

# Самостоятельная работа по УП

## Вариант 27

Выполнил:

Ибушев Сергей, гр. 584

# Сущность понятия «проект», его виды

- В отечественной практике это понятие до недавнего времени использовалось преимущественно в технической сфере. Под «проектом» обычно подразумевалась разработка документации для создания каких-либо зданий или сооружений. А сам процесс разработки назывался проектированием.
- В зарубежных странах для обозначения данного процесса проектирования использовался другой термин - designing (дизайн, проектирование здания, разработка изделия), а понятие project (проект) трактуется более широко.
- Существует ряд определений понятия «проект», каждое из которых имеет право на существование. Специалисты по управлению проектами пользуются тем из них, что наиболее подходит к решаемой ими задаче.

# Сущность понятия «проект», его виды

- США, Институт Управления Проектами (PMI):

*« **Проект** - некоторое предприятие с изначально установленными целями, достижение которых определяет завершение проекта» .*

- Великобритания, Английская Ассоциация проект-менеджеров:

*« **Проект** - это отдельное предприятие с определенными целями, часто включающими требования по времени, стоимости и качеству достигаемых результатов».*

- Германия, DIN 69901:

*« **Проект** - это предприятие (намерение), которое в значительной степени характеризуется неповторимостью условий в их совокупности, например:*

- *задание цели;*
- *временные, финансовые, людские и другие ограничения;*
- *разграничения от других намерений;*
- *специфическая для проекта организация его осуществления».*

# Сущность понятия «проект», его виды

На основании приведенных определений мы можем выделить *общие признаки* проекта:

- изменения - основное содержание проекта;
- ограниченная во времени цель;
- ограниченная временная продолжительность проекта;
- бюджет проекта;
- ограниченность требуемых ресурсов;
- новизна;
- комплексность;
- правовое и организационное обеспечение проекта;
- разграничение с другими намерениями и видами деятельности.

## Сущность понятия «проект», его виды

- Проекты, реализуемые в различных областях, разными специалистами имеют значительные различия между собой. Поэтому для выбора того или иного подхода к управлению конкретным проектом предварительно необходимо разобраться с особенностями именно данного типа или вида проекта.
- Классификация проектов может быть проведена по различным основаниям. Мы рассмотрим лишь наиболее распространенные ее варианты:

# Сущность понятия «проект», его виды

- **Типы проектов** различаются по сферам деятельности, в которых осуществляется проект:
- **Технический** (строительство здания или сооружения, внедрение новой производственной линии, разработка программного обеспечения и т.д.);
- **Организационный** (реформирование существующего или создание нового предприятия, внедрение новой системы управления, проведение международной конференции и т.д.);
- **Экономический** (приватизация предприятия, внедрение системы финансового планирования и бюджетирования, введение новой системы налогообложения и т.д.);
- **Социальный** (реформирование системы социального обеспечения, социальная защита необеспеченных слоев населения, преодоление последствий природных и социальных потрясений);
- **Смешанный** (проекты, реализуемые сразу в нескольких областях деятельности, - к примеру, проект реформирования предприятия, включающий внедрение системы финансового планирования и бюджетирования, разработку и внедрение специального программного обеспечения и т.д.).

# Сущность понятия «проект», его виды

Классы проектов различаются по составу, структуре и предметной области проекта:

- **Монопроекты** - отдельные проекты различного типа и назначения, имеющие определенную цель, четко очерченные рамки по финансам, ресурсам, времени, качеству и предполагающие создание единой проектной группы (инвестиционные, инновационные и другие проекты);
- **Мультипроект** - комплексный проект, состоящий из ряда монопроектов и требующий применения многопроектного управления (реформирование существующих и создание новых предприятий, разработка и внедрение внутрифирменных систем многопроектного управления);
- **Мегапроект** - целевые программы развития регионов, отраслей и др. образований, включающие в свой состав ряд моно- и мультипроектов («План Маршалла», создание Общеввропейского рынка, развитие Южной Кореи и т.д.).

# Сущность понятия «проект», его виды

**Виды проектов** различаются по характеру предметной области проекта:

- **Инвестиционный** - главная цель - создание или реновация основных фондов организаций, требующие вложения инвестиций;
- **Инновационный** - главная цель - разработка и применение новых технологий, ноу-хау и других нововведений , обеспечивающих развитие организаций;
- **Научно - исследовательский;**
- **Учебно-образовательный;**
- **Смешанный.**

**По длительности выделяют:**

- *Краткосрочный* - до 3-х лет;
- *Среднесрочный* - от 3-х до 5-ти лет;
- *Долгосрочный* - свыше 5-ти лет.



# Виды ограничений на количество ресурсов

## Люди

- Люди являются наиболее очевидным ресурсом проекта.
- Людские ресурсы обычно классифицируются по их рабочему профилю - например, программист, инженер-механик, сварщик, контролер, заведующий отделом сбыта, инспектор.
- В редких случаях некоторые умения взаимозаменяемы, но при этом, как правило, теряется производительность.

## Материалы

- Задержка в выполнении многих проектов часто объясняется нехваткой материалов.
- Если известно, что может возникнуть недостаток наличия материалов и это может сказаться на проекте, они должны быть включены в сетевой план проекта.

# Виды ограничений на количество ресурсов

## Оборудование

- Очень часто оборудование не рассматривают, как ограничение.
- Наиболее распространенной ошибкой является то, что считают, что имеющихся ресурсов более чем достаточно для выполнения проекта.
- Например, если для выполнения проекта требуется один экскаватор в течение 6 месяцев, а организация имеет 4 экскаватора, то часто считают, что данный ресурс не вызовет задержки в выполнении проекта. Однако если существует несколько проектов, то имеет смысл в целях экономии использовать общие ресурсы.
- Такой подход требует проверки наличия ресурсов для всех проектов и предусматривает резерв оборудования для конкретных потребностей проекта в будущем.

# Виды ограничений на количество ресурсов

## Текущие активы

- В некоторых проектах текущие активы рассматриваются как ресурс, поскольку они ограничены.
- Если текущие активы поступают в недостаточном количестве, поскольку промежуточные выплаты производятся ежемесячно, то использование материалов и рабочей силы следует ограничить, чтобы сохранить наличные деньги. Такая ситуация связана с проблемой движения денежной наличности.

# Практическая часть

Московский банк планирует выйти на региональные рынки РФ. В связи с этим предполагается использование стратегии горизонтальной интеграции (поглощение региональных банков в целях создания холдинга федерального уровня). Собственными финансовыми средствами банк располагает.

- К какому типу относится данный проект.
- Проведите PEST-анализ для данного проекта.
- Выберите тип рекламы (информационная, стимулирующая, побуждающая, имиджевая, узнаваемость марки), которую следует использовать в первую очередь в данном случае.
- Опишите методы снижения рисков при осуществлении данного проекта, которые целесообразно применить в данном случае.
- Выберите метод контроля фактического выполнения работ по данному проекту и обоснуйте свой выбор.

## Типология проекта

Тип данного проекта по сфере деятельности, в которой он осуществляется – **организационный** (реформирование существующего предприятия, внедрение новой системы управления)

Вид по характеру предметной области проекта - **инвестиционный** - главная цель - реновация основных фондов организации, требующая вложения инвестиций;

По длительности я бы охарактеризовал данный проект как **среднесрочный** - от 3-х до 5-ти лет;

# PEST-анализ проекта

**PEST – анализ** – это инструмент, предназначенный для выявления политических (Policy), экономических (Economy), социальных (Society) и технологических (Technology) аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. Политика изучается потому, что она регулирует власть, которая в свою очередь определяет среду компании и получение ключевых ресурсов для её деятельности. Основная причина изучения экономики это создание картины распределения ресурсов на уровне государства, которая является важнейшим условием деятельности предприятия. Не менее важные потребительские предпочтения определяются с помощью социальной компоненты PEST – Анализа. Последним фактором является технологическая компонента. Целью её исследования принято считать выявление тенденций в технологическом развитии, которые зачастую являются причинами изменений и потерь рынка, а также появления новых продуктов.

# PEST-анализ проекта

<b>ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>	<b>ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Текущее законодательство на рынке</li><li>• Будущие изменения в законодательстве</li><li>• Европейское/международное законодательство</li><li>• Регулирующие органы и нормы</li><li>• Правительственная политика, изменение</li><li>• Государственное регулирование конкуренции</li><li>• Торговая политика</li><li>• Ужесточение госконтроля за деятельностью бизнес-субъектов и штрафные санкции</li><li>• Группы лоббирования/давления рынка</li><li>• Международные группы давления</li><li>• Прочее влияние государства в отрасли</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Экономическая ситуация и тенденции</li><li>• Динамика ставки рефинансирования</li><li>• Уровень инфляции</li><li>• Инвестиционный климат в отрасли</li><li>• Общие проблемы налогообложения</li><li>• Налогообложение, определенное для продукта / услуг</li><li>• Рынок и торговые циклы</li><li>• Платежеспособный спрос</li><li>• Товаропроводящие цепи и дистрибуция</li><li>• Потребности конечного пользователя</li><li>• Обменные курсы валют</li><li>• Основные внешние издержки</li></ul>

# PEST-анализ проекта

<b>СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ</b>	<b>ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>· Демография</li><li>· Изменения законодательства, затрагивающие социальные факторы</li><li>· Структура доходов и расходов</li><li>· Базовые ценности</li><li>· Тенденции образа жизни</li><li>· Бренд, репутация компании, имидж используемой технологии</li><li>· Модели поведения покупателей</li><li>· Мода и образцы для подражания</li><li>· Главные события и факторы влияния</li><li>· Мнения и отношение потребителей</li><li>· Потребительские предпочтения</li><li>· Представления СМИ</li><li>· Точки контакта покупателей</li><li>· Реклама и связи с общественностью</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· Развитие конкурентных технологий</li><li>· Финансирование исследований</li><li>· Связанные / зависимые технологии</li><li>· Замещающие технологии/решения</li><li>· Зрелость технологий</li><li>· Изменение и адаптация новых технологий</li><li>· Информация и коммуникации, влияние интернета</li><li>· Потребители, покупающие технологии</li><li>· Законодательство по технологиям</li><li>· Потенциал инноваций</li><li>· Доступ к технологиям, лицензирование, патенты</li><li>· Проблемы интеллектуальной собственности</li></ul>



# PEST-анализ проекта

PEST – анализ региональной экспансии банка		
Фактор	Возможность	Угроза
<p><b>Политические факторы</b></p>	<p>1. <u>Государственное регулирование</u>: выдавливание серых схем, главный критерий вхождения в большой банковский бизнес - достаточность капитала</p> <p>2. Узкая продуктовая специализация (потребительское кредитование, ипотека, кредитование юридических лиц).</p>	<p>1. Нестабильность политической обстановки в стране ведет к дестабилизации экономики.</p> <p>2. Увеличение количества банков, предлагающих одинаковые услуги, а также укрупнение бизнеса (слияние банков).</p> <p>3. Вступление в ВТО приведет к увеличению доли и значения банков с иностранным участием.</p>
<p><b>Экономические факторы</b></p>	<p>1. Учетная ставка Банка России.</p> <p>2. <u>Рентабельность</u> падает. Рост рынка демонстрирует замедление второй год подряд. Выживать будут активно развивающиеся большие компании. Многие региональные банки «сдуваются».</p>	<p>1. Неоднородность экономики страны в целом по регионам: для каждого отдельного субъекта потребуется своя стратегия.</p> <p>2. Подавляющее большинство всех денежных операций в наличной форме: чем дальше от центра – тем более выражено.</p>

# PEST-анализ проекта

<b>Социокультурные факторы</b>	<b>1. Растут денежные доходы, что обусловлено как ростом цен на нефть, так и ростом реального сектора экономики. Особенно важно, что растет доля «среднего класса».</b> <b>2. Возможность приобретения в кредит любых товаров и услуг</b>	<b>1. Необразованность населения в сфере банковских услуг в регионах.</b> <b>2. Большая доля консервативных потребителей, доверяющих только Сбербанку.</b>
<b>Технологические факторы</b>	<b>1. Мощное технологическое перевооружение Банка позволит увеличить свою долю рынка.</b> <b>2. Уже готовая к работе инфраструктура (помещения, банкоматы, сотрудники) и клиентская база, поглощаемых банков.</b>	<b>1. Дополнительные финансовые издержки, на расширение и отладку систем ИКТ: веб-сайта, интернет-банкинга, приложений для мобильного доступа, POS-терминалов.</b>

## Тип рекламы – информационная, направленная на узнаваемость марки

Давно известно, что размещение рекламы в СМИ – один из самых простых и эффективных способов продвижения. При региональной экспансии бизнеса реклама в региональных СМИ может стать основным инструментом продвижения компании и ее продукции или услуг на местном рынке.

Рейтинги и доля местных СМИ традиционно высоки в регионе их присутствия. Размещение рекламы в СМИ, которые давно присутствуют на региональном рынке и вызывают определенное доверие у своего читателя/зрителя/слушателя, будет способствовать тому, что и реклама, размещенная в них, будет вызывать больше доверия, что внесет свой вклад в формирование облика и репутации компании.

Размещение рекламы в СМИ конкретного региона также значительно выгоднее по стоимости, а также по соотношению стоимость/охват целевой аудитории. Интенсивность рекламной кампании легко регулировать, а оперативность управления ею и ценовая гибкость делают рекламу в региональных СМИ одним из ключевых инструментов при освоении компанией новых рынков.

## Тип рекламы – информационная, направленная на узнаваемость марки

Если же выбирать, какой именно вид СМИ должен стать основным при региональной экспансии, то однозначного ответа на этот вопрос не существует – каждый вид имеет свои преимущества и недостатки, общие как для федеральных, так и для региональных средств массовой информации. Однако размещение рекламы в СМИ региона имеет несколько особенностей, которые следует учитывать. Во-первых, в большинстве крупных городов рекламные блоки федеральных телеканалов перекрываются местными – иногда это происходит несанкционированно. Во-вторых, разместить информацию в рекламных блоках региональных СМИ значительно легче по сравнению с федеральными.

В любом случае, региональные СМИ могут стать верным помощником в деле освоения новых рынков при правильном подходе к использованию их ресурсов.

# Снижение рисков

Я считаю, что для снижения риска при региональной экспансии Банк должен осуществлять проект поэтапно.

Поскольку Банк функционирует лишь в Москве, нужно начать конкретно с регионов Центрального федерального округа, где потенциальные клиенты так или иначе уже слышали об этом Банке.

Одним из приемов системы оптимизации банковских рисков является упрощение интерпретации банковской информации в виде графической модели финансового состояния банка, которая позволяет наглядно представить пропорции основных характеристик банка, а приведенный масштаб - оценить их абсолютные отношения.

Поскольку рынок банковских услуг в регионах является неоднородным, необходимо учитывать специфические риски. Можно учесть опыт других банков, выбравших аналогичный путь расширения бизнеса.

# Контроль работ по проекту

Для успешной реализации проекта руководитель должен иметь полную и точную информацию о ходе исполнения проекта, о выполненных работах, осуществленных поставках, возможных рисках. Для того чтобы мониторинг исполнения проекта был эффективным, необходимо соблюдение ряда требований.

- Формат представления отчетов должен быть одинаков для всех участников команды проекта. При этом данные отчетов должны быть сопоставимы с планом.
- Необходимо определить критерии, по которым будет производиться контроль. Такие критерии должны охватывать основные функциональные области управления проектом: сроки, стоимость, качество, организацию работы, предметную область.
- Следует установить методы, которые будут использованы в ходе контроля, определить степень детализации данных. Так, например, в ходе мониторинга фактического выполнения работ я предлагаю метод «по вехам».

# Контроль работ по проекту

**Метод «по вехам».** Один из наиболее часто применяемых методов для отслеживания выполнения длительных работ. Работа делится на части (не обязательно равные), вехи, которые характеризуют собой выполнение отдельных этапов работы. В дальнейшем отслеживаются достижения обозначенных вех.

Необходимо соблюдать баланс между количеством времени, затраченным членами команды проекта на проведение мониторинга, составление отчетности и количеством, частотой представления данных, необходимых для результативного контроля.

Излишняя детализация, сложность оценки показателей могут привести к большим потерям времени на подготовку отчетности и отвлечению участников проекта от непосредственной работы над проектом. В то же время отсутствие существенных показателей при проведении контроля может привести к искаженному пониманию хода реализации проекта.

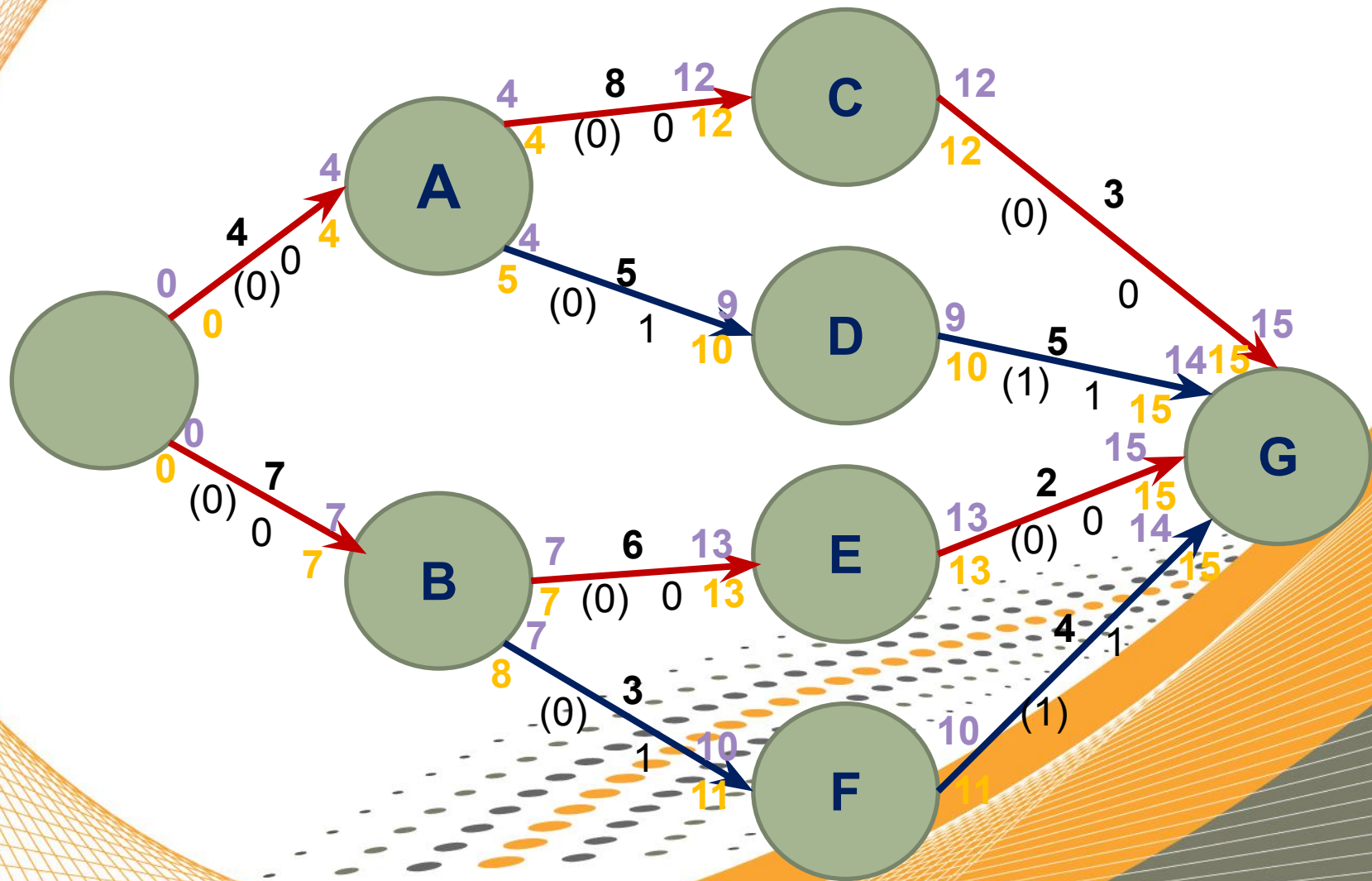
# Сетевой график

Исходные данные:

Операция	Предшествующая операция
A	нет
B	нет
C	A
D	A
E	B
F	B
G	C, D, E, F



# Сетевой график



The background features a complex design of orange wavy lines and a pattern of black and orange dots. The text is centered in the upper half of the slide.

**Спасибо за внимание**

Ибушев Сергей, гр. 584