

(сертификация предполагает полную проверку, а не только устранение замечаний предварительного аудита) [3].

Ценность ИТ-аудита состоит в том, что, помимо высокоуровневой независимой экспертизы решений и выработки предложений по оптимизации, они могут служить инструментом планирования развития предприятия. Для тех, кому нужна квалифицированная экспертная оценка состояния информационных технологий, кому необходимо оптимизировать затраты и выработать стратегию развития, ИТ-аудит может стать незаменимым и эффективным решением, отвечающим на целый ряд вопросов.

Например, если принято решение о необходимости внедрения информационной системы, встает вопрос о наличии стратегического плана развития организации, месте и роли информационной системы в этом плане, прогнозировании проблемных ситуаций, в решении которого может помочь ИТ-аудит.

ИТ-аудит позволяет оценить соответствие информационных систем требованиям бизнеса и построить стратегию развития информационных технологий. Зачастую поводом для проведения ИТ-аудита является необходимость выявить потенциальные риски в ИТ-инфраструктуре. Только ИТ-аудит может подтвердить соответствие систем и бизнес-процессов международным стандартам, что является необходимым для публичных компаний [5].

Таким образом, проведение ИТ-аудита в организации — хороший способ понять и оценить риски для бизнеса, связанные с информационными технологиями.

Источники литературы

1 Belhard [Электронный ресурс] аудит информационных технологий, 2016. – Режим доступа: <http://www.belhard.com/ru/services/audit/>. – Дата доступа: 06.12.2016.

2 IT-Solutions [Электронный ресурс]: ИТ-аудит, 2014. – Режим доступа: <http://it-solutions.ua/ru/s65-IT-audit.html>. – Дата доступа: 06.12.2016.

3 Cleverics [Электронный ресурс]: стандарт ISO/IEC 20000, 2010. – Режим доступа: <http://www.cleverics.ru/ru/subject-field/iso20000-guide?start=2>. – Дата доступа: 06.12.2016.

4 «АйТи Прогресс» [Электронный ресурс]: комплексный ИТ-аудит, 2015. – Режим доступа: <http://itprogress.ru/solutions/consulting/it-audit/>. – Дата доступа: 09.12.2016.

5 Публикация журнала «Директор информационной службы» [Электронный ресурс]: обоснование и полезность ИТ-аудита, 29.05.2008. – Режим доступа: <http://www.osp.ru/cio/2008/05/4983252/>. – Дата доступа: 06.12.2016.

6 Baker Tilly [Электронный ресурс]: Стратегический аудит: что он собой представляет и зачем нужен, 2014. – Режим доступа: <http://www.bakertilly.ua/ru/news/id427>. – Дата доступа: 09.12.2016.

Чутина Виктория Владимировна

Белорусский государственный экономический университет

Оптимизация бизнес процессов как путь повышения экономической эффективности предприятий. Мифы и реальность. Бизнес-оптимизация и её задачи

Введение. Зачем бизнесу оптимизация? Обычно предприниматель вспоминает о ней тогда, когда его компания начинает меньше зарабатывать или вообще перестает генерировать прибыль, а расходная часть бюджета остается на прежнем уровне. Или даже начинает увеличиваться.

Цель исследования: рассмотреть примеры бизнес-оптимизации, автоматизации бизнеса и их инструменты. Определить и описать, почему бизнес-оптимизация слабо практикуется в нашей стране, и какие существуют мифы этого процесса.

Программы, которые оптимизируют и автоматизируют бизнес-процессы, направлены на решение трех задач:

- во-первых, на подробную разработку или переработку дорожной карты (roadmap – детальный план развития бизнеса), которая бы включала все возможные ответвления, риски аварий, а главное – варианты реагирования.
- во-вторых, программы отвечают за установление контроля. Программа должна знать, кого из производственной цепи и в какое время она должна побеспокоить, а также – что предпринять, если человек не откликнулся.
- и, наконец, программа должна дать полную картину процесса: измерения, которые собственник может регулировать, панель приборов, благодаря которой он может действительно управлять своим бизнесом.

Одна из задач автоматизации – обезопасить себя от человеческого фактора: недобросовестности работников и партнеров, умышленных и случайных ошибок. Возможность почти мгновенно и безопасно провести транзакцию уже сейчас является конкурентным преимуществом, а со временем это станет одним из основных видов борьбы за экономическое влияние. Однако в нашей стране, начиная оптимизацию и борьбу с издержками, собственник предприятия безжалостно урезает все, что можно урезать.

«Умные контракты».

Специалисты в области управления бизнес-процессами ищут способы снизить риски и повысить безопасность сделок. Одно из перспективных направлений – это smart-contracts, или «умные контракты», минимизирующие человеческий фактор.

Неисполнение контракта – привычный казус для любого бизнесмена, который либо сам проявил сверхнужную осторожность, либо пострадал из-за предвзятости партнеров. Типичная во всем мире ситуация – сумма недополученной прибыли достигает 3,84 трлн долларов в год, как недавно подсчитали эксперты инвестиционной компании AngelList.

Если автоматизировать цепочку «товар-деньги» на всех уровнях прохождения сделки, денежные отношения будут поручены интеллектуальной системе, которая сама будет определять, в какой момент зарезервировать необходимую сумму, а в какой – уже произвести оплату. Участие человека предполагается только на стадии ввода данных о поставке или приеме товара (как и в случае с CRM – управлением отношениями с клиентами). Ожидается, что внедрение «умных контрактов» снизит риск неисполнения сделок или мошенничества на 80% [4].

Почему в нашей стране это не практикуется?

Чаще всего бывает так: компании, которые так и не решились на автоматизацию, отказываются от этого, в основном, из страха «завязнуть в процессе, который может затянуться и превратиться в болото». Вторая распространенная причина – опасение «итальянской забастовки» (work-to-rule), строгое выполнение сотрудниками их обязанностей и без единого шага в сторону; такой вид забастовок приводит к спаду производительности и убыткам [3]). Руководство наших предприятий размышляет примерно так: «Если что-то работает, то не нужно этому мешать».

Согласно данным исследования консалтинговой компании WiseGuyReports, те же проблемы являются сдерживающим фактором и для автоматизации производства в других сферах. Зато, когда компания преодолет внутреннее сопротивление, ее ждут рост отдачи от инвестиций, повышение экономической эффективности, а главное – сокращение времени реакции на обращение клиента.

Мифы и реальность в бизнес-оптимизации.

Миф №1. Если уволить несколько сотрудников, расходы сократятся, и всё будет лучше.

Реальность. Процесс выбора тех, кто должен уйти, внесет не самую позитивную струю в корпоративный микроклимат. Ведь этот выбор, скорее всего, будет весьма субъективным. А потому его не разделят остальные сотрудники предприятия.

Пример: в одной средней по белорусским меркам компании приняли решение уволить сотрудника из отдела то ли снабжения, то ли продаж (функционал и зона ответственности были размытыми). Руководство посчитало его неэффективным, он и многие коллеги были другого мнения, и при этом он являлся одним из неформальных лидеров коллектива. Начиная с оглашения решения, несколько недель чуть ли не половину своего рабочего времени сотрудники как данного подразделения, так и смежных проводили в обсуждении ситуации. Интенсивность общения с клиентами на все это время упала почти до нуля.

Миф №2. Если поменять несколько ключевых топ-менеджеров, проблемные направления в компании сразу перестанут быть таковыми.

Реальность. Новый человек приходит в старую операционную среду. Если исключить вероятность, что это истинный гений менеджмента, который в одиночку все переделает, то рано или поздно он тоже станет не так эффективен, как хотелось бы.

Миф № 3. Если ликвидировать какое-то подразделение, то хуже не будет, только лучше.

Реальность. Сегодня сократили их – завтра на их месте можем быть мы. Примерно так начинают думать оставшиеся сотрудники. Растущая тревожность персонала сказывается на его отношении к своей работе. В Беларуси это наблюдается очень часто. И если кто-то думает, что страх увольнения будет людей мотивировать – это заблуждение. Такой страх мотивирует только неуверенных в себе сотрудников, а не тех, кто создает основную ценность для компании.

Миф № 4. Если на порядок сократить расходы на привлечение и сервис клиентов, или вообще урезать их до минимума, то продержаться можно на существующих клиентах, а сервис вообще не так важен, как все говорят.

Реальность. Клиенты кормят бизнес. Нет клиентов – нет бизнеса. А шансы на то, что без хорошего сервиса клиент придет снова, существенно ниже. Он сегодня очень требовательный. Без сформированной базы клиентов, которые четко осознают и разделяют те ценности, которые декларирует компания, клиентский поток по мере снижения расходов на его привлечение найдет другие пути. Конкурентов хватает, выбор просто по цене дает широкие перспективы.

Миф № 5. Если поменять поставщиков, найти новых, то себестоимость нашего предложения уменьшится и бюджет компании выправится.

Реальность. А внутренние процессы никак не изменились. Значительная доля издержек формируется за счет неэффективных и слабоуправляемых бизнес-процессов, когда нет четких требований к результату каждого действия.

Миф № 6. Если свести к минимуму все издержки на организационные нужды, то предприятие сможет отлично функционировать.

Реальность. Персонал это наверняка не оценит. Когда у него нет чего-то элементарного, но необходимого для эффективной работы, лояльность сотрудников начинает неуклонно снижаться. Сначала это проявляется в мелочах, а затем накатывает как снежный ком [1].

Пример оптимизации в компании «Делойт».

Для эффективной организации и оптимизации работ в компании "Делойт" разработали методику "Экономическая модель функциональных обязанностей персонала". Модель представляет собой матрицу 2 x 2 с измерениями "Метод добавления стоимости" и "Уровень независимости бизнеса". Наглядный пример реализации модели - маркетинговая функция для ритейл-компании.

Миссия - изменить подход к выполнению работы, развить сотрудников настолько, чтобы они могли работать в новой среде, помочь им мыслить по-новому. Успешные программы управления изменениями проактивно используют большое количество инструментов для управления рисками и проведения организации через трансформации: коммуникации, кейсы для изменений, оценка влияния изменений, образование и тренинги и др.

Во время организационных реструктуризаций или полномасштабных программ по снижению затрат многие компании не коммуницируют с сотрудниками, пока не известны детали действий по реструктуризации. Опыт компании "Делойт" наглядно демонстрирует, что фирмы, открыто и агрессивно управляющие коммуникациями во время трансформаций, получают наибольшие выгоды. Что важно во время данного периода, так это внушать уверенность, что все идет по плану, важные решения будут сообщены своевременно, а топ-менеджмент контролирует ход программы [5].

Результаты исследования: в ходе исследования были рассмотрены вопросы оптимизации и автоматизации бизнеса, определены проблемы этой сферы в нашей стране и даны ответы на все мифы бизнес-оптимизации.

Вывод. Вопрос оптимизации бизнес-процессов в Республике Беларусь будет актуален до тех пор, пока в нашей стране существуют убыточные предприятия. Важным моментом является внедрение не просто оптимизационных процессов в белорусские предприятия, а именно автоматизированных, отвечающих современным тенденциям и требованиям. Покупка персонального компьютера не является автоматизацией, ПК – всего лишь инструмент. Под автоматизацией понимается использование определенного набора программного обеспечения, минимизирующего человеческий фактор. Несмотря на мифичность ситуации с заменой топ-менеджеров, крупные предприятия Беларуси, так или иначе, нуждаются в этом, нуждаются в креативе и таланте молодых управленцев.

Источники литературы

1. Интернет источник Probusiness [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://probusiness.by/management/2017-6-mifov-ob-optimizacii-biznesa-i-pravdivaya-realnost.html> - Дата доступа: 19:42 27.11.2016.
2. Интернет источник Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> - Дата доступа: 19:47 27.11.2016.
3. Интернет источник Wikipedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> - Дата доступа: 19:30 27.11.2016.
4. Интернет источник Rusbase [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rb.ru/opinion/optimiziruui-eto/> - Дата доступа: 19:42 27.11.2016.
5. Интернет источник Iteam [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://iteam.ru/publications/finances/section_30/article_3561 - Дата доступа: 19:42 27.11.2016.

Шишкин Даниил Георгиевич

Белорусский государственный экономический университет

Геймификация как инновационный инструмент менеджмента

Введение. Вовлекать в игры нас, поколение Y, начинали еще с раннего возраста. Групповые активные игры на улице в детском саду, разминочные и энергичные игры на уроках в школе, чтобы учеба не превращалась в рутину и информация лучше усваивалась. Дома, в свою очередь, родители в игровой форме приучали детей к самодисциплине, гигиене и самостоятельности. Ну и нельзя не отметить, что период развития компьютерных и мобильных игр также соответствовал нашему взрослению. Игры окружали нас, детей из поколения Y, с самого рождения. Данная статья рассматривает вопросы мотивации людей из поколения «Игрек» посредством внедрения геймификации в менеджмент компании.

Цель исследования: доказать необходимость использования принципов геймификации в современном менеджменте, обосновать связь теории поколений и менеджмента, привести примеры успешного внедрения геймификации в предприятия из стран СНГ.

Геймификация (от англ. gamification) – использование принципов и элементов игры в неигровых контекстах, в частности в управлении [3]. С помощью геймификации создатель игры (менеджер) может мотивировать сотрудников совершение определенных действий, либо наоборот демотивировать на нежелательное времяпрепровождение. Простой пример