

*И.Н. Кutowой, И.В. Манторова*

## **Критерии оценки программных продуктов, применяемых в среде малого бизнеса**

На сегодняшний день невозможно представить себе сколько-нибудь плодотворную деятельность любого класса бизнеса без применения соответствующих программных продуктов. Подобное применение происходит с разной степенью эффективности. Сложность здесь представляет сам выбор критерия для оценивания эффективности. Не секрет, что один и тот же результат, достигнутый тем или иным процессом, оцениваемый с различных точек зрения, может интерпретироваться самым различным образом. Возможны даже полностью противоположные взгляды на достигнутые рубежи.

Во всех возможных областях своего существования и практической деятельности человечество стремилось создать приемлемые системы

сравнения сложившихся ситуаций или полученных результатов. Созданы различные способы оценивания объектов, где зачастую во главу угла ставились совсем уж необоснованные критерии. Представляется уместным вспомнить, например, способ оценки температуры объекта. Градусная сетка, предложенная Андерсом Цельсием – простое разбиение температурного отрезка между переходами воды в разные агрегатные состояния (от таяния льда до закипания воды) на 100 равных частей. Градусная мера Кельвина предполагает начало отчета от гипотетической точки «абсолютного нуля». Цепочку подобных примеров можно продолжать до бесконечности, но нас интересует более узкая проблема, а именно, проблема, вынесенная в заголовок.

Как происходит в более исторически и научно проработанных сферах человеческой деятельности, в бизнесе весьма затруднительно представить формализованную форму сравнения программных продуктов.

Бизнес создается и существует с одной единственной целью – получения прибыли. Любые средства и технологии этому способствующие будут бизнесом востребованы однозначно. Всякая компьютерная программа, прямо или косвенно способствующая получению прибыли, является объектом пристального внимания и практического интереса со стороны бизнес-сообщества.

Учитывая перенасыщенность рынка программных продуктов, считаем актуальным обозначить некоторые критерии оценок программ для применения в сфере малого бизнеса.

Увеличение прибыли достижимо несколькими путями:

1. Повышение оборота при неизменных затратах. Подобный эффект возможен при расширении сфер бизнеса, в том числе и благодаря привлечению информационных технологий.

2. Снижения затрат при сохранении общего уровня оборота. С привлечением различного рода программных продуктов возможна оптимизация списка сотрудников, снижение всевозможных потерь и коллизий.

3. Совмещение первых двух.

Возможно, что в некоторой конкретной ситуации достигим успех и без применения программных продуктов, но нам он представляется крайне маловероятным. Отсюда первый вывод – успех любой направленности бизнеса практически всегда содержит в качестве необходимого компонента результат работы тех или иных программ. Грамотный выбор требуемого программного обеспечения – залог успеха в основной деятельности любого бизнеса.

Разумеется, далеко не все программные продукты из тех, что нашли

применение у лиц, занимающихся бизнесом, можно классифицировать как ПО для бизнеса.

Какие программы не стоит считать таковыми?

Это всевозможные личные или развлекательные продукты: электронные дневники, ежедневники, лаунчеры, мессенджеры и т.д.

Встречаются также программные продукты, которые как раз и создавались для извлечения прибыли, но применяются «не по назначению». Например, продукты создавались для управления проектами в сфере информационных технологий, а реально используются в управлении продажами продукции определенного сектора экономики.

Приведенные примеры можно расценить как примеры программ, задействованных не в той среде, для которой они создавались, и причиной их неэффективности является неправомерное, неправильное применение.

Есть еще целый класс программных продуктов, не имеющих основания быть причисленными к бизнес-ПО. Это бизнес-расширения программ индивидуального применения. Существует замечательный пример, демонстрирующий тот факт, что, если для постройки скворечника достаточно иметь доски, гвозди, элементарные инструменты и немного времени, то умножив все перечисленные ингредиенты в соответствующее число раз, мы не сможем построить небоскреб.

Так точно, «раздутая» до промышленных масштабов программа индивидуального класса, не сможет полностью удовлетворить запросы бизнес-клиента.

Каковы же критерии оценки, и, естественно, выбора ПО?

1. Функциональные возможности. В первую очередь следует ясно осознать ту задачу, которую должно разрешать приложение. Разные задачи требуют разных подходов и разных инструментов их решения. Естественно, могут разниться как время разрешения, так и ожидаемая точность.

2. Практичность. Одно из сложившихся правил создания программных продуктов можно обозначить как «широта», т.е. применимость программы для возможно более широкого спектра задач. Только тогда возможно увеличить тиражи, расширить службы поддержки, снизить стоимость экземпляра продукта при общем увеличении валового дохода. Но при этом размывается специализация программы. Установив продукт требуемой функциональности, клиент обнаруживает, что им оплачен обширный список функций, которые вряд ли будут востребованы в его конкретной деятельности.

3. Эффективность. Чем меньше будет потрачено ресурсов различ-

ной природы для достижения приемлемого результата, тем выше воспринимается критерий эффективности. Однако в подавляющем большинстве ситуаций отсутствие деталей и нюансов скорее говорит не об их реальном отсутствии, сколько визуализирует проблемы диагностики.

4. Мобильность. Программное обеспечение, как часть бизнес-системы, в свою очередь, также является системой и, таким образом, изменения во внешней системе не могут не вызвать адекватных изменений на нижних уровнях. Выход новых законов, подзаконных документов и инструкций, переориентация бизнес-вектора, смена ресурсной базы, ценовой политики и тому подобные ситуации, к сожалению, происходят регулярно и чаще, чем хотелось бы. Способность программного продукта без особых проблем быть перенесенными в другое техническое и программное окружение можно называть мобильностью.

Оценка качества программного продукта, как правило, выливается в определение факта принципиальной возможности применения продукта в условиях сложившейся реальности к решению поставленных производственных и управленческих задач.

Ответы на подобного рода вопросы, что вполне естественно, являются субъективными оценками конкретных лиц. Зачастую вполне вероятны факты столкновений интересов участвующих в процедуре сторон. Весьма полезным представляется наличие «третьей стороны», вопросы к компетенции которого также никто не снимал.

Тестирование программного продукта выступает оптимальным вариантом проведения описываемого отбора. Перед проведением тестирования следует тщательно определить цели и задачи процедуры, область допустимых значений имеющихся параметров, критерии оптимальности полученных результатов.

Поскольку реально не существует единых, всеобъемлющих тестов, приходится проводить серии тестов, каждый из которых отвечает только на часть поставленных вопросов. Достаточно условно процесс общего тестирования можно разбить на следующие этапы:

- Тестирование в интересах анализа предметной области;
- Тестирование на этапе создания программного продукта;
- Тестирование полученных результатов;
- Тестирование «внедряемости» продукта.

Малый, а зачастую и средний бизнес, для повышения собственной эффективности избавляется от персонала, не принимающего активного участия в основной деятельности предприятия. К сожалению, в перечень подобного «балласта» попадают и специалисты информационного спектра. Такая ситуация приводит к тому, что для консультации о целе-

сообразности установки или исключения программного продукта приходится рекрутировать стороннего специалиста. Проблема даже не в том, что трудно определить уровень его компетентности, сколько в том, что о специфике деятельности фирмы-клиента он может иметь весьма поверхностное представление. Следует помнить, что мало выбрать качественный программный продукт, не менее важно квалифицированно его настроить. Венцом всего можно считать субъективную оценку пользователей продукта целесообразности его внедрения, и, возможно, дальнейшего сопровождения.

### ***Библиографический список***

1. Воробьев Г.А. Виртуальная образовательная среда в условиях инновационного университета // Университетские чтения – 2008. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2008. С. 68-73.
2. Воробьев Г.А., Павленко И.И. Тенденции и перспективы информатизации социального управления в современных условиях // Гуманитарий юга России. Ростов-на-Дону, 2016.
3. Кутовой И.Н., Манторова И.В. Вариант частного решения вопросов информатизации малого бизнеса // Университетские чтения-2017 Материалы научно-методических чтений ПГУ. Пятигорск, 2017.
4. Кутовой И.Н., Манторова И.В., Величко В.В. О некоторых проблемах интеграции информационных технологий в деятельность малого офиса (индивидуального предпринимателя) // Современные методы интеллектуального анализа данных в экономических, гуманитарных и естественнонаучных исследованиях Материалы международной научно-практической конференции. Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, филиал в г. Пятигорске Ставропольского края. Пятигорск, 2016.
5. Павленко И.И. Информатизация как всеобщий социальный процесс информационного общества // Социодинамика. 2016. № 7. С. 1-9.
6. Писаренко Е.А. Получение, анализ и использование частных данных в сети Internet // Современные методы интеллектуального анализа данных в экономических, гуманитарных и естественнонаучных исследованиях. Материалы Международной научно-практической конференции. Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, филиал в г. Пятигорске Ставропольского края. Пятигорск, 2016.