



Портал для своих

Назад в прошлое	Арсенал возможностей	Предпосылки внедрения	Области применения	Функциональная недозагрузка	<input type="text"/> Поиск
--------------------	-------------------------	--------------------------	-----------------------	--------------------------------	----------------------------

Внутрикорпоративная информация, независимо от масштабов и специализации компании, имеет тенденцию к бесконтрольному расширению. Отсутствие единой, простой и удобной точки доступа к ней рано или поздно неизбежно приводит к нарушению целостности бизнес-процессов и наносит ущерб коллективной работе сотрудников. Для укрощения информационного хаоса на предприятии существует отдельный класс решений, именуемых корпоративными порталами.

текст:

Алексей Комов

ЭФФЕКТИВНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КОЛЛЕКТИВНОЙ РАБОТЫ — ЗАДАЧА, НЕ ИМЕЮЩАЯ ВОЗРАСТА, СУЩЕСТВУЮЩАЯ СТОЛЬКО ЖЕ, СКОЛЬКО СЕБЯ ПОМНИТ ЧЕЛОВЕК РАЗУМНЫЙ

Эффективная организация коллективной работы — задача, не имеющая возраста, существующая столько же, сколько себя помнит человек разумный. Во времена каменных топоров и костяных стрел она решалась путем общинных посиделок вокруг костра или совместных медитативных танцев под бубен шамана. Позднее на смену бубну пришли партсобрания, стенгазеты, информационные доски с повесткой дня и другие организационно-регламентные инструменты. Но время не стоит на месте и меняет правила существования быстрее, чем мы успеваем к ним привыкнуть. С каждым днем массовые оргмероприятия все труднее вписать в кипучую деятельность современных предприятий, поэтому на смену личному взаимодействию между сотрудниками постепенно приходит взаимодействие виртуальное.

Корпоративный портал представляет собой программный продукт, предназначенный для создания внутреннего информационного ресурса, решающего

коммуникационные и организационные задачи компании. Фактически это не что иное, как веб-сайт для сотрудников компании, при помощи которого можно получать доступ к различной внутренней информации, обсуждать с коллегами текущие задачи и коллективно вырабатывать их решения, совместно работать с какими-либо данными и делать множество других полезных и нужных дел. А интерфейс современных корпоративных порталов недвусмысленно намекает на их интернет-происхождение.

По словам Сергея Самушенкова, инженера-программиста ГК «СофтБаланс», на рынке есть множество предпосылок для роста спроса на подобные решения. Ключевыми из них являются необходимость организации удаленной работы для мобильных сотрудников, отсутствие во многих компаниях единого хранилища корпоративной информации и налаженных личных коммуникаций между коллегами, необходимость автоматизации рутинных бизнес-процессов, а также активное развитие распределенной структуры предприятий.

Назад в прошлое

Принято считать, что своим определением корпоративные порталы обязаны Кристоферу Шайлейксу (Christopher C. Shilakes) — первому вице-президенту крупнейшей в США инвестиционно-банковской и брокерской корпорации Merrill Lynch. В ноябре 1998 г. он опубликовал свое видение новой концепции, получившей название Enterprise Information Portal — «корпоративный информационный портал». Под этой формулировкой Кристофер Шайлейкс подразумевал приложения, которые позволяют компаниям раскрывать информацию, хранящуюся внутри и вне организации, и предоставлять каждому сотруднику единую точку доступа к предназначенному для него контенту, необходимому для принятия обоснованных управленческих решений. Но несмотря на то, что это было первое внятное определение корпоративных порталов, их история началась намного раньше.

Еще в первой половине 1990-х гг. на волне развития Интернета появились такие знаменитые веб-порталы как AltaVista, AOL, Excite и Yahoo, очень схожие по структуре и предоставлявшие доступ к разнообразной информации при помощи простых и доступных для пользователей механизмов. По словам Максима Темнова, директора департамента внутренней автоматизации компании «Открытые Технологии», многие компании обратили внимание на удобство подобной информационной структуры и, отталкиваясь от нее, стали разрабатывать собственные корпоративные порталы на базе схожих технологий и выводить их на коммерческий рынок. Пионерами этого направления ПО считаются компании Epicentric, Plumtree Software и Viador.

Александр Димченко, архитектор проектов компании «СИТРОНИКС Информационные Технологии» в России, уточняет, что первые коммерческие решения для создания корпоративных порталов представляли собой наборы специализированного ПО и компонентов, позволявшие создавать или кастомизировать веб-порталы для своих внутренних целей. Однако в начале 2000-х гг. они стали стремительно эволюционировать. «Исторически сложилось так,

что для создания интернет-приложений в 90-е годы использовались в основном средства разработки, ориентированные на дизайн, а не на функционал и масштабируемость — иными словами, не на создание полноценных ИТ-приложений», — подчеркивает Алексей Ильвовский, директор отделения корпоративных интернет-решений компании «ФОРС». Но по его словам, кризис доткомов 2000-го года и реальные потребности бизнеса заставили ведущих разработчиков ПО, таких как IBM, Oracle, BEA Corporation и Microsoft, сфокусироваться на разработке платформы для создания полноценных ИТ-приложений для Интернета и Интранета.

Примерно в это же время сообщество Java Community Process разработало и опубликовало новый стандарт JSR-168, предоставляющий возможность компаниям самим создавать и внедрять всевозможные инструменты для совершенствования корпоративных порталов. Это вывело порталные решения на новый технологический уровень и позволило интегрировать их с другими бизнес-приложениями. «С появлением стандарта JSR-168 в 2003 г. оформился основной вектор развития порталов — интеграция корпоративных приложений», — констатирует Дмитрий Великодний, руководитель отдела порталных решений компании «Vergysell Проекты». Таким образом, корпоративные порталы стали рассматриваться как единое окно для организации доступа пользователей к корпоративным приложениям и системам в рамках единого интерфейса.



Сергей Самушенков,
инженер-программист
ГК «СофтБаланс»:

«Наиболее важным критерием выбора корпоративного портала является возможность автоматизации с его помощью бизнес-процессов компании».

Арсенал возможностей

Прежде чем приступить к выбору решения для создания корпоративного портала, необходимо составить себе четкое представление о возможностях этого класса продуктов. По словам Алексея Ильвовского («ФОРС»), к стандартному функционалу корпоративных порталов относятся: иерархическая структура меню для доступа к информации, встроенная лента новостей с функцией подписки и рассылки, механизмы совместной работы с документами, сквозной поиск по всем документам, телефонный справочник организации, личный кабинет пользователя, включающий перечень пользовательских задач и напоминаний, календарь событий, структурированное хранилище документов с разграничени-



Максим Темнов,
директор департамента внутренней автоматизации
компании «Открытые Технологии»:

«Ускорение поиска корпоративной информации — далеко не первое преимущество, получаемое от внедрения порталов. Управление информацией на портале помогает заметно уменьшить трудозатраты на решение второстепенных задач, таких как оперативная актуализация различных данных, доведение до сотрудников справочной и методической информации, а также создание информационных банков знаний в непосредственной близости с приложениями. Например, портал упрощает прохождение сертификации системы менеджмента качества ISO 9001:2008, поскольку регламентная документация расположена на расстоянии «одного клика мышкой».



Алексей Максимачев,
директор по ИТ NAI Весаг:

«К недостаткам корпоративных порталов еще несколько лет назад можно было отнести бедность веб-интерфейсов, но сейчас они настолько разнообразны и удобны, что теперь этот вопрос уже не стоит. Таким образом, у порталов практически нет недостатков, за исключением разве что сложности внедрения среди тех сотрудников, которые далеки от интернет-технологий и не привыкли к электронному способу общения. Но с развитием глобальной сети и социальных сетей таких людей становится все меньше».



Алексей Ильвовский,
директор отделения корпоративных интернет-решений компании «ФОРС»:

«Для многих госструктур в России, увы, пока важнее всего отчитаться перед вышестоящим начальством о том, что: «Портал внедрен!». Это во многом и определяет список задач: начальные формы документооборота, формальное представительство основных подразделений в рамках дерева портала с возможностью самостоятельного размещения документов, новостная лента, а также корпоративная жизнь в текстовых отчетах и фотографиях».



Дмитрий Великодный,
руководитель отдела порталных решений компании «Vervysell Проекты»:

«При выборе порталной платформы необходимо руководствоваться теми же принципами, что и при выборе любого другого корпоративного ПО: совокупная стоимость владения, поддержка производителем, доступность специалистов. Необходимо также учитывать, что интеграция порталных платформ ведущих поставщиков ПО со своими продуктами, как правило, выполнена более качественно, чем с продуктами других компаний».

ем доступа к ним, встроенные форумы и блоги, опросы и голосования, а также инструменты для администрирования учетных записей пользователей.

Александр Димченко («СИТРОНИКС Информационные Технологии») отмечает, что современные платформы для корпоративных порталов поддерживают тесную интеграцию с внутренними и внешними ИТ-системами. «В наш портал интегрированы различные, никак не связанные между собой решения: это и система документооборота, и система контроля доступа, и Help Desk, и отчетность по рекламе объектов недвижимости, и организация дежурств и управление телефонией компании, и даже модуль телемаркетинга», — делится опытом Алексей Максимачев, директор по ИТ NAI Весаг. По его словам, все это совершенно отдельные модули информационной системы, доступ к которым организован через корпоративный портал. Среди этих модулей есть и разработанные самостоятельно, и заказные, и покупные решения. «Мы постепенно интегрируем в наш портал элементы социальных сетей для совместной работы в проектах, что должно позволить

нашим сотрудникам использовать известные удобные и знакомые им интерфейсы не только для общения, но и для работы», — продолжает он.

Предпосылки внедрения

Участники ИТ-рынка выделяют несколько очевидных признаков, указывающих на потребность компании во внедрении и использовании корпоративного портала. По словам Александра

Темнова («Открытые Технологии») добавляет к этому перечню рост числа используемых в компании корпоративных систем и, соответственно, интерфейсов, с которыми приходится работать пользователям, а также поиск путей для повышения продуктивности взаимодействия сотрудников и снижения производственных трудозатрат.

Основным следствием продуктивного использования внутрикорпоратив-

ОСНОВНЫМ СЛЕДСТВИЕМ ПРОДУКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО ПОРТАЛА ДОЛЖНО СТАТЬ ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Димченко («СИТРОНИКС Информационные Технологии»), к таким признакам относится стремительный рост объема информации и электронных документов, генерируемых сотрудниками компаний, острая нужда в их структурировании и централизованном хранении, а также потребность в удобном инструменте для поиска необходимых данных. Мак-

ного портала должно стать повышение эффективности деятельности компании. Кроме того, по словам Максима Темнова («Открытые Технологии»), грамотно выстроенный портал позволяет существенно сократить расходы компании сразу по нескольким ключевым направлениям деятельности, включая управление персоналом и информаци-

ей, за счет быстрой адаптации новых сотрудников, сокращения издержек на доступ к корпоративной информации и ее хранение, развития корпоративной культуры, а также централизации и упрощения учета сотрудников.

Области применения

По опыту Александра Димченко («СИТРОНИКС Информационные Технологии»), к основным областям использования корпоративных порталов относятся автоматизация работы сервисных служб (например, службы технической поддержки), организация внутрикорпоративных коммуникаций, создание единого центра доступа к информации и ее поиска, электронный документооборот, а также сбор и анализ данных для управленческой отчетности. «При этом следует понимать, что области и приоритеты использования корпоративных порталов сильно зависят от масштаба бизнеса компаний: например в средних и малых компаниях интранет-порталы чаще используются для организации документооборота, тогда как в крупных компаниях для этого применяются специализированные системы», — подчеркивает он.

По словам Максима Темнова («Открытые Технологии»), порталные технологии и реализуемые с их помощью сервисы позволяют найти ответы на вопросы, как донести до всех сотрудников общие корпоративные ценности, как объединить все внутрикорпоративные данные и эффективно управлять ими, а также как оптимизировать и автоматизировать совместную работу. «Незаменим портал и для консолидации информационных ресурсов и приложений: это, пожалуй, единственная возможность эффективно управлять «лоскутной автоматизацией» и тем самым сокращать издержки компании», — полагает он.

Резюмируя краткий рассказ о возможностях корпоративных порталов, Сергей Самушенков (ГК «СофтБаланс») отметил, что они наиболее эффективны в случае, если компания располагает территориально-распределенными офисами или имеет большой штат: «Благодаря portalу, даже в случае болезни или командировки сотрудника он не будет оторван от процессов, происходящих в компании: чтобы связаться со своими


подчиненными или руководителями для решения срочных вопросов, ему нужен будет только доступ в Интернет».

Функциональная нагрузка

Дмитрий Великодний, руководитель отдела порталных решений компании «Verysell Проекты», отмечает, что российские предприятия чаще всего используют их исключительно как «легковесную» систему документооборота с поддержкой контроля исполнения поручений и элементов совместной работы над документами. Еще одна распространенная модель ограниченного применения корпоративных порталов в российских компаниях — информирование сотрудников о новостях, корпоративных мероприятиях, внутренних вакансиях, днях рождения коллег и других событиях. И это несмотря на то, что современные порталные решения сочетают в себе возможности системы хранения данных, электронного документооборота и платформы для разработки специализированных приложений, что позволяет использовать их для серьезных бизнес-задач. «К сожалению, порталы редко рассматриваются российскими заказчиками в таком ключе, несмотря на то, что для этого имеются все предпосылки», — подчеркивает Дмитрий.

«Если бы меня попросили провести аудит ИТ-службы любой компании, то я

первым делом попросил бы показать мне портал и его сервисы. Отсутствие портала или его узкоспециальное использование однозначно укажет на неэффективность работы ИТ-службы и других обслуживающих подразделений компании — финансовых, хозяйственных служб, подразделений по управлению персоналом», — утверждает Максим Темнов («Открытые Технологии»). По его словам, в России порталы чаще всего играют роль системы управления корпоративным контентом, поскольку это самый простой вариант их использования: достаточно обучить несколько человек, которые будут наполнять портал, и можно считать, что успешное внедрение состоялось. Но такое применение, по его убеждению, не оправдывает затраты на внедрение, так как при этом не используется и десятой доли возможностей порталного ПО.

Отечественные ИТ-директора подтверждают тот факт, что российские компании недоиспользуют возможности корпоративных порталов. «В нашей компании интранет-портал работает с 2002 г., и он изначально задумывался не как решение какой-то определенной задачи, а как универсальная оболочка для доступа сотрудников к внутрикорпоративной информации», — рассказывает Алексей Максимачев (NAI Весаг). — «Мы используем корпоративный портал только для ежедневных коммуникаций сотрудников, а задача совместной работы с данными решаем посредством электронного почты», — вторит коллеге Олег Вайнберг, ИТ-директор компании «Компьютер-Центр «КЕЙ». При этом оба топ-менеджера подчеркивают, что их компании используют «самописные» платформы, поскольку в то время, когда принималось решение о внедрении корпоративного портала, на российском рынке не было представлено ни одного достойного коммерческого продукта. «Возможно, сейчас мы не стали бы «изобретать велосипед», и выбрали бы один из доступных вариантов», — добавляет Алексей Максимачев. Однако Дмитрий Великодний («Verysell Проекты») рекомендует заказчикам ориентироваться на готовые решения лишь в том случае, если перед ними стоит задача автоматизации при помощи портала какого-то определенного бизнес-процесса компании. 



Александр Димченко,
архитектор проектов, компания
«СИТРОНИКС Информационные
Технологии» в России:

«Если бизнес ставит перед порталом задачи поддержки и развития внутренних коммуникаций, то здесь основное внимание следует уделить платформе с богатым набором социальных сервисов. Это и блоги, и форумы, и различные элементы Team Workspace».