

Centralna baza informacija kao usluga u svijetu telekomunikacija

Vujadin Lukić

Sadržaj — Pravljenje baze podataka i pratećeg softvera koji će omogućiti korisnicima bilo kojih telekomunikacionih usluga jednog operatera da mogu da se reklamiraju, nude svoje usluge i proizvode i da mogu da prave oglase bilo koje vrste omogućiti će tom operateru da ima primat nad ostalim operaterima. Ta usluga bi bila besplatna i kao poklon svakom svom korisniku bilo koje usluge, a osim toga korisnici više ne bi morali da te usluge traže od nekoga drugog i da na internetu gube mnogo vremena na pretraživanju. Naravno bazu podataka bi popunjavali sami korisnici te baze. Korisnici bilo kojih usluga operatera mogli bi koristiti tu uslugu dok bi drugi subjekti imali samo mogućnost pregledanja te baze podataka.

Ključne reči — GIS ,internet, centralna baza informacija

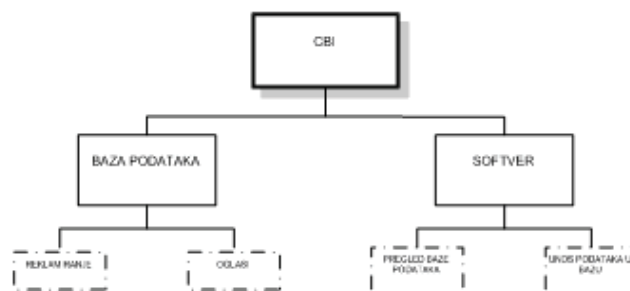
I. UVOD

Razvoj nauke i tehnologije omogućio je ubrzani razvoj u svijetu telekomunikacija. Ono što je samo pre par godina bilo nezamislivo i o čemu se maštalo postalo je dio stvarnosti. Razvoj telekomunikacija ide uglavnom u smjeru da se omogućiti što bolji protok informacija gledano i kvantitativno i kvalitativno. U tom smjeru su uložena ogromna sredstva i naravno mnogo je i postignuto. Nabrojati razvijene tehnologije i sve mogućnosti koje pružaju telekomunikacioni sistemi zahtjevalo bi malo više vremena i napora, a i znanja. Međutim, baviti se protokom informacija, a ne pokušati iskoristiti taj protok informacija i u nekom drugom smislu je isto što i usmjeravati tok rijeke, a nikad ne pokušati iskoristiti taj tok kao, na primjer, pokretačku snagu ili pak kao mogućnost odmora i rekreacije ili nešto drugo. Naravno, ovdje se ne misli na zloupotrebu informacija koje se prenose preko sistema telekomunikacija, nego o samim tokovima informacija i samom sistemu telekomunikacija. Svima je poznato da je na današnjem stupnju razvoja čovječanstva informacija postala najtraženija roba. Otuda je u posljednje dve decenije i nastupila ekspanzija razvoja informacionih tehnologija. Takođe, treba istaći da su ograničeni kapaciteti naše planete, a brojnost ljudske populacije sve veća. Ono što je pre par godina bilo beznačajno to sada poprima važnost jer znači nečiju egzistenciju, odnosno opstanak. I informacija kao roba doživljava te transformacije. Informacije tipa „Kako se zaposliti?“, „Šta

proizvoditi?“ „Kome prodati robu?“ i slično nekada su bile lako dostupne, ali danas postaju ozbiljan problem ljudske civilizacije. Sve više postoji potreba za formiranjem Centralne Baze Informacija (CBI), koja bi funkcionisala slično Geografskom Informacionom Sistemu (GIS), koji u sebi sadrži elektronsku bazu svih geografski orjentisanih podataka. CBI bi bila softverska baza podataka koja bi omogućavala fizičkim i pravnim licima da unose i uzimaju potrebne informacije. Svako bi bio odgovoran za tačnost svojih informacija. Naravno, postoje baze podataka koje imaju koncept sličan CBI, međutim, svako pravi bazu podataka na način kako mu odgovara i kako zna. U to se možemo uvjeriti kada na internetu tražimo neku informaciju. Nekada je potrebno mnogo truda i muke da bi se došlo do prave informacije. Svako ozbiljno društvo bi trebalo da ima CBI koja bi služila kao servis građanima, a od toga bi, pored pojedinačne koristi za građane korist moglo imati i društvo u cjelini.

II. ORGANIZACIJA I FUNKCIONISANJE CBI

CBI bi se sastojao od dobro organizovane baze podataka i softvera koji bi omogućavao pregled baze podataka i unos podataka (Slika 1.).



Slika 1. Organizacija CBI

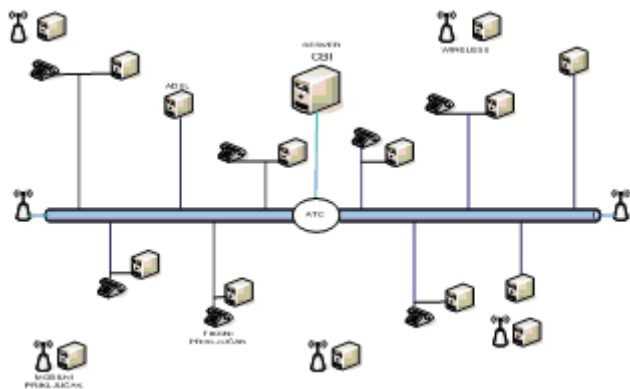
CBI treba da omogućiti korisnicima bilo kojih usluga jednog operatera da mogu da se reklamiraju, nude svoje usluge i proizvode i da mogu da prave oglase bilo koje vrste. Prema tome baza podataka treba da omogućiti unos tekstualnih, grafičkih, audio i video podataka, a koji će se unositi kroz dva bitna segmenta organizacije baze podataka: reklamiranje i oglasi (Slika 1.). Reklamiranje bi se ogledalo kroz prezentacije, pri čemu bi se početna informacija o reklami ciklično po definisanom redoslijedu pojavljivala u definisanim dijelovima Web stranice, a klikom miša bi se prezentacija mogla pregledati ili eventualno potražiti. Oglasi bi imali klasičnu organizaciju kakvu imaju oglasi na mnogobrojnim Web stranicama. Naravno i operater bi mogao Web stranicu iskoristiti za svoje reklamiranje. Prateći softver treba da omogućiti pregledanje reklama i oglasa, kao i unos informacija,

Vujadin Lukić Autor, Telekom Srpske, Republika Srpska, Bosna i Hercegovina (telefon: 387-65-513813; faks: 387-56-263011; e-mail: vujadin.lukic@mtel.ba).

odnosno podataka (Slika 1.). Operater bi bio odgovorn za organizaciju baze podataka, rad softvera i da ne bi bilo zloupotreba ove usluge, a koje bi se odnosile na zakonsku regulativu, a korisnici usluge bi bili odgovorni za informacije, odnosno podatke koje bi unosili u bazu podataka.

Poznato je da operateri u velikoj mjeri koriste GIS. Ukoliko bi se CBI povezala sa GIS-om to bi dalo jednu novu dimenziju CBI. Naime, u GIS bazi podataka trebalo bi da se nalazi svaki korisnik usluga operatera, sa zadatom lokacijom. Na osnovu pristupnih šifara koje korisnik mora imati da bi pristupio CBI odmah se zna o kom je korisniku riječ, a iz baza podataka zna se adresa i ostali podaci, kao i njegova lokacija (na osnovu GIS-a). To znači da bi se neke mogućnosti GIS-a, kao što je analiza prostornih preklopa i evaluaciona analiza mogle iskoristiti da bi CBI dobila na većem kvalitetu. Na primjer, ukoliko neko kupuje 100 ovaca danas će teško naći jednog čovjeka koji ima toliki broj ovaca. Da traži preko interneta na način kako je to sada koncipirano utrošiće mnogo truda sa neizvjesnim ishodom. Ukoliko postoji povezanost CBI i GIS-a postoji mogućnost da na prihvatljivom širem području postoji toliki broj ovaca kod više različitih ljudi. Treba istaći da podatke koje sadrži CBI, po konceptu može da sadrži i GIS pa se može postaviti pitanje zbog čega koncept CBI kada već postoji GIS. Poznato je da unos podataka u GIS zahtjeva radnike specijaliste za takvu vrstu posla, a CBI je zamišljen kao softverska baza podataka za širu populaciju koja ne mora da posjeduje velika informatička znanja, to jest unos podataka mora biti pojednostavljen i prilagođen toj populaciji ljudi.

Način funkcionisanja CBI je prikazan na Slici 2.. Dakle, u jednoj mreži različitih usluga koje pruža neki operater, bilo da je riječ o korisniku mobilnog ili fiksnog telefona ili je riječ o korisniku ADSL i slično zamišljeno je da svaki od tih korisnika može da ima pristup preko interneta Web portalu na kome se nalazi CBI. Nije važno da li usluga koju koristi neki korisnik pruža mogućnost pristupa internetu taj korisnik dobija svoj pristupni kod CBI i može pristupiti CBI preko bilo kog operatera. Naravno, uvijek postoji mogućnost davanja nekih povoljnosti (besplatno vrijeme konekcije dok korisnik pregleda ili unosi podatke u CBI bazu podataka kod dilap konekcije i sl.) koje se mogu dati korisniku da bi se on opredjelio da pristup CBI bude preko operatera koji daje uslugu CBI.

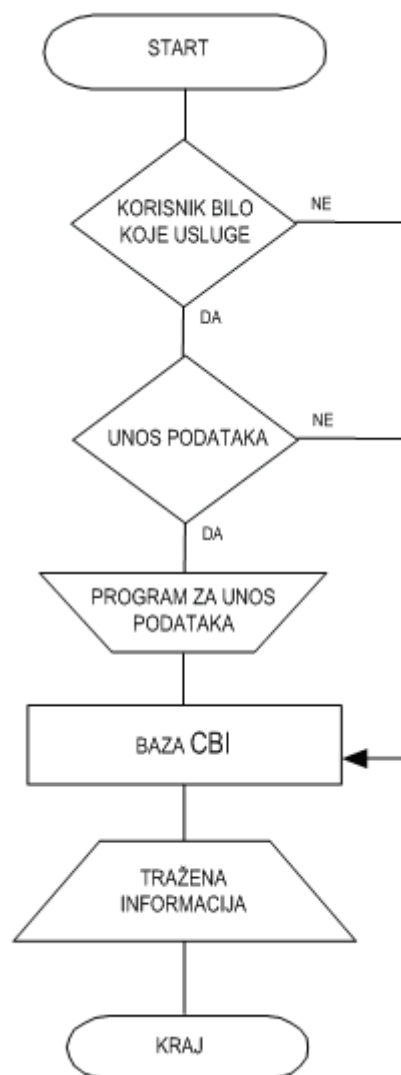


Slika 2. Način funkcionisanja CBI

Na ovaj način usluga CBI stvara mogućnost operateru koji pruža telekomunikacione usluge da ima bolju konkurentnost u odnosu na operatere koji nemaju tu uslugu.

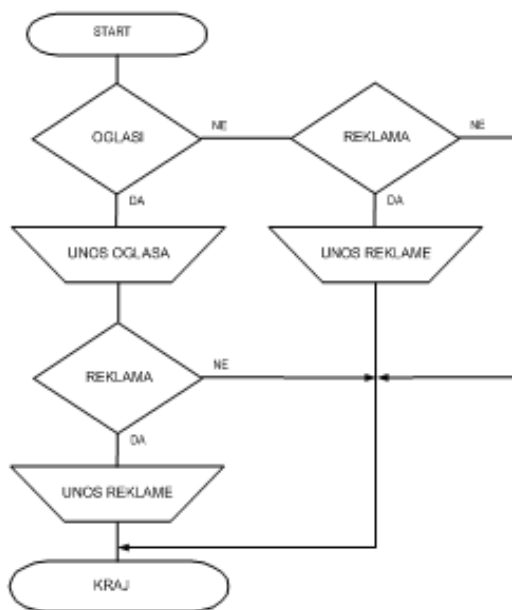
III. ALGORITMI CBI

Kao što je rečeno, prateći softver treba da omogućiti pregledanje i popunjavanje baze podataka CBI. Softver mora biti tako napravljen da omogućiti korisnicima slabog informatičkog znanja da ga mogu lako koristiti. On treba da omogućiti korisnicima usluga operatera čija je CBI da ima nesmetan pristup bazi podataka CBI i za unos i za pretraživanje, a za ostale korisnike samo pregledanje podataka. Ukoliko korisnik koristi matični prenosni sistem ne postoje problemi da korisnik bude prepoznat, međutim, kad korisnik koristi prenosni sistem nekog drugog operatera tada on ne može biti prepoznat tako da je neophodno korisnicima podijeliti jedinstvene pristupne kodove. Algoritam za softver koji omogućuje pristup CBI bazama podataka prikazan je na Slici 3..



Slika 3. Algoritam za pristup CBI bazi podataka

Algoritam za unos podataka u CBI bazu podataka prikazan je na Slici 4..



Slika 4. Algoritam za unos podataka

Naravno ovdje su prikazani uprošteni algoritmi. Algoritmi za stvarno rješavanje problema su daleko složeniji. Algoritmi ovdje prikazani samo principijelno pokazuju kako funkcioniše softver za pregled i unos podataka u CBI bazu podataka.

Takođe, softver treba da omogući automatsko prosleđivanje informacija korisnicima, to jest da ako neko nešto prodaje ili poklanja da se pošalje automatski poruka onima koji to traže, pa i samom ponuđaču ko potražuje to što on nudi. To znači da bi oglasi i reklame na neki način morali biti standardizovani što i nije neki problem. Forma za popunjavanje oglasa bi mogla biti kao na Slici 5.:

OGLAS

OZNAČITI VRSTU OGLASA:

- PRODAJA
- KUPOVINA
- POKLON
- TRAŽENJE POKLONA

	NAVESTI VRSTE ARTIKALA (U JEDNO POLJE NAVESTI JEDAN ARTIKAL):	CIJENA
1	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU
2	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU
3	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU
4	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU
5	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU
6	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU
7	UNIJETI ARTIKAL	UNIJETI CIJENU

POŠALJI OGLAS

Slika 5. Izgled oglasa

Ukoliko se isti artikal nalazi i kod ponuđača i kod potražioca onda će oni biti obavješteni. Polja za unos podataka o pošiljaocu oglasa nisu neophodni jer se na osnovu pristupnog koda zna ko je pošiljalac i ti podaci će biti pridruženi u bazu podataka. Osim toga to omogućava da samo korisnici usluga operatera mogu koristiti ovu uslugu i sprečava da neki korisnik za nekog drugog pošalje oglas navodeći njegovu adresu i druge podatke. Naravno, umjesto artikala mogu se nuditi i usluge, a sličan princip se može koristiti i kod reklamiranja.

IV. ZAKLJUČAK

Ukoliko bi se formirala baza podataka CBI kao softverski paket koji bi omogućio preko interneta korisnicima te baze da sami postavljaju i pretražuju informacije koje su njima od značaja i ukoliko bi ta baza bila formirana od strane preduzeća koje pruža telekomunikacione usluge tada bi CBI mogao da zaživi tim prije što skoro svaki stanovnik koristi telekomunikacione usluge. Postojanje CBI baze je prijeka potreba današnjice. Činjenica je da operateri povlače različite marketinške aktivnosti kako bi privukli korisnik. Danas, kada je u velikoj mjeri došlo do poremećaja sistema vrijednosti neke od marketinških aktivnosti prave duple štete, kao što je poklanjanje CD-eova poznatih pjevača, jer se na jednoj strani promoviraju sumnjivi kvalitet muzike, a na drugoj se daju značajna sredstva. Svrishodnije bi bilo ta sredstva uložiti u formiranje CBI jer će od toga imati korist šira populacija, a može poslužiti i kao dobar marketinški potez. Preduzeće za telekomunikacije koje formira CBI imaće prednost nad svojim konkurentima.

LITERATURA

- [1] Robert Manger, "Baze podataka", skripta, Sveučilište u Zagrebu, 2008.,
- [2] Mario Mađer, "Prostorne baze podataka", seminarski rad, Sveučilište u Zagrebu, 2009.,
- [3] Krešimir Fertalj, "Internet GIS", Sveučilište u Zagrebu, 2006.

ABSTRACT

Creating a database and complementary software that will allow users of one operator possibility advertising, offering their services and products making ads of any kind. That will enable the operator to have precedence over competing operators. This service would be free as gift to each user of any services, users would no longer have to seek those services from someone else on the internet and lost a lot of time for searching. The database would be filled by the users. Users of any service provider could use the service while other subjects had only the ability to browse the database.

CENTRAL DATABASE AS A SERVICE IN THE TELECOMMUNICATIONS WORLD

Vujadin Lukic