

РАЗДЕЛЕНИЕ ПРОЕКТА НА ФАЗЫ И РАБОТА ПО ФАЗАМ

Традицией фирмы Philips, обеспечивающей путь к успеху, является использование самых совершенных технологий и методов управления. Фирма, ориентируясь на потребителя, на производство почти уникальной продукции в стандартном диапазоне, во главе новых методов ставит управление проектом. Ее профессиональные отделы и департаменты работают в режиме, основанном на плане, думают в первую очередь о потребителе и тем самым конкурентоспособны в бизнесе.

Основными направлениями работы фирмы являются:

- разработка новых проектов, позволяющих быстрее и успешнее завоевывать рынок;
- сокращение непродуктивных расходов времени и использования ресурсов;
- действие на исполнительском уровне более параллельными путями вместо обычного последовательного согласования.

Подобная работа должна в возрастающей степени ориентироваться на более творческую, а порой и импровизированную деятельность отделов, которая может быть успешной только при строгом едином и системном плане работ, экономном использовании единых ресурсов и часто необходимых специфических структурных решениях.

На сегодняшний день разработка проектов на фирме становится наиболее предпочитаема в организации бизнеса. В зарубежной литературе под проектом понимается выделенная как целое часть деятельности, исполняемая несколькими группами специалистов, временно работающими вместе с целью достижения конкретно определенного результата. Причем, этот результат должен быть достигнут с использованием ограниченных ресурсов. Деятельность и результат совместно формируют проект, который делится на фазы.

Разделение проекта на фазы необходимо, прежде всего потому, что подобная организация работы дает возможность периодически проверять процесс и «подправлять» его. Число фаз может быть выбрано наугад.

В теории управления проектом разделение на фазы произошло исходя из системного управления, которое широко используется многими современными фирмами. На фирме Philips проект делится на шесть фаз, с первой — «введения» и до последней — «заключения», каждая из которых составляет достаточно заверченный этап.

Каждая из фаз имеет следующее назначение:

• **Инициатива** работать в проекте. Организаторы и исполнители проекта определяют, что формирует часть проекта (что входит в «проект»), а что нет.

• **Уточнение** проекта, в котором предмет тщательно анализируется. С этого момента утверждается, что должно быть достигнуто и условия, при которых проект должен быть завершен.

• **Фаза разработки**, в течение которой разрабатываются альтернативы (альтернативные решения). Наиболее приемлемое решение затем разрабатывается в деталях.

• **Приготовление к реализации**. На этой фазе определяются рабочий метод и/или процедура. Здесь же, при необходимости, происходит обучение работников, собранных для реализации проекта.

• **Реализация** цели проекта. Непосредственная реализация выработанных процедур. Эта фаза, в которой проект требует наибольшего контроля и внимания.

• **Завершающая фаза**, в которой выполненный проект используется и продолжает действовать; может быть получена обратная связь, которая даст полезные результаты как для дальнейшего сопровождения и развития проекта, так и опыт для решения подобных задач в будущем.

В конце каждой фазы подводится итог, где определяется, будет ли проект продолжаться или нет.

Деление на фазы на практике зависит от типа проекта. Технические проекты ставят различные требования: например, разделение на подфазы для проведения исследований или

персональных проектов. В проектах, более связанных с оперативной работой на рынке, требуется параллельное решение фаз маркетинга. Тип определения фаз при построении конкретного проекта может быть приспособлен по мере необходимости в соответствии с данной ситуацией.

Ж. П. Семенюк

КОНКУРЕНЦИЯ — НЕОТЪЕМЛЕМОЕ СВОЙСТВО РАЗВИТОГО РЫНКА

Современная рыночная экономика представляет собой сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием — рынок.

По определению рынок — это организованная структура, где «встречаются» производители и потребители, продавцы и покупатели, где в результате взаимодействия спроса потребителей (спросом называется количество товара, которое потребители могут купить по определенной цене) и предложения производителей (предложение — это количество товара, которое производители продают по определенной цене) устанавливаются и цены товаров, и объемы продаж. При рассмотрении структурной организации рынка определяющее значение имеет количество производителей (продавцов) и количество потребителей (покупателей), участвующих в процессе обмена всеобщего эквивалента стоимости (денег) на какой-либо товар. Это количество производителей и потребителей, характер и структура отношений между ними определяют взаимодействие спроса и предложения.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции (competition). Конкурируют между собой товары, представленные на рынках, и производители этих товаров. Поэтому конкуренция может рассматриваться в разных аспектах: товаров (продукции, услуг), товаропроизводителей (фирм, отраслей, стран).

Конкуренция — это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Это конкуренция между производителями. Аналогично определяется конкуренция между потребителями как взаимоотношения по поводу формирования цен и объема спроса на рынке. Стимулом, побуждающим к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других. В соперничестве на рынках речь идет о заключении сделок и о долях участия в рыночной сфере. Конкурентная борьба — это динамический процесс. Он служит лучшим обеспечению рынка товарами.

Конкуренция — сердцевина современного рыночного механизма не только потому, что масштабы ее проявления за последние десятилетия неизмеримо возросли. Главное в том, что конкуренция — это органичное свойство рынка, его неотъемлемая черта. Отсутствие «нормальной» конкуренции, ее разрушительное либо слабое проявление — четкий индикатор явного неблагополучия на рынке.

Реально сложившаяся практика экономической жизни в мире показывает, что рынок и конкуренция — главный рычаг развития современной экономики, более мощный и действенный, чем любой иной фактор ее движения. Эффективность функционирования рынка тем выше, чем активнее конкуренция и чем лучше условия для ее проявления. Конкуренция требует определенного, желателен оптимального сочетания экономических, технологических и социальных предпосылок. Нарушение этого условия затрудняет проявление конкуренции или даже сводит ее на нет. Итог — застой в экономике, снижение ее эффективности, возможное падение жизненного уровня населения страны.

Конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики, имеет свои плюсы и минусы. К положительным чертам можно отнести активизацию инновационного процесса, гибкое приспособление к спросу, высокое качество продукции, высокую производительность труда, минимум издержек, реализацию принципа оплаты по количеству и качеству труда, возможность регулировки со