



**Реферат отчета об исследовании по теме:
«Краткий обзор технологических решений для организации
разработки корпоративного интранет-портала компании»**

В современном мире для обеспечения стабильного функционирования и успешного развития бизнеса менеджменту компаний ежедневно приходится уделять внимание стратегическим целям по снижению себестоимости продукции/услуг и повышению эффективности работы. В этой связи одной из важных задач большинства крупных и успешных компаний в мире является налаживание и/или улучшение внутренних коммуникаций, выстраивание четкого взаимодействия с сотрудниками, предоставление им быстрого и качественного сервиса в рамках внутренних процессов.

В качестве одного из инструментов решения подобного рода задач может быть использован корпоративный портал.

Компания может использовать портал для формирования корпоративной культуры, транслирования своих ценностей, а также информирования, объединения и социализации сотрудников с помощью таких функциональных возможностей, как новости, форумы и сообщества, доски объявлений, личный кабинет, хранилище документов, базы знаний и т.д.

В свою очередь порталом пользуется большинство сотрудников компании и делают это каждый день. Обычно портал – это самое часто используемое приложение в компании. Иногда по portalу сотрудники судят, насколько современной и технологичной является компания.

Обладая возможностью решать широкий спектр задач в рамках внутренних (а при необходимости и внешних) процессов, портал играет важную роль в повседневной жизни и становится ключевым элементом всей экосистемы компании.

Данное исследование предполагает обзорное рассмотрение имеющихся на российском рынке инструментов для создания корпоративного портала компании. Обозначены самые распространенные решения как зарубежного, так и отечественного производства, кратко описаны их возможности и перспективы развития.

В течение 2000 годов с развитием технологий на рынке порталов появилось несколько коммерческих решений, компании-разработчики которых сформировали пул основных игроков в этом секторе.

В это же время исследовательская и консалтинговая компания Gartner, разделив имеющиеся решения на вертикальные (специфические приложения и бизнес-функции) и горизонтальные (интегрируют информацию из множества межотраслевых приложений и специфических бизнес-сервисов), начала выпускать свой магический квадрант в области горизонтальных корпоративных информационных порталов.

С 2017 года отчет по данному направлению не выпускается. Это связано с появлением в ИТ-индустрии понятия «Digital Experience Platform» (далее – «DXP») – «Цифровые платформы» (в России еще отсутствует устойчивое выражение, соответствующее понятию DXP), объединяющего в себе продукты и сервисы, позволяющие удовлетворить потребности компаний, проходящих цифровую трансформацию. Решения DXP включают в себя: порталные технологии, системы управления контентом (Content Management System, CMS) и цифровую коммерцию (если необходимо).

В ежегодном отчете аналитиков Gartner представлен магический квадрант, в котором отображена расстановка сил в мире в 2019 году в секторе DXP решений¹.

Если предложенные в квадранте варианты из сегментов «Лидеры» и «Претенденты на лидерство» наложить на российскую специфику рынка ИТ-продуктов, то среди разработчиков порталных решений следует выделить Liferay, а также Microsoft, Oracle и SAP. Остальные участники квадранта частично присутствуют на отечественном рынке как поставщики DXP-решений и не имеют в своих портфолио специализированных продуктов для создания корпоративных порталов.

Все четыре указанных выше компании предлагают на российском рынке платформы для создания корпоративных порталов под требования заказчика (разработка на основе технического задания).

Microsoft Office SharePoint, Oracle Web Center Portal и SAP Enterprise Portal относятся к категории коммерческого ПО, т.е. стоимость владения ими складывается из сумм, затрачиваемых на непосредственно внедрение решения и покупку лицензий для его дальнейшего использования.

Единственным представителем категории открытого ПО является платформа Liferay. При этом Liferay Portal распространяется под двумя видами лицензий, свободной и проприетарной, используя бизнес-модель двойного лицензирования.

Наряду с иностранными компаниями, свои решения в сегменте корпоративных порталов предлагают и российские разработчики. Среди них следует выделить 1С-Битрикс 24, Mail.ru Group и Mirapolis Portal (непрофильное порталное решение, построенное на платформе для управления человеческим капиталом Mirapolis Human Capital Management).

¹ <https://www.bloomreach.com/en/gartner-mq-for-dxp-2020>

На базе коробочной версии 1С-Битрикс 24 осуществлены несколько внедрений в крупных российских компаниях (например, ПАО «Татнефть», АО «Вертолеты России»).

В то же время платформа Mail.ru Интранет, как отдельный продукт, сформировалась лишь в 2018 году и в открытых источниках нет фактов, свидетельствующих о внедрениях решений на ее основе. При этом компания позиционирует свой продукт как превосходящий по качеству и доступности такие аналоги, как MS SharePoint и 1С-Битрикс 24. С другой стороны, платформа Интранет не является основным продуктом компании-разработчика, слабо продвигается на рынке, поэтому сложно сделать вывод о его дальнейших перспективах.

Параллельно с внедрением порталов на основе указанных выше специализированных платформ, на российском рынке уже появились примеры заказной разработки DXР-решений. Это связано с тем, что ни одна из платформ полностью не удовлетворяет потребности заказчиков и, чтобы получить эффективный инструмент для решения большинства имеющихся задач, выбор делается не в пользу адаптации имеющихся на рынке платформ.

Например, для того чтобы собрать все корпоративные услуги как для внутренних, так и для внешних пользователей, компания «Мегафон» (является участником программы «Цифровая экономика») в 2018 году собственными силами разработала DXР-платформу. По результатам реализации, проект был признан успешным и планируется его дальнейшее развитие².

Вторым масштабным проектом, стартовавшим в 2018 году по созданию DXР-решения является разработка портала непрерывного медицинского и фармацевтического образования Минздрава России для нужд ФГБОУ ВО РНИМУ им. Н.И.Пирогова Минздрава России. Портал объединил в себе более чем 200 тыс. пользователей на этапе опытно-промышленной эксплуатации и, по ожиданиям разработчиков, на этапе промышленной эксплуатации сумеет принять более 500 тыс. пользователей³.

Подводя итоги, следует отметить, что все представленные в обзоре решения имеют свои положительные особенности и «минусы», которые следует учитывать при выборе.

Можно выделить несколько важных факторов при определении инструментов для создания корпоративного портала:

- способность удовлетворить требования пользователей и решить задачи компании,
- соответствие масштабу бизнеса – для каждого уровня развития компании (крупная корпорация, средний или малый бизнес) решаемые

²<https://habr.com/en/company/megafon/blog/422181/>

³<https://edu.rosminzdrav.ru>

задачи и возможная нагрузка на портал (с учетом количества работающих в ней сотрудников, объема хранимой информации и пр.) различны,

- характеристики существующей ИТ-инфраструктуры и возможности ее интеграции с выбранной платформой,

- планы по дальнейшему развитию.

В целом, корпоративный портал компании – это своего рода «виртуальный офис», который предназначен не только для обмена информацией между сотрудниками, но для организации совместной работы с документами.

Кроме того, в корпоративных порталах под потребности бизнеса могут быть реализованы различные специфические функции. Исследование опыта внедрений в России показало, что часто компании берут готовое решение и адаптируют его под свои процессы. Вместе с тем, по всей видимости, из-за отсутствия всецело удовлетворяющих современным потребностям решений, некоторые организации самостоятельно разрабатывают индивидуальный и уникальный корпоративный портал.