

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ КООПЕРАЦИИ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ И БИЗНЕСА

Развитие экономики знаний требует все большей интеграции образования, науки и бизнеса. В этой связи встает необходимость повышения заинтересованности представителей реального сектора во взаимодействии с высшей школой. Использование процессного подхода к управлению кооперационными связями высшей школы и бизнеса позволяет, на наш взгляд, ориентироваться на создание значимых для предприятий результатов взаимодействия.

В связи с этим целью исследования стояла разработка определенного набора элементов, из которых возможно спроектировать процессы кооперации высшей школы и бизнеса, направленные на достижение различных целей взаимодействия в области образовательных и исследовательских компетенций учреждений высшего образования. Для структурирования последовательности движения информации, товаров и услуг, а также возникающих между участниками кооперации отношений предлагается формализация содержания элементов диаграммы SIPOC (поставщики, входные потоки, процесс взаимодействия, результат, выгоды клиента).

В качестве поставщиков информационных и материальных потоков кооперации выступают субъекты взаимодействия. На разных уровнях функционирования системы принимают участие различные представители субъектов кооперации: высшей школы, бизнеса, студентов, государственных органов. Помимо этого в кооперации могут принимать участие иные заинтересованные лица: некоммерческие организации, в том числе объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей (ассоциации и союзы), торгово-промышленная палата, субъекты инновационной и исследовательской инфраструктуры, субъекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, банки, инвестиционные компании, организации, предоставляющие специализированные бизнес-услуги, бизнес-образование и др.

Определим роль выделенных субъектов в реализации процессов кооперации:

- высшая школа: создание стратегий, структур, подходов и мероприятий кооперации с бизнесом;
- бизнес: совместная работа с высшей школой над созданием стратегии, структур и подходов к кооперации, финансирование, участие в кооперационных мероприятиях;
- студенты: участие в планировании, реализации и оценке кооперационных мероприятиях;
- органы государственного управления: разработка и внедрение рамочных условий функционирования кооперации, обеспечение организационными структурами и разработка экономических, административных правовых подходов к стимулированию кооперации.

В качестве входных потоков в процессе кооперации высшей школы и предприятий можно выделить [1]:

- ресурсы (расходы бизнеса на исследования и инновации, бюджетные и внебюджетные поступления в высшую школу, пожертвования, гранты, хоздоговора, спонсорство, стипендии);
- компетенции профессорско-преподавательского состава (объем опубликованных работ, индекс цитирования, количество и качество научно-исследовательских проектов, патенты);
- мотивация профессорско-преподавательского состава (количество и качество предыдущих договоров с бизнес-структурами, стратегия развития отношений высшей школы и бизнеса, объем ресурсов, выделяемых на поддержку кооперации высшей школы и предприятий, понимание выгод от взаимодействия высшей школы с бизнесом);
- компетенции бизнеса (сертификаты качества ISO, предыдущий опыт сотрудничества с высшей школой, членство в профессиональной ассоциации, участие в научно-исследовательском проекте, инновационном кластере, количество со-трудников, занимающихся исследованиями и разработками, структура работников по уровню образования);
- мотивация бизнеса (количество предыдущих контрактов с высшей школой, трудоустройство выпускников, наличие контактного лица в высшей школе, понимание выгод от взаимодействия бизнеса с высшей школой).

Кооперация предполагает протекание следующих процессов [2]:

- регулирование (совместное принятие решений об определяющих отношениях субъектов правилах, выработка целей взаимодействия на основе механизмов распределения власти и создание структур, обеспечивающих заключение соглашений о совместной деятельности);

- управление (координация процессов, определение исполнителей и их обязанностей, выработка механизмов мониторинга качества взаимодействия);

- обеспечение взаимовыгодных отношений (выявление общих интересов, работа с аналогичными целевыми группами или общая профессиональная деятельность, обеспечение выигрышной ситуации для взаимодействующих субъектов);

- формирование норм (обеспечение деятельности субъектов взаимодействия в рамках взаимного доверия и совпадения принципов поведения);

- обеспечение организационной автономии (невмешательство субъектов кооперации в автономную деятельность партнеров).

Результаты кооперации высшей школы и бизнеса могут быть разделены на следующие группы [1]:

- развитие образовательных программ (количество учебных планов, разработанных в сотрудничестве с бизнесом, количество гостевых лекций от бизнеса и число слушателей таких лекций, совместное руководство дипломными работами, магистерскими и кандидатскими диссертациями, количество трудоустроенных выпускников);

- развитие образования на протяжении всей жизни (количество образовательных программ для бизнеса, количество слушателей образовательных курсов, занятых в бизнесе, количество исследовательских обменов между высшей школой и бизнесом, ряд других схем обучения для сотрудников организаций и предприятий);

- обеспечение студенческой мобильности (количество студентов, проходящих обучение и практику в организациях и на предприятиях, количество аспирантов, направленных на предприятия для сбора материала, количество финансируемых бизнесом студенческих стипендий и аспирантских мест);

- обеспечение академической мобильности (количество исследовательских обменов между высшей школой и бизнесом, спонсирование профессуры);

– коммерциализация научно-исследовательских разработок (патентные заявки, количество выданных патентов, количество выданных прав на сорта растений, количество и стоимость лицензий авторского права, обеспечение подготовки кадров в области коммерциализации НИР, число спин-оффов, рыночная стоимость спин-оффов, доход спин-оффов, численность персонала, работающего над обеспечением коммерциализации НИР высшей школы);

– коллаборация в области НИР (количество контрактов на консультационные услуги высшей школы, количество и стоимость договорных исследовательских проектов, количество и стоимость совместных исследовательских проектов, количество совместных публикаций, количество совместных изобретений, количество разработанных в ходе совместных НИР продуктов либо процессов, количество раскрытий изобретений);

– развитие предпринимательства (количество совместных организаций, количество курсов для студентов и профессорско-преподавательского состава в области предпринимательства, число слушателей на таких курсах);

– развитие совместного управления (количество бизнес-субъектов в советах высшей школы, количество профессорско-преподавательского состава в управленческих структурах бизнеса).

Клиентами процессов кооперации высшей школы и предприятий могут выступать различные субъекты кооперации. Рассмотрим их выгоды от развития кооперационных связей:

– высшая школа: на уровне менеджмента – достижение целей и задач деятельности, на уровне профессорско-преподавательского состава – развитие исследовательских и преподавательских компетенций, повышение возможностей карьерного и профессионального роста, проведение исследовательской и преподавательской работы в интересной сфере, апробаций результатов исследований, повышение научного статуса;

– бизнес – достижение целей и задач деятельности и повышение эффективности ведения дел;

– студенты – повышение качества образования, развитие личных и профессиональных компетенций, расширения возможностей трудоустройства;

– органы государственного управления – повышение количественных и качественных показателей занятости, развитие бизнеса, обеспечение роста ВВП и доходов населения, развитие инновационной экономики, повышение производительности.

Таким образом, определение содержания элементов диаграммы SIPOC в условиях кооперации высшей школы и бизнеса позволит разработать универсальный набор информационных и материальных потоков, а также связей субъектов взаимодействия для последующего проектирования процессов кооперации.

Литература:

1 Marge, S. Indicators measuring university-industry cooperation [Electronic resource] : S. Marge, L. Alo. – Mode of access: <https://ojs.utlib.ee/index.php/TPEP/article/viewFile/782/761>. – Date of access: 12.03.2016.

2 Thomson, A. M. Collaboration Processes: Inside the Black Box / A.M. Thomas, J.L. Perry // Public Administration Review. – 2006. – Vol. 66, №1. – P. 21–32.

Е.С. Голомазова, А.П. Кропис

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

БЕНЧМАРКИНГ В DIGITAL-СРЕДЕ

Быстрое изменение экономических реалий требует от компаний проведения анализа конкурентной среды в режиме реального времени. В связи с этим, встает необходимость исследования и развития подходов к бенчмаркингу в digital-среде.

Бенчмаркинг представляет собой процесс измерения качества стратегических программ деятельности организации и ее продукции путем их сравнения со стандартными либо показателями деятельности компаний-конкурентов. Бенчмаркинг нацелен на анализ ключевых факторов успеха других организаций, демонстрирующих высокий уровень производительности на исследуемом рынке, и использование этой информации для повышения собственной производительности [1].

Согласно Открытым стандартам бенчмаркинга существуют следующие области исследования [2]: разработка товаров и услуг и управление ими, продвижение и продажа товаров и услуг, распределение товаров и услуг, управление человеческими ресурсами них