

И. Д. Кобзев,
студент I курса Института бизнеса БГУ
Научный руководитель:
старший преподаватель
С. В. Еремушкина

ПРИМЕНЕНИЕ AGILE-МЕТОДОЛОГИИ В ТРАДИЦИОННОМ БИЗНЕСЕ

Разработка программного обеспечения стала одной из ключевых отраслей промышленности XXI века благодаря своей высокой скорости развития и влиянию на другие отрасли. С появлением новых технологий, таких как искусственный интеллект, большие данные и интернет вещей, спрос на квалифицированных специалистов в области разработки программного обеспечения (ПО) значительно возрос. Компании, стремящиеся оставаться конкурентоспособными, активно инвестируют в разработку новых программных продуктов и услуг. Благодаря методологии проектного менеджмента Waterfall и пришедшей ей на смену в начале XXI века Agile, разработчики могут быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и эффективно выпускать инновационные продукты. Важность разработки программного обеспечения в современном мире подчеркивается тем, что она является двигателем цифровой трансформации и центром цифровой экономики.

Стремительное развитие отрасли разработки ПО привело к экспериментам в области менеджмента организации. Вследствие этих экспериментов начали появляться различные модели управления проектами. До начала XXI века таким фреймворком выступал Waterfall. Методология разработки программного обеспечения Waterfall была названа так из-за своей линейной структуры, где каждая фаза проекта следует за предыдущей, как вода, падающая с вершины водопада. Переход к следующей фазе возможен только после завершения предыдущей. Эта методология хорошо подходит для проектов с жесткими требованиями и стабильными условиями, но может быть неэффективной в случае изменения требований или необходимости быстрой адаптации [1].

В виду этих недостатков и в результате неудовлетворенности разработчиков традиционными методами управления проектами в начале XXI века появилась новая методология – Agile. Она является полной противоположностью каскадной модели. Ее суть заключается в гибкости и адаптивности к изменениям в работе и вводных. Функции продукта могут меняться прямо в ходе разработки. При этом команда проекта находится в постоянном контакте с заказчиком.

Чтобы подчеркнуть основные принципы и ценности, на которых основывается Agile, в 2001 г. группа разработчиков сформулировала манифест. Хотя Agile, как методология разработки программного обеспечения, существовала и до создания манифеста, этот документ помог объединить и уточнить ключевые принципы, на которые стоит обратить внимание при применении Agile-подхода. В манифест включили четыре главные ценности гибкого управления проектами, перечислим их.

1. Люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов.
2. Работающий продукт важнее исчерпывающей документации.
3. Сотрудничество с заказчиком важнее согласований условий контракта.
4. Готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану [2].

Изначально документ был сформулирован специально для области разработки программного обеспечения. Он хорошо подошел проектам высокой неопределенности, когда непонятно, каким в итоге получится продукт. Agile показал свою эффективность в работе с такими проектами и, хотя изначально эта методология была придумана для управления проектами, она нашла применение и в традиционном бизнесе. Рассмотрим практическое применение Agile-методологии в менеджменте традиционного бизнеса.

Мир бизнеса меняется и будет меняться всегда, поэтому предпринимателю нужно быть всегда готовым поменять систему управления компании. Стоит отметить, что не существует универсальных инструментов в менеджменте бизнеса. Невозможно придумать систему, которая будет эффективно работать в любых условиях. Внутри компании могут быть разные фреймворки, применение которых зависит от стадии развития, рынка, бизнеса, специфики продукта и от многих других факторов. Даже такие известные модели, как Agile и Waterfall подходят не всегда и зависят от специфики ситуации.

За пример возьмем популярную в Российской Федерации и других странах группу компаний Dodo Brands [3]. Федор Овчинников – основатель и бывший CEO Dodo Brands [4] – для развития компании привлекал искренне вовлеченных в бизнес людей, работающих с энтузиазмом. Вследствие этого система менеджмента строится на том, чтобы не заставить сотрудника работать, а раскрыть его потенциал. Это позволяет компании добиться больших результатов. Такой подход отражает первую ценность Agile-манифеста: люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов. Нельзя отрицать важность процессов, но больше ценятся люди. В Dodo ценят сотрудников и ценят культуру компании: то как они мыслят и действуют. Под культурой подразумеваются не меняющиеся принципы, которым следуют сотрудники компании. Культура в компании очень важна, потому что без культуры процессы не смогут работать.

В Dodo также считают, что работающий продукт важнее исчерпывающей документации – это вторая ценность для бизнеса, подчеркнутая в Agile- манифесте. Чтобы разобраться с этим принципом, рассмотрим миссию компании. Dodo Brands создает продукты и сервисы общественного питания для массового рынка в партнерстве с франчайзи, используя возможности, которые компании дают технологии. Организационная структура отражает цепочку создания ценности, где каждая команда отвечает за свой продукт внутри всей цепочки – у каждой команды есть своя миссия. Федор представляет компанию в виде кругов. В одном большом круге есть много маленьких, которые взаимодействуют друг с другом, стремясь достичь общей цели. Менеджмент компании не является иерархией, потому что с такой моделью управления, команды не могут взаимодействовать напрямую друг с другом, они способны это сделать только через верхние уровни иерархии. Такая структура ставит акцент на создание функционального и работоспособного продукта, который можно быстро протестировать. Так, в Dodo считают, что вторая ценность манифеста подчеркивает важность концентрации на создании ценности для заказчика и пользователя, а не только на документировании процессов.

В Dodo также следуют третьей ценности Agile-манифеста: результат важнее следования инструменту. Любой фреймворк – это условность, он может быть изменен. Самое главное в использовании таких моделей понимание смысла, зачем существует эта модель, и что она делает. В начале своего пути Додо пицца была вынуждена постоянно перестраивать менеджмент, так как была быстрорастущей компанией – за год бизнес вырос минимум в 2 раза. В штаб компании постоянно приходили новые сотрудники, менялись стратегии, поэтому гибкость в организационной структуре была необходима [5].

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что некоторые принципы управления проектами, выпущенные специально для разработчиков программного обеспечения в начале XXI века, с успехом применяются в менеджменте традиционного бизнеса. Agile оказался очень успешным методом эффективного управления проектами. В виду этого, некоторые принципы методологии стали переходить в традиционный бизнес для использования в более широком менеджменте.

Список использованных источников

1. Waterfall methodology – Project Management [Electronic resource] / Adobe Communications Team. – Mode of access: <https://business.adobe.com/blog/basics/waterfall>. – Date of access: 13.04.2024.
2. Agile Manifesto [Electronic resource] / a group of software developers from the USA. – Mode of access: <https://agilemanifesto.org/iso/ru/manifesto.html>. – Date of access: 13.04.2024.
3. Dodo Brands [Electronic resource] / Dodo Pizza, Doner42, Drinkit. – Mode of access: <https://dodobrands.io/ru/>. – Date of access: 13.04.2024.
4. Fyodor Ovchinnikov [Electronic resource] / Founder of Dodo Brands. – Mode of access: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%>. – Date of access: 13.04.2024.
5. Lecture №14 [Electronic resource] / lecture about management principles in Dodo Brands. – Mode of access: <https://www.youtube.com/watch?v=MQZIEHl95po>. – Date of access: 13.04.2024.