

У статті розглянуті проблеми управління програмами галузевого розвитку. Запропоновано модель моніторингу поетапного впровадження програми на основі графічного методу

Ключові слова: програма, управління програмами, галузевий розвиток, графічний метод

В статье рассмотрены проблемы управления программами отраслевого развития. Предложена модель мониторинга поэтапного внедрения программы на основе графического метода

Ключевые слова: программа, управление программами, отраслевое развитие, графический метод

The article considers the management problems of the industry development program. It is proposed a model of controlling the program execution based on the graphic method

Keywords: program, program management, industry development, graphical method

УДК 621.011.056

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММАМИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

С. Н. Леонова

Аспирант*

Контактный тел.: 096-767-05-38, (048) 794-79-65

E-mail: sleonova@ukr.net

А. В. Шахов

Доктор технических наук, доцент

Кафедра судоремонта*

Контактный тел.: 067-484-03-53

E-mail: avshakhov@yandex.ua

*Одесский национальный морской университет
ул. Мечникова, 34, г.Одесса, Украина, 65029

1. Введение

После провозглашения независимости в Украине, с целью реализации государственной политики в сфере отраслевого развития был утвержден ряд программ развития (на государственном, региональном и местном уровнях) различных отраслей промышленности, машиностроения, энергетики, транспорта, туризма и, в том числе, отрасли судостроения. Таким образом, сегодня можно констатировать, что в части составления стратегий и программ развития мы имеем определенные улучшения, однако, оценивая эффективность принятых отраслевых программ развития с позиции достигнутых результатов, следует отметить, что большинство из них носит формальный характер и не имеет реального опыта внедрения [1]. Основными недостатками таких программ является их описательный характер, что приводит к малорезультатному их выполнению и отсутствие эффективных методов мониторинга и контроля за их исполнением.

Главной причиной сложившейся ситуации является отсутствие методологических основ управления процессом внедрения программы.

2. Изложение основного материала

В зависимости от сложности и масштабности объекта управления теория проектного менеджмента различает управление проектами, мультипликативными проектами (мультипроектами), программами и портфелями проектов. Предложенный на рис. 1 анализ иллюстрирует сравнение проектов, программ, мультипроектов и портфелей.

Для решения проблем эффективного отраслевого развития наилучшим образом подходит именно программное управление.

Программа характеризуется как сложная категория, имеющая множество неоднозначных определений и характеристик. Согласно определению, принятому в [2], программа – это органическое объединение группы проектов, направленное на достижение миссии программы. В материалах РМІ программа определяется как ряд связанных друг с другом проектов, управление которыми координируется для достижения преимуществ и степени управляемости, недоступных при управлении ими по отдельности [3].

Таким образом, с одной стороны программа обладает основными характеристиками проекта и к ней могут быть применены основные методы и модели управления проектами, а с другой – программа является сложной организационной деятельностью, обладает наивысшей степенью неопределенности как внутренней, так и внешней. Это обстоятельство значительно усложняет процесс отслеживания и прогнозирования изменений, а следовательно и управление взаимосвязями внутри программы. Для решения этой проблемы предлагается использовать принцип поэтапной реализации.

Принцип поэтапной реализации базируется на четкой системе мониторинга, оценки и сбора информации, что обеспечивает возможность отслеживать изменения во времени и по конкретным целям выполнение программы.

На рис. 2 нами предложена графическая модель мониторинга реализации программы, разбитой на 4 этапа, по двадцати основным целям. Оценка процесса выполнения программы осуществляется используя лепестковую диаграмму, на которой по осям отмеча-

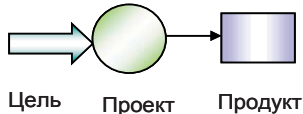
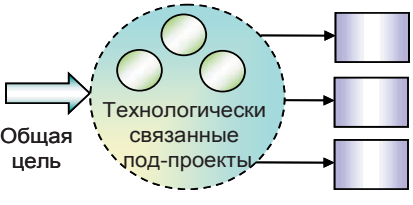
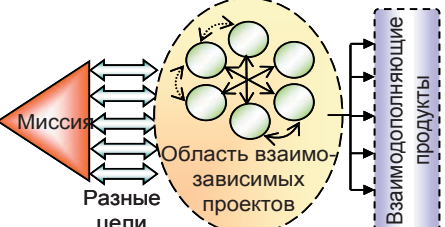
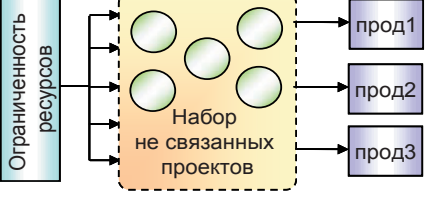
<p>Проект</p>		<p>Проект –временное предприятие с целью создания уникального товара или услуги в условиях ограниченных ресурсов</p>
<p>Мульти-проект</p>		<p>Мультипроект рассматривается как крупный проект, состоящий из нескольких более мелких, успешное выполнение которых является условием успешной реализации мультипроекта</p>
<p>Программа</p>		<p>Программа – это органическое объединение группы взаимозависимых проектов, направленное на достижение миссии программы. Миссия профилируется на ряд различных целей.</p>
<p>Портфель</p>		<p>Портфель - это набор не связанных между собой проектов, программ и других видов работ. Управление портфелем определяется общей стратегией организации.</p>

Рис. 1. Сравнительный обзор управления проектами, мультипроектами, программами и портфелями

тельство катеров и яхт» оказывается невыполненной на первом этапе, то завод-производитель недополучает прибыль от продажи продукции, следовательно, ему не хватит доходов для производства яхт на следующем этапе. Недоставка катеров и яхт на рынок негативно скажется на сфере эксплуатации, т.к. порты, марины, обслуживающие организации недополучат прибыль из-за малого количества заходов судов.

Допустим, Цели 13 и 14 – «Строительство причалов» и «Строительство береговых обслуживающих комплексов» на первом этапе выполнены не в полном объеме. В таком случае количество яхт, имеющееся на рынке на данном этапе, негде будет разместить или же получить качественное обслуживание. Это в свою очередь снижает спрос на катера и яхты – уменьшается количество продаж – производители недополучают прибыль – уменьшается количество яхт в эксплуатации – снижается прибыль портов и обслуживающих организаций.

Если любая из целей на первом этапе была перевыполнена, следовательно ресурсы были потрачены неоправданно – мощностя простаивает в том объеме, в котором перевыполнена цель на первом этапе.

ются критерии (показатели) выполнения вложенных проектов и плановые значения показателей (цель) на том или ином этапе. Такая диаграмма наглядно показывает, насколько выполнены цели на n-м этапе относительно запланированных. По результатам оценки выполнения программы на текущем этапе производится планирование и корректировка деятельности на следующий этап программы.

Рассмотрим действие этой модели на примере программы развития отрасли малотоннажного судостроения. Как видно на диаграмме по некоторым целям второй и последующие этапы начинают реализовываться слишком рано или же отставать от запланированной цели. Если Цель 3 – «Строи-

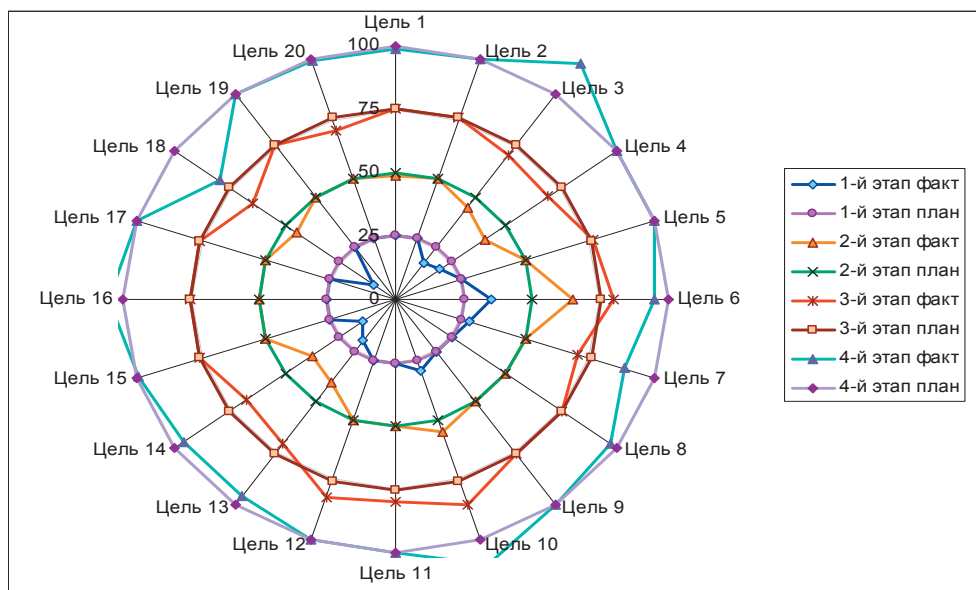


Рис. 2. Диаграмма мониторинга поэтапного внедрения программы

Первый этап реализации программы создает основу, на которой базируется второй этап программы, затем следующий и так далее. Таким образом, для наилучшего выполнения программы необходимо устремить линию показателей выполнения цели к окружающей оптимальных показателей на данном этапе. Т.е. для одних показателей ускорять, стимулировать процесс достижения цели, для других – приостанавливать, замораживать.

Предлагаемая модель управления программой учитывает не только внутренние взаимосвязи между проектами, она также позволяет гибко реагировать на изменения во внешней среде, поскольку на каждом этапе возможна корректировка деятельности в соответствии с новыми изменениями во внешнем окружении.

Реализация такого подхода приведет к более тесной интеграции усилий и совершенствованию управления программами.

Литература

1. Стратегії розвитку регіонів: Шляхи забезпечення дієвості. Збірник матеріалів «Круглого столу» / за ред. С. О. Білої. – К. : НІСД, 2011. – 88 с.
2. Управління інноваційними проектами та програмами. Методологія. Стандарт МФУ 75.1-00013480 / Ярошенко Ф.О., С.Ю. Бушуєв. – К., 2010. – 44с.
3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) – Fourth Edition / Project Management Institute – USA, 2008. – 459 p.

Ідентифіковані та систематизовані етапи еволюції наукових підходів до розвитку і реалізації маркетингової стратегії. Наведено доцільність ціннісно-орієнтованого підходу до розвитку і реалізації маркетингової стратегії підприємства

Ключові слова: маркетингова парадигма, маркетингова стратегія, цінність, партнерська взаємодія

Определены и систематизированы этапы эволюции научных подходов к развитию и реализации маркетинговой стратегии. Показана целесообразность ценностно-ориентированного подхода к развитию и реализации маркетинговой стратегии предприятий

Ключевые слова: маркетинговая парадигма, маркетинговая стратегия, ценность, партнерское взаимодействие

The stages of evolution of the scientific approaches to development and realization of marketing strategy are identified and systematized. The feasibility of value-oriented approach to development and marketing strategy of enterprises is shown

Keywords: marketing paradigm, marketing strategy, value, partnerships

УДК 330.342.23

НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Ю. В. Молчанова

Кандидат сільсько-господарських наук,
старший викладач

Кафедра маркетинга

Одеська державна академія будівництва та
архітектури

ул. Дідрихсона 4, м. Одеса, Україна, 65029

Контактний тел.: (048) 729-85-68

E-mail: frittillari@mail.ru

1. Введення

Стратегією називають діяльність, пов'язану з визначенням довгострокових цілей, політик і спрямувань розвитку підприємства. Вона включає засоби та способи, що використовуються для досягнення визначених цілей. Сучасний процес розвитку суспільства формує нові умови стратегій економічного і технологічного розвитку. Глобальні тенденції виявляються у зниженні темпів економічного зро-

стання в багатьох галузях промисловості, скороченні життєвих циклів високотехнологічних продуктів та терміну їх комерціалізації. Нові можливості і нові загрози визначаються зміною демографічних чинників, активним розвитком інформаційних технологій, політико-правовою ситуацією. Темп змін і їх фрагментований характер ускладнюють задачі прогнозування і скорочують можливості традиційних підходів щодо визначення довгострокових горизонтів бізнес діяльності. Конкурентні підприємства