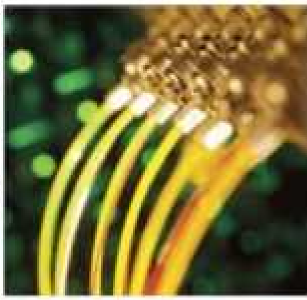
# Предизвикот на Квалитетот на Податоците, Студија на Случај



## Вовед

**METRO Group и Nestlé**, кои и претходно имаа воспоставена одлична сорабротка на полето на синхронизација на податоците, започнаа соработка и на полето на GS1 Предизвикот на Квалитетот на Податоците (Data Quality Challenge) за да ги идентификуваат клучните области во кои нивната соработка може да биде унапредена преку имплементација на принципите на квалитетот на податоците од GS1 Рамка за Квалитет на Податоците (Data Quality Framework).

Предизвикот на Квалитетот на Податоците е изграден врз основа на GS1 Процедурата за Само-Оценување на Рамката за Квалитет на Податоците (Data Quality Framework's Self-Assessment Procedure), која на организациите им овозможува ги испитаат своите интерни процеси за менаџмент на податоците во споредба со најдобрите практики. Исто така, увидени се битни можности кои можат понатаму да се користат од страна на трговските партнери за унапредување на нивниот менаџмент на податоците и квалитетот на податоците.

За повеќе информации:
www.gs1.org/gdsn/dqf/challenge/about

## Зошто го започнаа Предизвикот на Квалитетот на Податоците

Како дел на нејзината Глобална Програма, Nestlé Групацијата ја инструираше целата организација на светско ниво да менаџираат со податоците како со компаниско средство. Квалитетот на податоците има врвен приоритет и во METRO Групацијата.

По објавувањето на „ METRO Принципите за Квалиет на Податоците“, GS1 Предизвикот на Квалитетот на Податоците претставуваше следен чекор во активностите на за квалитет на податоците на METRO на светско ниво. Ова ја покажува важноста која квалитетот на податоците ја има за Nestlé и METRO Group.

Кога Прашалникот за Само-Оценување беше симплифициран и започнат Предизвикот на Квалитетот на Податоците, тие заеднички одлучија уште повеќе да преземат понатамошни чекори во однос на можностите кои ги нуди расмената на квалитетните податоци.

Тие одлучија да соработуваат, знаејќи дека еден во друг пронајдоа партнер кој ги следи следниве клучни вредности: отвореност за соработка, еднаквост во партнерството, поделба на одговорностите за постигнување на добитничките бенефити, визија за модел кој може да биде применет на повеќе пазари и користење на наученото и искуството.

Отвореноста, заедничкото учење, „без вина“ пристапот и апсолутната желба и подготвеност за заедничка конструктивна работа и да ги разменуваат нивните наоди, се клучните фактори кои METRO и Nestlé ги идентификува за нивната силна и плодна соработка.

## Развој на настаните

На почетокот, двете компании ги испитаа своите интерни состојби и идентификуваа група од 100 единици кои можат да бидат детално проучени, при што до информациите на сите нивоа на процеси на менаџмент на податоците може да се пристапи; како и луѓето кои би требало да се инволвирани во проектот. Исто така тие одлучуваа дали ќе тргнат во решавање на прашањата врз основа на нивните глобални бизниси или пак на од технички аспект. Најглем предизвик при започниањето беше одлучувањето за опсегот и интерните должности.

Одржани беа тренинзи на две нивоа: глобално (преку општа едукација за Предизвикот на Квалитетот на Податоците за сите деловни единици) и локално (преку специфични тренинзи со одговарање на Прашалникот за Само-Оценување за директно инволвираните тимови), со што сите стекнаа доволно знаења за процесот.

И во двете компании по една лице беше назначено како одговорно за работа на менаџментот на податоците и квалитетот на податоците, а услов претставуваше поседувањето на искуство со најдобрите практики на процесите на менаџмент на податооците и поседувањето на сите неопходни вештини тоа да го спроведе во целата организација.

## Стекнато искуство и научени лекции

Компаниите ја завршија Процедурата за Само-Оценување за помалку од една недела, од планирање до добивање на конечните резлтати, благодарејќи на фактот што тие веќе поседуваа робустна интерна платформа за квалитет на податоците како дополнување на напорите кои ги вложија во соодветното и навремено дефинирање на опсегот. Сепак, тие не го проследија прашалникот без дополнителни објаснувања; како резултат на тоа, тие им препоралуваат на компаниите кои ќе спроведуваат само-оценување, секогаш да обезбедат објаснувања и насоки во врска со прашалникот при негова интерна дистрибуција.

Со оглед на потребните ресурси, бројот на инволвираните лица од во двете компании ќе варира во зависност од  почетната позиција, опсегот и поставеноста на локалната организација. Затоа, и двете компании, препорачуваат работната група да биде колку што е можно помала и се сложуваат дека основна потреба е да се назначи „оценувач лидер“.

Како резиме, предуслови за само-оценувањето се: високо ниво на внимание и помош од страна на менаџментот, добра поддршка во самата компанија, отворена соработка помеѓу трговските партнери и најважно од сè, интерно завршен развој на процесот за синхронизација на податоците.

Во духот на парнерските односи, важно е процесите да се ревидираат. Главна одговорност на примателот на податоците е оддржувањето на интегритетот на податоците преку точна примена на примените податоци во неговиот интерен оперативни системи. Преку проценка на процесите на менаџмент на податоците кај примателот, може да се постигне вистинска од-крај-до-крај интеграција.

## Бенефити и Заклучоци

Благодарејќи на Предизвикот на Квалитетот на Податоците, METRO Групацијата и Nestlé ги засилија меѓупартнерските познавањата на процесите и како резултат на тоа ја зајакнаа меѓусебната платформа за соработка.

Тие идентификуваа и дадоа приоритет на 14 потенцијални подобрувања. Тоа резултирање со конретна листа на задачи кои мора да се завршат, со што се овозмужува понатамошната соработка и на други полиња. Генерално, METRO Групацијата и Nestlé планираат да соработуваат, влиаејќи и подобрувајќи го квалитетот на синџирот на вредности, преку поефикасна размена на информации и искуства и преку постојано обраќање на внимание кон деталите, со цел да испорачаат вредност кон потрошувачите и купувачите.