

NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 2, Number 300 (2015), 183 – 185

ӘОЖ 372.800.465.02

Intranet portal as an effective means of business

Issabayeva S.N., Chanbayeva M.K., Skakova A.Zh., Ryskulov T.

chmoldir_79@mail.ru

Kazakh state women's teacher training university, Almaty, Kazakhstan

Kazakh Economic University, Almaty, Kazakhstan

Key words: Intranet-portal, firm, company**Abstract:** The article discusses the profitability of intranet portals for the effective operation of firms, companies.**Интранет-портал бизнес жүргізудің тиімді құралы**

Исабаева, С.Н. Чанбаева М.К., Скакова А.Ж., Рысқұлов Т.

Қазақ мемлекеттік қыздар педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан

Жаңа экономикалық университеті, Алматы, Қазақстан

e-mail: chmoldir_79@mail.ru

Тірек сөздер: интранет-портал, фирмалар, компаниялар.**Аннотация:** мақалада фирма, компаниялардың уақытты үнемді пайдалануы үшін интранет-порталдың тиімділігі айтылады.

XXI ғасырдың басында жиырмасыншы ғасырдағы ғалымдар айтқандай, әлем «ақпараттық қоғам» деген атқа ие жүйеге өтті. Қазіргі заманда әлемнің кез келген түкпіріндегі адам әлемде болып жатқан барлық жаңалықтарды, ағымдағы уақытта жер бетінде не болып жатқанын біле алады. Мұның бәрі, әрине, Интернеттің арқасында жүзеге асырылып отыр. Тек жалқау адамдар ғана интернет-технология-Интернетке кірмейді. Интернеттің арқасында адамдар жиі соңғы әлемдік жаңалықтармен, өздері жұмыс жасайтын өнеркәсіп туралы хабардар болады, компанияның қызметкерлері көрші бөлімдегі қызметтес әріптестеріне қарағанда мұхиттың ар жағындағы әріптестерімен жиі хабарласады.

Бұл айтпаса да түсінікті, керекті сайтқа кіріп, адам өзін қызықтыратын мәліметтермен танысу жеткілікті. Сол уақытта компанияның бірнеше бөлімдерінің сауатты қызметтерінің бағыты, ал кейде жалықтыратын кеңес берулер мен ұзақ жиналыстар жүйелі түрде құжат айналымын талап етеді.

Егер компанияның бірнеше филиалдары және олардың офистері бір-бірінен алшақ орналасқан болса, онда олардың араласуы күрделірек болады, телефон арқылы барлық жұмыстарды шешу мүмкін емес, сонымен қатар, компанияның басқа да жұмыстары, атап айтсақ, көпбетті материалдарды сканерлеу, электрондық хаттар мен факстерді жіберу немесе курьер арқылы жіберу жұмыстың бітуіне кері әсерін тигізеді. Мұның бәрі уақытты алады, ал уақытты үнемдеу компанияның жетістікке жетуінің бір жолы екені айтпаса да түсінікті.

Қазіргі уақытта батыс елдерінің уақытты үнемдеуде және қызметкерлердің жұмысқа күш салуына және шығынды азайтуға байланысты қолданылатын жаңа шешімі – ол *Интранет-порталдар*.

Интранет – бұл виртуальды ақпараттық кеңістік, компанияның ішінде бөлек құрылған (компанияның үлкен-кішілігіне қарамастан құрылады, саны оннан асатын қызметкерлері бар

фирмалар және әлем бойынша филиалдары бар ірі компаниялар да өздерінің интранет-порталдарын құрады). Егер компания айналымы бірте-бірте өссе, барған сайын жаңа ұстанымдарды жеңіп алса, нарықтағы беделін көтерумен оның интранет-порталы да дамиды.

Бірінші кезекте, фирманың басшылығы интранет-порталдар арқылы жалпыға қолжетімді түрлі құжаттарды қаншалықты таратса, соншалықты қызметкерлердің де оған қолжетімділігі артады. Барлық ақпараттар тақырыбына, түріне қарай ретке келтірілген, құжаттарды реквизитіне қарай жеңіл тауып алуға болады. Бұдан басқа, порталдың бірнеше бөлімдері анықтамалық ақпараттарға (компанияның ішкі телефондарының тізімі және қызметкерлердің электрондық адрестері, ішкі бос орындардың тізімі, қызметкерлердің туған күндері және бірлескен мейрамдардың күндері) арналған. Көптеген фирмалар интранетке клиенттердің толық статистикасын салып қояды (клиенттердің мәліметтер қорын, кездесулер туралы есептерді) – бөлімшелердің барлық жұмыскерлерінің кез-келгені кіре және толықтыра алады, өзіне қатысты ақпараттарды көре алады. Жүйе қызметкерлердің қолжетімділік құқығының ортақ болуына, түрлі информацияларды шектеуге байланысты қолжетімділікке мүмкіндік береді.

Интранет-порталда, глобалді желі сияқты, мәтіндік материалдар ғана орналаса алмайды. Аналитикалық информациялар да (компанияның айналымы, сауда көлемінің өзгерісі, шығын деңгейінің өзгерісі) график түрінде, ал қаржылық мәліметтер – электрондық кесте түрінде бейнеленеді.

Алайда, интранет-порталдарды тек мәліметтерді сақтаудың қоймасы ретінде ғана емес, сонымен қатар қазіргі заманғы коммуникация құралы ретінде қолданылады.

Онлайн - режиміндегі форумдарда компанияның қызметкерлері информацияларымен, идеяларымен және тапсырыс берушілердің тауарлар туралы пікірлерімен алмаса алады, нақты жобалар туралы талқылай алады. Егер фирманың басшылығы материалдарды баспа түрінде тарататын болса немесе электрондық почта арқылы жіберсе, қызметкерлердің оларды оқығандығын анықтай алмайды. Егер де олар интражелінің сервері арқылы жарияланса, қанша қолданушы сол және басқа материалдарды оқығандығы жөнінде және қандай құжаттардың кең танымалдылықпен қолданылатындығы туралы барлық уақытта білу мүмкіндігі бар. Қызметкерлердің өздері де порталдың бөлімдеріне қызметке байланысты құжаттарды (мысалы, іссапар туралы есептерін немесе жасалынып біткен жұмыстары туралы) орналастыра алады.

Компанияның басшылығы үшін қызметкерлермен әлеуметтік сауалнамалар жүргізу мүмкіншілігі бар. Оны дәстүрлі түрде өткізу қаржы жұмсау мен уақытты талап етеді — фирмаға осы сияқты зерттеулермен айналысатын мамандандырылған агенттіктерге жүгінуге тура келеді. Агенттіктің мамандары барлық қызметкерлерге сауалнама жүргізеді, одан кейін алынған информацияны өңдейді. Ережеге сай, бұл қызмет көрсетулер қымбат тұрады. Интранет көмегімен осы сияқты сауалнаманы аз уақыттың ішінде жүргізуге болады – қызметкерлер порталға орналастырылған электрондық сауалнаманы толтырады, ал оны өңдеумен бағдарлама айналысады. Тәжірибе көрсеткендей, мұндай ішкі зерттеулер үнемі жүргізіліп тұрса, компанияның басшылығы мен қол астында жұмыс жасайтын адамдардың арасындағы әлсіз жерлерді табуға, ал кейде компанияның стратегиялық даму жоспарларын белгілеуге мүмкіндік береді.

Интранет-порталдар жұмыскерлері іссапарларға шығатын фирмаларға өте тиімді – басқа қалада немесе шет елде жүрген менеджерге жіберілген информацияға қолжетімді мүмкіндігі беріледі, оның бөгетсіз сайтқа кіруіне, ішкі құжаттарды қолдана алуына және аналитикалық және қаржылық информациялармен жұмыс істеу мүмкіндігі бар. Одан басқа, ол өзінің офисте бірге қызметтес әріптестерімен араласа алады, кеңестер ала алады, есеп бере алады.

Компанияның интранет-порталының қолданушыларының енді бір белсенді санаты – оның дилерлері. Мұнда олар әрдайым тауардың әр сортты жиынтығы туралы жанартылған информацияларды, олардың бағалары мен жеңілдіктері туралы біле алады. Бұл мәліметтер корпоративті клиенттерді де қызықтырады – өздерінің тұрақты клиенттеріне интранет-порталға қолжетімділікті қамтамасыз ету компанияның ықыласында болады.

Өнеркісіптерге интранетті ендірудің айрықша мәселесі компания осыған дейін болған ақпараттық инфрақұрылымнан бас тарта алмайды. Интранет бірікпеген ақпарат көздерін бірыңғай жүйеге біріктіреді. Негізгі шығындар – бұл тапсырыс берушінің талаптарын талдай алатын, өңдей және интранет-порталды ендіре алатын мердігер-компаниялардың қызметтерінің төлемақысы.

Күрделі құжатайналым жүйесін қамтамасыз етуге информацияны басқару мен шешім қабылдауға кететін шығындармен салыстырғанда бұл шығындар салыстырмалы түрде аз. Соған орай қазіргі заманғы интранет-порталды қолданушы веб-қосымшалармен жұмыс жасай алу керек, бұл интранет-портал орнатқан мекемеге қызметкерлерді веб-қосымшалармен жұмыс жасай алу мүмкіндігіне жеткізетін қосымша қаражат және уақыт керек болады. Ары қарай жүйенің дамуы үшін қызметкерлерді оқытудың қажеті болмайды және бірыңғай интерфейс оның қызметтерінің ұлғаюына қиындық туғызбайды.

Қорыта келгенде, интранетті ендірудің нәтижесі тәжірибе жүзінде ерекше байқалады – компания басшылығына бөлімдер мен бөлімшелердің іс-әрекеттерін жоғары деңгейде бақылауға, ал жұмыскерлерге сенімді көмекші ретінде және компанияның жұмысының тиімділігін арттырады.

ӘДЕБИЕТ

[1] Кузьменкова М.А. Корпоративные коммуникации в информационном обществе: интегрированный подход // Вестник Моск. ун-та, сер. 10. Журналистика. 2004, № 3. – с. 39-47.

[2] Мурзин Д.А. Новые корпоративные стратегии коммуникаций в современной России // Вестник Моск. ун-та, сер. 10. Журналистика. 2005, № 1. – с. 55-67.

[3] Мурзин Д.А. Феномен корпоративной прессы. М.: Хроникер, 2005 – 192 с.

[4] Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 2: Сб. статей / Отв. Ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2004 – 174 с.

[5] Петербургская школа PR: от теории к практике. Вып. 3: Сб. статей / Отв. Ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2005 – 146 с.

REFERENCES

[1] Kuzmenkova M.A. Corporate Communications in the Information Society: an integrated approach // Vestnik Mosc. un., ser. 10. Journalism. 2004, № 3. – p. 39-47. (in Russ.).

[2] Murzin D.A. New corporate communication strategy in modern Russia. Vestnik Mosc. Un., ser. 10. Journalism. 2005, № 1. – p. 55-67.

[3] Murzin D.A. The phenomenon of corporate press. M.: Hroniker, 2005 – 192 p. (in Russ.).

[4] PR St. Petersburg School: from theory to practice. V. 2: Coll. of articles. Ed. A.D. Krivonosov. – SPb.: Roza mira, 2004 – 174 p. (in Russ.).

[5] PR St. Petersburg School: from theory to practice. V. 2: Coll. of articles. Ed. A.D. Krivonosov. – SPb.: Roza mira, 2005 – 146 p. (in Russ.).

Интранет-портал как эффективное средство ведения бизнеса

С.Н. Исабаева, М.К. Чанбаева, А.Ж. Скакова

e-mail: chmoldir_79@mail.ru

Казахский государственный женский педагогический университет, Алматы, Казахстан

Казахский экономический университет им. Т. Рыскулова Алматы, Казахстан

Ключевые слова: интранет-портал, фирма, компания.

Аннотация: В статье рассматривается о выгоды интранет-порталов для эффективной работы фирм, компаний.

Поступила 15.03.2015 г.