

## **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА**

Интеграция России в мировое информационное пространство, активизация и укрепление ее позиций на международном рынке, совершенствование торговых операций на территории страны во многом зависит от успешности внедрения современных информационных и коммуникационных технологий в практику бизнеса. Сегодня организация бизнес- операций посредством глобальных компьютерных сетей находится в центре внимания многих специалистов. Необходимо говорить не только об использовании Интернет технологий в традиционном бизнесе, а о совершенно новой сфере коммерческой деятельности, в которой Интернет - это не столько среда, в которой осуществляется деятельность коммерческих структур, сколько средство их функционирования.

Очевидно, что для реализации такой схемы требуется высокое качество внутренних механизмов управления предприятием. Однако проблема здесь видится в том, что деятельность организации зачастую непрозрачна даже для ее руководителей. Наряду с традиционной задачей снижения самых разнообразных издержек в работе фирмы сегодня необходим переход к качественно иной модели управления. Иными словами, руководитель фирмы должен иметь возможность постоянно получать информацию, отражающую все, что происходит как на предприятии, так и вне его, и на основе этой информации принимать быстрые и адекватные решения, организовывать и контролировать их точное и оперативное исполнение.

Реализация этих идей требует интеграции всех корпоративных приложений и информационных ресурсов фирмы с целью обеспечения доступа к любым данным через единый интерфейс.

Организация информационного взаимодействия предполагает использование таких моделей представления информации, ее передачи, организации информационных потоков, которые позволяют оптимизировать процесс осуществления различных экономических операций взаимодействия всех участников.

С учетом данных положений необходимо предусмотреть возможность образования и развития информационной базы на основе интеграции базовых информационных совокупностей (наборов), отражающих информацию об объектах деятельности, событиях, процедурах и т.д. В состав таких наборов включаются: информация для администрирования самой системы, различные справочники и классификаторы, данные о клиентах, продуктах и услугах, оказываемых фирмой, регламентах их предоставления и выполнения, сведения о типовых бизнес-операциях, сделках и событиях по сделкам, завершенных и незавершенных операциях, протоколы взаимодействия подсистем и т.д.

Говоря об информационных системах поддержки принятия решений в бизнесе, прежде всего, необходимо рассматривать систему управления знаниями, позволяющую выявить и обратить на пользу фирме всю имеющуюся профессиональную информацию, опыт и квалификацию персонала. Информационно-аналитическая система для бизнеса, в первую очередь, обеспечивает на основе процедур извлечения данных и логического анализа подготовку документов (в том числе отчетов) различной степени детализации. Информационную основу таких процедур составляет комплекс хорошо структурированных баз данных.

В качестве основных компонентов информационно-аналитической системы можно рассматривать непосредственно средства управления знаниями (позволяют принимать решения на основе информации, получаемой из различных источников); корпоративный портал (реализует функцию организации доступа пользователей к ресурсам фирмы); средства передачи и доставки информации (осуществление сбора и рассылки информации): информационные источники, источники знаний.

Для реализации аналитических процедур важны не только численные показатели работы фирмы, но и данные, содержащиеся в различных документах (Web-страницах, сообщениях электронной почты и т.д.). Реализовать систему управления знаниями, способную решать выше - поставленные задачи, достаточно трудно, однако на сегодняшний день существует ряд платформ управления знаниями, в которые могут быть встроены ряд подсистем, работающих с различными информационными ресурсами фирмы. Главной идеей такой системы является разработка того "объединительного" элемента, органично интегрированного в рабочую информационную среду фирмы.

В настоящее время ряд ведущих компаний по производству программного обеспечения, в том числе сетевого, практически смогли реализовать задачу создания "корпоративного портала". Он представляет собой своего рода платформу, лежащую в основе единого информационного пространства организации. Он служит, в частности, для структурированного, персонализированного представления внутренних и внешних данных и визуализации их через web-интерфейс. Такие программные продукты обеспечивают организацию документооборота, унифицированный доступ к различным источникам данных, фиксацию и постоянное отображение действующих приложений и информационных источников, а также предоставляют пользователям широкий набор функций управления знаниями. Таким образом, корпоративный портал может

выполнять функцию шлюза, обеспечивающий некоторую степень стандартизации циркулирующих потоков, управление документами и быстрый доступ ко всем используемым фирмой управляющим системам.

Технологическим решением поставленных задач управления фирмой в рамках корпоративного портала является создание единого механизма доступа к внутренним и внешним ресурсам.

По данным консалтинговой компании Delphi Group возможна следующая классификация порталов в соответствии с целевой пользовательской аудиторией:

*Информационный портал* ориентирован на большие сообщества пользователей с разнородными интересами, содержит несколько элементов персонификации и настройки содержимого, чаще всего предлагает только базовые средства поиска и интерактивного взаимодействия, ориентированные на начинающего пользователя Web.

*Коммерческие порталы* обеспечивают предоставление узконаправленной информации определенной целевой аудитории.

*Корпоративные порталы* координируют контент в рамках относительно узкого сообщества пользователей, объединенных общими целями и задачами.

*Персональные порталы* обеспечивают доставку информации, отобранную с учетом специфических потребностей конкретных пользователей.

Специалисты исследовательской компании IDC проводят классификацию корпоративных порталов, основанную на типе контента и предоставляемых пользователям средств.

*Информационный портал* - предоставляет пользователю информацию.

*Портал для совместной работы* — обеспечивает все средства взаимодействия пользователей на основе информационных технологий.

*Порталы экспертизы* — обеспечивают взаимодействие пользователей между собой на основе таких критериев, как опыт, область экспертизы и интересы.

*Порталы знаний* - комбинируют все перечисленные выше типы и обеспечивают доставку персонифицированной информации с учетом конкретной работы, которую каждый пользователь выполняет в определенный момент времени.

В более развернутом виде концепция корпоративного информационного портала (Enterprise Information Portal, EIP) была сформулирована аналитиками Delphi Group: EIP - это Web-ориентированное средство доступа к разнообразным структурированным и неструктурированным данным на предприятии и вне него, а также анализа и обработки полученной информации. По их мнению, полное решение EIP должно включать следующие основные функции:

1 Интеграция приложений и данных - обеспечение возможности взаимодействия сотрудников фирмы со всеми приложениями и информационными ресурсами, используемыми в организации через единый интерфейс.

2 Категоризация - упорядочивание данных для удобства навигации по информационным ресурсам, автоматизированные процедуры категоризации результатов индивидуального поиска.

3 Полнота и релевантность поиска - реализация эффективных поисковых механизмов по всевозможным источникам данных, просмотр всех ресурсов, которые могут включать нужные данные, оценка достоверности полученной информации.

4 Публикация и распространение - возможность опубликовать пользовательскую информацию, предоставив к ней общекорпоративный доступ.

5 Управление бизнес-процессами - возможность не только следить за ходом выполнения деловых процессов, но также инициировать такие процессы и активно участвовать в них.

6 Коллективная работа - обеспечение режима командной работы, как в традиционном варианте "сотрудник-сотрудник", так и в режимах "сотрудник-партнер" и "сотрудник-клиент".

7 Персонализация рабочего пространства - формирование среды работы сотрудника с учетом его персональных потребностей, привычек, собственных методов работы.

8 Представление информации - интеграция всех элементов информационных ресурсов в понятном и логичном виде.

9 Обратная связь и развитие - портал должен обеспечивать доступ к информационным ресурсам предприятия не только для сотрудников, но и для внешних лиц (партнеров, клиентов).

С точки зрения налаживания эффективных коммуникационных потоков, корпоративный портал решает целый ряд задач:

1. Облегчает прохождение информационных потоков между структурными подразделениями организации.

2. Устраняет различия в «языке» между отдельными подразделениями, отдельными сотрудниками благодаря использованию единых форматов распространения информации.

3. Отсекает излишние потоки информации благодаря возможности настраивать профили пользователя.

4. Сводит к минимуму искажение информации

при прохождении ее по многочисленным вертикальным и горизонтальным каналам внутри организации.

5. Упрощает процесс обучения сотрудников, ускоряет адаптацию организации возможности прямого доступа к корпоративным знаниям.

6. Обеспечивает своевременный доступ к любой корпоративной информации.

Все это позволяет рассматривать корпоративный портал как систему управления знаниями, охватывающую большую часть корпоративной информации, как формализованной, так и нет, и доступную широкому кругу пользователей.

Таким образом, портал – это приложение, которое обеспечивает персонифицированный и настраиваемый интерфейс, дающий возможность людям взаимодействовать с другими людьми, а также находить и использовать приложения и информацию в соответствии со своими интересами .

#### **Литература:**

1. Денисова А.Л., Молоткова Н.В. Организация коммерческой деятельности в условиях Интернет-среды/А.Л.Денисова, А.Л. Молоткова.- Тамбов: Изд-во Тамбов.гос.ун-та, 2002.-80с.

2. Щербина С. Web-интеграция: новый взгляд на построение корпоративных информационных систем//Информационные ресурсы России.-2001.-№5.-С.10-11.