



Корпоративные информационные ресурсы.

Под корпоративными информационными ресурсами **будем понимать совокупность собственных, приобретаемых и поставляемых извне данных, зафиксированных как на бумажных, так и электронных носителях.**

Формы существования корпоративных ресурсов могут быть следующими: бумажные документы, электронные документы, базы данных, базы знаний, web-сайты, файлы различной природы (аудио, видео) и т.д. В сущности, информационные ресурсы – это общий объем данных и знаний, циркулирующих на предприятии, входящих и исходящих из него, материализованных в каком-либо носителе.

Корпоративные информационные ресурсы делятся на три группы: **собственные, приобретаемые и получаемые от сторонних организаций.** Собственные – это те, что генерируются внутри предприятия, остальные поступают извне.

Собственные информационные ресурсы, в зависимости от материального носителя делятся на немашинные и внутримашинные. Немашинные – это, как правило, бумажные документы управленческого и организационно-распорядительного характера, а внутримашинные – это немашинные информационные ресурсы, введенные в память компьютера. Управленческие документы отражают производственные, хозяйственные, финансовые и прочие операции, выполняемые в процессе функционирования предприятия. К таким документам относятся плановые, бухгалтерские, аналитические, статистические, маркетинговые, логистические, проектно-конструкторские и технологические (трудовые, материальные и технологические нормы) и прочее.

Документы организационно-распорядительного характера делятся на следующие группы:

- организационные (задачи и цели предприятия, структура предприятия, штатное расписание, устав предприятия и т.д.);
- распорядительные (приказы, указания, предписания, инструкции и прочее);

- справочные (письма входящие и исходящие, акты, справки, обзоры, рефераты, библиотечные подборки и т.д.);

- прочие (патентная, юридическая и прочая документация).

Поступившие извне информационные ресурсы могут быть как платными (приобретаемыми), так и предоставляемыми сторонними организациями в соответствии с договоренностями или обязательствами (получаемые ресурсы). Как те, так и другие могут иметь как бумажную форму представления, так и передаваться по информационным сетям.

Внешние (поступившие извне) информационные ресурсы возникают во внешней среде и отражают экономические, социальные, рыночные, технологические, банковские, налоговые, страховые и другие отношения, в которых находится предприятия с иными хозяйствующими субъектами. Форма существования таких информационных ресурсов – это web-сайты, электронные документы, документальные хранилища данных.

Приобретаемые информационные ресурсы включают периодически выполняемые платные услуги аналитического характера. Например, в различных консалтинговых фирмах можно заказать анализ динамики курса валют, кросс-курсы валют, динамики ценных бумаг, ставок привлекаемых рублевых и других депозитов, информацию о конкурентах, тенденциях в изменениях в деловой среде и состоянии международных рынков и т.д.

В отличие от приобретаемых, **получаемые информационные ресурсы отражают деловые отношения с партнерами, а также отношения с выше или ниже стоящими организациями.** Содержательно информационные ресурсы данного класса фиксируют информацию, получаемую из банков, страховых, налоговых и прочих организаций. Особое место в данном классе занимают Интернет-ресурсы отдельных министерств и ведомств.

Собственные информационные ресурсы могут быть либо **структурированными**, и тогда они подлежат арифметической, логической и другой обработке программными средствами, либо нет, что не позволяет осуществлять с ними подобных операций. Структурируемые информационные ресурсы – это базы данных, хранилища данных, базы знаний.

Управленческие, а также организационно-распорядительные документы занимают одно из центральных мест, так как в них фиксируются все производственно-

хозяйственные, финансовые и другие операции. В соответствии с Федеральным законом «Об информации, информатизации и защите информации» **документ - это зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать**. Документ обладает двумя свойствами: многофункциональностью (регистрация информации, передача, обработка и хранение) и наличием юридической силы. Форма и содержание управленческих документов, циркулирующих на предприятии, регламентируется нормативно-методической базой, создаваемой государственными органами. Под **нормативно-методической базой управленческих документов понимается свод законов, нормативно-правовых и методических документов, регулирующих процессы их создания, обработки и хранения**. Данная база содержит:

1. Законодательные акты РФ в сфере информации и документации.
2. Государственные стандарты на управленческую документацию.

Стандарты регламентируют форму и содержание большинства документов, циркулирующих на предприятии. Документы, разработанные в соответствии с этими стандартами, называются унифицированными.

Унификация систем документации может осуществляться на различных уровнях: межотраслевом (государственном), отраслевом и на уровне предприятий.

На межотраслевом уровне создается унифицированная система документации (УСД), в которую входят:

- единая система конструкторской документации (ЕСКД);
- единая система технологической документации (ЕСТД);
- унифицированная система форм статистической информации;
- унифицированная система документации бухгалтерского учета и отчетности и др.

В соответствии со стандартами в РФ создано восемь унифицированных систем документации:

1. Унифицированная система финансовой, учетной и отчетной бухгалтерской документации бюджетных учреждений и организаций.

2. Унифицированная система учетной и отчетной бухгалтерской документации предприятий.
3. Унифицированные системы организационно-распорядительной документации.
4. Унифицированные системы отчетно-статистической документации.
5. Унифицированные системы банковской документации.
6. Унифицированные системы документации Пенсионного фонда РФ.
7. Унифицированные системы документации по труду.
8. Унифицированные системы внешнеторговой документации.

Содержание *информационного ресурса*, рассматриваемое вне формы его визуального представления, называется контентом. Понятия "форма" и "содержание" относятся к философским категориям: форма отражает способы существования содержания. Во взаимосвязи "форма - содержание", содержание является ведущей, то есть определяющей характеристикой объекта. Поэтому оно активнее влияет на форму, по сравнению обратного влияния формы на содержание. В ходе развития объекта неизбежно возникает конфликт между ними, разрешением которого является замена формы, более адекватной новому содержанию. Содержание (контент) может быть различным: экономическим, правовым, техническим и т.д. Оно может находиться в Интернете, и тогда он носит название Web-контент, либо на предприятии, и тогда оно называется корпоративным контентом. Web-контент в основном не структурирован (тексты, аудио и видеоматериалы и т.д.). Корпоративный контент, как правило, сохраняется в структурированных формах (таблицы, базы данных и знаний, хранилища данных и т.д.). Задача специалистов по управлению контентом состоит в выборе или разработке такой формы его хранения, которая с наибольшей эффективностью позволит достичь поставленные цели управления. Управление контентом осуществляется с помощью интегрированных сервисов. Они максимально отделяют пользователя и администратора от технологической и программной среды реализации. Это особенно важно для электронного бизнеса, где контент и форма играют важную роль в маркетинговой и рекламной стратегии предприятия.

Системы управления веб-контентом (*WCMS – WEB Content Menedgment Servis*) предназначены для выполнения операций с ним на сайте:

- добавление;

- удаление;
- редактирование контента.

Кроме того, необходимо администрирование веб-ресурсов - изменение структуры веб-сайта, разграничение прав доступа, а также разработка новых веб-ресурсов.

Системы управления корпоративным контентом включают системы документооборота масштаба предприятия, в которых имеются функции работы с веб-документами через веб-интерфейс.

Развитие систем управления корпоративным контентом осуществляется в направлении использования специализированных программных систем класса (*ECM* - *Enterprise Content Management*).

Так как контент не может существовать отдельно от бизнес-процессов предприятий, эти системы интегрируются с системами управления бизнес-процессами (*business process management, BPM*).