

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования  
Белорусский государственный университет  
информатики и радиоэлектроники

УДК [004.738.5:339.16]:338.486.2

Салахов  
Роман Александрович

**ВЕБ-ИНТЕГРАЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОЦЕССОВ КАК  
ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ  
КОММЕРЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на соискание степени магистра экономических наук  
по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным хозяйством»

---

Научный руководитель  
Пархименко Владимир Анатольевич  
кандидат экономических наук, доцент

---

Минск 2015

## КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Скачкообразный инновационный прорыв в области телекоммуникационных систем обработки данных явился источником, позволяющим по-новому организовать корпоративные процессы компаний и изменить принципы ведения бизнеса. В современной экономике появилось новое направление – электронная коммерция, реализующееся посредством внедрения в процессы производства, продвижения, продажи и распределения продуктов и услуг информационных систем и технологий.

Объектом исследования являются компании туристической отрасли.

Предмет исследования – корпоративные процессы и способы их интеграции.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Цель и задачи исследования.** Цель исследования – сформулировать последовательность этапов процесса веб-интеграции корпоративных процессов туристической компании, с целью повышения эффективности электронной коммерции. Задачи исследования:

- провести анализ теоретических основ построения корпоративных процессов;
- рассмотреть основные типы решений по интеграции корпоративных процессов;
- сформулировать этапы и элементы веб-интеграции туристической компании;
- предложить методику оценки эффективности электронной коммерции туристической компании;
- на примере веб-интеграции компаний А&А и Островок.ру определить влияние веб-интеграции на эффективность электронной коммерции туристической компании.

**Новизна полученных результатов.** Проведенное исследование отличается научной новизной относительно имеющихся исследований следующим: впервые разработана методика веб-интеграции туристической компании с конкретными рекомендациями по их реализации, дано дальнейшее развитие веб-интеграции корпоративных процессов в целом. На практике определено влияние интеграции корпоративных процессов компаний на эффективность электронной коммерции.

**Положения, выносимые на защиту.** На защиту выносятся следующие положения:

- авторская классификация типов веб-интеграции туристических компаний, в соответствии с которой выделяют: 1. внутреннюю веб-интеграцию; 2. внешнюю веб-интеграцию. В свою очередь внешняя веб-интеграция подразделяется на такие формы, как редирект (ссылки, баннеры, виджеты) и White label (интеграция посредством API, порталов, пользовательских интерфейсов, IFrame). Данная классификация актуальна в виду того, что на сегодняшний день в отечественной литературе нет четкого описания типов и форм интеграции для туристических компаний.

- методика веб-интеграции, которая включает в себя выполнение следующих этапов: 1. подготовительный этап (определение необходимости веб-интеграции, постановка цели и задач веб-интеграции, определение технической и экономической возможности интеграции, определение типа интеграционного решения); 2. реализация процесса интеграции (определение ответственных лиц, согласование и заключение договора, утверждение календарного плана процесса интеграции, техническая реализация интеграции); 3. тестирование и внедрение (техническое тестирование), создание тестовых заказов и устранение ошибок, обучение персонал, включение интеграционного решения в работу компаний; 4. использование интеграционного решения (использование интеграционного решения в работе компаний, устранение возникающих текущих ошибок и дальнейшая отладка системы). В виду того, что процесс веб-интеграции туристических компаний мало изучен, подробное описание процесса интеграции с приведенными рекомендациями по их исполнению, послужат помощью туристическим компаниям в достижении максимального эффекта от процесса веб-интеграции;

- методика оценки эффективности электронной коммерции туристической компании, которая была апробирована на примере веб-интеграции компаний А&А и Островок.ру. Было выявлено, что после осуществления процесса веб-интеграции количество заказов приходящихся на систему электронной коммерции увеличивается, сезонность продаж сглаживается, затраты на 1 заказ из системы электронной коммерции сокращаются. Данные факты послужат положительным примером для других туристических компаний и побудят их на осуществление веб-интеграции.

**Апробация результатов диссертации.** Теоретическая часть диссертация была реализована при осуществлении процесса веб-интеграции компаний А&А и Островок.ру и привела к положительным результатам.

**Опубликованность результатов исследования.** Результаты исследования были опубликованы в материалах практических конференция в области туризма: «Онлайн-продажи отеля: прямые vs агентские» (23 сентября 2014 года), «Отдых МІСЕ» (6 сентября 2014 года).

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из четырех глав. В первой главе дается теоретическое обоснование корпоративных и бизнес-процессов, а так же использования современных IT-технологий для решения задач интеграции. Во второй главе рассматриваются аспекты веб-интеграции, особенности и технологии ее использования. Третья глава посвящена веб-интеграции туристических компаний. Рассмотрены возможности и типы интеграционных решений, сформулирован процесс веб-интеграции туристической компании. В четвертой главе, на примере веб-интеграции туристических компаний А&А и Островок.ру, выявлено положительное влияние осуществление процесса веб-интеграции на повышение эффективности электронной коммерции.

В работе 98 страниц, 40 рисунков, 18 таблиц, 39 источников.

## КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе дается теоретическое обоснование корпоративных и бизнес-процессов, а так же использования современных ИТ-технологий для решения задач интеграции.

Исходя из стандарта ISO 9000:2000, процесс – это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющая ценность для потребителя.

Однозначного разделения терминов «корпоративных-процесс» и «бизнес-процесс» в литературе нет. В большинстве своем, термин «корпоративный процесс» рассматривается как более широкое понятие, нежели «бизнес-процесс». В данной работе под термином «корпоративный процесс» будем понимать совокупность бизнес-процессов компании, выполняющих схожую бизнес-функцию. В свою очередь под «бизнес-процессом» будем понимать последовательность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителя.

Для повышения эффективности и прозрачности выполнения ключевых бизнес-процессов, обеспечения постоянного контроля показателей деятельности и достоверность управленческой информации, увеличения капитализации и инвестиционной привлекательности компании используются различные современные корпоративные бизнес-приложения для интеграции внутренних и внешних корпоративных процессов.

Во второй главе рассматриваются аспекты веб-интеграции, особенности и технологии ее использования.

Под веб-интеграцией понимается форма, методы обработки и представления внутренних и внешних информационных ресурсов организации при помощи Веб-технологий. Веб-интеграция дает возможность более эффективно использовать информационную систему компании, повысить ее управляемость и снизить издержки, контролировать ее внутренние ресурсы, упростить взаимодействие между ее структурными подразделениями.

Третья глава посвящена веб-интеграции туристических компаний. Рассмотрены возможности и типы интеграционных решения, сформулирован процесс веб-интеграции туристической компании.

Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий. Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского

бизнеса практически невозможно без использования современных информационных технологий.

Интеграция информационных систем дает туристическим компаниям такие несомненные конкурентные преимущества, как ведение бизнеса в режиме реального времени с использованием событийно-управляемых сценариев, владение достоверной, полной и своевременно полученной информацией, расширение географии продаж, расширение количества предлагаемых туристических услуг и средств размещения и т.д.

Туристский бизнес, являясь одной из самых динамичных сфер экономики, представляет собой насыщенную информационную отрасль. Другими словами, сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации являются важнейшим и необходимым условием функционирования любого туристского предприятия.

Для эффективного функционирования сервисов бронирования необходимо взаимодействие с другими системами, в частности, для расширения числа поставщиков и автоматизации бизнес-процессов связанных с закупкой и обработкой заказов. С другой стороны, для поставщиков туристических услуг класса B2B выгодно максимизировать число каналов сбыта (количество оптовых покупателей - retailers), которые в данном случае представляют собой сайты и системы он-лайн бронирования, работающие с физическими лицами.

Туристические компании могут использовать всю полноту методов и типов веб-интеграции для достижения поставленных целей, такие как портал-ориентированная интеграция внутри компании, интеграция приложений между предприятиями, интеграция на уровне пользовательского интерфейса, интеграция форм бронирования с использованием Iframe.

Для успешного осуществления процесса веб-интеграции корпоративных процессов туристической компании, необходимо выполнение следующих этапов: 1. Подготовительный этап (определение необходимости веб-интеграции, формулирование цели и задач веб-интеграции, определение технической и экономической возможности интеграции, определение типа интеграционного решения). 2. Реализация процесса интеграции (определение ответственных лиц, согласование и заключение договора, утверждение календарного плана процесса интеграции, программная реализация интеграции). 3. Тестирование и внедрение (программное тестирование), создание тестовых заказов и устранение ошибок, обучение персонала, включение интеграционного решения в работу компаний. 4. Использование

интеграционного решения (использование интеграционного решения в работе компаний, устранение возникающих текущих ошибок и дальнейшая отладка системы). В виду того, что процесс веб-интеграции туристических компаний мало изучен, подробное описание процесса интеграции с приведенными рекомендациями по их исполнению, послужат помощью туристическим компаниям в достижении максимального эффекта от процесса веб-интеграции;

В четвертой главе, на примере веб-интеграции туристических компаний А&А и Островок.ру, выявлено положительное влияние осуществление процесса веб-интеграции на повышение эффективности электронной коммерции компании А&А.

В современной экономической литературе часто используется определение, данное UNCTAD: «Под электронным бизнесом понимаются все формы сделок, связанные с коммерческой деятельностью организаций и физических лиц, которые основаны на обработке и передаче цифровой информации, включая тексты, звуки и визуальные данные».

Веб-интеграция корпоративных процессов положительно влияет на эффективности электронной коммерции компании туристической компании. На примере веб-интеграции компаний А&А и Островок.ру было выявлено, что после осуществления процесса веб-интеграции количество заказов приходящихся на систему электронной коммерции увеличивается, сезонность продаж сглаживается, затраты на 1 заказ из системы электронной коммерции сокращаются. Данные факты послужат положительным примером для других туристических компаний и побудят их на осуществление веб-интеграции.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Благодаря современным информационным технологиям корпоративные процессы туристических компаний могут быть интегрированы и автоматизированы на кардинально новом и эффективном уровне. В ходе написания диссертации, были решены поставленные задачи. Были проанализированы теоретические основы построения корпоративных процессов. Было установлено, что однозначного разделения терминов «корпоративный процесс» и «бизнес-процесс» в литературе нет. В большинстве своем, термин «корпоративный процесс» рассматривается как более широкое понятие, нежели «бизнес-процесс». Под термином «корпоративный процесс» понимается совокупность бизнес-процессов компании, выполняющих схожую бизнес-функцию. В свою очередь под «бизнес-процессом» понимается последовательность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителя.

Было выявлено, что в современных условиях ведения бизнеса, туристической компании невозможно осуществлять свою деятельность без использования современных IT-технологий. Сегодня существует множество программных решений и технологий, позволяющих автоматизировать работу туристической компании. Информационные системы используются в системах бронирования и резервирования, пакетах финансового менеджмента туристических фирм, системах электронной коммерции, системах туроператоров, системах управления гостиничными комплексами, геоинформационных системах.

Были определены основные типы решений по интеграции корпоративных процессов, среди которых интеграция корпоративных приложений в пределах предприятия, интеграция приложений между предприятиями, портал-ориентированная интеграция, функциональная интеграция, интеграция на уровне пользовательского интерфейса.

Интеграция информационных систем дает туристическим компаниям такие несомненные конкурентные преимущества, как ведение бизнеса в режиме реального времени с использованием событийно-управляемых сценариев, владение достоверной, полной и своевременно полученной информацией, расширение географии продаж, расширение количества предлагаемых туристических услуг и средств размещения и т.д.

В работе рассмотрены теоретические основы веб-интеграции. Было определено, что наиболее современным подходом к интеграции данных и приложений является Веб-интеграция. Под Веб-интеграцией понимается

форма, методы обработки и представления внутренних и внешних информационных ресурсов организации при помощи веб-технологий. Существует несколько классических типов веб-интеграции: интеграция на уровне представления, интеграция на уровне функциональности, интеграция на уровне данных и комплексная интеграция.

Туристические компании могут использовать всю полноту методов и типов веб-интеграции для достижения поставленных целей. Автором предложена собственная классификация типов веб-интеграции туристических компаний, в соответствии с которой выделяют: 1. внутреннюю веб-интеграцию; 2. внешнюю веб-интеграцию. В свою очередь внешняя веб-интеграция подразделяется на такие формы, как редирект (ссылки, баннеры, виджеты) и White label (интеграция посредством API, порталов, пользовательских интерфейсов, IFrame).

Была достигнута поставленная цель. Автором сформулирована последовательность этапов процесса веб-интеграции корпоративных процессов туристической компании, с целью повышения эффективности электронной коммерции.

Для успешного осуществления процесса веб-интеграции корпоративных процессов туристической компании, необходимо выполнение следующих этапов: 1. Подготовительный этап (определение необходимости веб-интеграции, формулирование цели и задач веб-интеграции, определение технической и экономической возможности интеграции, определение типа интеграционного решения). 2. Реализация процесса интеграции (определение ответственных лиц, согласование и заключение договора, утверждение календарного плана процесса интеграции, техническая реализация интеграции). 3. Тестирование и внедрение (техническое тестирование), создание тестовых заказов и устранение ошибок, обучение персонала, включение интеграционного решения в работу компаний. 4. Использование интеграционного решения (использование интеграционного решения в работе компаний, устранение возникающих текущих ошибок и дальнейшая отладка системы). В виду того, что процесс веб-интеграции туристических компаний мало изучен, подробное описание процесса интеграции с приведенными рекомендациями по их исполнению, послужат помощью туристическим компаниям в достижении максимального эффекта от процесса веб-интеграции.

Для эффективного осуществления процесса веб-интеграции для туристических компаний автором были сформулированы краткие советы по веб-интеграции.

Методика осуществления интеграции корпоративных процессов была реализована на практике веб-интеграции компаний А&А и Островок.ру.

Автором была предложена методика оценки эффективности электронной коммерции туристической компании, которая была апробирована при оценке экономической эффективности электронной коммерции А&А.

Проведенный анализ эффективности электронной коммерции компании А&А показал, что процесс веб-интеграции с компанией Островок.ру является эффективным, т.к. инвестиции окупятся уже в следующем году. Чистый дисконтированный доход за 4 года реализации проекта составит 3 802 161 руб. С внедрением веб-интегрированного решения маржа на 1 заказ увеличилась на 10,5 %, затраты на 1 заказ сократились на 33%. Так же было установлено, что после осуществления процесса веб-интеграции количество заказов приходящихся на систему электронной коммерции увеличивается, сезонность продаж сглаживается, затраты на 1 заказ из системы электронной коммерции сокращаются. Таким образом, можно судить, что интеграция корпоративных процессов компании А&А и Островок.ру привела к повышению эффективности электронной коммерции компании А&А.

## СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ

[1] Салахов, Р.А. Зависимость продаж в отеле от технического прогресса агентств-консолидаторов / Р.А. Салахов // Материалы международной конференции TravelLine для отельеров «Онлайн-продажи отеля: прямые vs агентские» (23 сентября 2014 года). Москва, 2014. / ООО «Трэвел Лайн Групп».

[2] Салахов, Р.А. Этапы веб-интеграции туристической компании / Р.А. Салахов // Материалы 21-й международной конференции «Отдых MICE» (6 сентября 2014 года). Москва, 2014.

Библиотека БГУИР