

УДК 338.27

УСПЕХ КОРПОРАЦИИ APPLE НА ПРИМЕРЕ ТРЕХМЕРНОЙ МОДЕЛИ ЗАХМАНА

© Тарасова А.В., Кореева Е.Б.

e-mail: annlightwood@yandex.ru

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация*

С каждым годом возрастает количество разнообразной информации во всех сферах жизни человека, поток информационных технологий растет, и, в связи с этим, им становится все труднее управлять. Предприятия не успевают оценивать, как будут взаимодействовать между собой отдельные элементы предприятия, как будет проходить интеграция отдельных технологических решений. Из-за озвученных выше проблем по оценкам различных консалтинговых компаний, примерно 50% IT-проектов в различных отраслях заканчиваются не так, как запланировано. Одним из путей решения является методика построения архитектуры предприятия. Целью данного проекта является применение архитектурного подхода к известной американской корпорации – Apple, производителю персональных и планшетных компьютеров, аудиоплееров, телефонов, программного обеспечения.

В качестве преимуществ данной модели можно указать: во-первых, ее удобно применять для классификации всей информации, описывающей предприятие и его информационные системы, выявления "белых пятен" и координации работ; во-вторых, модель можно использовать на метауровне – для сравнения различных реализаций создания архитектур предприятия; наконец, она может являться удобным средством для использования в отдельных проектах [1].

Ключевыми особенностями разработки продуктов в Apple являются:

1. Во главе разработки стоит отдел дизайнеров, а не разработчиков.
2. Все найденные дефекты моментально появляются в баг-трекере.
3. Процесс разработки строго регламентируется чеклистом (ANPP), который описывает все стадии разработки продукта.
4. За производство и финальное тестирование опытных образцов отвечают два человека: главный инженер и главный логист, которые наделены практически безграничными полномочиями внутри компании.
5. Бета-тестирование продуктов.
6. Тестирование опытных образцов продукта в обычных условиях сотрудниками Apple.
7. Коллективное обсуждение критичности найденных дефектов (Bug Review Board).
8. Активное использование ручного тестирования, несмотря на автоматические тесты.
9. Разработка ведётся трёхнедельными спринтами: две недели разработка новой функциональности и одна неделя багфиксинг [2].

Из построенной ниже матрицы можно отметить, что компания Apple предлагает совершенно новую концепцию работы отделов – заинтересованность в достижении результата, каждый отдел взаимодействует с соседними, что позволяет компании быстро выполнять поставленные задачи и производить качественные девайс-продукты (см. рис.).

	Данные ЧТО	Функции КАК	Дислокация ГДЕ	Люди КТО	Время КОГДА	Мотивация ПОЧЕМУ		
Бизнес-руководители	Управляющие, владельцы компании	Готовый продукт -новая модель девайса	1)Поиск заказчика; 2)Проведение переговоров; 3)Заключение договора; 4)Закрепление за проектом руководителя; 5)Продажа, внедрение и сопровождение продукта	1)Отдел продаж; 2)Отдел разработки; 3)Отдел аналитики; 4)Отдел внедрения и сопровождения	1)Президент компании; 2)Заказчик; 3)Аналитик; 4)Разработчик; 5)Руководитель проекта; 6) Агент по продажам	Временные сроки, которые указаны в договоре	1) Получение стабильной прибыли; 2) Получение единократной прибыли за проданный концепт; 3) Поддержание взаимоотношений с заказчиком	Сфера действия (контекст)
	Руководитель проекта	Основные сущности концепта	Управление проектом: 1) Взаимодействие с заказчиком; 2) Поручение задач аналитикам проекта; 3) Контроль и корректировка разработанного проекта; 4) Контроль над функциями, которые задействованы в разработке проекта; 5) Контроль выполнения поставленных задач	Кабинет руководителя проекта	1)Руководитель проекта; 2)Руководитель отдела разработки; 3)Аналитики проекта	Временные сроки, составленные на основании договора	1)Получение прибыли; 2)Соблюдение установленных сроков по проекту	Модель предприятия
Ит-менеджеры и разработчики	Аналитики (бизнес-аналитик и системный аналитик)	1)Детальное рассмотрение модели; 2)Потребности заказчика; 3)Требования к новой модели	1)Выявление потребностей заказчика; 2)Определение требований к продукту; 3)Разработка плана реализации создания продукта; 4)Постановка задачи руководителю отдела разработки; 5)Внесение корректировок на основе требований заказчика	Отдел аналитики	1)Заказчик; 2)Бизнес-аналитик; 3)Системный аналитик	Временные сроки, которые выделены на разработку отдельных модулей данного концепта	1)Получение прибыли; 2)Получение концепта; 3)Наибольшее удовлетворение потребностей заказчика	Модель системы
	Дизайнеры	Физическое представление концепта	1)Разработка физической модели продукта; 2)Управление отделом разработки: • постановка задач и их распределение внутри отдела, • корректировка,	Дизайн - студия	1)Системный аналитик; 2)Руководитель отдела разработки	Временные сроки, которые поставлены аналитиками	1)Эффективное управление отдела разработки; 2)Простое представление концепта модели девайса, с возможностью исправления дальнейших коллбективов	Технологическая (физическая) модель
	Разработчики	1)Готовая модель производства продукта; 2)Средства, которые помогут в разработке продукта	1)Выполнение задачи, которая была поставлена руководителем разработки; 2)Устранение ошибок на этапе тестирования	Отдел ANPP	1)Главный логист; 2)Главный инженер	Временные сроки, которые были поставлены дизайнерами	Выполнение задачи в срок с минимальным количеством ошибок	Детали реализации
		1)Полная информация о функциональной части концепта новой модели девайса; 2)Полная документация по концепту	1)Сопровождение концепта и подготовка к реализации; 2)Передача последующих задач в отдел аналитики для дальнейшей доработки	Отдел сопровождения	1)Маркетологи; 2)Отдел техподдержки; 3)Отдел аналитики	Временные сроки, которые были указаны в договоре	Реализация данного концепта для получения максимальной прибыли	Работающее предприятие

Рис. Трехмерная модель

Библиографический список

1. Преимущества и недостатки применения модели Захмана – URL: rykovodstvo.ru/exspl/127101/index.html?page=4
2. От дизайна до производства: Как обеспечивается качество продуктов Apple – URL: <http://surfingbird.ru/surf/ot-dizajna-do-proizvodstva-kak-obespechivaetsya--j90WA1891#.XGgVpGQzbpA>
3. Inside Apple: How America's Most Admired–And Secretive–Company Really Works. Adam Lashinsky