

УДК 65.015

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Баталова А.В., Буйная А.И.,

научный руководитель канд. экон. наук Гнедых Н.Н.

Сибирский Федеральный Университет

Торгово-экономический институт

В современных условиях (условиях быстро развивающейся экономики, становления конкурентности, нестабильности рынка) организациям с каждым днем все сложнее и сложнее выживать. Именно выживать, а не функционировать или расти и развиваться. Не каждая организация может выстроить свою систему менеджмента так, что бы наблюдалась положительная эффективность от ее работы.

Сейчас многие организации переходят на проектно- ориентированное управление и в этом есть определенный смысл. Проектная ориентация развития организации позволяет ей максимально быстро и эффективно реагировать на изменения внешней среды, создавая продукт необходимый потребителю.

Но не стоит забывать о том, что Проектная организация имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при построении системы управления и подборке инструментов управления. И особенно важно, что бы эти инструменты управления воздействовали должным образом на эти особенности.

Вышесказанным можно определить актуальность данной статьи. Цель написания статьи заключается в выделении современных, а так же эффективных, что не мало важно, инструментов управления проектно- ориентированной организацией. Задачами работы будут выявление особенностей проектной организации, их анализ и подбор соответствующего инструмента управления.

Проектно- ориентированная организация направлена на разработку проектов, приносящих прибыль от их реализации. Каждый новый проект это новая команда, новые цели и задачи, другие ресурсы. В организации может осуществляется разработка и реализация сразу нескольких проектов, задачи одного проекта могут стать отдельным проектом, тем самым образуя дерево проектов. Но, тем не менее, каждый проект, будь он основным проектом или подпроектом, обладает автономностью. Тогда перед руководителем основной задачей встает координация проектов, управление портфелем проектов. Но что бы управлять и контролировать несколько проектов одновременно, необходимо выделить особенности управления одним проектом.

В проекте, как в отдельной автономии, есть две, равных по важности, составляющих, которые обеспечат эффективную работу и прибыль от реализации. Во-первых это команда проекта, а во-вторых сам продукт или услуга.

В проектной организации, в отдельно взятом проекте взаимоотношения строятся не по системе начальник-подчиненный, здесь весь персонал - одна большая команда, имеющая своего лидера. В такой команде преобладают неформальные отношения, но, тем не менее, необходимо ограничивать каждому его круг обязанностей и ответственности. Создавая команду, необходимо учитывать, что в команде должны быть "инноваторы" и "реалисты". "Инноваторы" - это люди, которые будут создавать идею проекта. Такие люди генерируют идеи, соответствующие миссии проекта и отвечающие требованиям внешней среды, обладающие уникальностью и новизной. "Реалисты" анализируют такие идеи с экономической точки зрения, с точки зрения эффективности для организации. Корректируют способы достижения поставленных целей не нарушая общую концепцию идеи. Отметим еще раз, проект должен обладать новизной и уникальностью. Отсюда можно выделить первый инструмент в управлении

проектно- ориентированной организации — информация и коммуникации. В организации всегда актуальна проблема коммуникаций в силу развития коммуникационных технологии. Обладая информацией, но без возможности ее передачи нужным людям своевременно, невозможно ее эффективно использовать. Поэтому руководитель организации должен создать систему коммуникаций способной на моментальное реагирование. Такая система должна охватывать всевозможные источники информации из внешней среды, а так же обеспечивать ее быструю передачу и обработку внутри команды без вовлечения лишних участников проекта.

Разделяя всех участников команды, мы видим что это два диаметрально противоположных типа работников. Поэтому необходимо создать совершенную систему мотивации - еще один инструмент в управлении проектно- ориентированной организацией. Мотивация должна включать моральные и материальные стимулы.

И учитывать особенности каждой группы. Во предки стереотипам "инноваторы" не всегда готовы работать за идею без должного материального вознаграждения, а " реалистов" интересуют не только деньги, каким бы очевидным не казалось это на первый взгляд. Продуманная система ценностей и стимулов способна создать настроение команды, от которой зависит ее дальнейшая работа и эффективность.

В конечном итоге вся деятельность проекта выливается в продукт или услугу, ради которого все и создавалось. Но что бы продукт или услуга были актуальными и востребованными у потребителя им так же нужно управлять как и командой проекта.

Обеспечить конкурентоспособность продукта и его актуальность поможет такой инструмент управления как бенчмаркетинг.

Бенчмаркетинг (бенчмаркинг, benchmarking)— это процесс изучения и оценки товаров, услуг, менеджмента и опыта тех компаний, которые являются признанными лидерами в сегменте, области. Бенчмаркетинг представляет собой систематическую деятельность, направленную на поиск, оценку и обучение на лучших примерах, не зависимо от их размера, сферы бизнеса и географического положения. Бенчмаркетинг представляет собой искусство обнаружения того, что другие делают лучше нас и изучение, усовершенствование и применение их методов работы и разработок.

Естественно, что бенчмаркетинг подразумевает дополнительные ресурсные затраты, в том числе и финансовые. Но это самый эффективный инструмент в управлении продуктом. Результаты анализа специалистов по бенчмаркетингу позволяет корректировать деятельность проекта в соответствии с требованиями внешней среды. Но здесь будет уместно упомянуть, что сфера бенчмаркетинга не ограничивается анализом продукта и его производства. Бенчмаркетинг охватывает так же и анализ структуры других организации, их систему менеджмента, структуру управления и т.д. Поэтому благодаря бенчмаркетингу мы можем совершенствовать все сферы организации.

Создав совершенный и актуальный продукт необходимо его реализовать. И реализовать так, что бы наработать клиентскую базу и обеспечить системное производство. И здесь предлагается к рассмотрению еще один инструмент управления продуктом - реклама. Как известно, реклама, двигатель торговли. Поэтому, организовав правильную рекламную кампанию по продвижению продукта мы получаем уже большее число покупателей, готовых покупать и использовать продукт или услугу не один раз. Чем больше размер предприятия, тем больше средств она должна тратить на рекламу. Но должна быть и золотая середина. Не стоит вкладывать все свободные финансовые ресурсы в политику продвижения продукта.

Последним инструментом управления проектно-ориентированной организацией можно выделить аутсорсинг. Все, что мы хорошо умеем мы сделаем сами, а то что плохо получается попросим сделать специалистов. В этом и заключается суть

аутсорсинга. Каким бы гениальным не был руководитель, невозможно создать идеальную систему менеджмента. Всегда будут какие-либо недостатки. Аутсорсинг позволяет взглянуть на организацию со стороны, провести объективный анализ, выявить элементы, которые не работают должным образом, и оптимизировать их в дальнейшем.

Предложенные инструменты оказывают эффективную помощь в управлении организацией проектно-ориентированного типа. Разделив проект на составляющие, становится понятно, как воздействовать на ту или иную область. Но здесь необходимо отметить, что этот список инструментов не совершенен, и подлежит корректировке в соответствии с вперед идущим прогрессом, развитием экономики, политической ситуации в стране и другими факторами, оказывающими влияние на организацию и способных побудить ее к каким-либо действиям.