# Планирование процесса исследования систем управления: основные понятия и организация работы

# План

1. Планирование процесса исследования систем управления.
2. Основные положения бизнес-плана исследования систем управления.
3. Организация разработки и оформление бизнес плана исследования систем управления.

# 1. Планирование процесса исследования систем управления.

**Планирование исследования систем управления**- одна из важнейших функций менеджмента любой организации. Планирование обычно носит формально-директивный и достаточно жесткий характер. Каждое исследование начинается с сопоставления программы исследовательских работ.

**Программа ИСУ**-это комплекс основополагающих положений проведения исследовательских работ, определяющих цели, задачи, объект, используемые ресурсы, а также предполагаемые результаты исследования. Она является документом, в котором излагаются исчерпывающие сведения о планируемой исследовательской работе и характеризуется форма конкретизации целей исследования.

**Программа исследования систем управления включает:**

1) титульный лист;
2) список исполнителей и соисполнителей;
3) основную часть:
- цель;
- задачи;
- объект исследования;
- ресурсы;
- методы проведения;
- ожидаемые результаты;
- календарный план;
- смета затрат;
- контроль за ходом исследования.

## Формы отображения плановых работ могут быть ориентированы:

1. Форма, ориентированная на процесс:

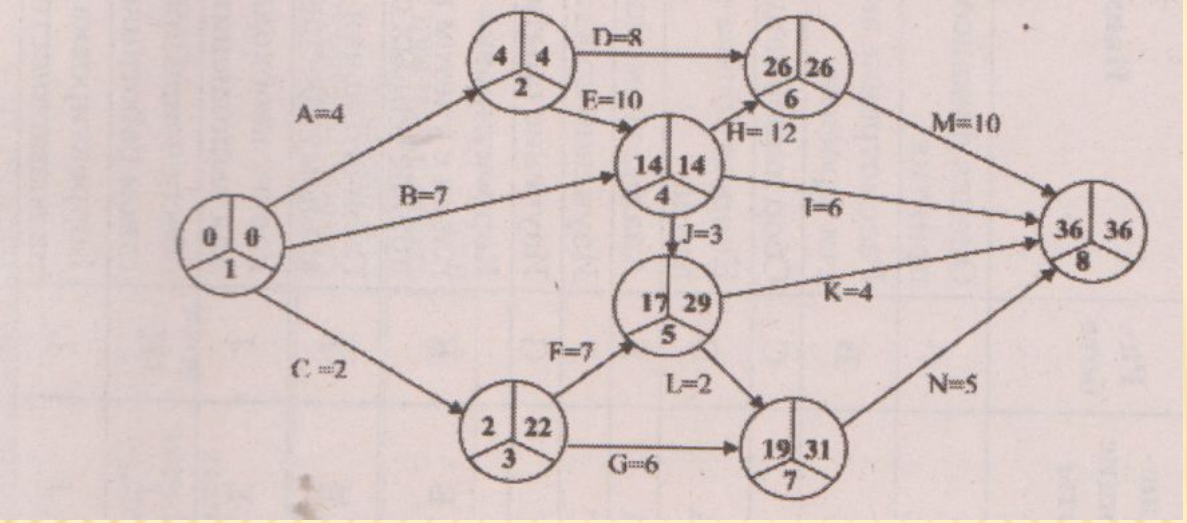
- Координационный план мероприятий;

| № п/п | Подразделение, ответственное за работу | Подразделения, участвующие в выполнении работы | Должностное лицо, осуществляющее контроль выполнения работы | Срок выполнения | Результата выполнения | Примечания |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | |

- ленточный график работы;

| Работы | Сроки исполнения | | | | | | Исполнители |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | ... | k | ... | n | |
| 1. Работа 1 | | | | | | | Генеральный директор |
| 2. Работа 2 | | | | | | | Зам генерального директора |
| 3. Работа N | | | | | | | Отдел маркетинга |

- сетевой график плана реализации управленческий




Сетевой график недостаточно информативен и нагляден, так как в нем не указаны исполнители работ, а основные показатели не изображаются, а рассчитываются.

**Принципы разработки планов исследования:**

1. Системность, учитываются все проекты, ресурсы и т.д.
2. Необходимое участие.
3. Непрерывность.
4. Гибкость.
5. Реальность.
6. Контролируемость.

- Сетевая матрица разработки плана реализации инновационного проекта

| Предшествующие работы | Работа | Наименование работ | Количество исполнителей и ответственный | Продолжительность дней | Код | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | i | j |
| | A | Оценка финансовых возможностей предприятия | 2, Иванов А.П. | 4 | 0 | 4 |
| | B | Рассмотрение экономической эффективности проекта | 2, Петрова К.Е. | 7 | 0 | 14 |
| | C | Сбор информации, необходимой для анализа | 2, Сидоров Б.Н. | 2 | 0 | 22 |
| A | D | Корректировка финансовых показателей плана | 2, Иванов А.П. | 8 | 4 | 26 |
| A | E | Анализ возможностей кредитного рынка | 2, Иванов А.П. | 10 | 4 | 14 |
| C | F | Изучение проектного решения | 2, Сидоров Б.Н. | 7 | 2 | 29 |
| C | G | Изучение опыта других фирм | 2, Сидоров Б.Н. | 6 | 2 | 31 |
| B, E | H | Корректировка финансовых показателей плана с учетом выполнения проекта за счет привлеченных средств | 2, Иванов А.П. | 12 | 14 | 26 |
| B, E | I | Окончательная доработка плана по материальному обеспечению проекта | 2, Иванов А.П. | 6 | 14 | 36 |
| B, E | J | Расчет необходимого количества работников для выполнения инновационного проекта | 2, Петрова К.Е. | 3 | 14 | 29 |
| F, J | K | обеспечение проекта необходимым количеством работников | 2, Петрова К.Е. | 4 | 17 | 36 |
| F, J | L | Корректировка проектного решения исходя из возможностей предприятия | 2, Сидоров Б.Н. | 2 | 17 | 31 |

Окончание таблицы 10.3

| Предшествующие работы | Работа | Наименование работ | Количество исполнителей и ответственный | Продолжительность дней | Код | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | i | j |
| D, H | M | Окончательная доработка финансовой части проекта | 2, Иванов А.П. | 10 | 26 | 36 |
| G, L | N | Окончательная доработка проектного решения | 2, Сидоров Б.Н. | 5 | 19 | 36 |

## 2. Основные положения бизнес-плана исследования систем управления

**Бизнес-план**-это комплексный план финансов, маркетинга, управления.

**Цель бизнес-плана**-подтвердить с помощью конкретного анализа и расчетов, что идеи, связанные с практическим исследованием, осуществимы.

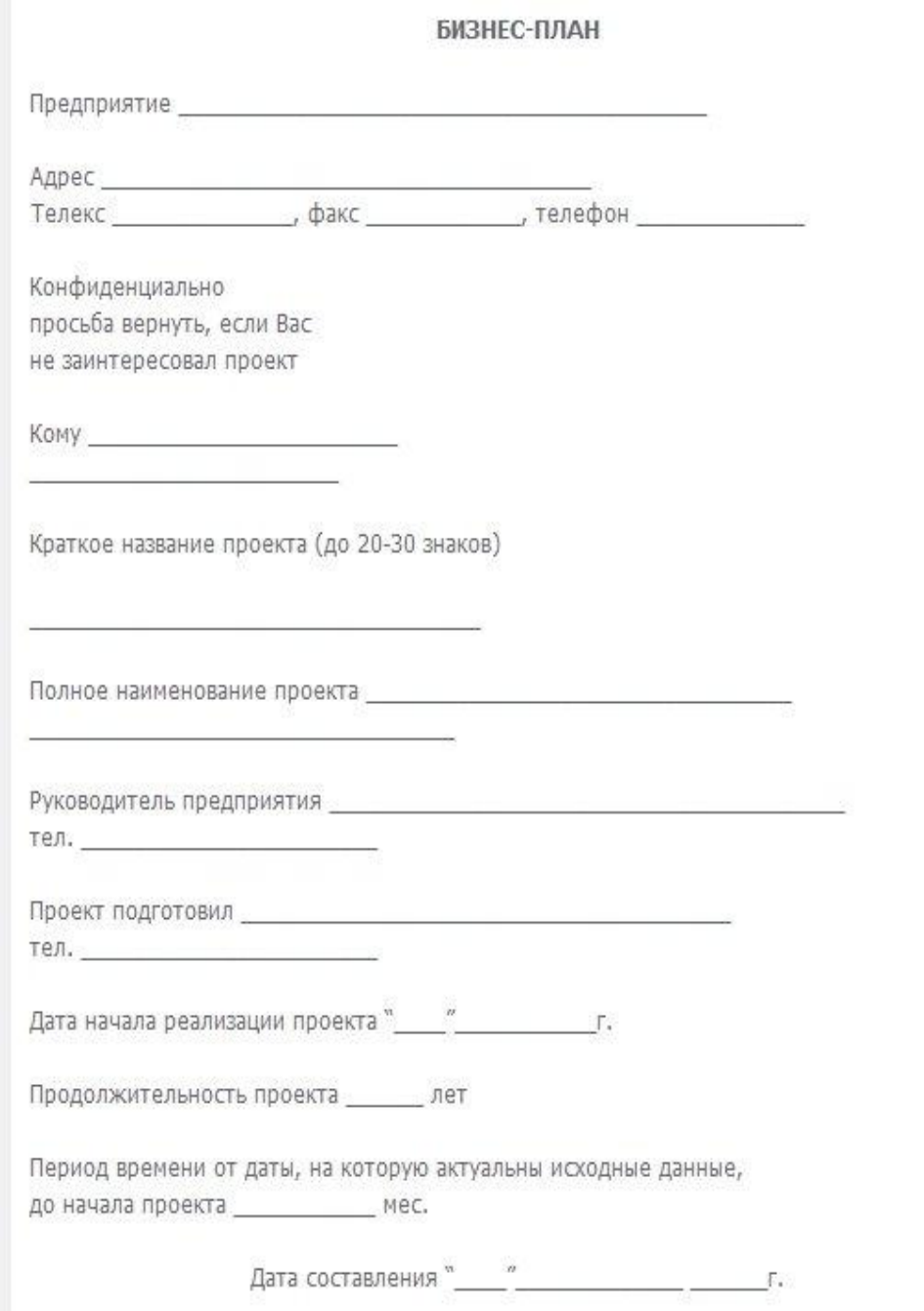
Бизнес-план составляется в нескольких вариантах и может использоваться для внутреннего и внешнего использования.

**Требования к бизнес-плану:**

- достоверность;
- своевременность;
- достаточность;
- Понятность и доступность для восприятия.

# Структура бизнес-плана:

1. **Титульный лист** должен содержать информацию о названии предприятия, его адрес, номер телефона для связи, место, год и месяц составления плана.
2. **Содержание** составляется для удобства поиска нужного материала и включает наименование всех разделов и подразделов.
3. **Перечень условных обозначений и сокращений** составляется в случае использования в бизнес-плане специальной терминологии и сокращений
4. **Введение** должно раскрывать актуальность проблем исследования. В нем указываются: вид бизнеса, которым занимается или собирается заниматься предприятие, обоснование составления бизнес-плана, в краткой форме дается информация о том, для кого составлен бизнес-план.



БИЗНЕС-ПЛАН

Предприятие _____

Адрес _____
Телекс _____, факс _____, телефон _____

Конфиденциально
просьба вернуть, если Вас
не заинтересовал проект

Кому _____
_____

Краткое название проекта (до 20-30 знаков)

_____

Полное наименование проекта _____
_____

Руководитель предприятия _____
тел. _____

Проект подготовил _____
тел. _____

Дата начала реализации проекта "____"_____г.

Продолжительность проекта _____ лет

Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные,
до начала проекта _____ мес.

Дата составления "____"_____ _____г.

**Основная часть включает следующие разделы:**

1. **Цель, объект, предмет, задачи исследования**. В доступной форме формулируются цели исследования, и обосновывается его необходимость применительно к существующим условиям.
2. **Характеристика и потенциал предприятия** включает сведения об истории, организационно-правовой форме предприятия, основных производственных параметрах и настоящем положении дел в организации. Необходимо отразить в этом разделе имеющийся собственный потенциал и возможности компании для достижения целей планируемого вида бизнеса.
3. **Описание вида предпринимательской деятельности.** Данный раздел должен включать ответы на вопросы: в какой сфере предприятие осуществляет или собирается делать бизнес, каким способами планируется достигать поставленных целей, почему руководство предприятия уверено в прибыльности избранного дела, через какое время окупятся вложенные средства, кто будет выступать субподрядчиками, каковы оценки экспертов в отношении данного вида предпринимательской деятельности

4. **Описание продукции.** В данном разделе должно быть не столько описана, сколько обоснована привлекательность нового вида продукции, сервиса и услуг. Для этого необходимо рассмотреть потребительские свойства продукции по сравнению с аналогами. Подробно остановиться на следующих моментах: цена продукции, ее дизайн и функциональные свойства, состояние дел в рассматриваемой области, безопасность и экологичность продукции, имеются ли сертификаты по безопасности и экологичности продукции, степени защищенности конструкции продукции патентами и товарными знаками, основные технико-экономические показатели производства продукции, сервиса и. услуг, состояние организации производства.

5. **Оценка рынка сбыта**. Раздел должен включать информацию о рынках сбыта: существующие рынки сбыта, емкость этих рынков, какая продукция пользуется на этих рынках наибольшим спросом и почему, каким образом лучше распределять продукцию на рынках сбыта, основные факторы, влияющие на спрос.

6. **Описание и оценка конкурентов**. Данный раздел включает описание и результаты оценки наиболее серьезных конкурентов организации. Главное — определить наиболее предпочтительные средства в соперничестве с конкурентами. Для этого необходимо собрать необходимую информацию и описать этих конкурентов, дать оценку положения их дел и определить те характеристики и параметры, по которым предприятие сможет превзойти потенциальных и имеющихся конкурентов.

7. **Прогноз сбыта продукции**. Раздел должен содержать материалы прогноза рыночного спроса для определенных целевых рынков. При составлении прогноза следует учитывать множество факторов микро- и макросреды, а также предполагаемые результаты маркетинговых усилий предприятия.

8. **Стратегия маркетинга** должна включать выработанную маркетинговую стратегию для целевых рынков сбыта, включаяих сегментацию, методы и средства маркетинга, время выхода на рынок, бюджет маркетинга.

9. **План производства** разрабатывается на год и на пять лет. Должен учитывать все материалы предыдущих разделов и может включать следующие подразделы: оценка необходимых для производства ресурсов; оборудование, необходимое для производства; производственная программа; потребность в трудовых ресурсах; материально-технические ресурсы и размещение производства; контроль качества продукции; производственный план и план поставок продукции.

10. **План функционально-организационного обеспечения исследования** включает информацию о функциях и технологии управления, используемых методах управления. Здесь необходимо наметить также перспективные возможные изменения в каждом из этих элементов. В данном разделе описываются процедуры принятия решений и намечаются пути исследования.

11. **Финансовая стратегия и финансовый план.** Раздел состоит из двух частей. В первой части необходимо обосновать и раскрыть сущность финансовой стратегии предприятия при реализации прикладного исследования субъекта управления. Во второй части должна содержаться по годам следующая информация: объемы выпуска и реализации, налоговые отчисления, суммы расходов, показатели прибыли и рентабельности.

**Приложения.** Здесь отражаются материалы, необходимые с точки зрения разработчиков для обоснования, большей наглядности и правильного восприятия пользователями плана всех содержащихся в нем сведений и решений.

## 3. Организация разработки и оформление бизнес-плана исследования систем управления

Разработку бизнес-плана в целях организационно-методического единообразия следует осуществлять по следующим направлениям:

1. **Определение целей создания и организация разработки бизнес-плана.** В это время определяется состав ответственных исполнителей (ЛИС). Здесь же определяются разделы бизнес-плана.
2. **Разработка проекта бизнес-плана (первая редакция).** Все разделы могут составляться не обязательно в порядковой последовательности. Важным этапом здесь является редактирование и соединение всех разделов в первую редакцию бизнес-плана. Эту работу следует выполнять одному человеку.
3. **Обсуждение и разработка окончательной редакции проекта бизнес-плана**. Весь план как целостный документ передается на рассмотрение компетентным специалистам, которые предоставляют свои отзывы.

4**. Оформление, подготовка и утверждение бизнес-плана**. При утверждении бизнес-плана руководителем предприятия целесообразно согласовать окончательную редакцию со всеми заинтересованными лицами. Бизнес-план должен быть отпечатан в трех экземплярах.

5. **Копирование бизнес-плана**. Оформление бизнес-плана следует осуществлять по правилам, полностью соответствующим книгам, подготавливаемым к изданию. Это относится к расположению текста на листах, иллюстрациям, таблицам, нумерации страниц и проч.