

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ

Кошелев Валерий Михайлович

- **4 зачетных ед.**
- **Всего 144 часа, в том числе:**
- **Лекции 10 часов**
- **Практические занятия 30 часов**
- **СРС 77 часа**
- **Экзамен 27 часов**
- **Курсовой проект**

Темы лекций

I БЛОК Основные методы исследований в менеджменте (5 часов)

Тема 1 Классификация методов исследований в менеджменте и области применения. Методы социологических исследований

Тема 2 Метод экспертных оценок

Тема 3 Специфические методы прикладных исследований: Методика Gross Margin, Частичный бюджет, Простой инвестиционный анализ

II БЛОК Методы математического моделирования (5 часов)

Рейтинговая система оценки

	минимум	максимум
Задание по анкетированию	10	20
Gross Margin (задание)	10	15
Частичный бюджет и Простой инвестиционный анализ (задание)	10	15
Курсовой проект	20	30
Посещаемость занятий	0	20
Итого	50	100
Отлично	более 80	
Хорошо	70-80	
+ Рейтинг по II Блоку = Общая оценка		

ЛИТЕРАТУРА

- Игнатьева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000
- Коротков Э.М. Исследование систем управления. — М.: «ДеКА», 2000
- Лысов О.Е. Методы прикладных исследований в менеджменте: учеб. пособие /— ГУАП. СПб., 2006
- Мыльник В. В., Титаренко Б. П., Волочиенко В. А. Исследование систем управления: Учеб. пособие. М.: ЦИТОО, 2001
- Алексанов Д.С., Кошелев В.М., Хоффман Ф. Экономическое консультирование в сельском хозяйстве.- М.: КолосС, 2008

Курсовой проект

- Курсовой проект по дисциплине «Методы исследований в менеджменте» - основа для проектной (3-й) главы магистерской диссертации

Другие требования

- На последней странице проект подписывается автором
- Титульный лист должен быть подписан научным руководителем со свидетельством: «Соответствует теме диссертации, допускается к защите и оценке комиссией»
- Проект оценивается комиссией

ЛЕКЦИЯ 1

Классификация методов исследований в менеджменте и области их применения. Методы социологических исследований

1. Исследование: основные понятия, необходимые факторы
2. Классификация общенаучных методов исследования
3. Методы прикладного исследования
 - Методы социологического исследования
 - А) Анкетирование
 - Б) Интервьюирование
 - В) Социологический эксперимент
 - Основные методы экспертных оценок

Основные понятия и определения

- ***Исследование*** – это вид деятельности, состоящий в распознавании проблем и ситуаций, определении их происхождения, выявлении их свойств и содержания, нахождении путей и средств решения (Лысов О.Е.)

Основные понятия и определения

- **Объектом** исследования в менеджменте является организация или система управления
- **Предметом** исследования являются проблемы (ситуации), возникающие в системе управления
- **Проблема** – это противоречие, требующее разрешения, которое обеспечивает развитие управления исследуемым объектом

ПРОБЛЕМА

- Решается набором задач
- **Задача** в отличие от проблемы предполагает знание алгоритма ее решения или выбор алгоритма из известных

Четыре этапа «очистки» проблемы:

- 1) отделение реальных проблем от **псевдопроблем**;
- 2) селекция реальных проблем по критерию **необходимости разрешения**;
- 3) выбор проблем в соответствии с критерием **возможностей разрешения**
- 4) отбор проблем по критерию **ценности ожидаемого результата**;

Любое исследование предусматривает наличие ряда факторов:

- **объект** (система управления) и **предмет** исследования (конкретная ситуация, разрешение которой требует проведения исследования);
- **потребность в исследовании** – степень остроты проблемы;
- **методология исследования** – совокупность целей, подходов, принципов, ориентиров, приоритетов, средств и методов исследования;
- **организация исследования** – порядок проведения, основанный на распределении функций и ответственности;
- **ресурсы исследования** – комплекс средств и возможностей (информационных, экономических, людских и пр.), обеспечивающих успешное проведение исследования и достижение его результатов

Качества менеджера исследовательского типа:

- – проблемное видение мира, способность распознавать проблемы там, где, кажется, их нет;
- – умение превентивно формулировать проблемы;
- – системное и панорамное восприятие процессов функционирования и развития управляемого объекта;
- – умение воспринимать и использовать точки зрения, отличные от собственных или даже противоположные им (антиномичность);
- – способность делать верные заключения при дефиците информации (экспрезентность);
- – способность к имитации функций различных членов коллектива;
- – психологическая проницательность, позволяющая распознавать сущность людей.
- – инновационность мышления, способность выйти за границы формального, привычного, проверенного, традиционного;
- – способность привлекать людей к совместной деятельности, не прибегая к средствам принуждения (аттрактивность);
- – способность быстро перестраиваться при переходе к решению новых задач;
- – умение делегировать не только власть и ответственность, но и свой авторитет лидера;
- – способность к латентному (скрытому) руководству, предполагающему включение людей в деятельность не на формальной субординационной основе, а путем «ухода в тень», умение обратиться за советом и помощью

- *Практические исследования* предназначены для быстрых эффективных решений и достижения желаемых результатов. Цель – оперативное решение текущих проблем
- *Научно-практические исследования* ориентированы на перспективу, более глубокое понимание тенденций и закономерностей развития организаций, повышение образовательного уровня работников

В каких случаях и для чего необходимо исследование (микроуровень)

- для обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке товаров (услуг)
- для повышения эффективности функционирования подразделений и организации в целом
- когда организации грозит банкротство или серьезный кризис
- когда необходимо удержать достигнутый стабильный уровень работы организации, чтобы желаемые результаты были еще лучше
- в случае меняющихся целей и задач функционирования организаций

Этапы исследования объекта



Классификация общенаучных методов исследования

Эмпирические методы

- *методы наблюдений* - исследования с минимальным вмешательством в исследуемые события
- *методы экспериментирования* – искусственное создание ситуаций для изучения особенностей поведения системы, которые в обычных условиях могут быть незаметны, но в экспериментальных, а иногда и экстремальных, условиях они проявляются в полной мере

Социологические опросы

Основное предназначение социологических опросов - получение информации о мнениях людей, их мотивах и оценках явлений

Опросы применяются, если:

- об исследуемом явлении нет достаточной документальной информации,
- явление не доступно непосредственному наблюдению или не поддается эксперименту

Правила опроса

- 1. Респондент знает, кто и зачем его опрашивает**
- 2. Респондент заинтересован в опросе**
- 3. Респондент не заинтересован в выдаче ложной информации**
- 4. Респондент однозначно понимает содержание каждого вопроса**
- 5. Вопрос имеет один смысл, не содержит в себе нескольких вопросов**
- 6. Постановка вопроса предполагает возможность дать обоснованный и точный ответ**
- 7. Вопросы сформулированы без нарушения лексических и грамматических нормативов**
- 8. Формулировка вопроса соответствует уровню культуры респондента**
- 9. Вопросы не содержат оскорбительного для респондента смысла**
- 10. Интервьюер ведет себя нейтрально, не демонстрирует свое отношение ни к заданному вопросу, ни к ответу на него**
- 11. Интервьюер предлагает респонденту такие варианты ответа, каждый из которых приемлем в равной степени**
- 12. Количество вопросов соотносится со здравым смыслом**
- 13. Вся система вопросов и ответов достаточна для получения того объема информации, которая необходима для решения исследовательских задач**

Анкетирование

Анкетирование - письменная форма опроса, осуществляющаяся без прямого контакта интервьюера с респондентом

Целесообразно в двух случаях:

- а) когда нужно опросить большое число респондентов за относительно короткое время,
- б) респонденты должны тщательно подумать над своими ответами

Анкетирование

Анкетирование бывает:

Сплошным, т.е. охватывающим всех членов изучаемой общности (совокупности),

Выборочным, т.е. охватывающим лишь часть (выборку) генеральной совокупности. При этом достоверность и надежность результатов зависит от репрезентативности выборки

Анкета состоит из:

- 1) введения (преамбульно-инструктивного раздела)
- 2) основной части (опросного листа)
- 3) паспортички (демографического блока)

Во введении:

- содержится обращение к респонденту
- излагаются цели исследования и то, как будут использованы результаты опроса
- указывается, какая организация проводит опрос, даются ее контактные телефоны
- дается инструкция по заполнению
- оговариваются правила заполнения и возврата анкеты
- дается гарантия анонимности анкеты или конфиденциальности полученной информации

Какие вопросы ставятся в опросном листе

- как прямые, предлагающие респонденту выразить свою собственную позицию, так и косвенные (согласие или несогласие с позицией других людей)
- вопросы -"крючки", ставящиеся для того, чтобы респондент "клюнул", т.е. ради поддержания его интереса к заполнению анкеты
- вопросы -"фильтры", позволяющие выделить часть респондентов по какому-либо признаку, скажем, отсеять тех, чье мнение по следующему за "фильтром" вопросу представляется либо особо ценным, либо, наоборот, не очень важным
- контрольные вопросы, проверяющие устойчивость и непротиворечивость мнения респондента
- вопросы - "ловушки", предназначенные для выяснения степени искренности ответов
- наводящие вопросы, помогающие точнее понять смысл последующего (более важного) вопроса;
- дихотомические вопросы, предполагающие два взаимоисключающих друг друга варианта ответа (типа "да-нет")

Какие вопросы ставятся в опросном листе

- вопросы - "меню", т.е. с поливариантными ответами, когда респондент может выбрать любое сочетание вариантов ответов;
- вопросы - "диалоги", ответы на которые состояются из ответов воображаемых лиц
- шкальные вопросы, ответ на которые заключен в шкалировании (ранжировании) чего-либо
- табличные вопросы, предполагающие ответ в форме заполнения таблицы
- закрытые вопросы, т.е. сопровождаемые всеми теоретически возможными вариантами ответа, из которых респондент выбирает наиболее соответствующий его мнению
- открытые вопросы, не содержащие ни одного варианта ответа, предполагающие, что респондент напишет то, что хочет, в специально отведенном месте анкеты
- полужакрытые, точнее, частично закрытые (или частично открытые) вопросы, на которые заранее дана лишь часть вариантов ответа, которая может не удовлетворить респондентов, имеющих возможность дописать свой вариант

Основные правила составления опросного листа

- Избегать однообразия используемых типов и форм вопросов
- Помнить при этом и о последующей обработке анкетных данных
- Открытые вопросы предпочтительнее, если важно выявить все нюансы мнений респондентов, но полученную на их основе информацию трудно будет формализовать и обработать
- Закрытые вопросы, особенно в форме "меню", шкал, таблиц и дихотомий, более удобны для обработки, но не дают гарантии учета полноты оценок
- Постановка в анкете контрольных вопросов-"ловушек" не освобождает составителя от требования логической последовательности вопросов
- Традиционная логика построения вопросников строится на принципе "от общего к частностям"

Основные правила составления опросного листа

Важна компоновка вопросов анкеты в итоговую структуру:

- четкость шрифта
- использование цветной печати
- хорошо воспринимаемый дизайн [нумерация и расположение вопросов, грамотное оформление таблиц, пояснений и др.; все вопросы и варианты ответов должны быть пронумерованы по порядку, запрещается разрывать текст вопроса (и варианты ответов к нему) и переносить его со страницы на страницу; можно использовать рисунки для оживления текста]
- логическая последовательность вопросов, понятная респонденту

Основные правила составления опросного листа

- Количество вопросов лимитировано - время заполнения не более 45 минут (25-30 вопросов). Однако при проведении, например, оперативных социологических исследований оптимальный объем опросника составляет 10-15 вопросов.

Основные правила составления опросного листа

- Составление А. предполагает ее проверку, апробацию. Она проводится на микровыборке опытным социологом. Это позволяет выявить недостатки инструментария, откорректировать и адаптировать А. к работе
- После опроса анкеты готовятся к обработке: 1) проверка на чистоту и полноту заполнения; 2) нумерация; 3) работа со свободными вопросами; 4) обработка на ПК или вручную

Демографическая часть (паспортичка)

содержит вопросы о статусе респондента, например пол, возраст, образование, место жительства и др.

вопросы паспортички связаны с выборкой исследования

Интервьюирование

Интервьюирование - форма очного проведения опроса, при котором исследователь находится в непосредственном контакте с респондентом

Преимущества:

- а) вопросов без ответов практически не бывает;
- б) неопределенные или противоречивые ответы могут быть уточнены;
- в) имеется возможность наблюдения за респондентом и фиксации не только его вербальных ответов, но и невербальных реакций;
- г) получаемая информация полнее, глубже и достовернее по сравнению с анкетой

Недостатки:

- а) малая оперативность;
- б) существенные затраты времени;
- в) необходимость большого числа интервьюеров;
- г) непригоден для массовых опросов;
- д) требует специальной подготовки и солидного тренинга интервьюеров

Социологический эксперимент

- метод прикладного социологического исследования, позволяющий получить информацию о количественном и качественном изменении показателей деятельности изучаемого социального объекта в результате воздействия на него вводимых или изменяемых экспериментатором и контролируемых (управляемых) им новых факторов

Социологический эксперимент

- Реальный эксперимент проводится непосредственно на объекте исследования или его выборке
- Модельный (мысленный) эксперимент проводится на абстрактной модели объекта

Социологический эксперимент

проводится путем вмешательства экспериментатора в естественный ход событий: он создает или изыскивает определенную ситуацию, приводит в действие гипотетическую причину и наблюдает за изменениями в ситуации, фиксирует их соответствие или несоответствие предположениям.

Социологический эксперимент

Преимущество - Эксперимент является формой практики, и его результаты применимы в качестве критерия истины

Недостаток - эксперимент должен соответствовать требованиям, удовлетворение которых в социологии крайне трудно:

Во-первых, требуется достичь **внутренней валидности** эксперимента - уверенности в том, что именно изучаемый фактор, а не к.-л. иной, является причиной зарегистрированного изменения;

Во-вторых, требуется достичь **внешней валидности** эксперимента - уверенности в том, что полученные выводы можно распространять на неэкспериментальные ситуации, что выявленная зависимость является закономерной для аналогичных условий.

Методы экспертных оценок

- это методы организации работы со специалистами-экспертами и обработки мнений экспертов
- Экспертные исследования проводят с целью подготовки информации для принятия решений. Для проведения работы по методу экспертных оценок создают Рабочую группу, которая и организует деятельность экспертов, объединенных в экспертную комиссию

Примеры того, что исследуют эксперты

Как будет изменяться экономическая обстановка с течением времени?

Что будет с окружающей природной средой через десять лет?

Будет ли обеспечена продовольственная безопасность страны? И что для этого надо сделать?

Каковы причины неудач компании (предприятия) на рынке продукции?

Индивидуальные и коллективные оценки

Индивидуальные оценки - это оценки одного специалиста. Например, преподаватель единолично ставит отметку студенту, а врач - диагноз больному.

Но в сложных случаях заболевания или угрозе отчисления студента за плохую учебу обращаются к коллективному мнению - консилиуму врачей или комиссии преподавателей

Экспертные оценки часто используются при выборе, например:

- одного варианта технического устройства для запуска в серию из нескольких образцов,
- группы космонавтов из многих претендентов,
- набора проектов научно-исследовательских работ для финансирования из массы заявок,
- получателей кредитов из многих желающих,
- при выборе инвестиционных проектов для реализации среди представленных, и т.д.

Метод «мозговой атаки» («мозгового штурма»)

Основан на свободном выдвижении идей, направленных на решение проблемы, с последующим отбором наиболее ценных из них

Метод «мозговой атаки»

Организуется как собрание экспертов, на выступления которых наложено одно, но очень существенное ограничение - нельзя критиковать предложения других. Можно их развивать, можно высказывать свои идеи, но нельзя критиковать!

2 этапа:

1. Высказывание экспертами своих соображений по исследуемой проблеме
2. Анализ высказанных идей

Обычно из 100 идей 30 заслуживают дальнейшей проработки, из них 5-6 дают возможность сформулировать прикладные идеи, а 2-3 оказываются в итоге приносящими реальный полезный эффект.

При этом интерпретация идей - творческий процесс (торпеда)

Метод "совещаний" ("комиссий", "круглого стола")

- самый простой и традиционный. Он предполагает проведение дискуссии с целью выработки единого коллективного мнения по решаемой проблеме

В отличие от "мозговой атаки" каждый эксперт может не только высказывать свое мнение, но и критиковать предложения других. В результате обсуждения уменьшается возможность ошибок при выработке решения

Достоинство метода - простота его реализации

Недостаток - на совещании может быть принято ошибочное мнение одного из участников в силу его авторитета, служебного положения, настойчивости или ораторских способностей

Метод "суда"

- Метод "суда" является разновидностью метода "совещаний" и реализуется по аналогии с ведением судебного процесса
- В роли "подсудимых" выступают выбираемые варианты решения;
- В роли "судей" - лица, принимающие решение;
- В роли "прокуроров" и "защитников" - члены экспертной группы.
- Роль "свидетелей" выполняют различные доводы экспертов.
- При ведении такого "судебного процесса" отклоняются или принимаются те или иные решения.
- Метод "суда" целесообразно использовать при наличии нескольких групп экспертов, придерживающихся различных вариантов решения

Метод сценариев

- это метод декомпозиции задачи прогнозирования, предусматривающий выделение набора отдельных вариантов развития событий (сценариев), в совокупности охватывающих все наиболее вероятные варианты развития

Метод сценариев

два этапа исследования:

- построение исчерпывающего, но обозримого набора сценариев
- прогнозирование в рамках каждого конкретного сценария с целью получения ответов на интересующие исследователя вопросы

Метод "Дельфи"

Процедура метода включает несколько этапов опроса:

Индивидуальный опрос экспертов, обычно в форме анкет. Эксперты дают ответы, не аргументируя их. Результаты опроса обрабатываются и формируется единое мнение группы экспертов, выявляются и обобщаются аргументации в пользу различных суждений.

Вся информация сообщается экспертам и их просят пересмотреть свои оценки с учетом мнения других экспертов. Новые оценки вновь обрабатываются и осуществляется переход к следующему этапу.

Практика показывает, что после трех-четырех этапов ответы экспертов стабилизируются, и необходимо прекращать процедуру

Метод "Дельфи"

Достоинство - использование обратной связи в ходе опроса, что значительно повышает объективность экспертных оценок

Недостаток - метод требует значительного времени на реализацию всей многоэтапной процедуры