будущего бизнес-аналитика

1. ***Аналитическое мышление.***
Умение:
— задавать правильные вопросы;
— находить причины;
— делать выводы.

2. ***Бизнес-понимание.***
Понимание:
— стратегии;
— финансов;
— клиентов;
— рынка.

3. ***Работа с данными.***
Знания:
— SQL;

— BI;
— статистика;
— визуализация.

4. ***Использование ИИ-инструментов.***

Умение применять:
— автоматизацию;
— интеллектуальные системы;
— анализ больших данных.

5. ***Коммуникация.***

Способность:
— объяснять сложное;
— влиять на решения;
— работать с людьми.

6. ***Управление изменениями.***

Умение:
— помогать внедрять решения;
— работать с сопротивлением;
— поддерживать трансформации.

Практический пример №1

ИИ в аналитике продаж.
Раньше: аналитик изучал продажи за прошлый месяц.
Сейчас: система показывает тенденции.
Будущее:
ИИ прогнозирует:
— снижение спроса;
— вероятность ухода клиентов;

— лучшие действия для роста.

Роль аналитика: оценить рекомендации и выбрать правильное решение.

Практический пример №2

Автоматизация процессов.

Ситуация: Компания хочет сократить время обработки заявок.

Раньше: аналитик описывал процесс вручную.

Будущее:

ИИ помогает:

— найти узкие места;

— предложить улучшения;

— смоделировать варианты.

Аналитик принимает решение: какие изменения принесут максимальную пользу.

Практический пример №3

Стратегический анализ.

Ситуация: компания планирует выход на новый рынок.

Будущая аналитика может:

— анализировать рынок;

— оценивать конкурентов;

— прогнозировать спрос.

Но аналитик определяет: стоит ли компании делать этот шаг.

Ошибки аналитиков будущего

Ошибка №1. Бояться новых технологий.

Ошибка №2. Полагаться только на инструменты.

Ошибка №3. Игнорировать бизнес.

Ошибка №4. Считать, что данные заменяют мышление.

Ошибка №5. Не развивать человеческие навыки.

Как объяснить руководителю

Слабый ответ: «ИИ заменит аналитиков».

Сильный ответ: «ИИ изменит инструменты работы аналитика, но роль специалиста станет еще важнее в понимании бизнеса, оценке решений и управлении изменениями».

Как думает аналитик будущего

Он спрашивает:

— Как технологии могут создать новую ценность?

— Какие решения можно улучшить с помощью данных?

— Какие риски появляются?

— Как помочь бизнесу адаптироваться?

— Какие возможности открываются?

Чек-лист развития аналитика будущего

☐ Изучать новые технологии.

☐ Развивать бизнес-мышление.

☐ Улучшать работу с данными.

☐ Осваивать ИИ-инструменты.

☐ Развивать коммуникацию.

☐ Учиться управлять изменениями.

☐ Фокусироваться на бизнес-ценности.

Главное правило

Будущее бизнес-аналитика принадлежит не тем, кто просто умеет работать с данными, а тем, кто умеет превращать технологии и информацию в лучшие решения для бизнеса.

Вопрос №108. Как построить собственную систему аналитического мышления и применять её в любых бизнес-задачах?

Почему этот вопрос важен для аналитика

Инструменты аналитика могут меняться:

— сегодня используется одна BI-система;

— завтра появляется новая технология;

— появляются новые методы анализа.

Но способность мыслить аналитически остается главным навыком.

Именно аналитическое мышление позволяет:

— разбираться в сложных ситуациях;

— находить причины проблем;

— принимать обоснованные решения;

— видеть возможности для улучшения.

Задача аналитика: создать универсальную систему мышления, которая помогает решать разные бизнес-задачи независимо от отрасли и инструментов.

Главная идея вопроса

Аналитическое мышление — это не набор формул и инструментов, а последовательный способ перехода от проблемы к правильному решению.

Универсальная модель аналитического мышления

Проблема
↓
Понимание ситуации
↓
Сбор фактов
↓
Поиск причин
↓
Формирование гипотез
↓
Проверка
↓
Выбор решения
↓
Оценка результата

Этап 1. Правильно определить проблему.

Большинство ошибок начинается с неправильной постановки задачи.

Проблема часто выглядит поверхностно.

Пример:

Руководитель говорит: «Продажи падают».

Но настоящая проблема может быть:

— снижение качества продукта;

— уход клиентов;

— рост цен;

— изменение рынка;

— ошибки процесса продаж.

Первый вопрос аналитика: «Что именно изменилось и почему это важно?»

Этап 2. Понять контекст.

Один показатель не дает полной картины.

Необходимо учитывать:

— время;

— рынок;

— клиентов;

— конкурентов;

— внутренние процессы.

Пример:

Рост расходов может быть:

Проблемой: если эффективность не изменилась.

Положительным фактором: если расходы помогают быстро расти.

Этап 3. Отделять факты от мнений.

Сильный аналитик разделяет:

Факт: «Количество клиентов снизилось на 8%».

Интерпретация: «Клиенты уходят из-за плохого сервиса».

Гипотеза: «Улучшение поддержки увеличит удержание».

Каждый вывод должен иметь подтверждение.

Этап 4. Работать с гипотезами.

Аналитик не просто ищет ответы.

Он проверяет предположения.

Пример:

Гипотеза: «Продажи снизились из-за роста цены».

Проверка:

— сравнить продажи до и после изменения цены;

— изучить реакцию клиентов;

— сравнить с конкурентами.

Результат: гипотеза подтверждена или отвергнута.

Этап 5. Искать первопричину.

Сильный аналитик не останавливается на первом объяснении.

Методы:

Метод «5 почему».

Позволяет найти глубокую причину.

Пример:

Проблема: клиенты уходят.

Почему?
↓
Долго отвечаем.
Почему?
↓
Не хватает сотрудников.
Почему?
↓
Рост заявок не был спрогнозирован.

Корень проблемы: отсутствие планирования ресурсов.

Этап 6. Использовать данные для проверки.

Данные нужны не для отчетности, а для проверки реше-

ний.

Аналитик изучает:

— показатели;

— тенденции;

— взаимосвязи;

— отклонения.

Важно помнить: корреляция не всегда означает причинность.

Пример:

Продажи мороженого и количество солнечных дней растут одновременно. Причина: не мороженое создает солнце, а сезонность влияет на оба показателя.

Этап 7. Рассматривать несколько вариантов решения.

Сильный аналитик не предлагает первое найденное решение.

Он сравнивает:

Вариант А: быстро и дешево.

Вариант Б: дороже, но дает долгосрочный эффект.

Вариант В: минимальный риск.

Оцениваются:

— стоимость;

— эффект;

— риски;

— сроки.

Этап 8. Оценивать влияние решения.

Хорошее решение должно иметь измеримый результат.

До внедрения: определить показатели.

После внедрения: проверить изменения.

Пример:

Цель: сократить время обработки заявки.

Метрика: среднее время обработки.

Результат: было 24 часа.

Стало 8 часов.

Этап 9. Формировать управленческие выводы.

Аналитик должен отвечать не только: «Что произошло?», но и: «Что делать дальше?»

Структура хорошего вывода:

— Факт.

— Причина.

— Влияние.

— Рекомендация.

— Ожидаемый результат.

Пример: «Конверсия снизилась на 5% из-за увеличения времени ответа менеджеров. Это приводит к потере около 2 млн рублей в месяц. Рекомендуется автоматизировать распределение заявок».

Этап 10. Создать личный аналитический алгоритм.

У каждого сильного аналитика есть свой подход.

Универсальный алгоритм:

1. ***Определи цель.***

Что нужно решить?

2***. Собери факты.***

Какие данные есть?

3. ***Найди причины.***

Почему произошло?

4. ***Проверь гипотезы.***

Что подтверждается?

5. ***Выбери действие.***

Что даст лучший результат?

6. ***Измерь эффект.***

Сработало ли решение?

Практический пример №1

Падение прибыли.

Проблема: прибыль снизилась.

Анализ:

Проверяем:

— выручку;

— цены;

— объем продаж;

— расходы.

Вывод: прибыль снизилась из-за роста стоимости привлечения клиентов.

Решение: оптимизировать маркетинговые каналы.

Практический пример №2

Снижение качества сервиса.

Проблема: растет количество жалоб.

Анализ:

Исследуем:

— время ответа;
— нагрузку сотрудников;
— причины обращений.

Вывод: главная причина — перегруженность поддержки.

Решение: автоматизация части запросов.

Практический пример №3

Запуск нового продукта.

Проблема: компания хочет выйти на новый рынок.

Анализ:

Изучаем:

— спрос;
— конкурентов;
— потенциальную прибыль;
— риски.

Решение: запускать продукт поэтапно с проверкой гипотез.

Ошибки при аналитическом мышлении

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.