

УДК 164.041+[(65.016.1+65.012.45+115.4):(336.131/132:336.71)]

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ ЛОКАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМ УЧРЕЖДЕНИЕМ

Сауткина Т.В.

Принципы построения локального информационного пространства управления банковским учреждением. В работе проанализированы публикации, посвященные различным аспектам создания информационного пространства в нескольких предметных областях. Сформулированы принципы построения локального информационного пространства, наиболее приемлемого для решения задач эффективного информационного обеспечения процесса управления банковским учреждением.

Ключевые слова: *руководитель банка, информационное пространство, принципы построения, управленческие решения.*

Коммерческий банк, как субъект финансово – банковского рынка и одновременно субъект хозяйственной деятельности, не существует изолированно. Его взаимодействие с другими аналогичными субъектами, а также с государственными структурами, общественными организациями, масс-медиа и т.п. обеспечивается определенным количеством сложных взаимосвязей. Иногда эти взаимосвязи конкретны и осязаемы (например, с собственной филиальной сетью, клиентами, контрагентами). Но чаще они бывают нематериальными и даже виртуальными. В качестве нематериального эквивалента этих взаимосвязей служит информация. С момента официальной регистрации любой субъект хозяйственной деятельности, в том числе и коммерческий банк, заявляет о себе как о субъекте информационного пространства, претендующем на собственное место в этом пространстве. Каждый последующий шаг в жизни банка связан с созданием данных и информации, а также с обменом данными и информацией с другими субъектами информационного пространства. Руководитель банка должен четко осознавать, что именно от координации информационных потоков и рационального построения информационных связей зависит успех жизнедеятельности руководимой им структуры. Однако до настоящего времени руководители банковских учреждений вопросам формирования и эффективного функционирования информационного пространства не уделяли достаточно внимания.

Взвешенность формулировок, продуманность принципов построения локального информационного пространства банка, обоснование степени его открытости и адаптивности к интеграции в региональное, общегосударственное и международное информационные пространства должны явиться залогом высокоэффективной работы банка в целом и отдельных его структур, залогом успешного решения всех стратегических и тактических задач, намечаемых руководством банка.

Проблема создания каждой бизнес-структурой локального информационного пространства и его интеграции в Единое информационное пространство возникла в 90-х гг. XX в. С этого момента появляются и соответствующие публикации. Ахтырченко К.В. и Леонтьев В.В. единым информационным пространством (ЕИП) называют [1, с.54]: «...объединение информационных ресурсов, концентрирующихся в рамках информационных систем, на основе информационно-коммуникативного взаимодействия этих систем», подчеркивая при этом, что реализация ЕИП масштаба предприятия, корпорации возможна при создании и последующем соблюдении стандарта на взаимодействие как информационных систем, так и их отдельных приложений. М. Грейвс, обосновывая необходимость автоматизации процессов обработки информации, происходящих в информационном пространстве, также приходит к необходимости стандартизации этого пространства. Но при этом уточняет, что [2, с.129]: «...под термином стандартизация информационного пространства следует понимать стандартизацию содержания информационных потоков, циркулирующих в нем». Е. Некрасова отмечает, что [3, с.5]: «...качество информационной поддержки уп-

равленческого решения должно быть оценено такими показателями, как коэффициенты достоверности, полноты и защищенности информации», показывает допустимые значения упомянутых коэффициентов, при которых принятое решение может считаться успешным. Следовательно, целесообразна параметризация данных и информации, которыми заполняется информационное пространство, и их фильтрование на основе пороговых значений параметров. В статье Крыловой М.Д. единое информационное пространство рассматривается как [4, с. 7-9]: «...использование новых информационных технологий и разработку новых правил обмена данными». Далее Крылова М.Д. отмечает [4, с. 7-9]: «Если субъекты бизнеса будут придерживаться обязательного минимального перечня сведений, общей системы классификации, единой структуры данных и правил обмена ими – это повысит эффективность каждого субъекта бизнеса в отдельности и отрасли в целом». Уместно заметить, что здесь речь также идет о стандартизации информационного пространства.

Сурков П., характеризуя [5, с.18]: “концепцию организации информационного пространства в США, схематически изображает его в виде треугольника. Внутреннюю часть треугольника заполняют любые сведения, которые могут быть обнаружены. В каждой из вершин треугольника соответственно расположены: масс-медиа, властные структуры, общество. Стороны треугольника являются «массовой информацией». При курсировании «массовой информации» между тремя вершинами треугольника какая-то часть информации в одной из вершин может быть на время приостановлена (например, масс-медиа получили какие-то сведения, но решили их не публиковать)”. Кроме оригинальной концепции построения информационного пространства, ценной здесь является мысль о возможности регулирования потока данных и информации по заданному критерию.

Прохоров Е.П. акцентирует внимание на условии единства информационного пространства: [6, с.195] «...единым проектируемое информационное пространство может быть только при условии, если в любой точке информационного пространства каждый его субъект может получить минимально необходимые сведения для того, чтобы быть достаточно информированным». Ознакомившись с содержанием вышеназванных научных работ, следует отметить, что термин «единое информационное пространство» обычно используется там, где имеется некое объединяющее начало как следствие использования современных информационных технологий. При этом акцент делается на сам факт использования информационных технологий. Но сведения о качестве создаваемого информационного пространства, о трудозатратах на его техническую поддержку, о трудозатратах на выполнение требований по регламенту обмена информацией, об экономической эффективности, о полноте решаемых задач – отходят на второй план.

Целью настоящей публикации является формулирование принципов построения локального информационного пространства управления коммерческим банком. За последние 15 лет профессиональный уровень людей, которые принимают ответственные решения, заметно снизился. [3, с.4]: «Произошло «вымывание» огромного пласта профессионалов, которые умели оценить обстановку, принимать решения и доводить их до положительного результата». Складывается ситуация, при которой в основе многих принятых решений лежит не объективная оценка обстановки, а субъективные представления о сути вопроса. В свою очередь, сам процесс принятия управленческих решений многократно усложнился. Если раньше при принятии решения руководитель мог ориентироваться на личный опыт, то теперь, в условиях высокой динамики глобальных и локальных задач, это стало практически невозможно. Тем не менее, необходимость принятия управленческих решений ныне остается актуальной, и эта актуальность возрастает. Из теории принятия решений известно [7, с.123]: «если руководитель, принимая решение, использует менее 75% всей информации о состоянии руководимого им объекта, то принятое им решение не может гарантировать достижения поставленных целей». При этом неучтенные руководителем факторы создают слишком высокую неопределенность, а могут повлечь и отрицательные последствия. И цена ошибки при принятии решения тем выше, чем выше ранг руководителя. Поэтому обеспечение руководителя своевременной и до-

статочной информационной поддержкой для принятия им оптимального, единственно правильного решения является важнейшей задачей корпоративных информационных технологий. [3, с.6]: «Принятое решение будет успешным (т.е. приведет к намеченной цели), если коэффициент достоверности использованной руководителем информации будет не менее 0,85; коэффициент полноты - не менее 0,9; коэффициент защищенности – не менее 1.» Итак, руководителю банковского учреждения для принятия решения необходима объективная, достоверная и своевременная информация. Она должна поступать к нему из всех доступных источников, которые содержатся в постоянно актуализируемом информационном пространстве. Поэтому формулирование принципов построения локального информационного пространства управления коммерческим банком является актуальной задачей.

Прежде всего, необходимо определиться с семантикой термина «информационное пространство» в контексте поставленной задачи исследования. Нами выявлено несколько определений этого термина:

1. Информационное пространство (information space) – это [8, с.1]: «форма существования информационных систем, характеризующихся структурностью, протяженностью и дифференцируемостью».
2. Информационное пространство – это [9, с.1] :«... совокупность:
 - а) Банков и баз данных;
 - б) Информационных технологий, их сопровождения и использования;
 - в) Информационных телекоммуникационных систем, функционирующих на основе общих принципов и обеспечивающих:
 - информационное взаимодействие организаций и граждан;
 - удовлетворение их информационных потребностей.»
3. [1, с.52] :«Единое информационное пространство – объединение ресурсов на основе информационно-коммуникативного взаимодействия информационных систем, выводящее их на уровень корпоративных информационных ресурсов»..

Обобщая эти определения, можно утверждать, что ключевыми компонентами информационного пространства являются:

информационные ресурсы; средства информационного взаимодействия;
информационная инфраструктура.

Субъектами информационного пространства (рис. 1) являются:

- а. Владельцы информации – частные лица или организации, которые создают информацию и имеют полные юридические права в качестве авторов или первоисточников этой информации.
- б. Поставщики информации – частные лица или организации, которые транслируют информацию (например, СМИ).
- в. Потребители информации – частные лица или организации, которые потребляют информацию, имеют к ней доступ и используют её по своему усмотрению.

Таким образом, в информационном пространстве все субъекты имеют свои определенные роли. Однако эти роли не являются строго фиксированными. В процессе информационного обмена субъекты информационного пространства могут обмениваться ролями.

Рассматривая внутреннее информационное пространство коммерческого банка как субъекта хозяйственной деятельности, отметим, что в зависимости от структуры банка и установленного в нем регламента информационного обмена, все участники (субъекты) внутреннего информационного пространства банка обладают совокупностью прав и функциональных обязанностей. Каждое структурное подразделение банка вступает в процесс информационного обмена в роли поставщика, потребителя или владельца информации в двух аспектах (рис.2): а) обмен с подразделениями внутри банка; б) обмен с внешними субъектами информационного пространства.



Рис.1. Общая схема информационного взаимодействия.



Рис.2. Схема информационного пространства банка.

Создаваемое информационное пространство банка должно являться средой для реализации его стратегических задач, которые наглядно можно позиционировать в двух плоскостях: а) в горизонтальной – это решение задач финансово-хозяйственной деятельности банка, повышение эффективности путем оптимизации действующих бизнес-процессов, что достигается внедрением современных систем управления на основе применения единых корпоративных стандартов банка; б) в вертикальной - повышение эффективности управления структурными элементами банка за счет реализации единых механизмов управления финансово-хозяйственной деятельностью, основанных на единых корпоративных стандартах управления банком.

Чем лучше организован процесс создания, переработки, хранения и передачи информации, чем четче определены роли и функциональный статус подразделений, входящих в структуру банка, - тем эффективнее работа всей структуры.

Анализ приведенных публикаций, опыт решения сходных задач в корпоративных структурах других предметных областей позволяют сформулировать принципы, которые могут быть заложены в основу создаваемого информационного пространства банка:

1. Приоритет корпоративных интересов над интересами отдельных структурных элементов банка: наличие у руководства банка потенциала и возможности управлять развитием структуры и вносить изменения в деятельность бизнесов и филиалов банка, учитывающие интересы банка в целом.
2. Единство финансово-хозяйственной модели: информационное пространство банка независимо от конкретной реализации системы управления бизнес-процессами банковского филиала (отделения), должно быть снабжено некоторой обязательной аналитикой, позволяющей консолидировать данные и информацию на уровне банка в целом.
3. Единство информационного пространства: Обеспечивает возможность доступа к любым данным и информации с любого рабочего места. [10, с. 3-4]: «Корпоративные данные следует согласовывать так, чтобы не нарушалось единство выполнения технических процедур по согласованию данных и информации, поступающих их различных источников. Обязательным должно быть также соблюдение общих информационных требований и стандартов».
4. Единство системы интерпретации. [11, с. 44-47]: «Каждая банковская операция, каждое действие вспомогательных подразделений должны быть интерпретированы в терминах единой финансово-хозяйственной модели банка».
5. Одновременность и однократность ввода данных: результаты любой банковской операции должны отражаться и быть потенциально доступными с любого рабочего места единого информационного пространства в момент выполнения операции. Данные по любой банковской операции должны вводиться в систему однократно, в местах генерирования этих данных.
6. Лингвистическая совместимость различных информационных систем: применима при формировании информационного пространства больших разнопрофильных банков, оперирующих с разнообразной информацией (и, соответственно, с разнопрофильными терминами и понятиями). При этом особенно актуальной является задача создания унифицированных классификаторов, а также разработки механизма [11, с. 44-47]: «семантической совместимости», решение которой позволит работать с различными классификаторами.
7. Допустимая степень открытости информационного пространства. По мере расширения информационного пространства и подключения к нему новых информационных ресурсов возникает дилемма: с одной стороны, для эффективного взаимодействия субъектов информационное пространство должно быть максимально открытым, с другой стороны – для защиты информационных ресурсов информационного пространства необходим [11, с. 44-47]: «комплекс эффективных мер по обеспечению безопасности его контента (информационного наполнения)».

ВЫВОДЫ

Сформулированные принципы построения локального информационного пространства управления банковским учреждением дадут возможность приступить к концептуальному моделированию локального информационного пространства, которое явится средой эффективного информационного взаимодействия отдельных его субъектов.

Более тщательный анализ характеристик информационного пространства, совершенствование принципов его построения, структурирование его наполнения позволят повысить степень управляемости банковским учреждением.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ахтырченко К.В., Леонтьев В.В. Распределенные объектные технологии в информационных системах // Системы управления базами данных. – 1997. - №5-6. – С.52 - 64.
2. Грейвс М. Проектирование баз данных на основе XML. – М.: Вильямс, 2001. – 640 с.
3. Некрасова Е. Единство непохожих: интегрированное информационное пространство // СЮ. – 2004. - №6. – С. 1-7.
4. Крылова М.Д. Исследования Единого информационного пространства в книжном деле // Книготорговая газета. – 2004. - №11.
5. Сурков П. Концепция регулирования информационного пространства в США // Законодательство и практика масс-медиа. – 1998. - №12. – С. 17-18.
6. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М.: Аспект-Пресс, 2004. - 352 с.
7. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений. – М.: Логос, 2001. - 240 с.
8. Справочник «Основные понятия и определения прикладной интернетики» - <http://www.nbu.gov.ua/texts/libdoc/01nsaopi.htm>.
9. www.infodesigner.ru.
10. Бабосюк А. Цели и базовые принципы построения корпоративной информационной системы ОАО «Укртелеком» // Деша: Донецкая областная газета связи. – №17 (672), 23.04.-2005.
11. Дворникова Е. Корпоративная информационная система «Эталон» // Открытые системы. – 1998. - № 2. – С. 44-47.