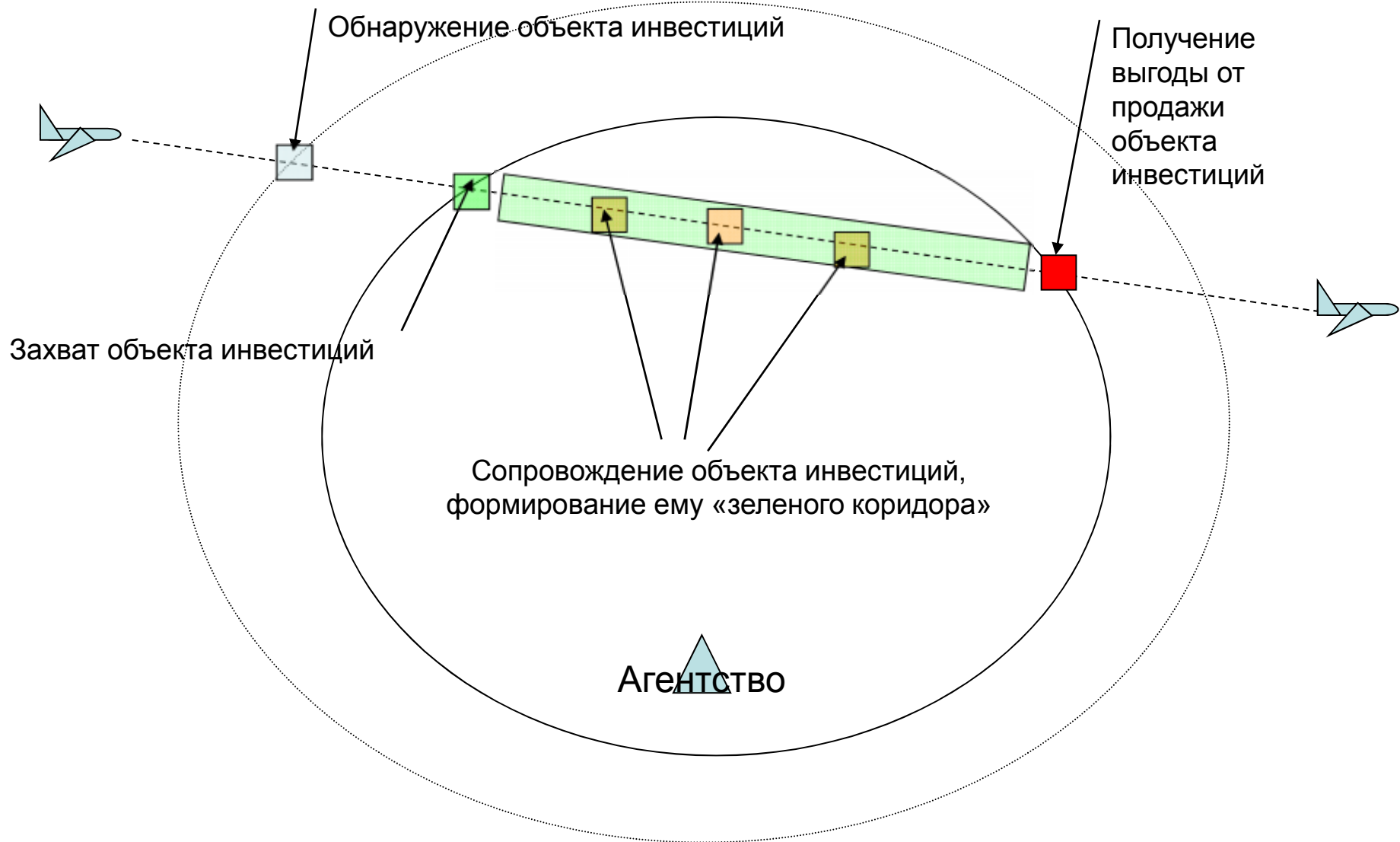
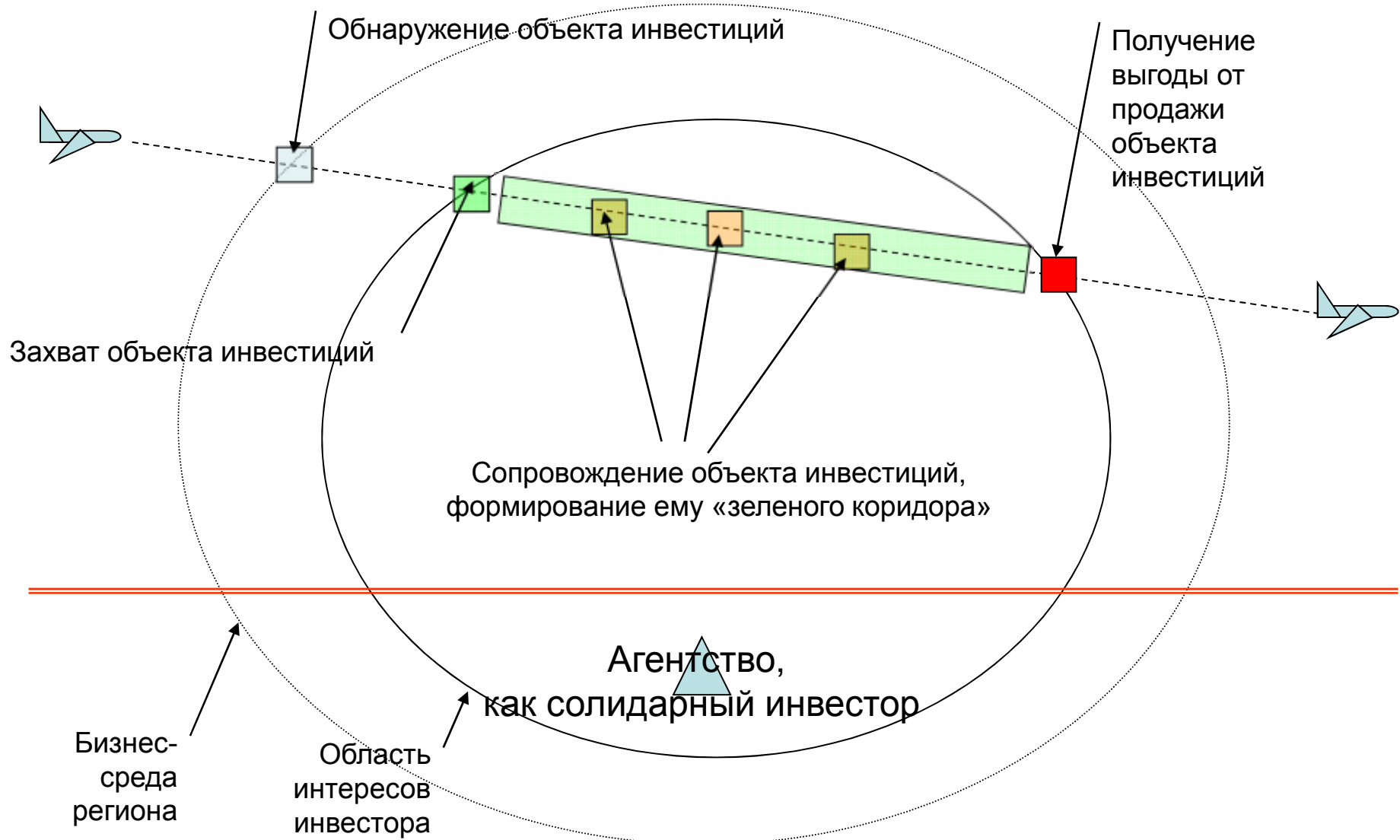


**АГЕНТСТВО ПО МОНИТОРИНГУ,  
ОТБОРУ И ВНЕДРЕНИЮ  
ИЗОБРЕТЕНИЙ И ИННОВАЦИЙ**

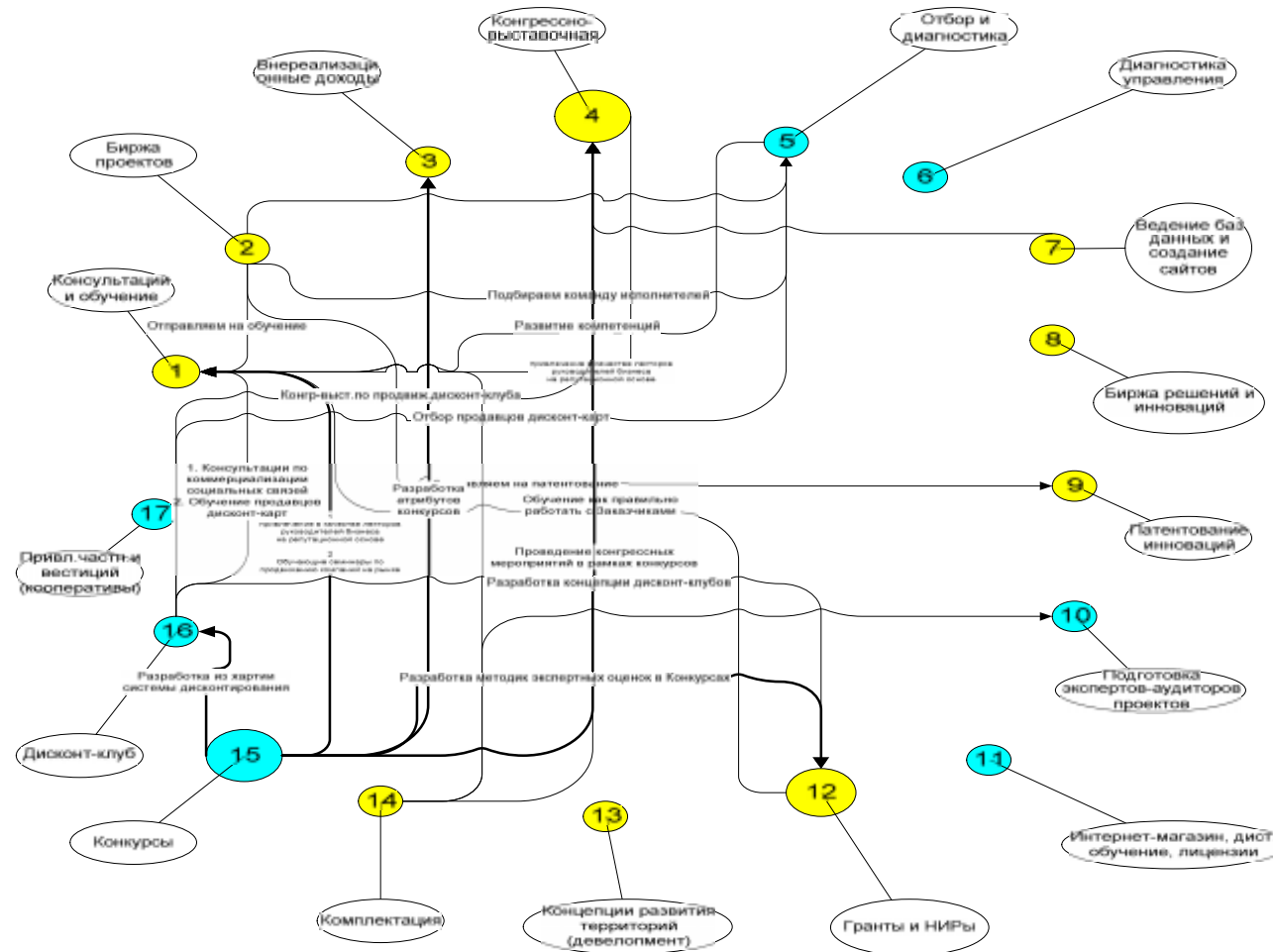
# Принцип подбора Агентством инноваций







# Принцип подбора Агентством инноваций



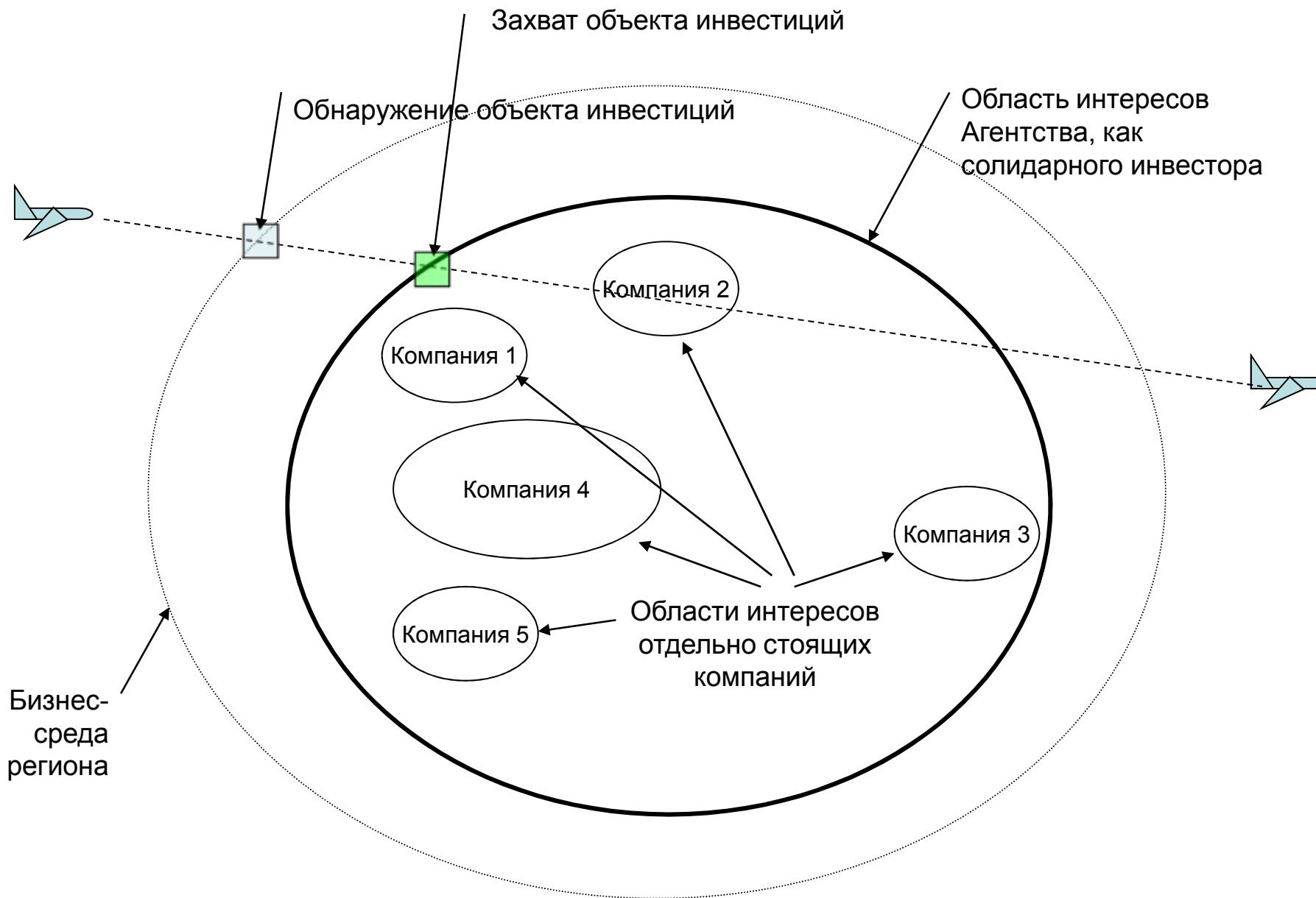
# Суть деятельности компаний, входящих в Агентство



**Примечание:**

-  →  Означает, что клиенты нашего продукта X могут быть посланы к продукту 1
-  →  Означает, что клиенты продукта 1 отсылаются на наш продукт X

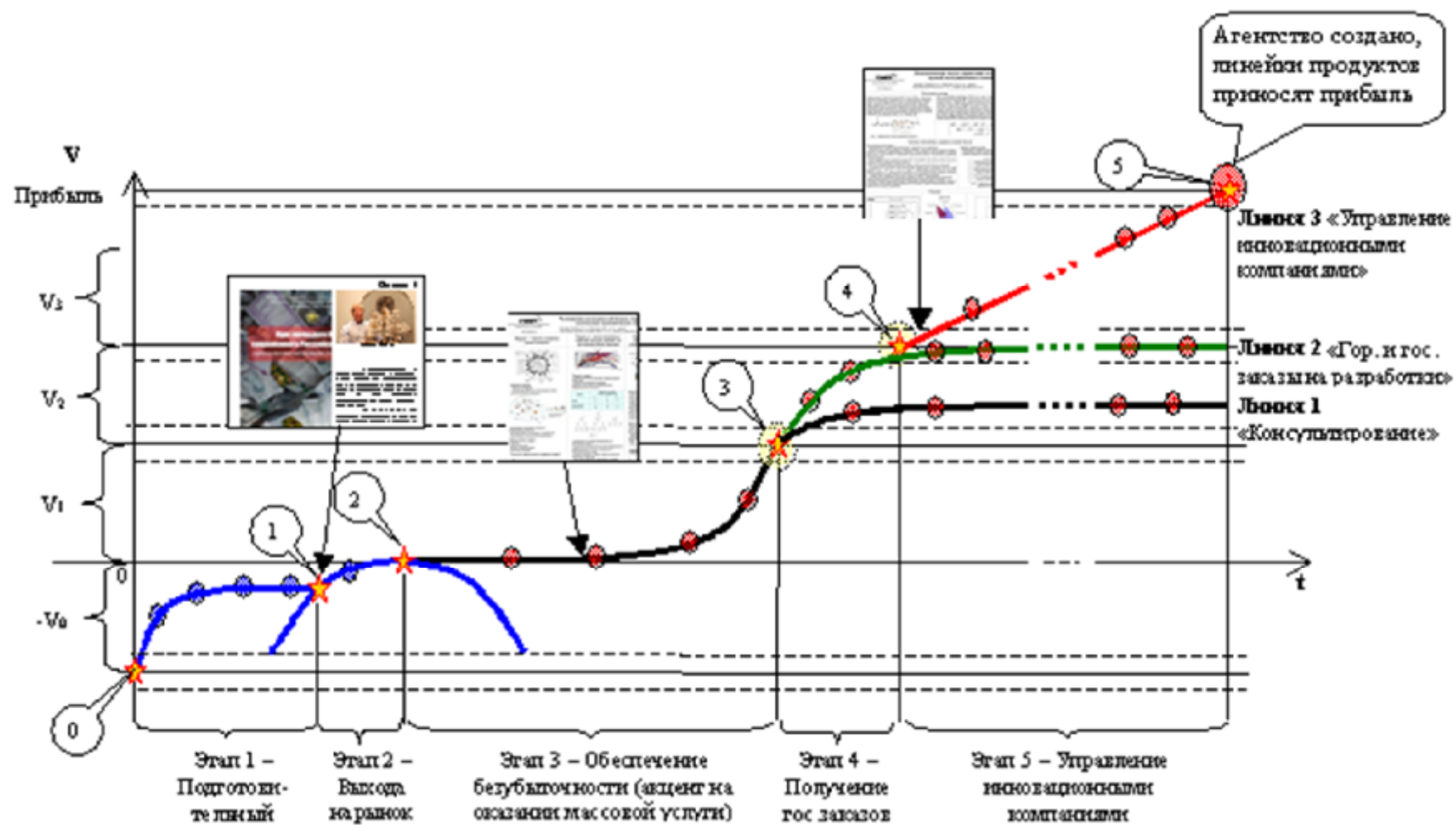
# Расширение области интересов, компаний, входящих в Агентством



## Продуктовая корзина инфраструктурных решений Агентства

Сегмент	Название сегмента продуктов	Название продукта	Код	Этапы
А	Легкие массовые продукты, создающие позитивный имидж их производителям	Массовые консультации (линейные)	1	2-3
		Биржа проектов (внебиржевые продажи)	2	2-4
		Внереализационные доходы	3	2-5
		Конгрессная деятельность	4	2-3
В	Консалтинговые продукты.	Отбор и диагностика исполнителей инноваций	5	2
		Диагностика и оптимизация управления компаниями	6	3
С	Информационные услуги в области инноватики	Ведение баз данных и создание сайтов	7	3-5
		Биржа решений и инноваций	8	3-5
		Патентование инноваций	9	3-5
D	Дистанционные консалтинговые услуги (для расширения присутствия в регионах)	Подготовка экспертов-аудиторов проектов	10	3-5
		Интернет-магазин, дистанционное обучение, лицензии	11	4
E	Финансово-Промышленный консалтинг	Разработка методического, алгоритмического и математического инструментария для финансово-промышленного консалтинга (под гранты, гос. финансирование) - разработка требований и прогнозов	12	4-5
		Концепция развития территорий (девелопмент)	13	5
		Комплектация проектов и производств (материально-техническое обеспечение)	14	5
F	Консалтинг для построения сети продаж	Конкурсы, хартия (лицензирование)	15	5
		Дисконт-клуб	16	5
		Привлечение частных инвестиций (кооперативы)	17	5

## План вывода продуктовых линеек на рынок



# Система координации продаж и продвижения продуктов через Агентство



## Математическая модель управления холдингом как группой интегрированных компаний

Авторы: Бойцов А.А., Яковлев А.В. к.т.н., доцент  
Научный руководитель: д.т.н., профессор Шепета А.П.

### Постановка задачи

**Определение.** Холдинговой компанией (от англ. holding - «владение») признается предприятие, независимо от его организационно-правовой формы, в состав активов которого входят контрольные пакеты акций других предприятий. Под «контрольным пакетом акций» понимается любая форма участия в капитале предприятия, которая обеспечивает безусловное право третей или отклонения определенных решений на общем собрании его участников (акционеров, пайщиков) и в его органах управления /Указ Президента РФ от 16.11.1992 № 1360/

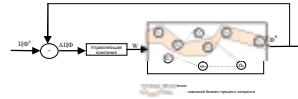


Рис. 1 - Обобщенная схема управления холдингом

**Суть управления холдингом.** Собственник задает управляющей компании плановое значение целевой функции ЦФ<sup>Р</sup>, которое должно быть достигнуто холдингом в заданный период времени. Управляющая компания формирует вектор управляющих воздействий на компании холдинга W, в результате которых холдинг за заданный период достигает значения целевой функции ЦФ<sup>Р</sup>. Анализом степени расхождения ΔЦФ=ЦФ<sup>Р</sup>-ЦФ<sup>Н</sup> и в случае значимого расхождения управляющая компания формирует новые значения параметров вектора управляющих воздействий на компании холдинга W. При этом одной из основных задач управляющей компании является минимизация временных T=f(W) и финансовых C=f(W) издержек на формирование вектора управляющих воздействий. В общем виде задача управления холдингом в общем случае может быть записана как:

$$\begin{cases} \text{ЦФ}^R = f(BP_1^H, \dots, BP_N^H; SF_1^H, \dots, SF_L^H) \rightarrow \max/\min \\ \text{при } C = f(W) \rightarrow \min, T = f(W) \rightarrow \min \\ \text{и } \Delta \text{ЦФ} \rightarrow 0 \end{cases}$$

### Базовые допущения, лежащие в основе модели

Как сложная система холдинг:

1. Функционирует в условиях законодательных, ресурсных и пр. ограничений.
2. Реализует две группы функций: а) основные функции - получение дохода (своими бизнес-процессами холдинга); б) обеспечивающие функции - стандартизация, новые разработки, кадровое обеспечение, стратегическое и оперативное управление, реклама и социальное продвижение компаний холдинга.
3. Характеризуется своей целевой функцией ЦФ, описываемой через сквозные бизнес-процессы холдинга и обеспечивающие функции холдинга.
4. Состоит из взаимосвязанных компаний - центров прибыли и вспомогательных компаний.
5. Управляется путем осуществления управляющих воздействий на компании холдинга в виде вектора  $W = \langle w^1, \dots, w^N, w^{N+1}, \dots, w^L, w^R \rangle$ , где  $w^i$  - управляющее воздействие на i-ый центр прибыли холдинга;  $w^N$  - управляющее воздействие на j-ую вспомогательную компанию холдинга;  $w^R$  - воздействие на холдинг в целом, в том числе и на управляющую компанию.
6. Структура системы управления компаний, входящих в холдинг, унифицирована и может быть описана одной моделью. В основе предлагаемой модели компании имеют допущение, что в российских условиях важнейшим фактором, влияющим на жизнеспособность компании, является ее способность выстраивать обанкротившиеся отношения со своими стейкхолдерами и делать адекватную им структуру управления.

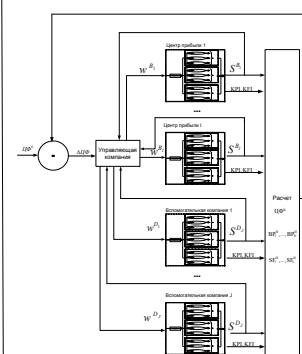
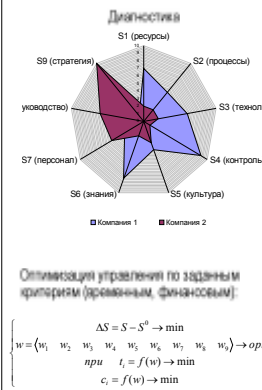
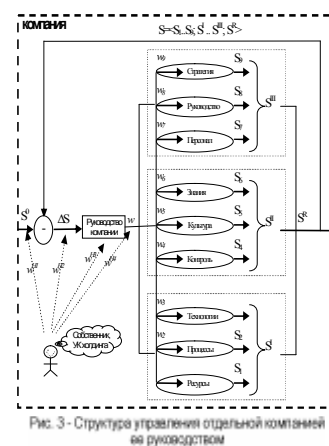
Примеры целевых функций:

- максимизация прибыли холдинга  $\text{ЦФ}_1 \rightarrow \max$ ;
- стабилизация уровня дохода холдинга  $\text{ЦФ}_2 \rightarrow \text{const}$ ;
- снижение уровня его транзакционных издержек  $\text{ЦФ}_3 \rightarrow \min$ .



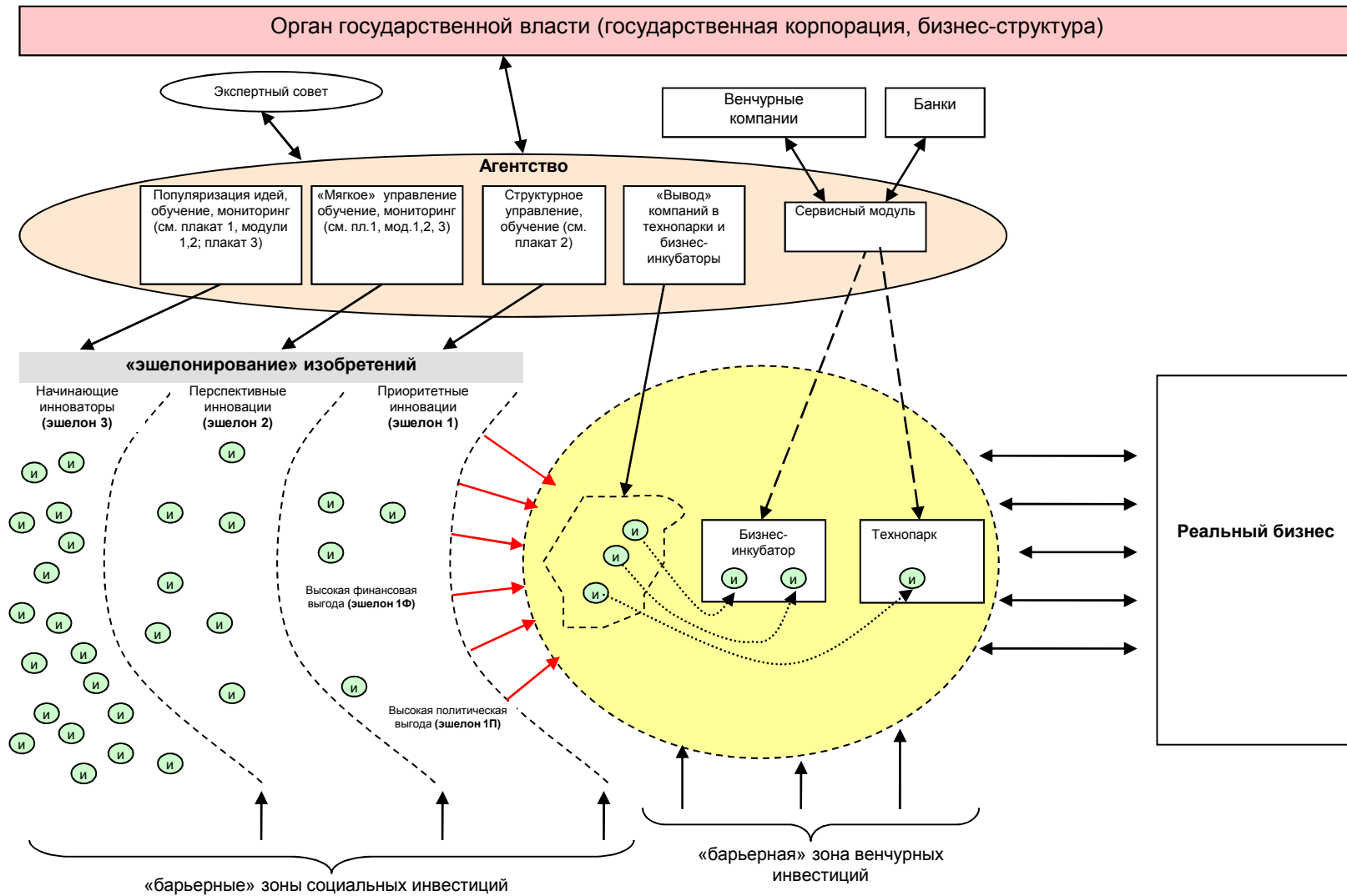
Рис. 2 - Схема контуров управления современной компании

### Решение





# Схема лоббирования интересов Агентства и встраивания в рыночные структуры



# Удобные и наглядные инструменты управления



Институт стратегического управления  
бизнесными системами

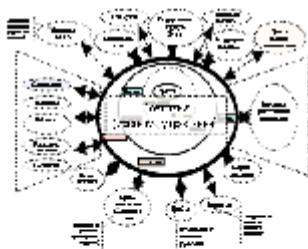
www.isms.ru

## Расширение возможностей бизнеса через применение математико-экономических моделей

Авторы: Бойцов А.А., Яковлев А.В. к.т.н., доцент

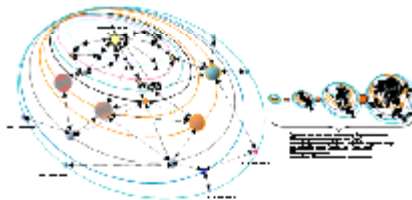
Участники проекта: Исаков В.И. к.т.н., доцент, Шахов К.Е.

### Модуль 1 - Анализ и развитие связей компании



#### Элементы модуля:

- анализ стекопсеров
- активизация работы со stakeholders (через инструменты бизнес-объектов)

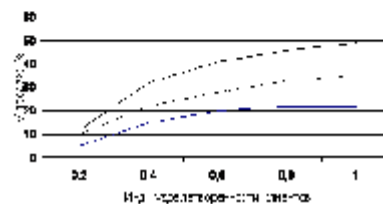


- оптимизация отраслевых курсов, формирование регионов
- категорирование поставщиков, потребителей
- формирование деловой регуляции фирмы

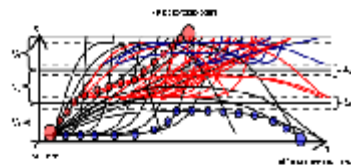
#### Целевые группы модуля:

- стартапы
- филиальные сети
- малый и средний бизнес
- страховые компании

#### Показатели эффективности внедрения модуля:



### Модуль 2 - Анализ возможных событий, могущих повлиять на достижение целей компании



#### Элементы модуля:

- разработка анкетных методов оценки рисков инвесторов
- разработка критериев попадания компании в зону риска и применение их в информационных системах

Ориентир	Критерий оценки: 0-3-значная классификация		
	К1	К2	К3
Доход	< 2	< 3	< 4
Трудовые ресурсы	< 2	< 3	< 4
Стратегичность	< 1.5	< 2	< 3

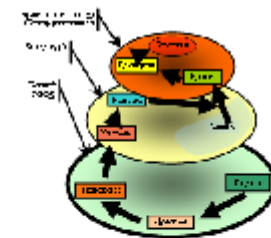


- выявление источников информации для мониторинга рисков
- выявление релевантной текстовой информации из информационных источников, генерируемых субъектами близокосреды
- профессиография и оценка профессиональной пригодности персонала
- подготовка персонала к действиям в условиях неопределенности

#### Целевые группы модуля:

- продуктовые сети
- высоко специализированные холдинги
- связанные компаниями сервисные компании

### Модуль 3 - Снижение производственных и управленческих издержек



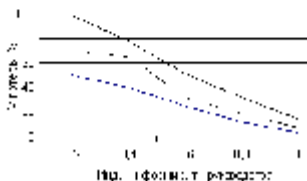
#### Элементы модуля:

- диагностика эффективности управления компанией
- разработка системы оптимизации товарных запасов предприятия
- определение критериев и процессной архитектуры
- методы зачета и оптимизации времени выполнения заказов
- формализация знаний персонала для создания ИИС

#### Целевые группы модуля:

- производственные компании, работающие в реальном секторе экономики
- предприятия - монополисты
- предприятия - производители типовой продукции
- ВПК
- строительные компании

#### Показатели эффективности внедрения модуля:



# Реклама продуктов первой линейки Агентства



Курс «Основы стратегического управления компаниями, как социальными системами» (72 часа) будет полезен новым назначенным руководителям структурных подразделений компаний среднего кадрового ресурса, персональным специалистам и предпринимателям в целях развития у них современных представлений и единого лексикона, принятого в деловых и государственных кругах Санкт-Петербурга.

### Программа курса состоит из четырех модулей

Часы/уроки	1 модуль	2 модуль	3 модуль	4 модуль
Наименование модуля	Модели управления бизнесом	Риски и стандарды	Бизнес-сообщества	Сферы управления компаниями
Описание модуля	Модели организации, организационные и функциональные модели. Модели малого и среднего бизнеса. Стратегии поведения в кризисе	Понятие риска и возможностей. Источники. Прозрачность рисков. Типология бизнес-структур. Определение критериев устойчивого развития	Способы построения арлементарных бизнес-среды. Социально-бизнесовые сообщества и модели поведения	Системное описание основных управленческих задач, использование в повседневной деятельности руководителя
Продолжительность занятий	12	24	12	24
Стоимость	3 100	6 100	3 200	5 200
Выдаваемые сертификаты	Сертификат компании	Сертификат компании	Сертификат компании	Сертификат компании



(100 часов) будет полезен действующим руководителям структурных подразделений компаний и владельцам предприятий, как обобщенный опыт успешной работы и решения системных рисков в управлении.

Сертификат выдается в соответствии с требованиями государственной системы менеджмента организаций.

### Программа курса состоит из 14 независимых семинаров

Код семинара	Наименование семинара	Продолжительность	Стоимость, руб	Надлежащие документы
03	«Повышение квалификации» «Основы современного бизнеса: курс молодого бойца»	2 дня (16 часов)	17 400	По окончании каждого семинара выдается Сертификат об участии в семинаре. При наборе 100 часов по семинарам и защите аттестационной работы выдается Сертификат о повышении квалификации государственной системы менеджмента организаций.
04	Бизнес-риски	2 дня (16 часов)	3 800	
05	Финансовое планирование и бюджетирование	2 дня (16 часов)	10 200	
06	Организация подбора персонала в различные структуры	1 день (8 часов)	6 800	
09	Как стать поставщиком крупной компании: особенности прохождения аудита на примере автопроизводства	2 дня (16 часов)	6 600	
10	Реклама на деловых мероприятиях	1 день (8 часов)	2 800	
14	Основы построения повстанной управленческой структуры в крупных компаниях	1 день (8 часов)	6 800	
17	Выход на рынок: анализ приобретенного предприятия и интеграция его в структуру управления холдингом	2 дня (16 часов)	6 100	
20	Инструменты прямого маркетинга (на примере розничной торговли)	1 день (8 часов)	2 800	
21	Управление внутренними и внешними ресурсами производственной компании	2 дня (16 часов)	7 200	
22	Финансовое планирование бизнес-сообщества	2 дня (16 часов)	4 800	
24	Управление социальными и предпринимательскими отношениями как элементами производственной компании	2 дня (16 часов)	7 200	
26	Выявление потерь и повышение производительности производственной компании	1 день (8 часов)	2 400	
30	Организация конкурсов по качеству в субъекте Российской Федерации	1 день (8 часов)	6 600	
	Подготовка и защита аттестационной работы (обязательная)	2 дня (16 часов)	2 000	