

*Шевченко А.В. Направляемый ценностями инжиниринг предприятия // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – №12 (декабрь). – АРТ 624-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

**РУБРИКА: ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

**УДК 519.876.5**

**Шевченко Анастасия Владиславовна**

студентка 2 курса, направление подготовки «Бизнес-информатика»

*Научный руководитель:* Черпаков И.В., к.ф.-м.н., ст.преп.

ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской

Федерации» (Липецкий филиал)

г. Липецк, Российская Федерация

e-mail: [a.shev4enko050599@gmail.com](mailto:a.shev4enko050599@gmail.com)

**НАПРАВЛЯЕМЫЙ ЦЕННОСТЯМИ ИНЖИНИРИНГ  
ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация:* В статье сформулированы основные требования к построению ценностно-ориентированных моделей для инжиниринга предприятия.

*Ключевые слова:* инжиниринг предприятия, ценностно-ориентированный, ценности, стейкхолдеры.

**Shevchenko Anastasia**

2nd year student, direction of training "business-informatics"

Supervisor: Igor Cherpakov Candidate of Physics and Mathematics, Art.

FGOBU VPO "Financial University under Government of the Russian

Federation" (Lipetsk branch)

Lipetsk, Russian Federation

## **VALUE-PROVIDED ENGINEERING ENTERPRISE**

*Abstract:* The article formulates the basic requirements for the construction of value-oriented models for enterprise engineering.

*Keywords:* enterprise engineering, value-oriented, values, stakeholders.

Одним из важнейших условий успешного функционирования компании является разделения всеми сотрудниками компании ее ценностей. Что же такое ценности компании? Ценности компании — это набор определенных правил, норм, которых придерживается данная организация. От этих принципов во многом зависят не только отношения внутри компании, но и особенности ее взаимодействия с различными стейкхолдерами. Осознанный вклад каждого подразделения, отдельно взятого сотрудника служит гарантией стабильности и процветания организации. Формирование ценностей компании основывается на осознании каждого работника себя как значимой единицей, от действий которой зависит будущее организации.

К сожалению, чаще всего сотрудники предприятия сконцентрированы на решении текущих задач своего подразделения. Подобные ситуации плохо влияют на развитие бизнеса, поскольку ценности компании напрямую связаны с ее стратегией и миссией. Ценностная ориентация деятельности предприятия помогает не забывать о ее предназначении, способствует повышению эффективности деятельности организации.

Но ценности предприятия важно учитывать не только при работе с персоналом, но и при инжиниринге данного предприятия. В ходе многочисленных исследований было обнаружено, что ценности индивидов,

сообществ и организаций играют важнейшую роль в качестве ориентиров развития и критериев принятия решения в различных задачах инжиниринга предприятия. Стоит обратить особое внимание на то, что ценности рассматриваются как в широкой, так и в детальной трактовке, включающей как гуманитарные, так и экономические аспекты, поскольку работа с подобными ориентирами требует комплексного анализа важных аспектов устройства и деятельности предприятия.

В нашей стране в условиях перехода к цифровой экономике необходимо сочетать построение и применение моделей ценностей, которые ориентированы на традиционные способы их применения в организации и которые формализованы для возможности их программной обработки, но при этом своим содержанием данные модели одной ценности не должны быть противоречивыми.

Стейкхолдеры — это заинтересованные стороны, любого типа, связанные с предприятием (например, поставщики, покупатели, само предприятие в качестве экономического агента и т.д.). Как видно из приведенных примеров категории заинтересованных сторон довольно разнообразны, но они могут разделять одинаковые ценности наивысшего порядка, что создает фундамент для решения многих практических задач, например, нахождение компромисса. На практике возможны случаи, когда интерпретации высших ценностей различных стейкхолдеров могут противоречить друг другу, но наше время показывает возможности для сближения взглядов, поскольку в современном обществе начинают преобладать универсальные высшие ценности, это вызвано общими угрозами (экологическими, политическими и т.д.). Для более точного построения модели ценностей важно охватывать общие высшие ценности, которые актуальны в данный исторический период.

Фактические ценности, создаваемые предприятием в целом и его компонентами, необходимо сравнивать с ценностями его стейкхолдеров. Для этого потребуются обеспечить прослеживание связей между компонентами архитектуры предприятия, моделями ценностей предприятия и его стейкхолдеров. Для возможности сопоставления сравниваемые модели ценностей должны иметь однотипные измеримые элементы. Сравнение таких моделей должно выполняться на совпадение/несовпадение и больше/меньше, желательно чтобы разницу можно было посчитать численно.

Ситуативность и субъективность ценностей может привести к тому, что несколько ценностей одного вида, называемые одинаково несколькими стейкхолдерами могут иметь разное содержание вследствие чего их сравнение будет невозможно. Например, ценность «Престиж» одни могут рассматривать как индекс цитирования (актуально для научных кругов), другие как число лайков и постов в социальных сетях, в результате мы получаем две ценности, которые формально не сравнимы между собой.

Модели ценностей, которые можно сравнить и которые имеют одну область определения ценности, могут различаться по уровню реализации данной ценности и формы интереса для нее. Например, по значению индекса цитирования, по количеству лайков, постов и т.д.

Всем со школьных времен известна пирамида потребностей Маслоу. Так вот в инжиниринге ценностей используют модель Маслоу, которая признает относительность и изменчивость порядка уровней ценностей, возникающих из-за разных приоритетов в удовлетворении потребностей у различных стейкхолдеров. Данная модель позволяет учитывать расширение, включающее дополнительные уровни потребностей. Эта

модель используется как основа размерности  $M = \{m_i\}$ , где  $m_i$  — уровень расширения пирамиды.

Для конкретных задач размерность может быть детализирована с помощью определения подуровней для  $m_i$ .

В завершении данной статьи мы можем сформулированы несколько требований для построения ценностно-ориентированной модели предприятия:

- комплексный анализ важных аспектов устройства и деятельности предприятия;
- необходимо сочетать построение и применение «традиционных» и «цифровых» моделей ценностей;
- нужно охватывать высшие ценности, которые актуальны в данный исторический период;
- обеспечение прослеживания связей между компонентами архитектуры предприятия, моделями ценностей предприятия и его стейкхолдеров
- несколько ценностей одного вида, называемые одинаково несколькими стейкхолдерами для сравнения должны иметь одинаковое содержание;
- сравниваемые модели ценностей должны иметь однотипные измеримые элементы.

В целом использование ценностно-ориентированного подхода для решения различных бизнес-задач позволяет обеспечивать устойчивое развитие предприятия.

**Список использованной литературы:**

1. Банк 3.0: стратегии, бизнес-процессы, инновации: Монография / Исаев Р.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с.
2. Менеджмент. Книга 4. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах: Монография / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 319 с
3. Tang D. (2017) What is value based management (VBM)? Flevy Blog. 23 March 2017. Available at: <http://flevy.com/blog/what-is-value-basedmanagement-vbm/> (accessed 06 July 2018).
4. Pombinho J.P.M. (2015) Value-oriented enterprise transformation: Design and engineering of value networks. PhD Thesis. Lisboa: Universidade de Lisboa.

*Дата поступления в редакцию: 24.12.2018 г.*

*Опубликовано: 30.12.2018 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018*

*© Шевченко А.В., 2018*