

4. ВАВОК-СТАНДАРТ В УДОВЛЕТВОРЕНИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТОВ

Борщевич К.А.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Архипова Л.И. – канд. экономич. наук

Аннотация. Рассмотрен стандарт BABOK (Business Analysis Body of Knowledge) и его значение в процессе удовлетворения потребностей клиентов и роль бизнес-аналитика. Описана структура и ключевые элементы Business Analysis Framework. Проведен анализ основных компонентов модели: потребности, ценность, решения, заинтересованные стороны, изменения и контекст, а также их взаимосвязь. Проведена оценка важности данных элементов в достижении бизнес-целей и удовлетворении требований клиентов.

Введение.

В современных условиях бизнеса удовлетворение потребностей клиентов становится ключевым фактором успеха компаний, особенно в сфере информационных технологий. Эффективное

управление требованиями, анализ бизнес-процессов и поиск оптимальных решений – все это входит в компетенцию бизнес-аналитика, чья роль становится все более значимой.

Одним из наиболее авторитетных стандартов в области бизнес-анализа является BABOK (Business Analysis Body of Knowledge). Руководство BABOK (свод знаний BABOK) – это всемирно признанный стандарт по бизнес-анализу. BABOK описывает области знаний бизнес-анализа, задачи, базовые компетенции, методики и точки зрения на бизнес-анализ.

В данной статье рассматривается определение стандарта BABOK и его значение для бизнеса, а также структура и основные элементы Business Analysis Framework. Особое внимание уделяется взаимосвязи ключевых компонентов и их влиянию на удовлетворение потребностей клиентов. Также проводится оценка значимости каждого элемента в процессе бизнес-анализа. Понимание этих аспектов поможет компаниям и специалистам более эффективно применять BABOK на практике, повышая ценность создаваемых решений и улучшая клиентский опыт.

Определение стандарта BABOK и роли бизнес-аналитика.

Руководство к своду знаний по бизнес-анализу (англ. A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge, аббревиатура BABOK) – это стандарт для практики бизнес-анализа, предназначенный для профессионалов, выполняющих бизнес-аналитические задачи. Всемирно признанный, он направляет бизнес-профессионалов в шести основных областях знаний, описывая навыки, результаты (разработки ПО) и методы, которые требуются бизнес-аналитикам с целью достижения лучших возможных для бизнеса исходов.

Бизнес-аналитик – это любое лицо, которое выполняет задачи бизнес-анализа, описанные в руководстве BABOK, независимо от своей должности или организационной роли. Бизнес-аналитик отвечает, помимо прочего, за выявление реальных потребностей заинтересованных лиц (что часто включает в себя разбор и прояснения выражаемых пожеланий) для того, чтобы определить основные задачи и выявить мотивы.

Бизнес-аналитики принимают активное участие в том, чтобы спроектированное и реализованное решение соотносилось с потребностями заинтересованных лиц. Далее мы подробнее рассмотрим инструмент BABOK, который помогает бизнес-аналитику в удовлетворении потребностей клиентов.

Структура и составляющие Business Analysis Framework.

При планировании или выполнении задачи бизнес-анализ должен учитывать, как рассматривается каждая основная концепция, задавая такие вопросы, как:

- Какие виды *изменений* мы хотим осуществить?
- Какие *потребности* мы стремимся удовлетворить?
- Какие программные *решения* мы разрабатываем/изменяем?
- Какие присутствуют *заинтересованные стороны/лица*?
- Что для заинтересованных сторон/лиц несет в себе/является *ценностью*?
- В каких *контекстах* находятся участники проекта и решение?

Инструмент, способный помочь бизнес-аналитику дать ответы на эти вопросы, а также выявить связь и зависимости между их ключевыми понятиями, был разработан IIBA (International Institute of Business Analysis) 25 марта 2012 года. Его назвали Business Analysis Framework, и разработка составила несколько итераций от первого драфта до версии, которую мы рассматриваем сейчас.

Business Analysis Framework (или BACCM – Business Analysis Core Concept Model) является, по определению своих разработчиков, концептуальной моделью профессии бизнес-анализа. С его помощью BABOK предоставил миру бизнес-аналитиков в их повседневной работе возможность задавать фундаментальные, но важные вопросы на каждом этапе работы по бизнес-анализу.

Business Analysis Framework подробно представлен на рисунке 1.

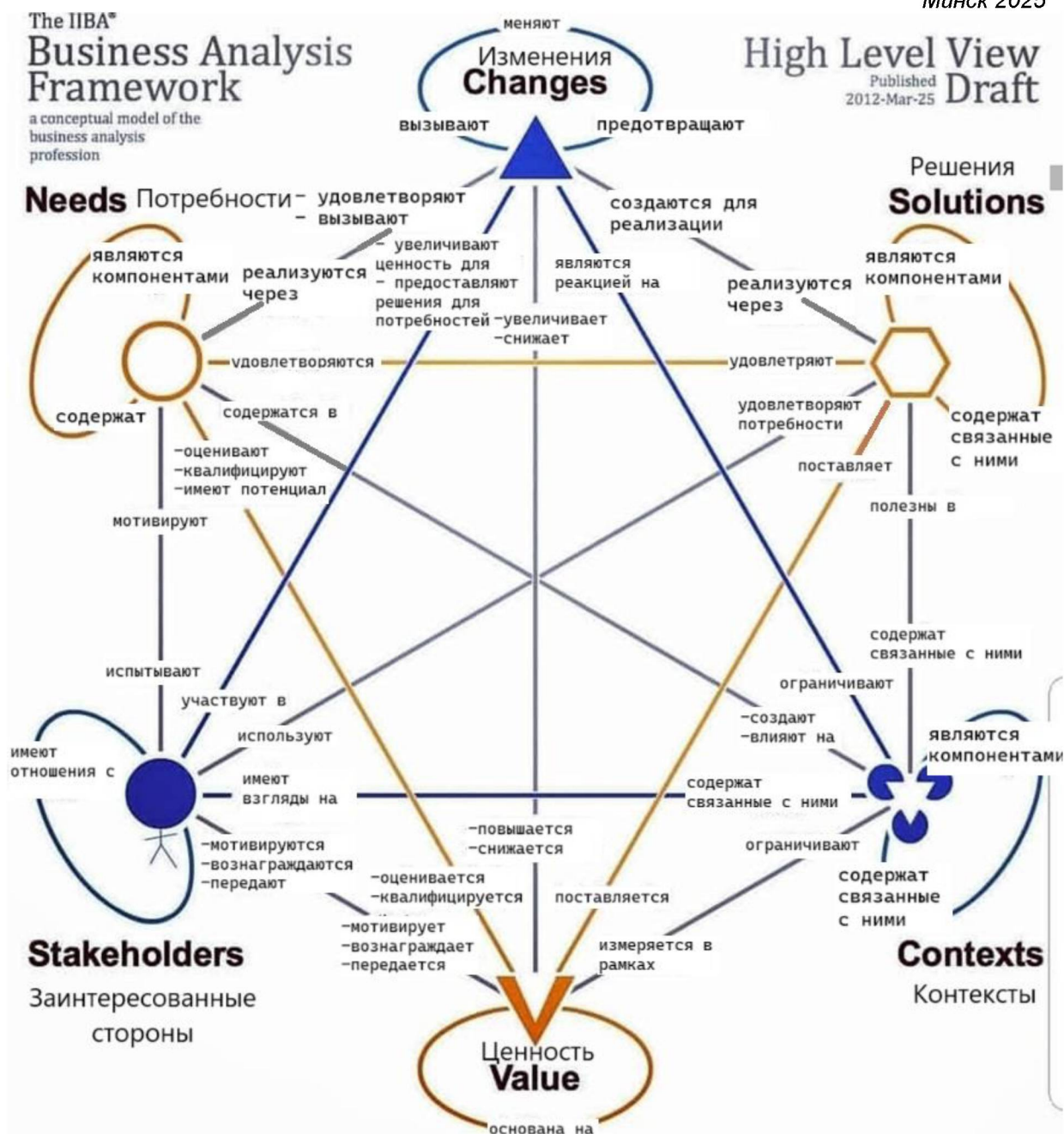


Рисунок 1 – Business Analysis Framework (адаптировано)

Представленная модель описывает взаимосвязи и взаимообусловленность всех основных элементов, задействованных в ключевых бизнес-процессах, и указывает на роль каждого элемента в создании ценности для клиента.

С этой точки зрения важным является уточнение роли каждого из элементов в удовлетворении потребностей клиентов

Определение и сущность основных элементов Business Analysis Framework.

Шесть основополагающих компонентов, составляющих *Business Analysis Framework*, неразрывно связаны между собой. Каждый из них при этом, будучи вынесенным за пределы контекста *ВАССМ*, является самостоятельным понятием, хорошо знакомым деятелям ИТ-сферы, однако для нас интерес представляет именно их симбиоз в достижении общей цели. Рассмотрим их подробнее в таблице 1.

Таблица 1 – Шесть основных элементов Business Analysis Framework

Термин	Определение
Change (Изменение)	Акт трансформации в ответ на потребность. Изменение работы с целью повышения производительности предприятия. Эти улучшения являются преднамеренными и контролируются посредством деятельности по бизнес-анализу.
Need (Потребность)	Проблема или возможность, требующая решения. Потребности могут стимулировать изменения, мотивируя заинтересованные стороны к действию. Изменения также могут быть вызваны разрушением или усилением ценности, которую предоставляет существующее Решение.
Solution (Решение)	Конкретный способ удовлетворения одной или нескольких потребностей в Контексте. Решение удовлетворяет потребность, решая проблему, с которой сталкиваются заинтересованные стороны, или позволяя заинтересованным сторонам воспользоваться существующей возможностью.
Stakeholder (Заинтересованная сторона)	Группа или лицо, имеющее отношение к изменению, потребности или решению. Заинтересованные стороны часто определяются с точки зрения интереса, воздействия и влияния на изменение. Заинтересованные стороны группируются на основе их отношения к потребностям, изменениям и решению.
Value (Ценность)	Ценность, важность или полезность чего-либо для заинтересованных сторон в контексте. Ценность можно рассматривать как потенциальный или реализованный доход, прибыль или улучшение для клиента. Также можно рассматривать ценность с точки зрения сокращения потерь, рисков и затрат при выполнении работ клиентом (JTBD). Ценности могут быть материальными или нематериальными. Материальная ценность может быть измерена напрямую. Материальная ценность часто имеет значительную денежную составляющую. Нематериальная ценность определяется косвенно. Нематериальная ценность часто имеет значительную мотивационную составляющую, такую как репутация компании или моральный дух сотрудников. В некоторых случаях ценность можно измерить в абсолютных величинах, но во многих случаях она измеряется в относительных величинах: один вариант решения более ценен, чем другой, с точки зрения определенного набора заинтересованных сторон.
Context (Контекст)	Обстоятельства, которые влияют на выработку решений, находятся под влиянием всех элементов и дают представление об изменении. Изменение происходит в контексте. Контекст — это все, что относится к изменениям, происходящим в окружающей среде. Контекст может включать в себя отношение, поведение, убеждения, конкурентов, культуру, демографию, цели, правительство, инфраструктуру, язык, потери, процессы, продукты, проекты, продажи, сезонность, терминологию, технологию, погоду и любой другой элемент, который подходит под определение.

На первый взгляд кажется очевидным, что все компоненты фреймворка имеют равнозначную ценность, однако в условиях вывода в полевые условия – на рынок IT – их удельный вес меняется под влиянием новых факторов.

Оценка важности элементов Business Analysis Framework.

В финальной части исследуемой темы дана *авторская* (субъективная) оценка степени важности каждой составляющей *BACSM* в удовлетворении потребностей клиентов IT-рынка. Предложенная экспертная оценка представлена в виде распределения «удельного веса» по степени влияния на конечный результат (OKR) – от меньшего к наибольшему «удельному» весу:

1. *Change (Изменение)* и *Context (Контекст)*. Удельный вес этих понятий меньше, чем остальных.

Изменения неизбежны, но сами по себе не являются целью, а их ценность определяется правильностью остальных элементов. Контекст важен всегда, но его влияние варьируется в

зависимости от ситуации.

2. Need (Потребность), Solution (Решение) и Value (Ценность).

Даже если мы решаем потребность, но ценность неочевидна, клиент может остаться недоволен. Если решение есть, но оно плохо реализовано или неудобно, ценность теряется. Что же может быть поставлено выше, чем сама потребность?

3. Stakeholder (Заинтересованная сторона). В современных IT-реалиях клиент занимает центральное место, что подтверждает повсеместная клиентоцентричность как в компаниях-гигантах IT рынка, так и в небольших, амбициозных проектах.

Клиент – ключевой стейкхолдер, и удовлетворение его потребностей напрямую влияет на успешность проекта. Без понимания потребностей клиента невозможно создать ценность, выбрать решение или инициировать изменения. Это может показаться очевидным на бумаге, но в ходе работы над проектом достаточно легко сместиться к ложным приоритетам – поиску инновационного решения, или оптимизации материальной ценности, упуская из вида простую истину: нет клиента – нет остальных составляющих успеха разработки.

Заключение.

Стандарт BABOK играет ключевую роль в удовлетворении потребностей клиентов, предоставляя структурированный подход к бизнес-анализу. Business Analysis Framework помогает выявлять, анализировать и внедрять решения, ориентированные на максимальную ценность для клиента.

В современных реалиях клиент является центральной фигурой бизнес-процессов. Именно его потребности определяют, какие изменения необходимы, какие решения следует разрабатывать и какие ценности они должны приносить. Каждый элемент Business Analysis Framework – потребность, ценность, заинтересованные стороны, решение, изменение и контекст – имеет значение, но только их грамотное применение с фокусом на клиента приводит к успешным бизнес-инициативам.

Компании, которые используют BABOK с ориентацией на клиента, получают конкурентные преимущества, создавая не просто решения, а ценные продукты и услуги, полностью соответствующие ожиданиям пользователей. Таким образом, клиентоцентричный подход в рамках BABOK становится основой долгосрочного успеха бизнеса.

Список использованных источников:

1. *International Institute of Business Analysis. BABOK. Руководство к Своду знаний по бизнес-анализу. Олимп-Бизнес: Москва, 2022. – 602 с.*
2. *BABOK SCHOOL [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://babok-school.ru/blog/what-is-babok/> – Дата доступа: 12.03.2025*