

ДП № 02
ДЕЛО ПРОЦЕССА

«Формирование портфеля заказов»
(наименование процесса)

Владелец процесса:

С.В. Оболенский

Нижний Новгород

**Реестр документов Дела процесса ДП 02
«Формирование портфеля заказов»**

Наименование документа	Кол-во листов	Примечание
1. <i>Карта процесса КП 02-2019</i>	6	
2. <i>Отчет по результативности процесса за 1 кв. 2019г.</i>	5	
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		
20.		
21.		
22.		
23.		

НИРФИ ННГУ

УТВЕРЖДАЮ
Директор НИРФИ ННГУ



С.В. Оболенский

КАРТА ПРОЦЕССА КП 02-2019

Обозначение процесса	КП 02
Наименование процесса	«Формирование портфеля заказов»
Цель процесса	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Оценка запросов потребителей и выбор перспективных направлений развития разработок и исследований; ➤ Продвижение продукции и разработок с учетом требований потребителей на основе комплекса рекламных мероприятий, постоянное повышение удовлетворенности потребителей, ведущее к повторению и расширению объемов заказов и нахождению новых потребителей, расширение каналов сбыта за счет формирования спроса на новых сегментах рынка. ➤ Формирование портфеля заказов необходимого для обеспечения стабильного экономического положение предприятия; ➤ Обеспечение гарантированного выполнения заключенных договоров за счет анализа собственных возможностей и рисков на стадии предшествующей заключению договора. ➤ Обеспечение удовлетворенности потребителей

Разработал
Директор НИРФИ

С.В. Оболенский



(подпись)

21.12.2019₂ (дата)

Описание процесса

1. Состав процесса

В процесс входят следующие составные части:

- Оценка конъюнктуры рынка, маркетинговые исследования, рекламная деятельность, поиск заказов для действующего производства и выбор перспективных направлений развития (недокументированная процедура)
- Обоснование ресурсного обеспечения выполнения контрактов, ведение договорной работы, включая анализ контрактов (в соответствии с СТО)
- Поставка продукции потребителю, оформление сопроводительных документов по завершению договора и получение оплаты за выполненную работу или оказанные услуги.
- Оценка удовлетворенности потребителей (в соответствии с п.9.1.2 РК)
-

2. Входы и выходы процесса

2.1 Входные данные процесса

№ п./п.	Входы в процесс (материальный поток, информация, документ)	Поставщик входов (предшествующие процессы)	Требования к входам или ссылка на документ, в котором данные требования отражены
1	Внешняя информационная среда (Выставки, интернет, деловые связи...)	Информация о конъюнктуре рынка	Информация применительно к продукции которую возможно выпускать на действующем производстве либо с учетом его реальной модернизации
2	Фактические и потенциальные потребители	Заявки на изготовление продукции, КД, требования	Полнота и однозначность информации для принятия решения о возможности выполнения взятых на себя обязательств
3	Фактические потребители	Отзывы о качестве поставки, оплата отгруженной продукции, претензии и рекламации	В произвольной форме
4	План продаж	Директор	Утвержденный директором
5	Внутренние потребители: - служебные записки - поручения руководителя	Внутренний потребитель	В произвольной форме

2.2 Выходные данные процесса

№ п./п.	Выходы процесса (материальный поток, информация, документ)	Потребитель выходов (последующие процессы или внешний субъект)	Требования к выходам или ссылка на документ, в котором данные требования отображены
1	Информация (Планы производства, КД)	Сбалансированность планов с имеющимися производственными мощностями. КД в соответствии с ЕСКД (для гражданской продукции допустимы эскизные чертежи)	Процесс «Производство»
2	Денежные средства	В объеме обеспечивающем рентабельность производства	Предприятие в целом
3	Информация (Предложения по развитию или расширению номенклатуры производимой продукции)	В объеме обеспечивающем рентабельность производства	Процесс «Управление СМК»
4	Материальный поток (продукция отгруженная потребителю)	Своевременное выполнение контрактных обязательств, оформление необходимых отчетных документов и своевременная оплата.	Процесс «Управление СМК»
5	Заключенные контракты на поставку продукции	Производство	СТО 09

3. Потребность в ресурсах

Вид ресурса	Оценка необходимого объёма
Людские ресурсы	Персонал, участвующий в процессе, должен соответствовать требованиям должностных инструкций.
Инфраструктура	Помещения, используемые для проведения работ должны соответствовать требованиям санитарных норм. Оргтехника и связь должны соответствовать современным требованиям для оперативности получения и обработки информации
Производственная среда	Условия окружающей среды, необходимые для проведения работ должны соответствовать требованиям санитарных норм, а также условиям эксплуатации используемых оборудования и оргтехники
Материальные и финансовые ресурсы	Затраты, связанные с выполнением процесса (зарплата участников процесса; затраты на командировочные расходы, бумага, необходимая для разработки и оформления необходимых документов).
Временной ресурс	Время на проведение процедур, входящих в процесс «Маркетинг и сбыт», должно быть достаточным для выполнения условий поставки комплектующих (в первую очередь шасси), условий выполнения услуг сторонних организаций, в том числе различных органов, оформляющих разрешительные документы

4. Показатели результативности и эффективности процесса и методики их расчета

№ п./п.	Показатели процесса	Источники получения информации для оценки показателей (подразделения)	Документы, содержащие информацию
К1	Качество маркетинга (Объем заказов)	Директор	По данным бухгалтерской отчетности и заключенным договорам
К2	Качество маркетинга (Количество новых потребителей)	Не требуется. Прямая оценка.	Сводка (для раздела в отчет по анализу СМК)
К3	Качество маркетинга (Количество новых перспективных проектов)	Не требуется. Прямая экспертная оценка.	Сводка (для раздела в отчет по анализу СМК)
К4	Качество анализа контрактов (Количество заключенных договоров выполненных несвоевременно или с ненадлежащим качеством)	Директор	Сводка о нарушении сроков установленных договором или претензиях потребителя
К5	Качество анализа контрактов (Экономическая эффективность)	Директор	Аналитическая записка

Методика расчета показателей

№ п./п.	Показатели процесса	Критерии результативности	Методика расчета	Частота проведения оценки показателей
1	Качество маркетинга (Объем заказов)	Выполненный объем договоров по фактическому полученному объему средств. От 2 до 6 млн. руб. в месяц - результативно.	Не требуется. Прямая оценка.	1 раз в год (или после оформления отчета по анализу СМК со стороны руководства)
2	Качество маркетинга (Количество новых потребителей)		Не требуется. Прямая оценка.	1 раз в год (раздел отчета по анализу СМК со стороны руководства)
3	Качество маркетинга (Количество новых перспективных проектов)		Не требуется. Прямая оценка.	1 раз в год (раздел отчета по анализу СМК со стороны руководства)
4	Качество анализа контрактов (Количество заключенных договоров выполненных несвоевременно или с ненадлежащим качеством)	Не менее 2	Не требуется. Прямая оценка.	1 раз в год (раздел отчета по анализу СМК со стороны руководства)
5	Качество анализа контрактов (Экономическая эффективность)	1) Безубыточность 2) Устанавливается для каждого проекта	1. Техничко-экономическая оценка окупаемости проекта 2. Экспертная оценка средней з/п участников проекта в сравнении с трудоемкостью	2 раза в начале и по завершению проекта