

УДК 658.1

И.Ф. САЛИХОВ,*кандидат экономических наук**Казанский государственный технологический университет*

К ВОПРОСУ АВТОМАТИЗАЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность вопроса автоматизации процесса формирования стратегического плана предприятия в инновационной сфере определяется как его сложностью, так и необходимостью оперативной корректировки в условиях динамично изменяющейся внешней среды. На практике процесс автоматизации основывается на использовании специализированных программных продуктов, применение которых связано с рядом проблем, в частности неразвитостью встроенного инструментария экономической оценки осуществляемых действий. В данной статье приведена попытка детализации данной проблемы путем подробного сравнения указанных программных продуктов на основе привлечения квалифицированных экспертов.

В статье затрагивается проблема автоматизации формирования инновационной стратегии предприятий Российской Федерации. Приводятся статистические данные и анализ основных программных продуктов, на основании которых можно сформировать инновационную стратегию предприятия (на примере малой нефтяной компании).

В настоящее время все больше предприятий Российской Федерации включаются в процесс стратегического планирования, инициируя мероприятия по разработке и реализации различных видов стратегий: производственных, конкурентных, инновационных и пр.

Согласно неофициальной статистике, в 2000–2010 гг. доля предприятий, имеющих инновационную стратегию в Российской Федерации, в коммерческом секторе увеличилась с 0,5 до 15%. Для сравнения, в Японии доля предприятий, имеющих инновационную стратегию в 2010 г. превысила 95% [1].

Приведенные данные явно свидетельствуют об относительной неразвитости инновационного аспекта института стратегического планирования в Российской Федерации.

Причин указанного положения достаточно много, но в качестве основной большинство исследователей называют низкий уровень автоматизации процесса формирования инновационной стратегии предприятия.

Применение программных продуктов является одним из ключевых факторов успеха проекта по разработке и реализации инновационной стратегии предприятия и системы стратегического управления в целом. Многие подобные проекты терпят неудачу лишь потому, что не автоматизированы их основные этапы и не обеспечена эффективная послепроектная ИТ-поддержка.

Рынок программных продуктов. В настоящее время на рынке Российской Федерации присутствует порядка пяти универсальных программных продуктов, которые позволяют сформировать как общую стратегию предприятия, так и любую функциональную стратегию, в частности инновационную.

Принципиальным является тот факт, что специализированных программных продуктов, именно по формированию инновационной стратегии, на рынке нет ввиду экономической нецелесообразности их разработки. Поэтому при описании приведенных ниже программных продуктов акцент будем делать именно на специфике при разработке инновационной стратегии в универсальных программных продуктах.

Рассмотрим основные программные продукты, на основании которых можно сформировать инновационную стратегию предприятия (табл. 1).

Мы принципиально не рассматривали ценовые параметры данных программных продуктов, так как они могут существенно меняться в зависимости от версии, количества интегрированных модулей, технического сопровождения и прочее.

К вопросу сравнения. Ниже приведен краткий обзор данных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей малой нефтяной компании (далее – МНК), по следующим параметрам: сложность адаптации для МНК; затраты на адаптацию для МНК; затраты на обучение работе

Таблица 1

Основные программные продукты, на основании которых можно сформировать инновационную стратегию предприятия [2; 3; 4; 5; 6]

Наименование программного продукта	Фирма-разработчик, страна	Страна-производитель	Официальный сайт
ИНТАЛЕВ: Корпоративный навигатор	ИНТАЛЕВ	Россия	http://www.intalevnavigator.ru/
Бизнес-Инженер	Битек	Россия	http://www.betek.ru/
ARIS Business PERFORMANCE Edition	IDS Scheer AG	Германия	http://www.ids-scheer.com/
CA ERWin Process Modeler	CA	США	http://www.ca.com/
Hyperion Performance Scorecard	Oracle	США	http://www.hyperion.ru/

с программой; затраты на подготовку исходных данных; длительность разработки инновационной стратегии; доступность представления разработанной инновационной стратегии для рядовых сотрудников; затраты на интеграцию работы с существующим Интернет-сайтом компании; возможность оценки экономической эффективности разработанной инновационной стратегии; возможность оценки социальной эффективности разработанной инновационной стратегии; возможность оценки прочей эффективности разработанной инновационной стратегии.

Перечисленные выше параметры были оценены двадцатью руководителями МНК Российской Федерации по результатам их опроса в 2011 г. Временным периодом, охватывающим поле собираемых данных, являлся 2010 г., а критерием для отбора руководителей – факт практического применения (в той или иной степени) всех указанных программных продуктов.

Сложность адаптации для МНК. Результаты сравнения рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей МНК, по первому параметру приведены на рис. 1.

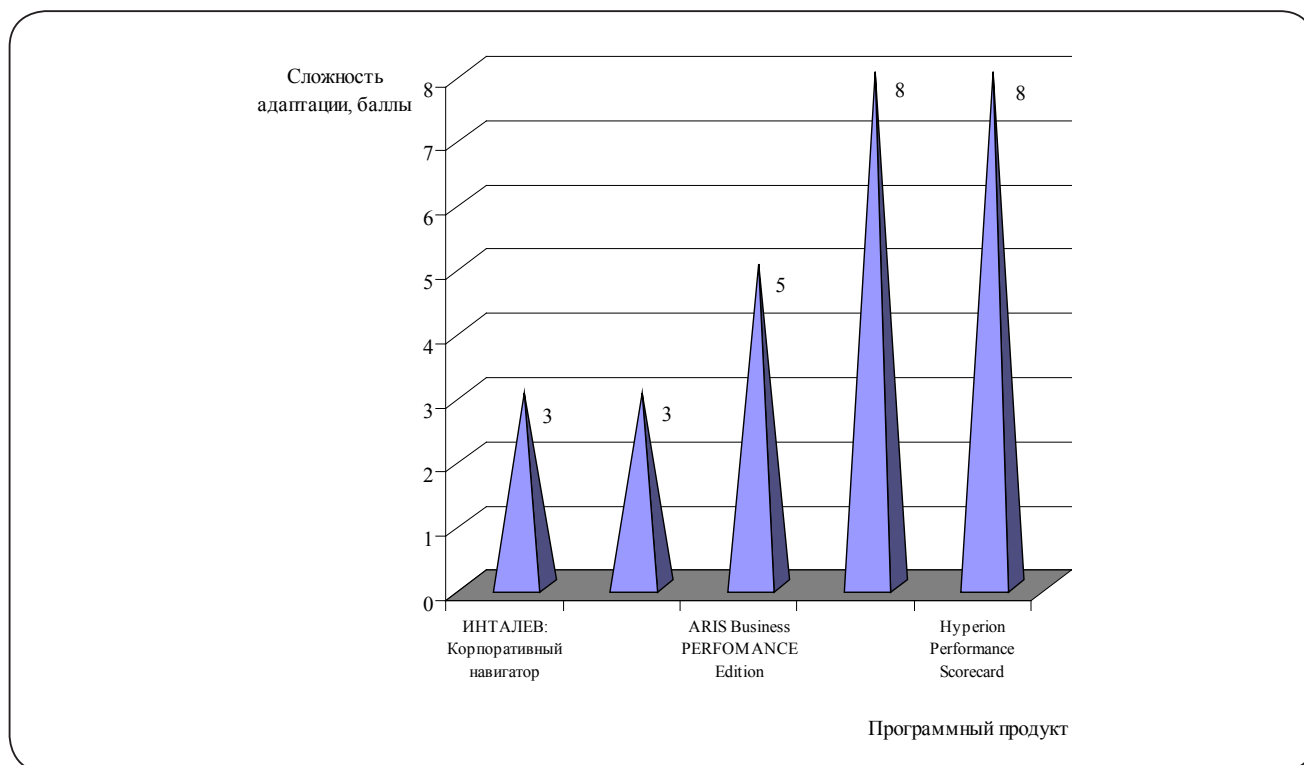


Рис. 1. Результаты сравнения рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей, по сложности адаптации для МНК

Итак, данные рисунка свидетельствуют о том, что относительно проблемными из рассмотренных программных продуктов в плане адаптации являются отечественные разработки: «ИНТАЛЕВ: Корпоративный навигатор» и «Бизнес-Инженер». Основной причиной сложившегося положения является слабая развитость применения автоматизированных информационных систем и специализированных программных продуктов в малых нефтяных компаниях как таковых (практически не имеют готовых шаблонов). Более развитыми в этом плане являются программные продукты производства Германии и США, которые в большей степени контактировали с представителями малых нефтяных компаниями и зачастую имеют элементы готовых шаблонов для этой области.

Затраты на адаптацию для МНК. По данному параметру можно отметить, что затраты на адаптацию практически всех указанных программных продуктов колеблются в пределах 20–25% от розничной цены их реализации компаниями-вендерами в Российской Федерации.

Исходя из этого, баллы по данному параметру для всех программных продуктов объективно

равны 5 единицам, даже несмотря на наличие готовых шаблонов для малых нефтяных компаний у зарубежных аналогов (их все равно необходимо адаптировать из-за различий в специфике бухгалтерского учета и нормативной документации).

Затраты на обучение работе с программой. Результаты сравнения рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей МНК, по третьему параметру приведены на рис. 2.

Из рис. 2 можно увидеть, что сложность обучения работы с зарубежными программными продуктами находится на более высоком уровне, чем с отечественными (им выставлено 7 баллов из 10), в основном за счет лишь частичной русификации и нестандартных алгоритмов построения выходной информации.

Затраты на подготовку исходных данных. По данному параметру в целом несущественно лидируют отечественные разработчики (9 и 8 баллов против 4 баллов для зарубежных аналогов), программные продукты которых могут интегрироваться с системой 1С предприятие и ее основными модулями.

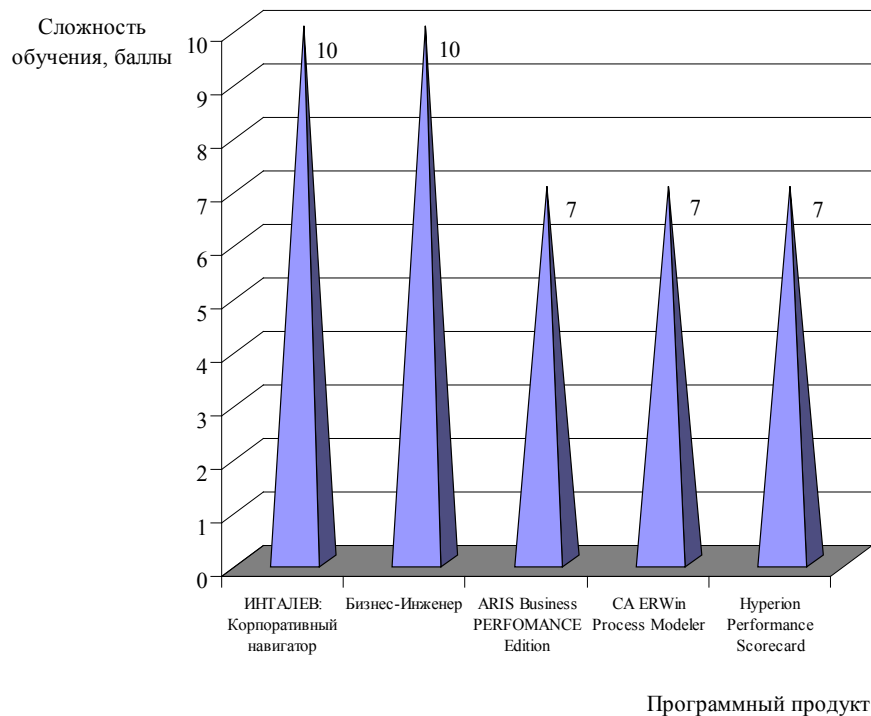


Рис. 2. Результаты сравнения рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей МНК, по затратам на обучение работе с программой

Длительность разработки инновационной стратегии. Исходя из вышеперечисленных данных наименьшее время для разработки инновационной стратегии малой нефтяной компании приходится на программные продукты «ИНТАЛЕВ: Корпоративный навигатор» и «Бизнес-Инженер» (8 и 7 баллов соответственно). Для остальных программных продуктов значение по данному показателю находится на уровне 4 баллов ровно.

Доступность представления разработанной инновационной стратегии для рядовых сотрудников. В оценке данного параметра возникли наибольшие затруднения, так как для понимания указанного вопроса недостаточно представить респонденту лишь вариант инновационной стратегии предприятия в изоляции от основной стратегии малой нефтяной компании. Исходя из этого, в качестве основы сравнения была проанализирована возможность формирования графического варианта инновационной стратегии предприятия средствами модулей указанных программных продуктов.

Результаты сравнения рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей МНК, по шестому параметру приведены на рис. 3.

Затраты на интеграцию работы с Интернет-сайтом компании. Исходя из того, что все рассмотренные программные продукты поддерживают возможность интеграции работы с Интернет-сайтом компании, им была дана оценка в 10 баллов.

В ходе дальнейшего рассмотрения программных продуктов был сделан вывод, что ни один из них не позволяет оценить эффект от разработки инновационной стратегии МНК.

При обращении в фирмы-производители данных программных продуктов для получения консультаций по вопросу оценки эффективности, практически все из них предлагают рассмотреть данный процесс как инвестиционный проект и воспользоваться софтом для его оценки (*COMFAR*, *PROSPIN*, *Project Expert* и Альт-Инвест Мастер проектов).

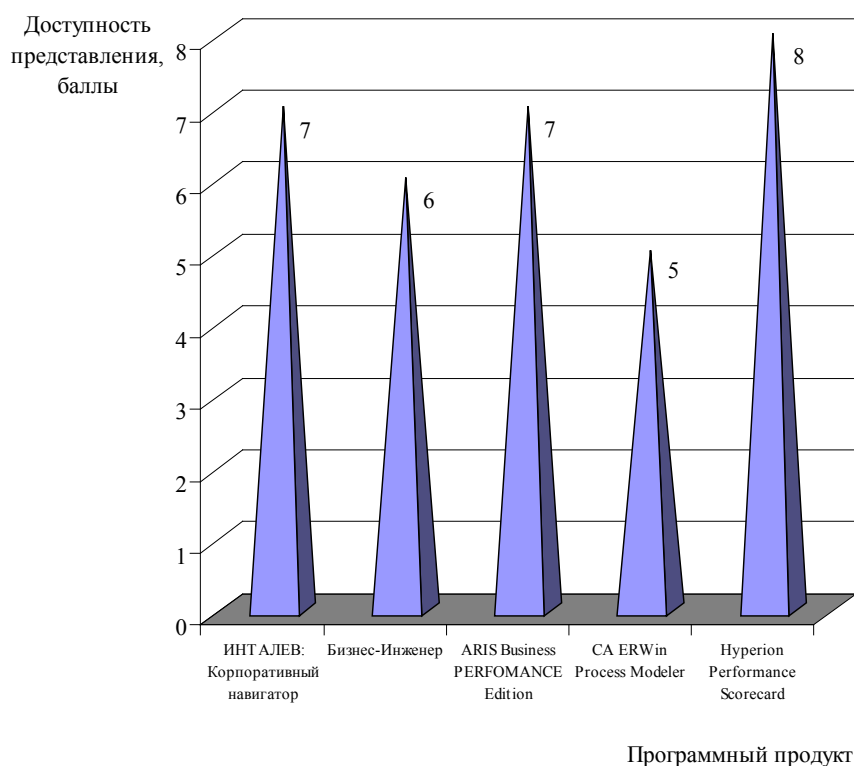


Рис. 3. Результаты сравнения рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей МНК, по доступности представления разработанной инновационной стратегии для рядовых сотрудников

Данные по интегральному сравнению рассмотренных программных продуктов, по мнению двадцати руководителей МНК, по состоянию на 01.12.2010 приведены в табл. 2.

Таблица 2

Данные по интегральному сравнению рассмотренных программных продуктов, с точки зрения руководителя малой нефтяной компании, на 01.12.2010, баллы (от 0 до 10)

Параметр для сравнения	Программный продукт				
	ИНТАЛЕВ: Корпоративный навигатор	Бизнес-Инженер	ARIS Business PERFORMANCE Edition	CA ERWin Process Modeler	Hyperion Performance Scorecard
Сложность адаптации для МНК	3	3	5	8	8
Затраты на адаптацию для МНК	5	5	5	5	5
Затраты на обучения работе с программой	10	10	7	7	7
Затраты на подготовку исходных данных	8	8	4	4	4
Длительность разработки инновационной стратегии	9	7	4	4	4
Доступность представления разработанной инновационной стратегии для рядовых сотрудников	7	7	8	7	9
Затраты на интеграцию работы с существующим интернет-сайтом компании	10	10	10	10	10
Возможность оценки экономической эффективности разработанной инновационной стратегии	0	0	0	0	0
Возможность оценки социальной эффективности разработанной инновационной стратегии	0	0	0	0	0
Возможность оценки прочей эффективности разработанной инновационной стратегии	0	0	0	0	0
Итого	52	50	43	45	47

По табл. 2 поясним: чем выше итоговый балл по тому или иному программному продукту, тем лучше результат его применения по данному параметру; чем ниже итоговый балл по тому или иному программному продукту, тем хуже результат его применения по данному параметру.

В целом, по совокупности рассмотренных параметров, лидирует программный продукт от компании «Инталев», итоговый балл по которому составил 52 ед., что на 2 балла больше, чем по программному продукту от компании «Битек» и на 5 баллов больше, чем по разработкам от компании Oracle.

Подведение итогов. Таким образом, можно сделать вывод, что ни один из рассматриваемых программных продуктов не позволяет оценить проекцию экономической эффективности инновационной стратегии малой нефтяной компании, что, на наш взгляд, является основным барьером на пути к их повсеместному использованию. По остальным параметрам имеет место примерно одинаковая картина их распределения с небольшим акцентом в пользу «ИНТАЛЕВ: Корпоративный навигатор». Для разрешения указанной проблемы, на наш взгляд, силами компаний-разработчиков целесообразно провести их доработку путем внедрения специализированного блока, ответственного за оценку полученных результатов.

Список литературы

1. URL: <http://www.raexpert.ru>
2. URL: <http://www.intalevnavigator.ru/>
3. URL: <http://www.ca.com/>
4. URL: <http://www.ids-scheer.com/>
5. URL: <http://www.hyperion.ru/>
6. URL: <http://www.betec.ru/>

В редакцию материал поступил 18.02.11

Ключевые слова: инновационная стратегия, предприятие, автоматизация, проблема, формирование, программный продукт.