

## ИМПЛЕМЕНТИРАНЕ НА СОЦИАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОРПОРАТИВНА СРЕДА – ФАКТОРИ ЗА УСПЕХ

Гл.ас. д-р Мария Ташкова, СА „Д. А. Ценов” – Свищов

*Резюме:* Фирменият интерес към социалните технологии се засилва. Той не е случаен или временен. Бизнесът търси подходи и модели на управление, ориентирани към индивидуалните потребности на своите клиенти и партньори. За постигане на тази цел мениджърите проучват възможностите на съвременните информационни технологии. В отговор на техните очаквания на IT пазара се популяризира новата парадигма за съвместна работа в общо информационно пространство. Web 2.0 концепцията има както поддръжници, така и опоненти. Обективен факт е, че това е следващото поколение Web, който не може да бъде пренебрегнат или омаловажен. А дали фирмите сега ще се отворят за тези съвременни технологични решения и доколко ще ги имплементират в корпоративна среда, зависи от стратегическия мениджър.

*Ключови думи:* Web 2.0, social computing, социални мрежи.

### Въведение

Внедряването и използването на Web 2.0 базирани решения е предизвикателство както за големите организации, така и за средните и малки фирми. Редица анализаторски групи отбелязват, че днес бизнесът като цяло засилва интереса си към тях. Специално е отношението му към социалните мрежи:

- при управление на взаимоотношенията с клиентите;
- при изграждане и провеждане на маркетинговата стратегия и политика на фирмата;
- при осъществяване на вътрешна комуникация и работа в екип.

### Обективен преход от Web 1.0 към Web 2.0

През последните години предпочитани и популярни стават технологичните решения предоставящи възможност за споделена работа в общо информационно пространство, известни в специализираната литература като Web 2.0 технологии. Като термин Web 2.0 започна да

се използва от края на миналото хилядолетие.<sup>1</sup> За първи път обаче на специално организирана конференция през 2004г.<sup>2</sup> се прави опит за дефиниране същността на Web 2.0. Тук водещи световни имена в IT сектора се обединяват около дадената от Тим О'Райли дефиниция, че: „Web 2.0 е бизнес революция в компютърната индустрия породена от преминаването към Интернет като платформа и от опита да се разберат правилата за успех в тази нова платформа. Основно правило е: изграждане на приложения, които увеличават своя мрежови ефект в резултат използването и усъвършенстването им от повече потребители”.<sup>3</sup>

Съпоставяйки Web технологиите от първо и второ поколение следва да се отбележи, че Web 1.0 е фокусирано към намиране на съдържание в глобалното мрежово пространство, докато Web 2.0 към споделяне и съвместна работа. При Web 1.0:

- съдържанието се състои от статични HTML страници;
- комуникацията е еднопосочна което осигурява само четене на статична информация, без осигуряване на интерактивен режим на взаимодействие;
- изграждат се Web сайтове, които не са интегрирани за съвместна работа, като между тях се осъществява единствено препратка към определен информационен ресурс.

Web 2.0 технологичните решения са отворени към прекия потребител. Той участва в създаването на съдържание (user generated content). Комуникацията тук е двупосочна, което прави възможно създаването и управлението на общества от потребители със сходни интереси. Идеолозите на Web 2.0 застават зад идеята, че тази нова концепция трябва да се основава на опита на социалните мрежи в Internet, а нейната реализация – на базата на нетрационни Web сайтове. В тази връзка, като отличителни характеристики на Web 2.0 се извеждат:<sup>4</sup>

- архитектура на участие (architecture of participation);
- изграждане на системи и сайтове чрез обединяване на детайли, предоставени от разпределени и независими разработчици;

---

<sup>1</sup> DiNucci D., Fragmented Future, <http://www.cdinucci.com/Darcy2/articles/Print/Printarticle7.html>

<sup>2</sup> От 2004г. до днес ежегодно се провежда научно-практическа конференция The Web 2.0 Summit, която освен с добитата вече популярност е признат авторитет в областта на Web 2.0 технологиите.

<sup>3</sup> The Web 2.0 Summit, 5-7 Nov 2004, San Francisco, USA  
O'Reilly T., Web 2.0 Compact Definition: Trying Again  
<http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>

<sup>4</sup> O'Reilly T., What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

- използване на опростени бизнес модели, реализирани чрез събиране на съдържание и консолидиране на услуги;
- продължаващо изграждане на приложения;
- софтуер над нивото на единичен продукт, а като пакет услуги.

Изминалите години отхвърлиха съществуващия скептицизъм към Web 2.0 и днес би могло да се обобщи, че се приема:

- Web 2.0 както за технологично явление, така и за социално, като акцента се поставя върху социалния елемент;
- при Web 2.0 фокусът пада върху връзката между хората и споделянето на информация;
- концепцията на Web се промени – от “read-only”(Web 1.0) към “read-write” (Web 2.0).

Един от актуалните въпроси е до каква степен Web технологиите от второ поколение биха намерили успешна реализация в бизнеса.

### **Практическа реализация Web 2.0 в корпоративна среда**

За успеха на социалните мрежи в корпоративна среда са от значение редица фактори, но като особено чувствителни следва да се отчетат:

*Осигуряване на съвместимост между хетерогенните технологични решения.* През годините са разработвани и внедрявани затворени корпоративни решения за автоматизиране и оптимизиране на информационните процеси. Характерно за тях е, че те са многообразни и платформено несъвместими. За да бъде възможно внедряване на социалните мрежи за вътрешно-фирмено сътрудничество е необходимо регламентирано и прозрачно ползване на фирмения информационен ресурс. Това се реализира успешно чрез прилагане на международно приети отворени стандарти.<sup>5</sup> За разлика от закритите стандарти, откритите стандарти осигуряват:

- технологична независимост между ИТ продуктите на различните производители;
- притежават възможност за надграждане (и в двете посоки – върху тях да се добавят други стандарти или те да се наслагват върху вече работещ протоколен стек);
- не защитават корпоративни интереси;

<sup>5</sup> Стандартизацията и унификацията са характерни черти при развитието на голяма част от съвременните информационни технологии. Чрез стандартизацията се търси общо решение на повтарящи се за изпълнение задачи и възможността за поддръждането им по оптимален начин, а чрез унификацията - относително намаляване на разнообразието от компоненти, използвани в процес на изграждане и поддръжане на различни хардуерни и софтуерни решения.

- не са комерсиални.

В търсене на решение за осигуряване на съвместимост между хетерогенни технологични решения, все по-ярко се откроява като възможно и приемливо такова разширяемия език за маркиране (eXtensible Markup Language XML) и базираните на него технологии.

*Изграждане на обща платформа.* При внедряване на Web 2.0 приложенията за вътрешно-фирмено сътрудничество са възможни два подхода – централизиран и децентрализиран. Централизираният модел предполага изграждане на обща платформа<sup>6</sup> към която всеки участник може да се свърже и да участва във вече сформирани групи (кръгове) и/или да регистрира собствени такава, както и да редактира съществуващо корпоративно съдържание и/или да създаде ново такова. Главно предимство при ползване на обща платформа за вътрешно-фирмено сътрудничество е улеснения начин на реализация, поддържане и съхраняване на информацията публикувана чрез нея.

*Предоставяне на лек и интуитивен за ползване потребителски интерфейс.* Колкото и невероятно да изглежда приемането на Web 2.0 технологиите от масовия потребител до голяма степен се определя от лекотата на работа с тях. По-точно предизвикателството се състои в това, че той (потребителя) създава електронно съдържание без да е ИТ специалист. Именно чрез предоставяне на лек и интуитивен за ползване потребителски интерфейс става възможно безболезненото създаване на съдържание от неспециалист и по-точно чрез наличието на:

- гъвкава организация на екранните форми, която позволява тяхното персонализиране според зададени потребности;
- библиотеки с готови шаблони за ползване според конкретни нужди;
- контекстна помощ, ползването на която улеснява процеса по създаване на съдържание.

*Готовност на фирмата за внедряване на Web 2.0 технологиите в корпоративна среда.* Когато се пристъпва към използване на социалните мрежи за вътрешно-фирмено сътрудничество следва:

- да се разбира философията въплътена в тях, а именно, че чрез социалните мрежи се осъществява обмяна на знания, а не на информация. Даден служител може да преустанови работата си във фирмата, но неговите знания и опит остават запазени, предавани и ползвани благодарение на вътрешно-фирмените социални мрежи;

---

<sup>6</sup> Например общо Wiki, общ форум, общ блог и т.н.

- да има изградена корпоративна култура, отворена за нововъведения. Колкото и добри ИТ решения да излизат на пазара, техният успех зависи изцяло от прекия потребител – дали ще ги приеме или отхвърли. Не правят изключение и Web 2.0 технологиите. Някои фирми ги използват за да са в крак с времето, а други с известна доза скептицизъм все още ги подминават. Фирмите отворени към Web 2.0 технологиите следва да ги познават като концепция, за да могат да извлекат максимума от възможности които те предлагат;
- да съществува реална потребност и вътрешна убеденост от ползите които Web 2.0 технологиите носят. Важно е служителите сами да съзнават и желаят ползването на социални мрежи като нова среда за общуване и създаване на съдържание, а не това да става авторитарно – чрез задължаване. Тогава само ще се прояви очаквания мрежови ефект заложен в този модел технологии;
- активно използване на новите Web 2.0 базирани технологии от мениджърския състав на фирмата. По този начин знанията и уменията на мениджърите се представят лично и в неформална среда;
- познаване възможните негативи които носи използването на социалните мрежи в корпоративна среда. Страхът на мениджъра от тяхното използване е реален, тъй като инструментариумът на Web 2.0 дава възможност за активно участие на потребителя в създаване на съдържание, което не всякога отговаря на предварителните очаквания. Обективният ръководител не трябва да омаловажава онова съдържание, което не харесва.

*Познаване тенденциите в развитието на социалния софтуер.*

Фирмена практика е, след внедряване на дадено ИТ решение да не се следи неговото по-нататъшно развитие. От чисто финансова гледна точка вероятно това е правилно, но от технологична – едва ли, тъй като новите усъвършенствания допълват съществуващите функционалности. От друга страна по-нататъшното развитие на даден софтуерен продукт е знак, че потребителите имат нужда от него. В контекста на споделеното може да бъде отбелязано, че пред социалните мрежи в следващите няколко години стои предизвикателството от:

- интегрирането им с Big Data (големите бази от неструктурирани данни), което ще позволи анализи в реално време на социалните мрежи и анализи на съдържание;

- внедряването на облачни услуги във фирмите, ще наложи реализиране на следващата знакова интеграция – между тях и социалните мрежи.

### **Заклучение**

Фирменият интерес към Web 2.0 концепцията се засилва. Той не е случаен или временен. Бизнесът търси подходи и модели на управление, ориентирани към индивидуалните потребности на своите клиенти и партньори. За постигане на тази цел мениджърите проучват възможностите на съвременните информационни технологии. В отговор на техните очаквания на IT пазара се популяризира новата парадигма за съвместна работа в общо информационно пространство. Web 2.0 концепцията има както поддръжници, така и опоненти. Обективен факт е, че това е следващото поколение Web, който не може да бъде пренебрегнат или омаловажен. А дали фирмите сега ще се отворят за тези съвременни технологични решения и доколко ще ги имплементират в корпоративна среда, зависи от стратегическия мениджър. Мнение на автора е, че Web 2.0 технологиите навлизат уверено в бизнеса и ще навлизат много по-бързо, отколкото се очаква. Фирмите ориентирани към новите методи за комуникация и сътрудничество ще получат сигурно предимство пред конкурентите си.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Черняк Л. Enterprise Web 2.0 или Вторая жизнь АСУ. Открытые системы 9/2008.
2. Governor J., Hinchcliffe D., Nickull D. Web 2.0 Architectures, 2009, O'Reilly Media / Adobe Dev Library.
3. Hinchcliffe D. The state of Enterprise 2.0. 2007, <http://blogs.zdnet.com/Hinchcliffe/?p=143>.
4. McAfee A. P. Enterprise 2.0: The dawn of emergent collaboration. MIT Sloan Management Review, vol.47 / 2006, p. 21-28.
5. O'Reilly T. What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005.
6. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
7. O'Reilly T. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. 2006.
8. <http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definition-tryi.html>.