

УДК 338.2

¹Г.Н. Гужина, ²Ж.А. Жилина

¹Государственный гуманитарно-технологический университет, Орехово-Зуево,
email: guzina74@mail.ru

²Владимирский филиал РАНХиГС, Владимир, email: zhzha@yandex.ru

ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Ключевые слова: проектный менеджмент, конкурентоспособность, бизнес-планирование, эффективность деятельности компании, стратегическое развитие.

В статье делается акцент на том, что в современном мире проектный менеджмент является одним из ключевых инструментов успешного ведения бизнеса. Отдельно отмечается, что в условиях быстрого развития технологий, изменения рыночной конъюнктуры и высокой конкуренции, компании должны быстро и эффективно реагировать на изменения. Характер бизнес-планирования деятельности определяет слаженность работы всех подразделений предприятия, его конкурентоспособность на рынке и уровень эффективности производства. В статье приводятся наиболее распространенные направления, которые затрагивают проектный менеджмент, помогающие повысить качество работы, оптимизировать бизнес-процессы и усилить эффективность деятельности компании. Все это положительно влияет на укрепление позиции на рынке и создание уникальных продуктов, что существенно повышает конкурентоспособность бизнеса. На основе проведенного анализа отмечается, что бизнес-планирование – это метод системного планирования и прогнозирования мероприятий в целях достижения поставленных бизнес-целей, что дает возможность выстраивать более ясную и понятную структуру управления, помогает усилить дисциплину и контроль в управлении проектами, а также решать проблемы и конфликты, связанные с изменениями планов и задач.

¹G.N. Guzhina, ²Zh.A. Zhilina

¹University of Humanities and Technology, Orekhovo-Zuevo, email: guzina74@mail.ru

²Vladimir branch of RANEPa, Vladimir, email: zhzha@yandex.ru

PROJECT MANAGEMENT AND BUSINESS PLANNING

Keywords: project management, competitiveness, business planning, efficiency of the company's activities, strategic development.

The article emphasizes that in the modern world project management is one of the key tools for successful business. Separately, it is noted that in the context of the rapid development of technologies, changes in market conditions and high competition, companies must quickly and effectively respond to changes. The nature of business planning determines the coherence of the work of all divisions of the enterprise, its competitiveness in the market and the level of production efficiency. The article presents the most common areas that project management affects, helping to improve the quality of work, optimize business processes and strengthen the efficiency of the company. All this positively affects the strengthening of the market position and the creation of unique products, which significantly increases the competitiveness of the business. Based on the analysis, it is noted that business planning is a method of system planning and forecasting of activities in order to achieve the business goals. This makes it possible to build a clearer and more understandable management structure, helps to strengthen discipline and control in project management, as well as solve problems and conflicts associated with changes in plans and tasks.

Современный рынок требует от компаний и организаций постоянного развития и совершенствования. Для этого необходимо эффективно управлять проектами и проводить комплексное планирование бизнеса. Бизнес-планирование помогает создавать стратегию деятельности компании с учетом всех факторов и тенденций внешней среды, оценивать экономическую эффективность и выполнять контроль за ожидаемыми результатами.

Проектный менеджмент и бизнес-планирование являются необходимыми инструментами для рационального и продуктивного управления предприятием или организацией.

Постоянное улучшение и развитие таких методов используется многими компаниями всего мира. Их использование позволяет оставаться на конкурентоспособном уровне и успешно развиваться.

Цели и задачи исследования

Целью статьи является исследование, ориентированное на выявление проблем, связанных с проектным менеджментом, и определение ключевых инструментов успешного ведения бизнеса. Бизнес-планирование определяется как метод системного планирования и прогнозирования мероприятий, который позволяет достигать поставленных бизнес-целей.

Для того, чтобы достичь указанной цели, необходимо решать следующие задачи:

- показать процесс разработки проекта стратегического развития организации с позиции ее успешного развития и достижения поставленных целей;
- рассмотреть экономическую сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии;
- проанализировать проектный менеджмент как эффективное управление ресурсами для решения задач;
- провести оценку стратегии и выяснить, приводит ли она к достижению целей компании.

Материалы и методы исследования

Методологической основой написания научной статьи выступает категорический аппарат стратегического менеджмента, методы диалектики, экономико-статистические приемы обработки фактического материала.

Результаты исследования и их обсуждение

На протяжении истории человечества люди работали, совершенствуя и улучшая технологии и практики управления проектами. В России зарождение управления проектами связано со строительной сферой, где данный подход стал наиболее актуальным. Однако, не всегда проектное управление имело современный вид. В советский период развивалось серийное однотипное производство в жилищном строительстве, что привело к использованию методов проектного управления в строительной сфере.

Современное управление проектами – это отдельный вид менеджмента, который применим к управлению любым объектом, связанным с достижением определенной цели. Проект, в свою очередь, представляет собой деятель-

ность по разработке и реализации плана действий для достижения поставленных целей. Однако, понятие «проект» уже включено в определение «управление проектами», поэтому нередко его выделение может являться избыточным и вызванным скорее необходимостью использования уже устоявшегося термина «управление проектами» [1].

Обращаясь к стандартам Project Management Institute (PMI), можно сказать, что «проект» – это задача, у которой есть точное начало и точное завершение, направленная на создание уникального продукта, услуги или достижения конкретного результата.

Понятие «проект» объединяет различные виды деятельности, характеризующиеся рядом признаков, наиболее распространенными из которых являются следующие:

1. Нацеленность на достижение конкретной цели, определенного результата.
2. Координировать выполнение множества взаимосвязанных действий.
3. Ограниченный отрезок времени, с четким началом и концом [2].

Управление проектами – это действия по согласованию процессов, инструментов, участников команды и навыков с целью выпускать проекты, которые отвечают поставленной цели и требованиям.

Управление проектами заключается в планировании, организации, контроле и координации работы по достижению целей проекта в рамках определенного бюджета, сроков и качества. Это требует от менеджера проекта умения своевременно принимать решения, гибкости и адаптивности в работе с изменениями, а также умения работать с людьми и командами. Управление проектами является необходимым элементом эффективного функционирования большинства современных организаций, поскольку оно позволяет контролировать и оптимизировать потоки работ и ресурсов, снизить риски и ошибки, а также улучшить результативность и удовлетворенность клиентов и сотрудников [4].

Таким образом, проектный менеджмент остается актуальным инструментом для успешного бизнеса, особенно в условиях быстрого развития технологий и высокой конкуренции. Он позволяет управлять большими объемами

работы и достигать поставленных целей с максимальной эффективностью. Если владеть проектным менеджментом на достойном уровне, то можно стать лидером в своей отрасли и обеспечить стабильное развитие компании.

Экономическая сущность бизнес-планирования на предприятии заключается в создании детального плана действий, целей и задач, направленных на достижение прибыли и эффективного управления ресурсами.

Составление бизнес-плана является неотъемлемой частью ведения эффективного бизнеса. Планирование принимает на себя ключевую роль в управлении финансами и людьми, предвидении возможных трудностей и обеспечении долгосрочной устойчивости предприятия, также процесс планирования позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предвосхитить то, что может случиться [3].

Бизнес-планирование – это процесс планирования будущей деятельности предприятия, определения его экономического содержания и последовательных шагов, ведущих к намеченным целям. Суть бизнес-планирования заключается в объективной оценке хозяйственной деятельности предприятия и выступает в качестве производственного инструмента, необходимого для эффективного управления. Содержание бизнес-плана зависит от целей организации, ее экономической политики, степени инновационности и характера развития.

Экономические преимущества бизнес-планирования:

1. Определяя цели и задачи, компании могут выявить потенциальные потоки доходов и разработать стратегии для максимизации прибыли.
2. Минимизирует риски и неопределенность и повышает финансовую устойчивость бизнеса.
3. Помогает компаниям обеспечить финансирование и привлечь инвесторов, предоставляя четкую и полную картину деятельности и потенциала роста бизнеса.

В целом, экономические преимущества бизнес-планирования означают, что оно является важным инструментом для долгосрочного успеха и устойчивости компании.

Важность бизнес-планирования связана с тем, что оно помогает определить экономическое содержание и последовательные шаги, необходимые для достижения целей. Данный процесс определяет осуществимость предлагаемого проекта и формирует основу процесса принятия решений. Кроме того, он включает в себя сбор исходной информации о проекте, расчет его реализации и понимание отраслевого контекста. Поэтому анализ рынка и конкурентов является важной частью процесса бизнес-планирования в компаниях.

Успех в мире бизнеса решающим образом зависит от трех элементов [5]:

1. Понимания общего состояния дел на данный момент.
2. Представления того уровня, который вы собираетесь достичь.
3. Планирования процесса перехода из одного состояния в другое.

Содержание планирования зависит от нужд и экономической политики организации. Цели и задачи должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными и привязанными ко времени (SMART). Это помогает обеспечить их реалистичность и достижимость.

Процесс планирования сложен, а планы нередко получаются далекими от реальности. Как результат, команды зачастую впадают в одну из двух крайностей: они либо полностью отказываются от планирования, либо тратят столько сил на составление планов, что начинают верить в их правильность.

Разработка стратегии и плана действий является неотъемлемым элементом процесса бизнес-планирования в компании. Бизнес-план и его разделы включают титульный лист, резюме, суть предлагаемого проекта, описание отрасли инициатора проекта, оценку рынка и технико-экономические расчеты. Разработанная стратегия и план действий должны соответствовать целям и задачам и быть направлены на то, чтобы компания могла достичь намеченных результатов.

Заключительным этапом бизнес-планирования является мониторинг и оценка этого процесса. Это означает регулярный анализ результатов деятельности предприятия в соответствии с це-

лями и задачами, поставленными в бизнес-плане. Важно корректировать план по мере необходимости, чтобы убедиться, что бизнес находится на верном пути. Мониторинг и оценка помогают выявить области, в которых бизнес не достигает своих целей, и дают возможность внести коррективы в план, чтобы бизнес направлялся согласно выбранному курсу. Регулярность таких действий может помочь компаниям оставаться конкурентоспособными и успешными в долгосрочной перспективе.

Открытие нового подразделения организации – важное мероприятие, требующее тщательного планирования и выполнения. Бизнес-план является важным инструментом для любой организации, которая хочет успешно начать новый проект.

Первый шаг в создании бизнес-плана нового подразделения заключается в описании целей и задач подразделения. У подразделения должна быть четкая формулировка миссии, в которой излагаются его цели и способы их достижения. Продукты или услуги, предлагаемые подразделением, также должны быть четко определены, наряду с целевым рынком и демографическими данными клиентов. Например, если новым подразделением является пиццерия «Додо», миссия может состоять в быстром приготовлении продукции, предоставлении качественного обслуживания и своевременной доставке до двери еще горячей продукции. Предлагаемая продукция включает в себя пиццы, закуски и напитки. В основном, для «Додо» целевой рынок – это семьи с детьми.

Второй шаг в создании бизнес-плана – структурирование самого плана. Типичный бизнес-план включает в себя резюме, описание компании, анализ рынка и маркетинговую стратегию. Финансовые прогнозы, включая прогнозы доходов и расходов, также являются неотъемлемой частью плана. Структура управления и требования к персоналу также должны быть подробно описаны. Например, резюме должно содержать обзор всего бизнес-плана с выделением ключевых моментов и целей. Описание компании должно содержать подробный обзор нового подразделения, включая его миссию, продукты и целевой рынок.

Анализ рынка должен включать тщательный анализ отрасли, конкуренции и целевого потребителя. Маркетинговая стратегия определяет тактику, которая будет использоваться для выхода на целевой рынок и достижения целей подразделения. Финансовые прогнозы – расчет доходов и расходов на первые несколько лет работы, а также мониторинг движения денежных средств. Структура управления и требования к персоналу должны описывать роли и обязанности каждого члена команды, включая необходимую квалификацию и опыт.

Третий шаг в создании бизнес-плана – разработка плана реализации. Этот план должен включать график реализации, включая ключевые этапы и сроки. Требуемые ресурсы, такие как финансирование, оборудование и персонал, также должны быть подробно описаны. Следует также обсудить потенциальные риски и стратегии их смягчения. Например, план внедрения должен включать график разработки и запуска продуктов или услуг, предлагаемых новым подразделением. Ключевые вехи могут включать в себя завершение исследования рынка, разработку прототипа и запуск бета-версии продукта. Требуемые ресурсы могут включать финансирование исследований и разработок, оборудование для тестирования и производства, а также персонал для управления проектом. Потенциальные риски могут включать задержки в разработке продукта или непредвиденную конкуренцию, а стратегии смягчения могут включать планы действий в непредвиденных обстоятельствах на случай задержек или диверсификацию продуктовой линейки для снижения риска в обеспечении успеха проекта [7].

В становлении нового бизнеса или развитии уже существующего, структура бизнес-плана играет важнейшую роль. Она определяет содержание, объем и стиль написания документа, который может быть совершенно уникальным в каждом конкретном случае.

Визитная карточка бизнес-плана – титульный лист. Именно с него начинается знакомство потенциальных инвесторов с проектом. Даже самое впечатляющее содержание не сможет компенсировать недостатки дизайна и оформления дан-

ной структурной части. Именно поэтому так важно продумать и составить ее максимально грамотно – привлекательный титульный лист – залог успешного привлечения инвестиций [11].

Резюме – неотъемлемая часть бизнес-плана, которая содержит основную информацию о проекте. Оно разработано для быстрого ознакомления с главной бизнес-идеей, вложениями и ресурсами, конкурентными преимуществами и путями реализации проекта. Кроме того, резюме является важным инструментом для привлечения потенциальных инвесторов и партнеров в бизнесе.

Раздел «Описание предприятия» содержит важную информацию о предприятии и сфере его деятельности. В этом разделе отражаются основные события, которые привели к появлению идеи об открытии бизнеса, а также проблемы, с которыми сталкивается компания в настоящее время. Также в данном разделе анализируется текущая ситуация на рынке и прогнозируются направления развития компании в перспективе. Если предприятие уже работает длительное время, в этом разделе приводится краткая история его деятельности.

В описании товаров и услуг должен быть список всех продуктов и/или услуг, которые вы продаете или будете продавать. Краткое описание должно содержать следующие элементы:

1. Что за продукт и/или услуга?
2. Какие выгоды получит потребитель?
3. Каковы основные особенности?
4. К какому типу клиентов относится предложение?
5. Как вы будете продавать?

Каждый бизнес, независимо от того, какой продукцией он занимается, должен соответствовать определенным нормативным и сертификационным требованиям, которые необходимо указать в бизнес-плане. Эти требования могут отличаться в зависимости от того, в какой стране или регионе вы работаете. Например, в России существует определенное количество необходимых стандартов для разных категорий продуктов, которые регулируются законодательством РФ. В Европейском союзе есть свои правила и стандарты, которые также необходимо соблюдать. Если по-

мимо самого продукта предлагается сопутствующая услуга, то необходимо упомянуть ее в пункте бизнес-плана, который касается соответствия вашей продукции стандартам и требованиям к контролю качества.

Маркетинговый план в узком смысле представляет собой комплексный документ, в котором изложены рекламные активности на определенный промежуток времени. Цель маркетингового плана – сбалансировать ценовые изменения, оптимальным образом распределить во времени рекламные усилия, целенаправленно развивать сбытовую активность [6].

Он включает в себя такие процессы, как:

- анализ рыночной ситуации;
- программы действий;
- бюджеты;
- прогнозы продаж;
- стратегии;
- прогнозируемые финансовые отчеты.

Маркетинговый план – это важный раздел бизнес-плана, позволяющий бизнесу принимать обоснованные решения о наиболее эффективном использовании доступных ресурсов с целью достижения заявленных корпоративных целей. Также его возможности включают анализ компании, её организации и продуктов, выявление особенностей и лучших практик для предотвращения рисков, повышения качества и укрепления позиций на рынке.

Основные показатели маркетингового плана:

1. Емкость рынка по ресурсам или по продукции.
2. Рыночная доля фирмы.
3. Относительная рыночная доля фирмы.
4. Средняя рыночная доля.
5. Динамика рынка по объемам производства в прогнозе на период маркетинговой активности.

Производственный план является неотъемлемой частью бизнес-плана любой компании. Он оценивает планы компании в долгосрочной перспективе и формулирует правильную стратегию развития предприятия. Его основная задача – обеспечить производственную активность компании в запланированные

сроки с минимальными финансовыми и временными затратами. Также, производственный план определяет потребность компании в рабочей силе, необходимых материалах и оборудовании, описывает планируемые объемы продукции, ее качество и сроки производства [9].

Чтобы определить производственную мощность компании и правильно распределить рабочие процессы, необходимо проанализировать требования рынка, возможности поставщиков материалов и доступность необходимого оборудования.

Организационный план является не менее важной частью бизнес-плана и определяет, какие люди будут участвовать в проекте, а также описывает структуру, которая позволяет партнерам организации сотрудничать друг с другом, чтобы достичь общих целей. Важно понимать, что организационный план является ключевым элементом в создании эффективной команды и управлении ею. В нем обычно указывается, кто будет руководить проектом, какие роли будут у участников команды, как будет организована коммуникация между участниками, какие методы будут использоваться для принятия решений и контроля за выполнением задач. Все это позволяет создать понимание целей проекта, объединить участников команды на общее дело и гармонизировать их усилия для достижения общего успеха.

Финансовый план – это документ, в котором описываются цели и задачи компании на определенный период времени, обычно на год. В этом документе расписываются все финансовые показатели компании, включая прогнозируемый доход, расходы, прибыль, налоги и инвестиции. Также в финансовом плане содержатся планы по управлению долгами, принятию рисков и общему финансовому управлению компанией. Весь этот документ помогает руководству компании понимать, с какими финансовыми проблемами и задачами они столкнутся в ближайшем будущем, и какой стратегии необходимо придерживаться для достижения поставленных целей [8].

Разработка финансового плана – это очень важное и ответственное занятие, потому что от того, насколько хорошо

он будет спланирован и выполнен, зависит финансовое благополучие компании в будущем.

Риски проекта – это события, которые могут произойти во время работы над проектом и которые могут оказать отрицательное воздействие на результаты проекта. Их возникновение может привести к увеличению затрат, задержкам в графике, ухудшению качества работы или даже к полному провалу проекта. Чтобы достичь желаемого результата, необходимо заранее определить возможные риски и разработать планы и стратегии их предотвращения или минимизации. Хорошо разработанный план поможет уменьшить вероятность негативных событий и обеспечит успешное выполнение проекта в заданные сроки и бюджет.

Виды рисков:

1. Неконтролируемые риски – риски, на которые не может повлиять компания, так как они возникают в результате политических, экономических, социальных и некоторых других составляющих, таких как непредсказуемые события, например, стихийные бедствия или чрезвычайные происшествия.

2. Контролируемые риски:

– Производственные риски возникают вследствие возможности брака, что может повлечь за собой нарушение цикла производства и технологий.

– Финансовые риски могут возникнуть из-за недостатка средств для производства, дебиторской задолженности, а также из-за внезапного повышения цен на себестоимость товаров, что может оказать негативное влияние на рентабельность предприятия.

– Кадровые риски могут быть связаны с нехваткой персонала, изменениями в трудовом кодексе или других законах, регулирующих трудовые отношения, а также с необходимостью обучения персонала для работы с новыми технологиями.

– Рыночные риски могут возникнуть в результате появления новых технологий или изменения формул торговли, то есть, когда компании-конкуренты начинают внедрять новые методы работы или стратегии маркетинга, что может привести к ухудшению положения предприятия на рынке.

– Операционные риски возникают, когда происходит сбой в бизнес-процессе компании, который может привести к задержке поставок товаров или услуг, потере клиентов, снижению эффективности работы и т.д.

Риски могут быть вызваны разными факторами: негативным влиянием внешних и внутренних сред, нехваткой информации или непредвиденными обстоятельствами.

Для успешного управления рисками, необходимо последовательно проходить ряд этапов [10]:

1. Определение причины рисков. Необходимо точно определить, откуда они могут возникнуть.

2. Анализ причин. После определения причины необходимо проанализировать все возможные последствия, которые могут возникнуть из-за этого.

3. Создание плана по снижению развития риска и уменьшению последствий. На этом этапе необходимо разработать стратегию по снижению уровня риска при возникновении негативных обстоятельств и минимизации возможных последствий.

4. Наблюдение за рисками. Важно непрерывно отслеживать и собирать информацию об их состоянии, чтобы вовремя принять меры по их предотвращению.

5. Создание способов контроля рисками. Для эффективного управления рисками необходимо создать систему контроля, которая позволит реагировать на изменения ситуации.

6. Составление рекомендаций по профилактике рисков на будущее. На последнем этапе необходимо проанализировать полученный опыт и сформулировать рекомендации, которые помогут предотвратить риски в будущем.

Важно понимать, что управление рисками – это непрерывный процесс, который требует постоянной работы и отслеживания изменений внешней и внутренней среды. Однако, если процесс управления рисками будет строго

соблюдаться и правильно организован, то это позволит достигать большего успеха в бизнесе и избежать возможных негативных последствий.

В бизнес-плане могут быть представлены не все детали и особенности работы предприятия. Дополнительная информация или подтверждение некоторых фактов может предоставляться в виде документов, которые включаются в приложения к бизнес-плану.

Разделы бизнес-плана могут варьироваться, в зависимости от того, какими задачами он используется. Изучение и сбор данных для его составления помогает предпринимателям лучше понимать свой бизнес и улучшить его эффективность.

Выводы

Таким образом, проектный менеджмент и бизнес-планирование являются необходимыми инструментами для рационального и продуктивного управления предприятием или организацией. Постоянное улучшение и развитие таких методов используется многими компаниями всего мира. Их использование позволяет оставаться на конкурентоспособном уровне и успешно развиваться. Они позволяют увидеть реальную картину конкурентной среды, понять преимущества и недостатки бизнеса и определить стратегии для успешного развития в будущем.

Успешное развитие нового проекта зависит от подробных описаний необходимых факторов, чтобы компания получила прибыль, вложения окупились, а поставленные цели были достигнуты. Можно с уверенностью сказать, что тщательно продуманный бизнес-план поможет не только оценить целесообразность проекта на данный момент времени, но и составить базис для развития выбранной модели в долгосрочной перспективе с учетом различных факторов внутри рынка.

Библиографический список

1. Авдеева И.Л., Аношина Ю.Ф., Гужин А.А., Гужина Г.Н., Еремина И.А., Ершов А.Ю., Ершова И.Г., Кирьянов А.Е., Крестов В.С., Кружкова И.И. и др. Современные управленческие технологии в деятельности бизнес-структур и органов государственной власти. Орел, 2022. 360 с.

2. Айрапетова А.Г., Корелин В.В., Мепория Г.Г. Стратегическое планирование как метод развития производственного потенциала предприятия // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2021. № 3 (129). С. 121-125.
3. Бабичева С.А. Роль бизнес-планирования в реализации стратегии развития предприятия малого бизнеса // Современное интеллектуальное пространство: идеи и решения: Материалы II международной научно-практической конференции / Ответственный редактор Мягкова Т.Л., отв. секретарь Барулина Е.В., 2017. С. 6-11.
4. Балашов А.В., Гужин А.А. Развитие стратегического управления на российских предприятиях // Актуальные вопросы современной науки: Сборник статей / Под общей редакцией Г.Н. Гужиной. М., 2020. С. 197-202.
5. Благодатская А.А. Разработка бизнес-модели в процессе бизнес-планирования // Экономика и предпринимательство. 2019. № 5 (106). С. 1220-1224.
6. Гужин А.А., Гужина Г.Н. Стратегии маркетинговых войн // Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: Материалы V Международной научно-практической конференции. 2017. С. 46-51.
7. Гужина Г.Н., Ежкова В.Г. Особенности проектного управления на предприятиях малого бизнеса // Среднерусский вестник общественных наук. 2022. Т. 17. № 1. С. 151-165.
8. Гужина Г.Н., Жилина В.Г. Разработка стратегического плана развития предприятия // Управленческий учет. 2023. № 7 (2023). С. 41-49.
9. Заступов А.В. Разработка и обоснование стратегического плана развития предприятия // Российская наука: актуальные исследования и разработки: Сборник научных статей VIII Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 39-43.
10. Лукьянов А.Н. Особенности разработки стратегического плана развития предприятия // Международный научный журнал. 2016. № 1-2. С. 63-65.
11. Петрухина Е.В. и др. Современные теории менеджмента. Орел, 2014. 110 с.