

Řízení zpravodajského systému ve skupině Unipetrol

Petr DUDEK

Unipetrol Services s.r.o., Litvínov
petr.dudek@unipetrol.cz

INSOURCE 2008: konference o profesionálních informačních zdrojích
pro obchod, management, marketing a průzkum trhu
Praha, 5. – 6. 2. 2008

Abstrakt

Příspěvek je analytickým pohledem na letité zkušenosti autora z budování jednotného informačního prostředí pro sdílení externích informačních zdrojů ve skupině Unipetrol. Shrnuje vývoj tohoto prostředí od jeho počátků v roce 1997 až do současnosti. Konfrontuje základní prostředí, v němž celý systém vznikal, s jeho současným obsahem a uživateli. Dozvíte se tak, jak by měl takový systém využívat manager, jak běžný uživatel a jak pokročilý uživatel – analytik.

Autor poukazuje na měnící se podmínky, jak na straně skupiny Unipetrol, tak i na straně dodavatelů informačních zdrojů, s nimiž je nutné při budování takového systému počítat. Dozvíte se, kdo jsou hlavní uživatelé systému i jak je systém využíván. Přibližuje použití statistik přístupů pro řízení portfolia informačních zdrojů i řízení licenční politiky. Zabývá se též možnostmi personalizace i způsoby, které mají uživatelům zjednodušit práci se systémem. A v neposlední řadě se zabývá způsoby promotion, kterými si systém získává další nové uživatele.

Autor též nastoluje otázky, kam by se měl systém dále ubírat i jaké nové funkce a nástroje má smysl budovat.

Text

1. Úvod

Zpravodajský systém se ve skupině Unipetrol začal budovat od samotného počátku jejího fungování v roce 1996, i když společnost UNIPETROL, a.s. vznikla právně již o rok dříve. Pojem zpravodajský systém zde prosím chápejme v širším slova smyslu – je to rozsáhlý systém, který umožňuje získávání, sdílení a analýzu informací i řízení sdílených informačních zdrojů. Součástí systému je nejen jeho samotný obsah, ale i hardware, software a řada pravidel pro řízení informací a informačních zdrojů.

Systém má za sebou více než desetiletou historii, během níž se postupně vyvíjel a zdokonaloval. V počáteční fázi šlo „jen“ o analýzu informačních potřeb a návrh budoucí struktury systému. Následovalo několikaleté období řízení a optimalizace společně nakupovaných informačních zdrojů. V roce 2003 byla na základě získaných zkušeností nasazena první verze intranetového řešení, které zajišťovalo přístup ke všem sdíleným informačním zdrojům. Intranet byl nasazen zpočátku pouze v UNIPETROL, a.s., od roku 2004 však již fungoval v rámci celé skupiny. První verze, kterou tvořily desítky pevných HTML stránek, svázaných pomocí tzv. rámců, byla v roce 2006 nahrazena modernější verzí, založenou na redakčním systému s dynamicky generovanými stránkami.

Tolik stručně o historii celého systému, který se Vám dále pokusím představit detailněji, a to z několika pohledů.

2. Rámec projektu

Vývoj, rozsah a implementace podobných projektů ovlivňuje prostředí, ve kterém jsou tyto projekty realizovány. Stejně to bylo i s vývojem tohoto systému, který vznikl v prostředí velmi dynamických změn, které se odehrávaly ve skupině Unipetrol. Mám na mysli především změny ve vnitřních organizačních strukturách jednotlivých společností skupiny, změny v uspořádání skupiny jako takové, ať už byly vyvolané akvizicemi nebo divesticemi a v neposlední řadě též zdlouhavý privatizační proces, kdy se až na druhý pokus podařilo skupinu zprivatizovat.

Informace a informační zdroje, které popisovaný systém zpřístupňuje, jsou tématicky velmi rozsáhlé, od obchodně-ekonomických témat, přes bezpečnost, legislativu a životní prostředí až po zdroje určené pro vědu a výzkum. Geograficky jsou informace sledovány podle jejich typu, některé typy informací jsou sledovány pouze v rámci nejbližšího okolí naší republiky nebo v rámci Evropy, jiné jsou sledovány globálně, tj. bez geografického omezení.

V současné době tvoří základ skupiny Unipetrol 12 společností (celkový počet společností je však větší) s celkovým počtem zaměstnanců cca 4 000 a s ročními výnosy přesahujícími 95 mld. Kč. Společnosti skupiny se zabývají rafinérským zpracováním ropy (výrobou, obchodem, provozem čerpacích stanic) a dále výrobou a obchodem s petrochemickými komoditami, polymery a hnojivy. Jiné společnosti se zabývají aplikovaným výzkumem. K projektu se postupně připojila většina společností skupiny. Lze říci, že dnes využívají zpravodajský systém všechny společnosti skupiny, pro které má jeho využití smysl. Na počátku (1997 – 1999) byly do projektu zapojeny „jen“ 4 společnosti, v roce 2005 to bylo již 15 společností a dnes je to celkem 11 společností skupiny. Úbytek byl zapříčiněn zjednodušením organizační struktury skupiny a odprodejem některých společností.

Z důvodu sledování vývojových trendů musíme tématicky sledovat i některé oblasti, které jsou pro naše společnosti zdánlivě okrajové. Patří sem např. sledování trendů o těžbě a zásobách ropy, uhlí, zemního plynu, o energetice, trendy ve zpracování plastů a v poslední době též biopaliva.

Pro svou práci využíváme řadu informačních zdrojů, které můžeme členit podle různých kritérií:

- tématicky (obchodně-ekonomické, vědecko-výzkumné, legislativní, technologické, ...)
- oborově (energetické suroviny, rafinérské zpracování ropy, petrochemie, polymery a elastomery v primární formě, hnojiva, čerpací stanice, zpracování plastů, biopaliva,)
- podle aktualizace (denní, týdení, měsíční, čtvrtletní, roční, nepravidelná, ...)
- podle míry detailu (bibliografické, abstraktové, full-text, full-image, ...)
- podle jazyka (české, slovenské, anglické, ruské, ...)
-

3. Technologie

I když se nechci detailně zabývat technologickým řešením projektu, rád bych zde uvedl alespoň stručný nástin technologického vývoje.

Použité technologie, nasazené v jednotlivých letech, jsou do značné míry kompromisem mezi technologickými možnostmi, našimi potřebami a náklady na pořízení příslušné technologie. Přitom platí, že ve většině případů jsou skutečné potřeby na mnohem nižší úrovni ve srovnání s nejlepším technickým řešením a podobně se od sebe diametrálně odlišují přání mít hi-tech řešení a skutečné potřeby.

V počáteční fázi, kterou můžeme časově zařadit do let 1997 – 2003, jsme vystačili s jedním terminálovým serverem (Citrix WinFRAME 1.7). Tento server zprostředkoval přístup ke sdíleným databázím, distribuovaným na CD nosičích nebo disketách. Tehdy bylo takto řízeno cca 20 aplikací a společnosti k serveru přistupovali přes síť, která měla relativně nízkou propustnost (od vytáčeného připojení 14,4 kbit/s až po pevné linky s propustností od 64 kbit/s). I při těchto malých rychlostech bylo možné s většinou sdílených databází pohodlně pracovat. Odezvy na běžné reakce uživatele se měřily na jednotky sekund, nejdelší pak byly do 20 s (např. najetí některé aplikace). Daleko větším problémem byl tisk. Jednak bylo nutné po pomalé síti při tisku přenést větší množství nekomprimovaných dat, jednak v poslední části tohoto období byla ve společnostech nasazována nová tisková zařízení, pro která chyběly příslušné tiskové ovladače. Serverový software byl již morálně zastaralý a nestačil ani novým tiskovým zařízením ani novým verzím ovládacího softwaru některých databází. Velmi náročné bylo též zajištění přístupu k jednotlivým databázím (a provádění případných změn) ve společnostech skupiny, protože každá z těchto společností měla v té době svůj vlastní interní systém a pravidla. Dalším z problémů bylo náročné udržování účtů jednotlivých uživatelů.

Druhá fáze, kterou můžeme datovat lety 2003 – 2006, byla charakteristická především nasazením prvního společného komunikačního rozhraní – intranetu. Zatímco v roce 2003 byla první verze intranetu nasazena pouze v holdingové centrále, od dubna 2004 je intranet provozován ve všech společnostech, které se k projektu připojily (v některých společnostech paralelně s podnikovým intranetem). Intranet byl velmi jednoduchý, tvořený pouze pevnými HTML stránkami, které byly řízeny pomocí technologie rámců. I přes svou jednoduchost plnil svůj účel, a to jednotný přístup ke sdíleným informačním zdrojům v rámci celé skupiny. Použití intranetu bylo omezeno pouze na společnosti a uživatele, napojené do WAN skupiny Unipetrol. To znamená, že se uživatel nemohl přihlásit např. z domova. Velkou výhodou tohoto intranetu byla datová nenáročnost, odezvy uživatelů byly prakticky okamžité i na pomalejších sítích. Naopak nevýhodou byla nulová personalizace, tj. všichni uživatelé „viděli“ všechny databáze, tj. i ty, na které se nemohli připojit. Další novinkou druhé fáze bylo nasazení druhého terminálového serveru s modernějším systémem. Nový server převzal přístup k databázím, jejichž provozování bylo na starém serveru již problematické. Problémy s tiskem, známé z první fáze, přetrvávaly i v tomto období, stejně jako náročná údržba účtů jednotlivých uživatelů.

Třetí fáze, která probíhá v letech 2006 do současnosti, je charakteristická nasazením zcela nové technologie, a to jak po stránce hardware, tak i software. Nyní je celý systém řízen prostřednictvím dvou serverů, z nichž jeden je terminálový a druhý intranetový. Terminálový server zpřístupňuje sdílené databáze, distribuované na CD/DVD nosičích. Na intranetovém serveru je provozován upravený redakční systém phpRS (Open Source), který nám zajišťuje jednotné personalizované intranetové prostředí. Tento

nový intranet je již založen na dynamických HTML stránkách, jejichž vzhled a obsah lze do značné míry personalizovat. Kromě zcela nové kvality celého řešení jsme tak získali i jednodušší správu uživatelských účtů, universální možnost tisku do PDF z jakékoli databáze (pokud selhává tisk na tiskárnu), personalizované řízení přístupu ke sdíleným databázím podle licence a možnost přístupu k jakékoli databázi i mimo WAN Unipetrolu (z domova, ze služební cesty, ...).

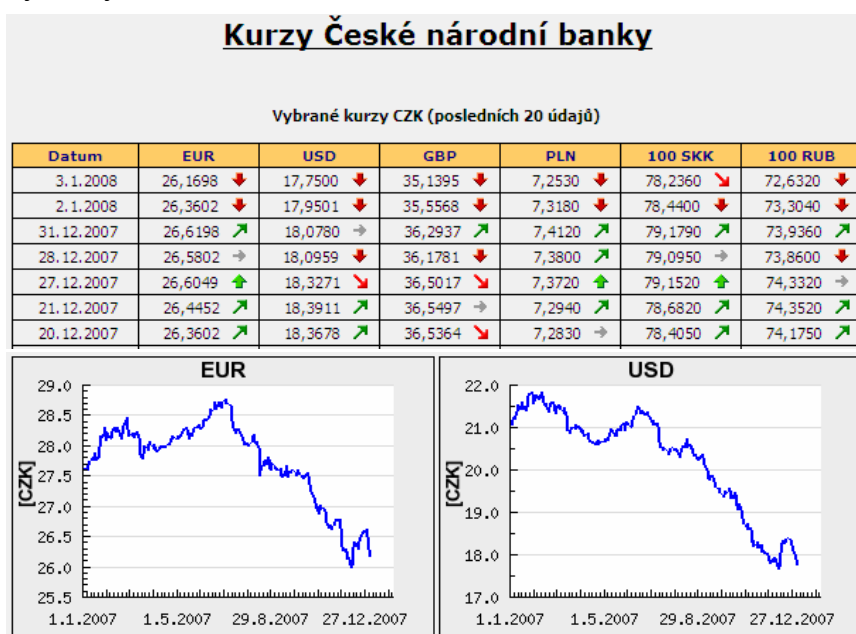
Čtvrtá fáze, která byla zahájena v letošním roce, spočívá především v optimalizaci celého systému, v ještě větší míře personalizace, v nasazování alternativních kanálů pro přístup k obsahu intranetu a k začlenění tohoto intranetu do jednotného intranetu skupiny Unipetrol.

4. Hlavní části projektu

Zpravodajský servis, který má českou a anglickou jazykovou mutaci, obsahuje následující hlavní části:

- o **zpravodajství z oboru**
denní monitoring vybraných cca 30 zpravodajských zdrojů; články jsou vybírány, klíčovány a vkládány pětičlennou redakční radou; články se v systému vyskytují jako abstrakt, full-text nebo full-image – to závisí na zdroji a licenci; systém umožňuje rychlé nebo podrobné vyhledávání a filtraci článků; nastavené profily si lze uložit do oblíbených položek

- **kalendář akcí**
nepravidelně aktualizovaný přehled konferencí, seminářů a výstav z oboru se základními informacemi o akci a linkem na její stránky
- **novinky**
informace o novinkách v servisu (aktualizace databází, nové manuály, nové funkce, ...)
- **aktuality z agentur**
každou hodinu aktualizovaný RSS agregátor s vybranými agenturními zdroji, které se liší podle jazykové mutace servisu
- **rychlé informace o vybraných cenách akcí, kurzech měn a cenách komodit**
podrobnější informace na samostatných stránkách obsahuje tabulku aktuálních cen, graf ročního vývoje a 10 aktuálních článků k dané akci, kurzu, komoditě; na hlavní stránce je tzv. cenový radar s rychlým náhledem na aktuální hodnoty vybraných ukazatelů



- **specializované stránky s linky na portály**
(obecné portály typu Google, Yahoo, Seznam; e-business; „neviditelný“ web; specializované chemické portály; telefonní seznamy)
- **tématické stránky s linky na free vybrané zdroje na internetu**
stránky jsou členěné v přehledném tématickém menu

Mezinárodní obchod

EUROSTAT

"Easy Comext" (or Easy XTnet) is an HTML based interface giving to the public at Eurostat's External Trade database.

Links to User Guides:

- Quick Guide for Easy Comext (updated 4.11.2004)
- User Guide 2006 (updated 23.3.2006)

UN COMTRADE

The United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade) contains detailed imports and exports statistics reported by statistical authorities of close to 200 countries or areas. It concerns annual trade data from 1962 to the most recent year. The database is continuously updated.

- **stránky s přístupem na sdílené databáze na terminálovém serveru**
stránky jsou začleněné do přehledného tématického menu



- **stránky s přístupem na sdílené on-line databáze**
stránky jsou začleněné do přehledného tématického menu; obsahují i tzv. remote přístup pro přístup z místa mimo WAN Unipetrol
- **užitečné informace**
stránky s informacemi o počasí, dopravě, mapách, ubytování, stravování a kulturním vyžití

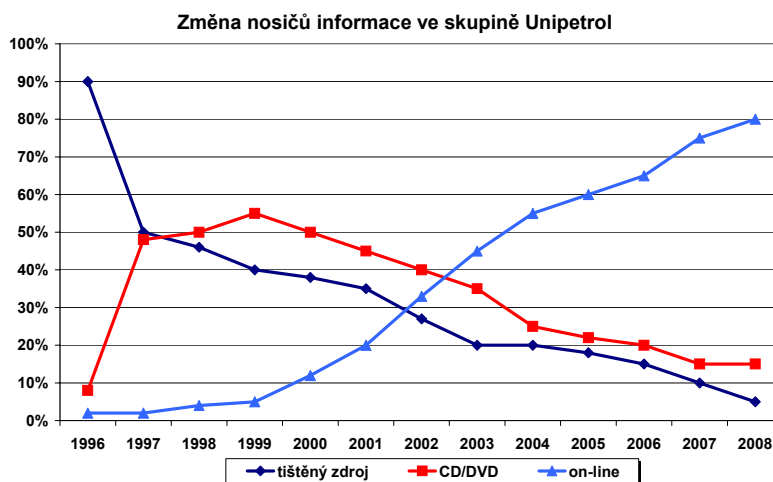
5. Hlavní vývojové trendy

V průběhu více než 10ti let života projektu lze sledovat určité typické vývojové trendy. O některých z nich se zde zmíním.

Typy nosičů informace

Zatímco v počátku projektu (1997) byli uživatelé zvyklí pracovat převážně s tištěnými informacemi a databáze na disketách nebo CD nosičích byly spíše výjimečné, v současné době pozorujeme razantní přechod k využívání on-line informačních zdrojů.

Tištěné zdroje se u našich uživatelů prakticky ztrácí (i zájem o ně) a většina databází, které byly distribuovány na CD/DVD nosičích je již nabízena on-line. Do on-line zdrojů přitom řadíme jak pravidelně využívané free zdroje na internetu (např. Eurostat, EurLex, ...), tak především předplacené přístupy do databází.



Způsob práce s informacemi

V souvislosti s uvedeným trendem je celkem pochopitelné, že se stále větší oblibě těší elektronické časopisy a některé typy knih. Uživatelé ustupují od dříve převažujícího listování v časopisech a hledání „něčeho zajímavého“. V současnosti se stále více přiklání k elektronickým verzím, ve kterých naleznou potřebnou informaci rychleji. Díky novým možnostem (e-mail alerty, RSS) si mohou nechat posílat obsahy časopisů a tak částečně nahradit dříve oblíbené listování. K této změně jsou uživatelé též nuceni stále

větším tlakem na zvyšování produktivity, kdy na běžné prohlížení časopisů jim již nezbyvá čas.

Obliba elektronických verzí stoupá také díky značnému pokroku v digitalizaci, kdy má uživatel k dispozici rovnou plné texty (či dokonce full-image) nebo je na pár kliknutí získá pomocí některého typu Document Delivery Service, přičemž plné texty jsou dnes již přístupné i u starších ročníků časopisů a novin.

Technologický pokrok

Zatímco v roce 1996 byly pevné HTML stránky na internetu standardem, dynamické stránky si mohlo dovolit jen pár bohatších nebo technologicky zdatnějších firem. Dnes je situace opačná. Dynamické stránky jsou naprostou samozřejmostí a pro další vývoj nutností. Současné trendy přejí různým typům portálových řešení (Document Management Systems, Content Management Systems, redakční systémy, ...). Velkou oblibu si získal Open Source software, který využívají i velké nadnárodní společnosti.

Personalizace

Zatímco v počátcích projektu jsme si mohli o nějaké sofistikované personalizaci nechat zdát, v současnosti je to realita a nutnost. Důvodem je stále větší přehlcení informacemi a snaha přinést uživateli na monitor jen to, co opravdu potřebuje. Objevují se tak různé typy inteligentních systémů, které jsou schopny „se učit“ a na základě požadavků uživatele mu automaticky „vylepšují“ jeho pracovní prostředí. K tomu můžeme přičíst obrovský rozmach nových služeb typu informační alerty, RSS, mobilní řešení informačních systémů a podobné.

Náš servis prochází v tomto období první fází personalizace, ve které se soustředujeme především na personalizaci ovládání a e-mail alerty. Ve druhé fázi, kterou plánujeme zahájit ve druhé polovině tohoto roku, budeme klást hlavní důraz na větší personalizaci obsahu a doplňkové služby typu RSS, WAP, PDA.

Multizdrojová řešení

Informační producenti přichází na trh s informačními zdroji, které v sobě agregují stovky a tisíce dílčích databází/zdrojů. Příkladem takových řešení je/bylo Reuters Business Briefing, Dialog NewsRoom, Thomson Gale InfoTrac, Factiva, ...

Výhodou těchto řešení je nesporně většinou přijatelná cena, nevýhodou může být různě velké časové informační embargo (zprávy z některých zdrojů jsou do produktu vkládány se zpožděním) a také to, že producent může přestat aktualizovat některý oblíbený informační zdroj, přičemž důvody mohou být různé (zánik zdroje, neobnovení kontraktu s vydavatelem, ...).

V poslední době přichází producenti na trh s řešeními, která v sobě jednak kumulují více informačních zdrojů, navíc však obsahují inteligentní nástroje pro vyhledávání, třídění a vizualizaci nalezených informací. Tato řešení jsou sice velmi drahá, ale jejich přidaná hodnota v podobě vizualizačních nástrojů, významně usnadňujících analýzu informací, je nesporná. Příkladem takových řešení je Thomson Pharma, Thomson Innovation, STN Anavist, Reuters 3000 Xtra, Systém sledování vazeb od Creditinfo Solutions, ...

6. Zákazníci

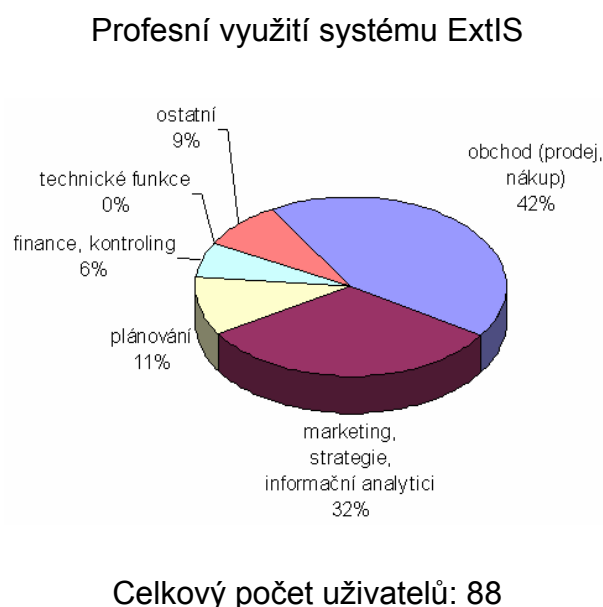
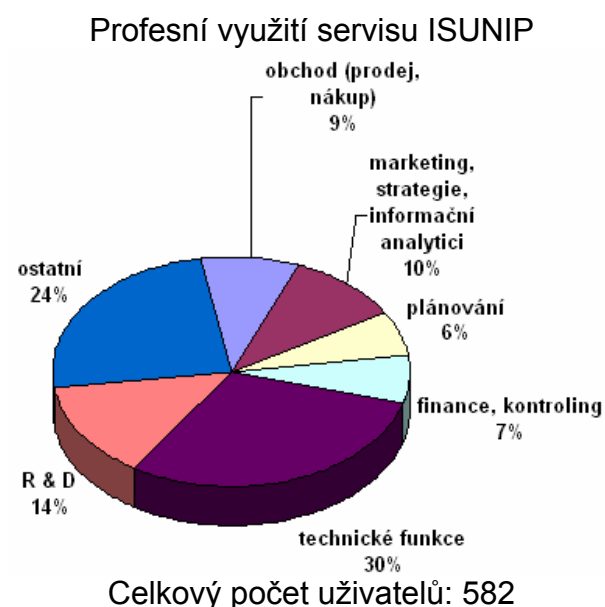
Při řízení takového servisu je důležité získávat zpětnou vazbu od svých uživatelů. Tu můžeme získat buď přímo pomocí rozhovorů, korespondence, diskuse na seminářích, knihy návštěv, v rámci pomoci při řešení problémů či cílenými dotazníky. Mnoho užitečných informací nám však poskytnou i nepřímé metody, založené zejména na analýze statistik přístupů.

V rámci servisu máme nasazený statistický modul, který nám poměrně detailně sleduje využití jednotlivých částí servisu, včetně přístupů k placeným sdíleným informačním zdrojům. Naše statistiky dále doplňujeme o statistiky využívání on-line zdrojů, které získáváme přímo od dodavatelů. Získané statistiky pravidelně analyzujeme a využíváme především pro tyto účely:

- řízení licenční politiky u placených zdrojů (optimalizaci nákladů)
- řízení samotné potřeby informačních zdrojů (obnovu předplatného)
- segmentaci uživatelů (důležité pro personalizaci servisu)
- přípravu seminářů (volbu vhodných témat a oslovení správných uživatelů)
- oslovení „správných“ uživatelů při nabídce zkušebních přístupů k novým zdrojům
- řízení podílu jednotlivých společností na nákupu informačních zdrojů

Z přímých metod se nám zatím osvědčily rozhovory s uživateli, diskuse na seminářích a informace získané při řešení různých problémů. Naopak negativní zkušenosti máme s knihou návštěv a s cílenými dotazníky. I když se snažíme, aby se naši uživatelé více aktivně zapojili do tvorby servisu (knihy návštěv, komentáře k článkům, výzvy na seminářích, ...), zatím se nám nedaří probudit jejich zájem o aktivnější spolupráci.

Při provádění analýz uživatelů se především zaměřujeme na analýzu jednotlivců a kumulovanou analýzu podle společností. Prováděli jsme však i analýzu, při které jsme doplnili k jednotlivým uživatelům jejich profesní zařazení. Příbuzná profesní zařazení jsme potom sdružili do skupin. Příklad výstupu z takové analýzy ukazují obrázky.



Uvedené poznatky jsou důležité, protože zcela jiný přístup k servisu bude mít manager, jiný „standardní“ uživatel a jiný analytik. Tyto tři základní skupiny obvykle vyžadují také odlišné nástroje pro práci se servisem. Zatímco manažer potřebuje rychlé výsledky v kompaktní formě, které získá co nejrychleji, „standardní“ uživatel potřebuje informace poněkud detailnější. Vyžaduje k nim však též jednoduchý a poměrně rychlý přístup. Na

opačném straně stojí analytik, který potřebuje detailní informace a je ochoten obětovat více času k jejich získání a zpracování. Je též ochotnější učit se nové postupy a metody získávání i analýzy informací ve srovnání s předchozími typy uživatelů.

7. Promotion

Má-li ve firemním prostředí podobný projekt úspěš, musí splňovat řadu kritérií, která závisí na zaměření projektu, jeho velikosti, firemní kultuře a podobně. Jedním z těchto kritérií je i správné promotion, či-li propagace projektu. Tu zajišťujeme několika způsoby:

- odkazy na servis v předkládaných zprávách a analýzách
- odkazy na servis v rámci diskuzí při jednáních a poradách
- pravidelné pořádání seminářů (děláme dva a připravujeme třetí typ seminářů)
 - základní (získání přehledu o kompletní nabídce servisu; základní logika servisu a základy vyhledávání)
 - specializovaný (obchod a ekonomika, R&D, legislativa; podrobné metody vyhledávání a zpracování informací)
 - miniseminář (krátký a velmi úzce zaměřený; připravujeme)
- obsah (odborný, aktuální a zajímavý obsah je nejlepší reklamou)
 - aktuální články (denní aktualizace)
 - aktuální kurzy měn
 - užitečné informace (ceny PHM na čerpacích stanicích, předpověď počasí, turistické mapy a portály, vytížení silnic a dálnic, ...)
 - je nutné udržet odbornost obsahu („bulvární“ typ obsahu sice více láká uživatele, ale pouze krátkodobě)
- dalším nástrojem propagace je předvádění nových zajímavých funkcí, které uživateli zpříjemní práci (ukládání profilů do oblíbených položek, e-mail alerty, RSS kanály, WAP, PDA, ...)

8. Jak dále?

Zpravodajský servis je „stále živý“ systém a jako takový se neustále vyvíjí. Neplatí zde, že něco vybudujeme a několik let na to nemusíme sáhnout. Mění se naše potřeby, mění se i technologie kolem nás a tomu musíme neustále přizpůsobovat zpravodajský servis, aby z něj byl stále nástroj, který nám při práci pomáhá.

Důležité je udržet servis aktuální, tj. mít systém pravidel a postupů, který zajistí pravidelnou aktualizaci servisu a jeho využívání v rámci běžných firemních procesů (plánovací procesy, aktualizace strategie, reporting, ...).

V nejbližším období připravujeme větší personalizaci servisu, kdy se kromě ovládnutí a e-mailových alertů soustředíme na personalizaci obsahu a dalších kanálů typu RSS, WAP, PDA. Naším cílem je přinést uživateli jednoduchou volbu způsobu dodávky informací. Tyto nové možnosti musí být jednoduché na údržbu a musí být jednoduché i pro uživatele z hlediska volby a nastavení.

Připravujeme celou řadu miniseminářů, které budeme provádět v jednotlivých společnostech. Minisemináře budou krátké, velmi úzce zaměřené a budeme na ně zvat velmi úzkou skupinu uživatelů.

Dále na letošní rok připravujeme najetí služby typu Help Desk, kdy bude pracovník ve formě chatu připraven řešit s uživateli konkrétní problém (orientace v servisu, nalezení informace, typ na informační zdroje, pomoc při analýze informací, ...). V této souvislosti postupně vznikne i jakási databáze typu Knowledge Base či Best Available Techniques.