

IV Ковалевские чтения
12-13 ноября 2009 года



Управление формированием деловой репутации вузов в бизнес-среде

Докладчик:
заместитель директора ИнСУСС ГУАП
к.т.н., доцент ЯКОВЛЕВ Александр Викторович

Обсуждаемые вопросы: **Какая интеграция рождает инновацию?**

Обсуждаемые вопросы: **Какая интеграция рождает инновацию?**

Что такое инновация?

«Иновация - нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений науки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции. Иновация - это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьезно повышает эффективность действующей системы»



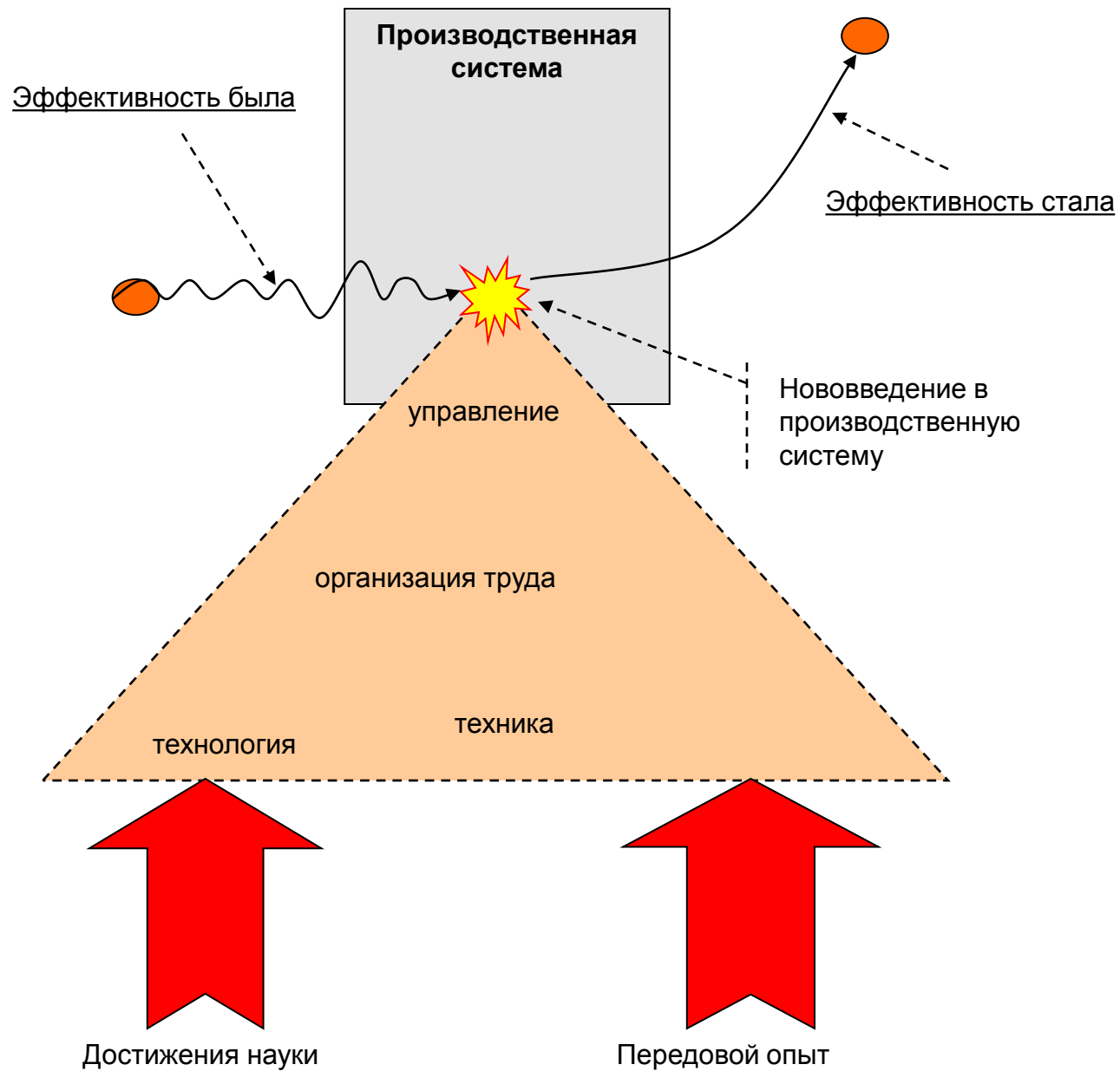
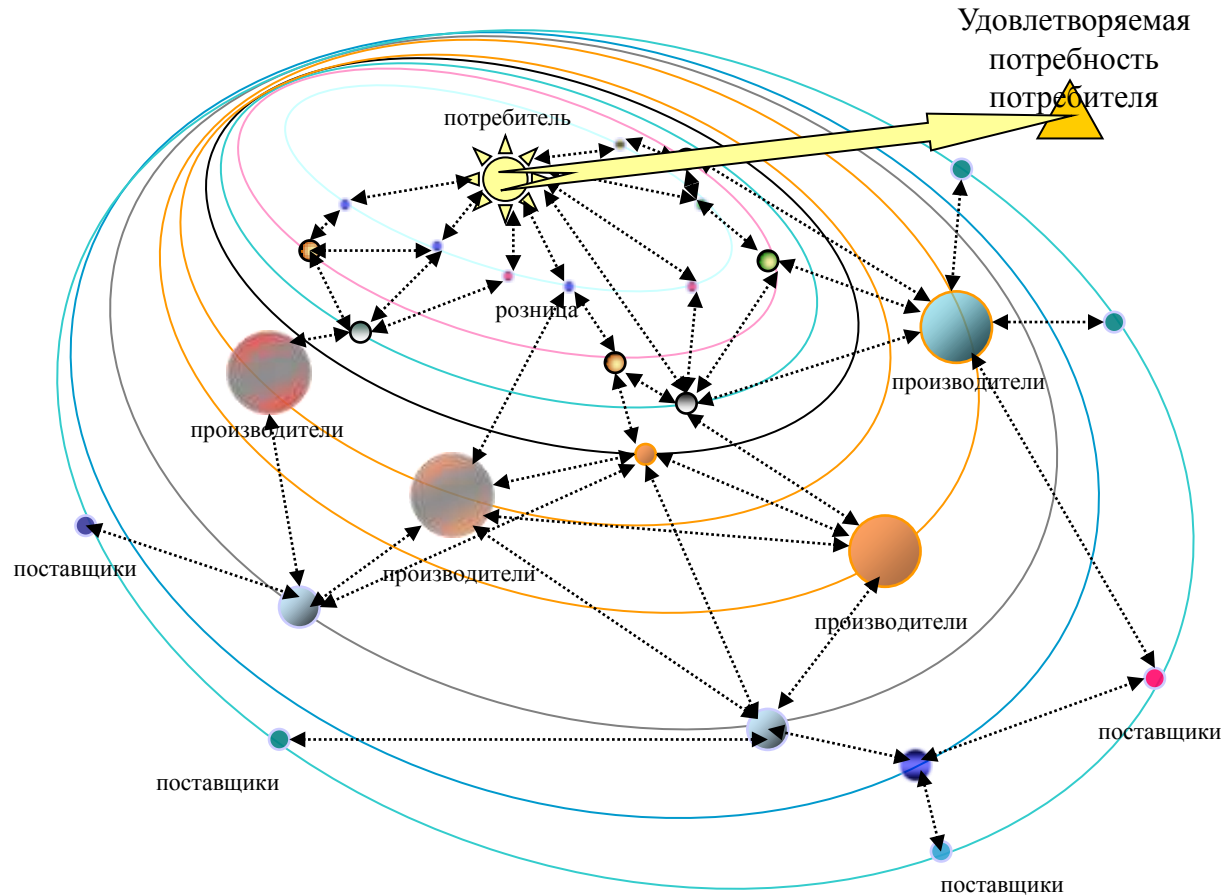


Рис. 1 - Схема термина «инновация»

Что такое интеграция?

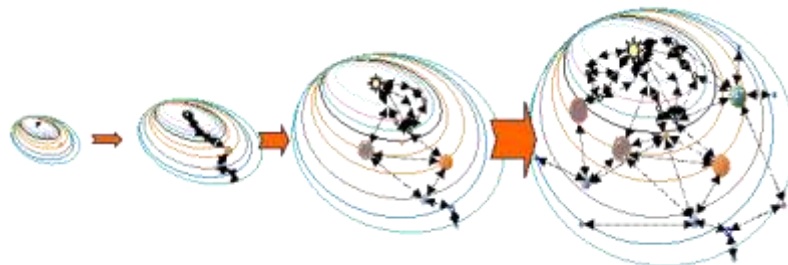
Кто с кем интегрируется?

Клиенты и поставщики компании образуют ее бизнес-сообщество. Точнее, под бизнес-сообществом понимается совокупность компаний со своими поставщиками, обслуживающих определенную потребность потребителя.



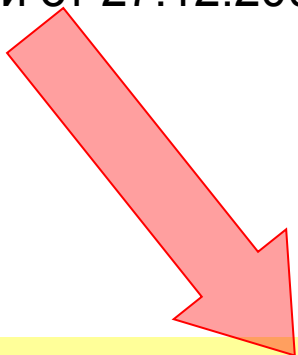
Пути увеличения прибыли через отношения в бизнес-сообществе:

Вид отношений и с кем?	За счет чего увеличивается прибыль (или снижаются издержки) ?
Хорошие отношения с контролирующими органами	возможность корректировать интенсивность контроля
Хорошие отношения с поставщиками	стабильность качества поставок, товарный кредит
Хорошие отношения с потребителями	возможность держать удобную цену при гарантированных оборотах
Хорошие отношения с финансово-кредитными организациями	меньшая стоимость привлечения заемных средств
Ясные отношения с конкурентами	не тратим средства на ненужную борьбу
Хорошие отношения с органами исполнительной власти	возможность продвинуть свой бизнес с минимальными затратами



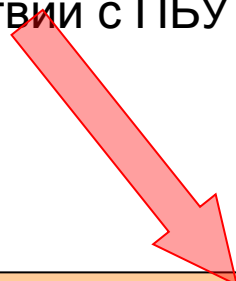
**При чем здесь деловая
репутация?**

В РФ понятие «деловая репутация» регулируется Положением по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2000), утвержденному Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 27.12.2007 N 153н



42. Для целей бухгалтерского учета стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения).

В соответствии с ПБУ 14/2000



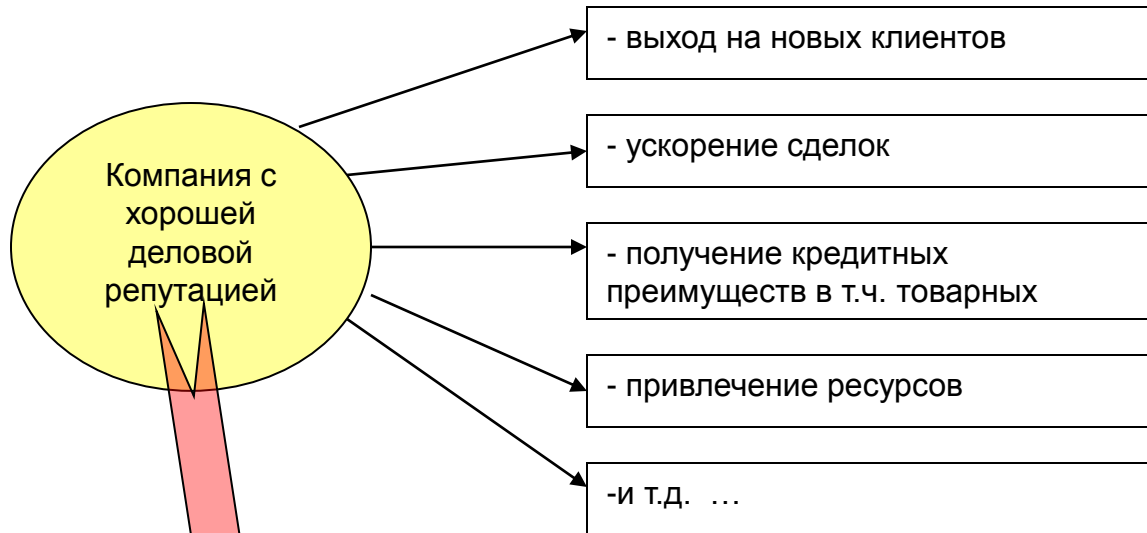
**Что значит для партнеров высказывание
«у компании хорошая деловая репутация» ?**

Деловая
репутация

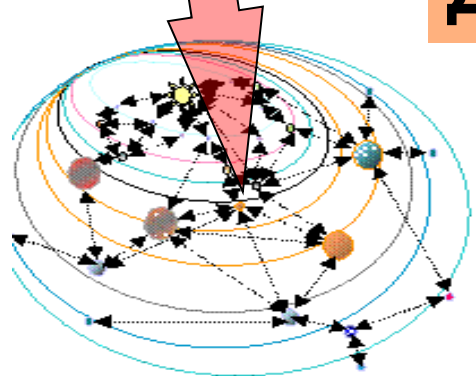
=

- + у компании есть стабильные покупатели;
- + компания делает стабильно качественную продукцию;
- + компания обладает выраженными навыками маркетинга и сбыта;
- + у компании есть деловые связи;
- + у руководства компании (и у компании в целом) богатый управленческий опыт;
- + в компании трудится квалифицированный персонал;

...



Вуз должен стать «компанией с хорошей деловой репутацией»!



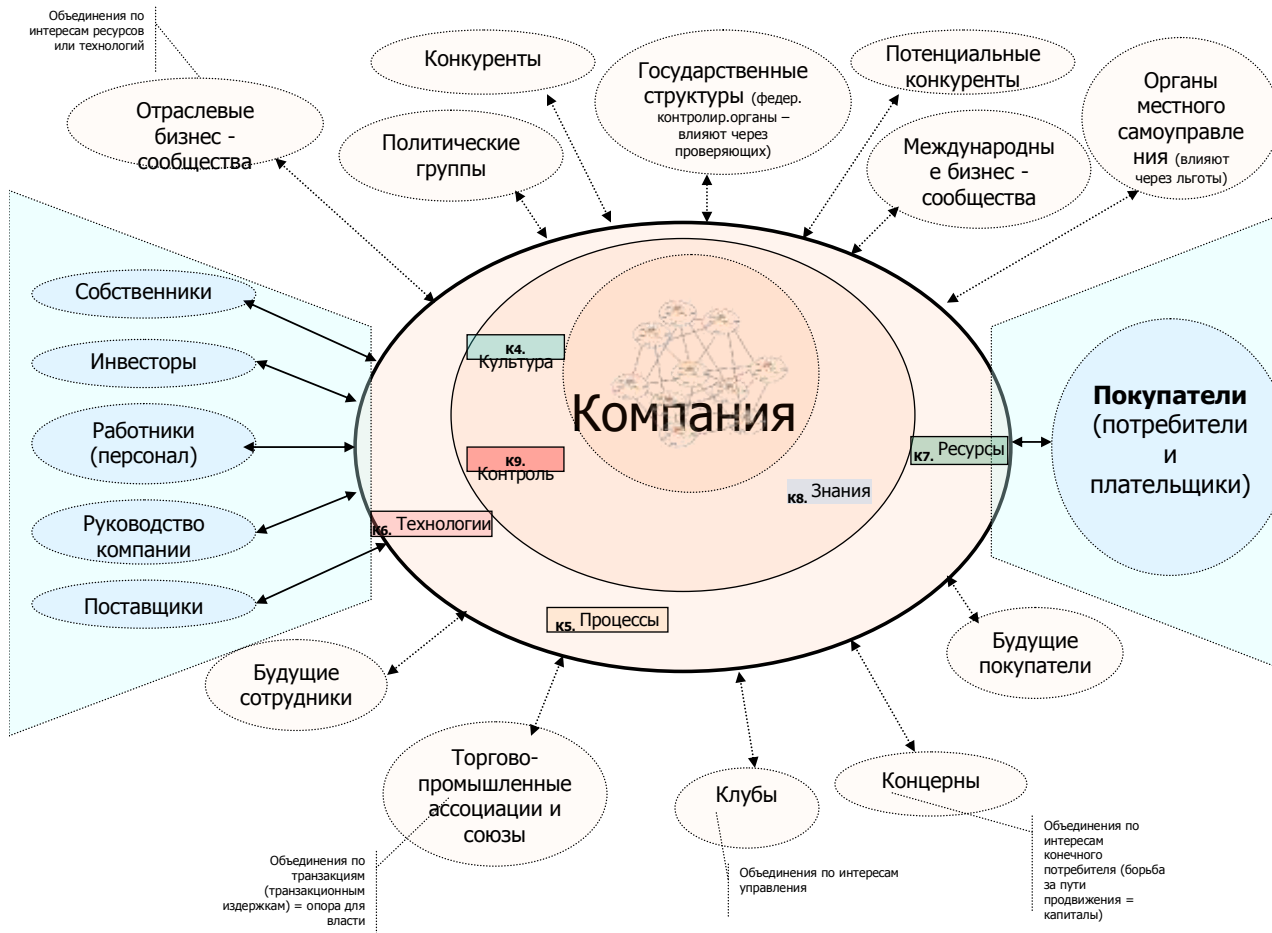
Тогда...



Пути формирования деловой репутации вузов в бизнес-среде Санкт-Петербурга

- 1. Выстраивание взаимоотношений со стейкхолдерами**
- 2. Воздействия через институты регулирования бизнес-сообщества**
- 3. Балансирование внутренних сфер управления организацией**

1. Выстраивание взаимоотношений со стейкхолдерами



2. Воздействия через институты регулирования бизнес-сообщества

Основными институтами являются:

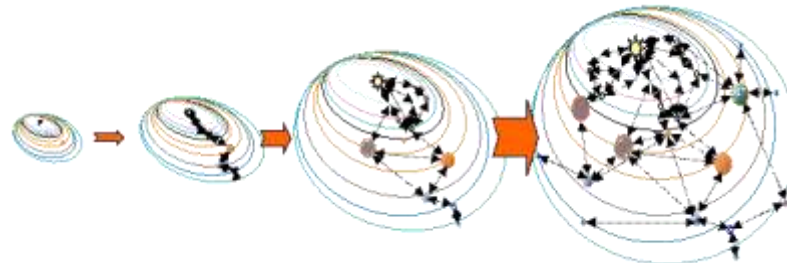
1. **Центр стратегического управления (клуб)** – с него начинается формирование бизнес-сообщества, он координирует его деятельность, на нем принимаются решения о составе бизнес-сообщества и стратегии его развития. Работу клуба организует лидер БС.

2. **Центр подготовки и аутсорсинга персонала (кадровый центр)** – его цель распространение компетенций внутри бизнес-сообщества.

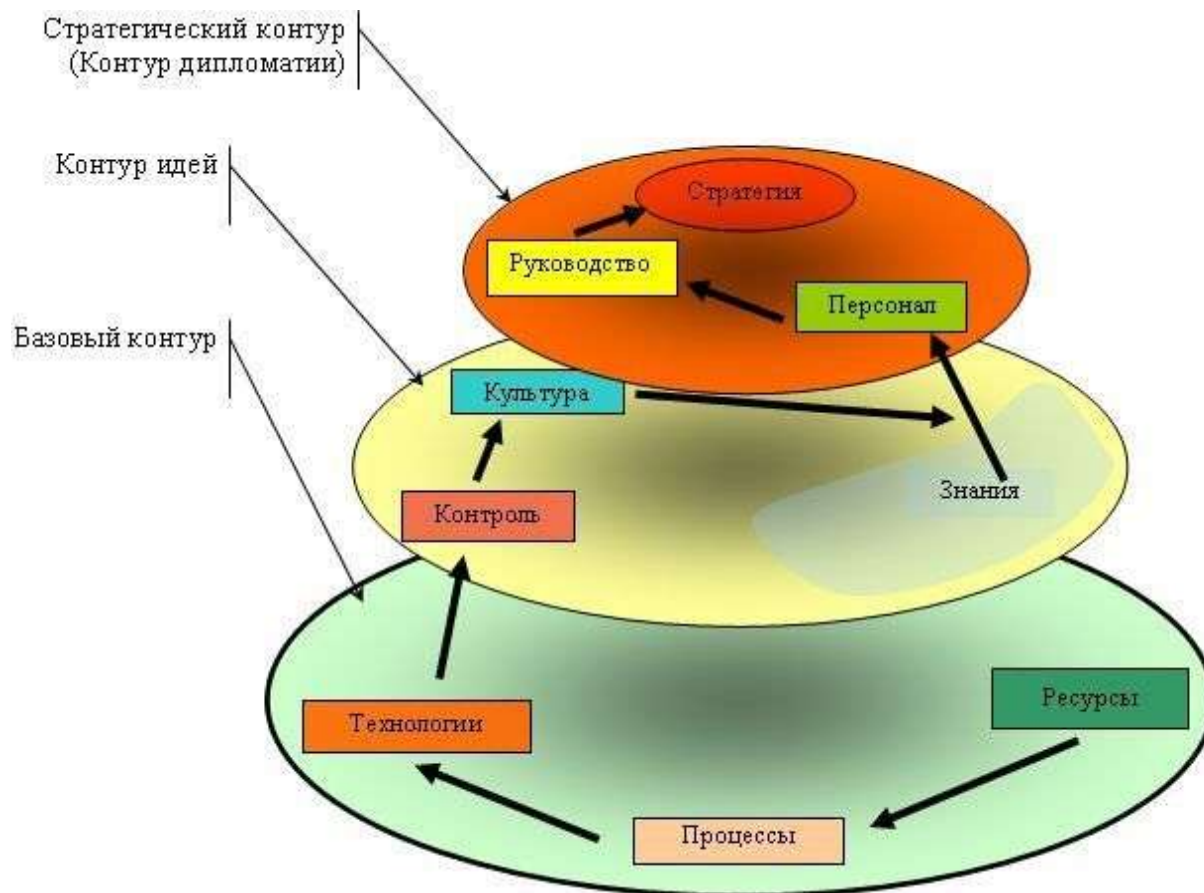
3. **Центр исследования и разработок (R&D-центр)** – его задача прогнозировать, а зачастую и предугадывать развитие потребностей клиентов.

4. **Центр стандартизации** – его задача обеспечить слаженную кооперацию и сократить путь предприятия к конкретному потребителю.

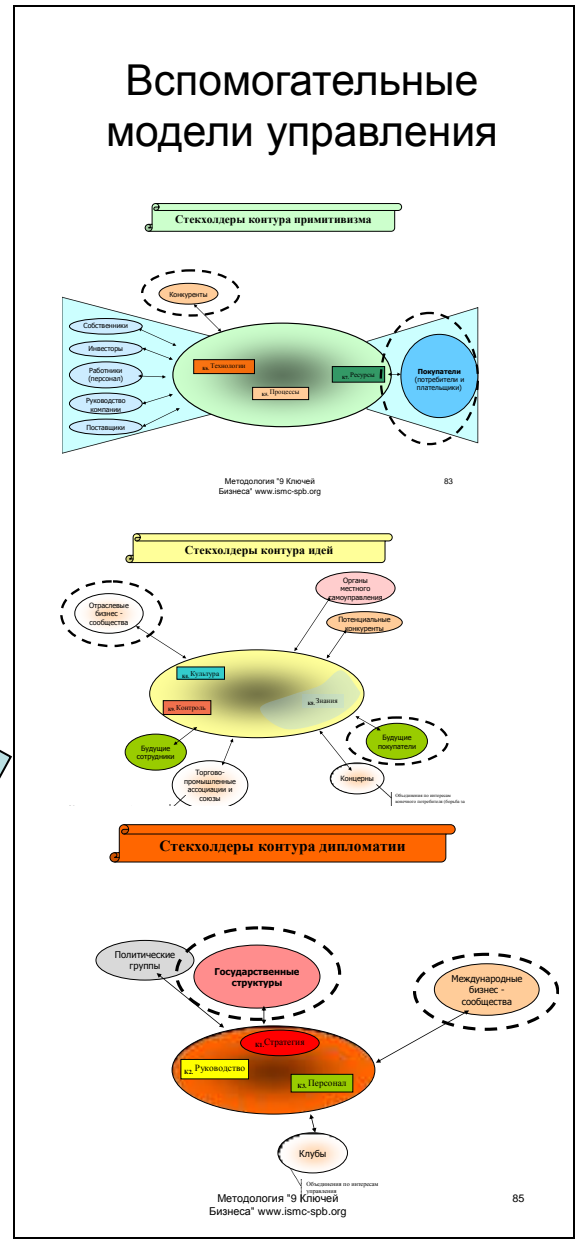
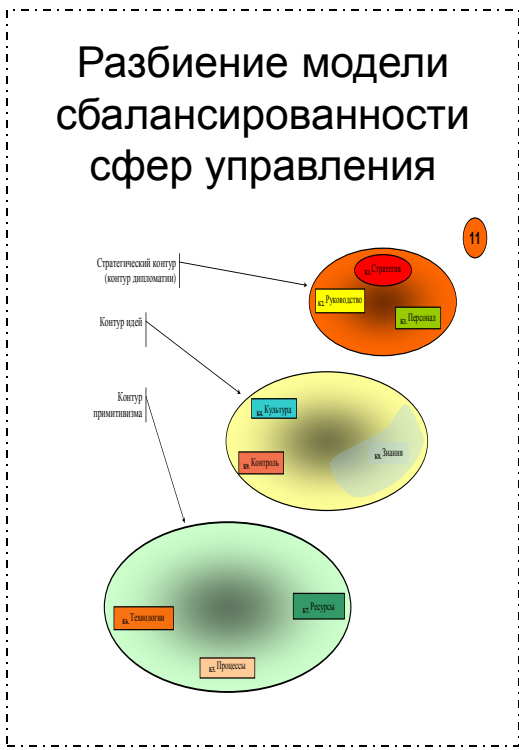
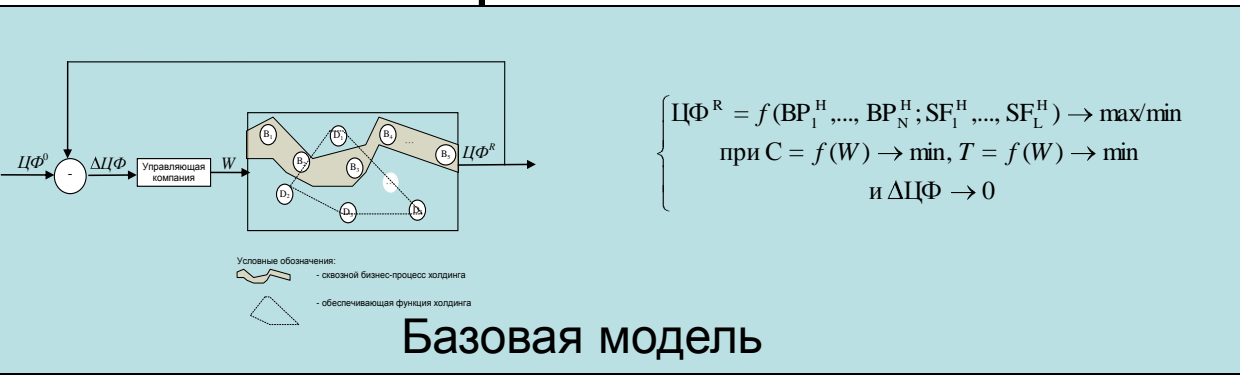
5. **Центр PR, рекламы и социального продвижения** – его задача формировать потребности потребителя, обозначать сферу интересов предприятий бизнес-сообщества и создавать вокруг них позитивной среды.



3. Балансирование внутренних сфер управления организацией



Модели управления бизнесом, как социальной системой



Что сделали мы?

Место института в структуре ГУАП



Институт является подразделением
объединенного научно-
инновационно-технологического
комплекса ГУАП



Институт предназначен для:

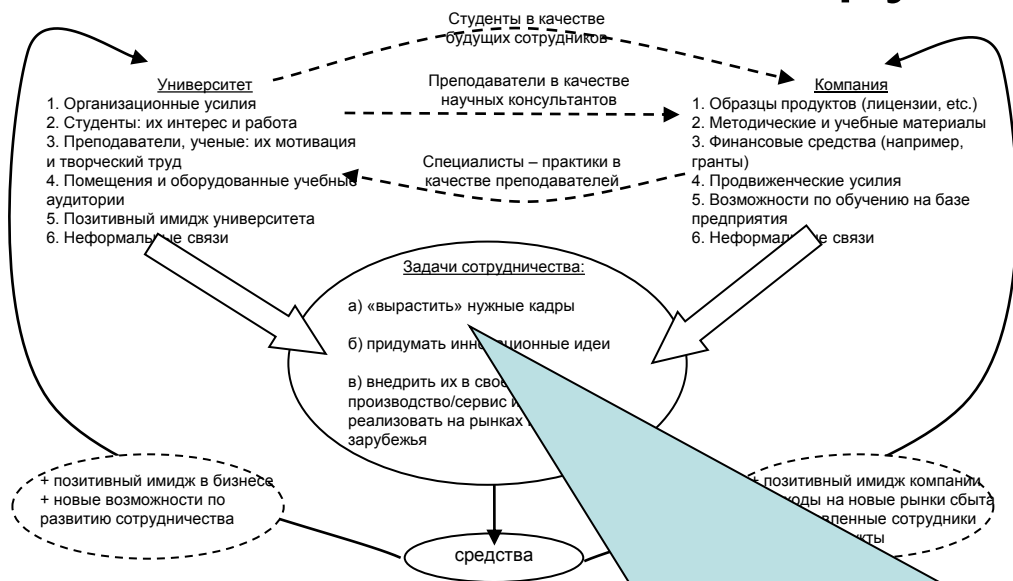
1. практического внедрения разработок *факультета вычислительных систем и программирования* в бизнесе
2. организации подготовки специалистов в области системного анализа для бизнеса



Взаимодействие института и предприятий



Схема сотрудничества



организация учебного центра КОМПАНИИ (в части компетенций, которые «перекрывает» лицензия ГУАП на осуществление образовательной деятельности)

создание уч. программы и подготовка документального обеспечения

Материально-техническое оснащение

- обучение студентов ГУАП продуктам компании

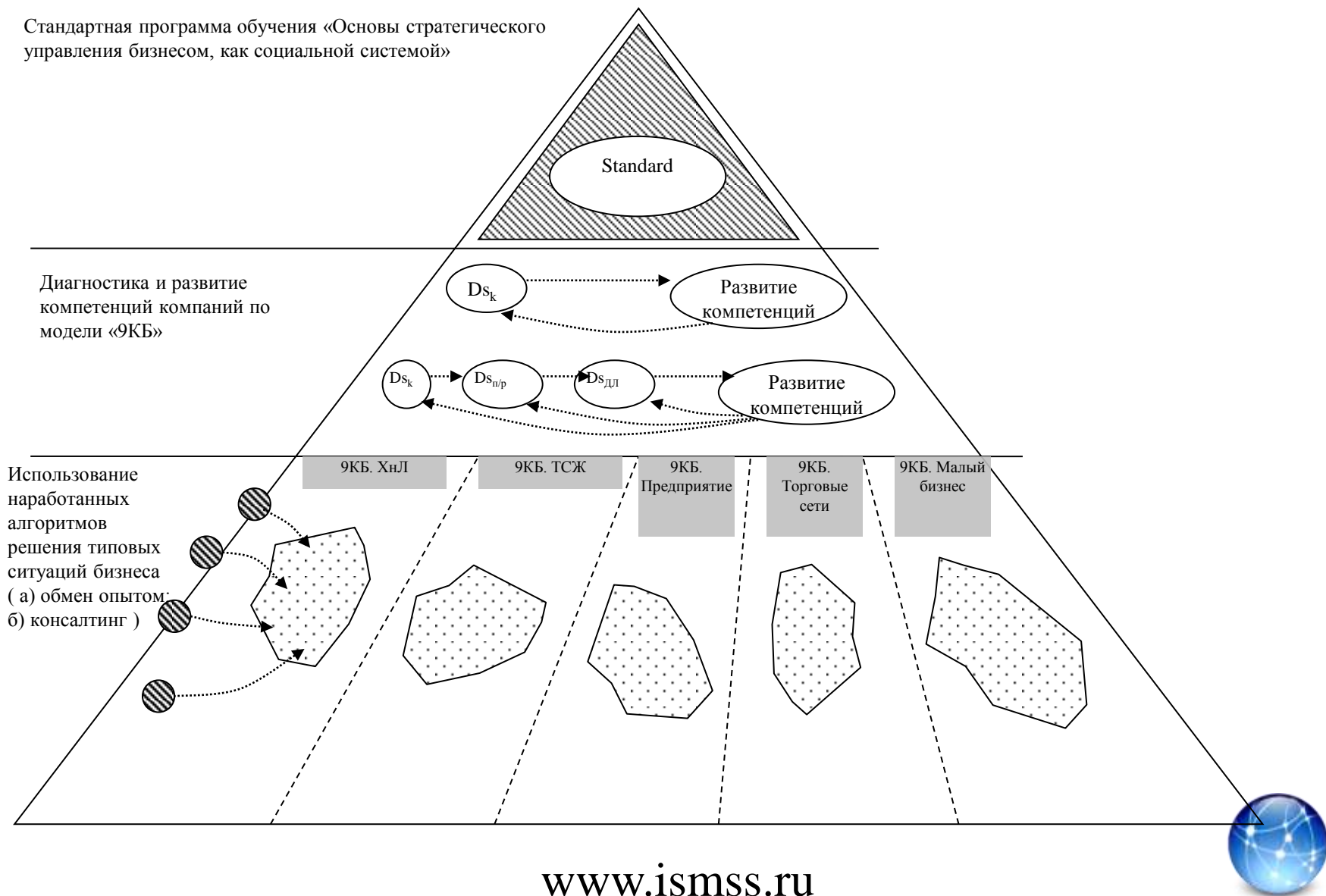
- обучение партнеров КОМПАНИИ ее продуктам на базе ГУАП с выдачей документов

- «продвижение» продуктов КОМПАНИИ

организация совместного проекта между ГУАП и КОМПАНИЕЙ (на разработку, модификацию, продвижение совместного продукта (аппаратно-программного комплекса, программного обеспечения, услуги)

Обучающие программы

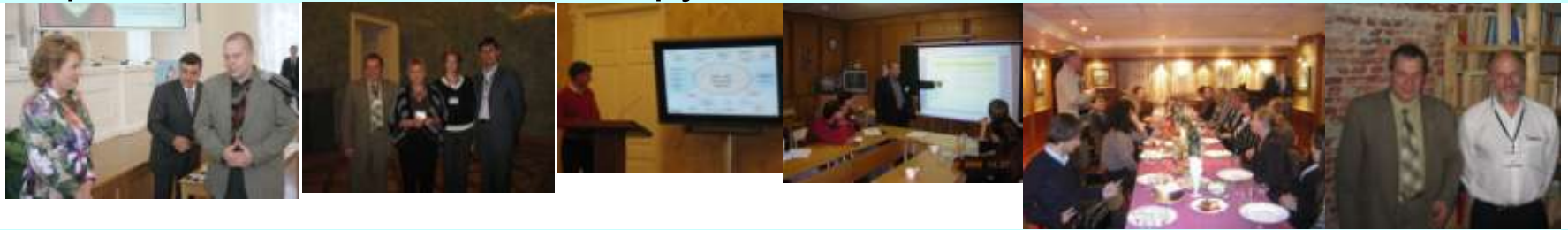
Стандартная программа обучения «Основы стратегического управления бизнесом, как социальной системой»



Общественное признание института



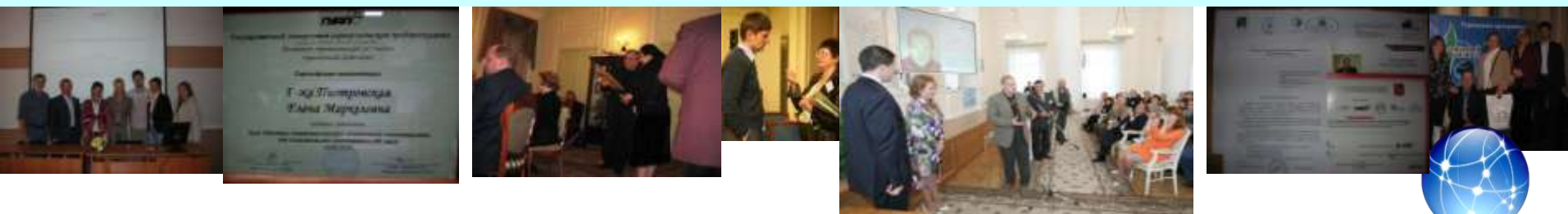
при разработке моделей управления бизнесом, как социальной системой и их продвижение в России и за рубежом



при методическом сопровождении экспертной деятельности и социальных проектов Конкурсов по качеству «Сделано в Санкт-Петербурге» 2008 года



при организации партнерских программ с бизнесом, наукой и властью





Институт стратегического управления социальными системами ГУАП

Спасибо за внимание!

Докладчик:

заместитель директора ИнСУСС ГУАП

к.т.н., доцент ЯКОВЛЕВ Александр Викторович

тел. (812) 494 7040 www.ismss.ru

