

image not found or type unknown



Информационные ресурсы корпорации (предприятия, организации) — 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, веб-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.

Содержание информационного ресурса, рассматриваемое вне его формы его визуального представления, называется контентом.

На рисунке ниже представлена связь понятий контента, формы и сферы его существования.

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.2

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.), а корпоративный контент, как правило, сохраняется в структурированных формах (таблицы, базы данных и знаний, хранилища данных и т.д.)3

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 Menedgment).

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