

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Инновации в сфере здравоохранения

УДК 316.422:614.2

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ51	Трушина М. А.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Недоспасова О.П.	д.э.н., профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Ермушко Ж. А.	к.э.н.		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Селевич О. С.	к.э.н.		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор ШИП	Барышева Г. А.	д.э.н., профессор		

**Планируемые результаты обучения
по направлению подготовки 38.03.01 Экономика**

Код	Результат обучения
<i>Универсальные компетенции</i>	
P1	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты комплексной экономической деятельности.
P2	Эффективно работать индивидуально, в качестве <i>члена команды</i> , состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, с делением ответственности и полномочий за результаты работы и готовность <i>следовать корпоративной культуре</i> организации
P3	Демонстрировать <i>знания</i> правовых, социальных, этических и культурных аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.
P4	<i>Самостоятельно учиться</i> и непрерывно <i>повышать квалификацию</i> в течение всего периода профессиональной деятельности
P5	Активно пользоваться основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P6	Применять знания математических дисциплин, статистики, бухгалтерского учета и анализа для подготовки исходных данных и проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;
P7	принимать участие в выработке и реализации для конкретного предприятия рациональной системы организации учета и отчетности на основе выбора эффективной учетной политики, базирующейся на соблюдении действующего законодательства, требований международных стандартов и принципах укрепления экономики хозяйствующего субъекта;
P8	Применять глубокие знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях, истории экономики и экономической науки для анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем
P9	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, прогнозировать, анализировать и интерпретировать полученные результаты с целью принятия эффективных решений.
P10	На основе аналитической обработки учетной, статистической и отчетной информации готовить информационные обзоры, аналитические отчеты, в соответствии с поставленной задачей, давать оценку и интерпретацию полученных результатов и обосновывать управленческие решения.
P11	Внедрять современные методы бухгалтерского учета, анализа и аудита на основе знания информационных технологий, международных стандартов учета и финансовой отчетности
P12	осуществлять преподавание экономических дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.

Код	Результат обучения
P13	Принимать участие в разработке проектных решений в области профессиональной и инновационной деятельности предприятий и организаций, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
P14	Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений экономической науки в России и за рубежом, ориентированные на достижение практического результата в условиях инновационной модели российской экономики
P15	организовывать операционную (производственную) и коммерческую деятельность предприятия, осуществлять комплексный анализ его финансово-хозяйственной деятельности использовать полученные результаты для обеспечения принятия оптимальных управленческих решений и повышения эффективности.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

(Подпись) (Дата) Барышева Г.А.
(Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБ51	Трушина Мария Андреевна

Тема работы:

Инновации в сфере здравоохранения	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№1865/с от 12.03.2019

Срок сдачи студентом выполненной работы:	19.06.2019
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).	1. Учебно-методическая и справочная литература. 2. Публикации в периодической печати. 3. Законодательные акты Российской Федерации. 4. Бухгалтерская и финансовая отчетность ООО «Медстар+». 5. Материалы курсовых работ и отчета по преддипломной практике
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	1. Общие подходы к теории и практике внедрения инновационных продуктов на медицинских предприятиях. 2. Факторы, влияющие на процесс внедрения инноваций в работу предприятия, на примере ООО «Медстар+». Результаты внедрения инноваций. 3. Перспективы улучшения качества оказываемых медицинских услуг. 4. Социальная ответственность компании. 5. Понятие инноваций и их виды, какие можно применить в зубоврачебной медицине.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Рисунок 1 – Процесс создания инновационного продукта

		Рисунок 2 – Динамика инновационной активности предприятий в % Рисунок 3 – Доходы от продажи ассортиментных групп товаров за 2018 год, в % Рисунок 4 – Матрица BCG для типов продукции, реализуемой ООО «Медстар+» Рисунок 5 – Составные части инновационной маркетинговой интернет-стратегии продвижения компании Таблица 1 – Сравнительная характеристика методов финансирования инноваций на коммерческих медицинских предприятиях Таблица 2 – Виды продукции по ассортиментным группам за 3 года с оценкой их доходов и расходов Таблица 3 – Основные поставщики товаров ООО «Медстар+» за 2017 год Таблица 4 – SWOT-анализ ООО «Центра современной стоматологии» Таблица 5 – SWOT-анализ НПЦ «Стоматология» Таблица 6 – SWOT-анализ ООО «Стоматологическая клиника ТомДент» Таблица 7 – Оценка изменения суммы выручки ООО «Медстар+» за 2017 год Таблица 8 – Расчет показателей роста выручки ООО «Медстар+» в тыс. руб. Таблица 9 – Анализ движения прибыли ООО «Медстар+» за три года, руб. Таблица 10 – Виды ликвидности активов и пассивов предприятия ООО «Медстар+», руб. Таблица 11 – Анализ ликвидности баланса ООО «Медстар+» Таблица 12 – Перечень сильных и слабых сторон ООО «Медстар+» Таблица 13 – характеристика закупки пробной партии напитка «Qii»
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)		
	Раздел	Консультант
	«Социальная ответственность»	доц., Ермушко Ж. А.

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	21.01.2019
---	-------------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
проф.	Недоспасова О. П.	д.э.н., профессор		21.01.2019

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ51	Трушина М. А.		21.01.2019

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 77 страниц, 5 рисунков, 13 таблиц, 33 использованных источника, 2 приложения.

Ключевые слова: инновация, эффективность, медицина, нововведение, маркетинг, внедрение, предприятие, финансирование, инновационная деятельность.

Объектом исследования является финансово-хозяйственная деятельность ООО «Медстар+» за 2016-2017 год. Описание, анализ эффективности и результаты внедрения инноваций на медицинском предприятии.

Цель работы: на основе комплексного изучения понятия и форм проявления инноваций оценить перспективы их внедрения на медицинском предприятии ООО «Медстар+».

В процессе исследования проводились Описание основных понятий и видов инноваций, источников их финансирования. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Медстар+». Анализ перспектив привлечения инноваций в работу предприятия и возможные результаты от внедрения.

Степень внедрения: Результаты работы предлагается использовать в качестве рекомендации.

Экономическая эффективность / значимость работы: Результаты исследования могут повысить экономическую прибыль предприятия, его престиж и выручку от продаж, поэтому использование рекомендаций из выпускной квалификационной работы целесообразно на практике.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В выпускной квалификационной работе были использованы следующие термины, соответствующие своим определениям:

Иновация – это внедрённое новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком.

Эффективность – это получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов.

Медицина – это раздел биологии, изучающий диагностику, лечение и профилактику заболеваний, способы сохранения и укрепления здоровья и трудоспособности людей, продления жизни, а также облегчения страданий от физических и психических недугов.

Нововведение – это что-либо вновь введенное, принятое.

Маркетинг – это организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах.

Предприятие – это самостоятельный, организационно-обособленный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который производит и сбывает товары, выполняет работы, оказывает услуги.

Финансирование – это выделение средств или ресурсов для достижения намеченных компанией целей.

Иновационная деятельность – это комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования.

Оглавление

Реферат.....	6
Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки.....	7
Введение.....	9
1 Понятие и виды инноваций.....	12
1.1 Внедрение инноваций: основные понятия, теория и практика.....	12
1.2 Источники финансирования инноваций в социальной сфере и здоровоохранении.....	18
2 Общая характеристика и анализ финансовой деятельности ООО «Медстар+».....	23
2.1 История компании и оценка деятельности ООО «Медстар+».....	23
2.2 Анализ ассортиментной политики ООО «Медстар+».....	24
2.3 Анализ поставщиков, потребителей ООО «Медстар+».....	31
2.4 Анализ финансовых результатов ООО «Медстар+».....	36
2.5 Оценка перспектив развития компании ООО «Медстар+».....	42
3 Инновации в сфере здравоохранения на примере компании ООО «Медстар+».....	44
3.1 Описание инновационной деятельности ООО «Медстар+».....	44
3.2 Привлечение инноваций на ООО «Медстар+».....	48
3.3 Перспективы использования предложенных мероприятий на ООО «Медстар+».....	53
4 Социальная ответственность.....	59
4.1 Корпоративная социальная ответственность в ООО «Медстар+».....	61
4.2 Анализ факторов внутренней социальной ответственности.....	63
4.3 Анализ факторов внешней социальной ответственности.....	66
4.4 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности.....	67
Заключение.....	69
Список использованных источников.....	72
Приложение А Бухгалтерский баланс за 2016 год.....	75
Приложение Б Отчет о финансовых результатах за 2016 год.....	77

Введение

Деятельность любого коммерческого предприятия, как известно, направлена, прежде всего, на получение прибыли. При этом успех его деятельности зависит от обоснованности выбора вида хозяйственной деятельности, умения эффективно использовать ограниченные ресурсы и приспосабливаться к изменяющейся рыночной среде, жесткой конкуренции и инфляционным процессам, действующим институциональным нормам и правилам [1].

Конкурентоспособность предприятия основывается не только на повышении качества продукции, услуг и выхода на рынок с приемлемой для потребителя ценой. Также особую роль играет изучение и практическое применение современных способов и методов повышения экономической эффективности, рационального использования материально-технических, трудовых, финансовых и других видов ресурсов. В сфере здравоохранения и зубоврачебной медицины важными условиями сохранения и повышения конкурентоспособности является инновационная активность, высокая восприимчивость к технологическим новшествам, практическое применение инновационных нововведений.

Инновацией является конечный результат интеллектуальной деятельности человека, выраженный созданием изобретения, открытия или организацией процесса. Нововведением для рынка является та продукция (товар/услуга), которая обладает новыми для потребителя свойствами или имеет повышенную эффективность производственных систем [2].

В настоящее время ученые и практики выделяют особый тип экономики, ориентированный на внедрение и использование преимуществ инноваций. Для этого применяется несколько терминов: «Инновационная экономика», «Экономика знаний», «Интеллектуальная экономика». Такой тип экономики основан на потоке постоянных технологических совершенствований, высокотехнологичной продукции с высокой

добавленной стоимостью технологий в конечном продукте. В инновационной экономике основную прибыль создает новаторство ученых и информация, а не индустриальное производство и не капитал. Различные исследователи-экономисты (Элвин Тоффлер, Фрэнсис Фукуяма, Даниел Белл, Джон Нейсбитт и другие) считают, что большинство самых крупных и развитых в мире экономик являются именно инновационными экономиками с развитым венчурным бизнесом, например, США, Япония, Канада, Сингапур, Израиль и другие страны [2].

Значительная часть ВВП в условиях инновационной экономики создается в сфере услуг, в том числе в сферах, которые имеют ярко выраженную социальную направленность. Это в полной мере относится к сфере здравоохранения. Качество медицинских услуг, применяемые в этой сфере технологии, оборудование, медикаменты самым непосредственным образом влияют на продолжительность и качество жизни людей, а темпы создания и внедрения инноваций в данной сфере определяют меру фактической социальной ответственности государства.

Согласно Конституции РФ, Россия – это социальное государство, в котором здоровье человека охраняется на законодательном уровне. Поэтому создание условий и стимулирование развития сферы здравоохранения всегда являлось одной из приоритетных задач государства.

Помимо инноваций на отдельном предприятии или страны существует также группа социальных инноваций – новых идей, стратегий и технологий, которые помогают решить важные общественные задания. Так, к социальным инновациям относятся новые социальные системы, новые системы в образовании, здравоохранении, общественных коммуникациях.

Роль социальных инноваций в развитии общества огромна, так как их тенденции способствуют экономическому росту предприятия и улучшению качества жизни людей, потребляющих продукты/услуги инновационных компаний.

Сказанное определяет актуальность темы выпускной квалификационной работы, инновационные разработки и нововведения, внедряемые в работу частных и муниципальных медицинских учреждений, улучшают качество предоставляемых медицинских услуг и качество жизни населения соответственно. Поэтому инновации в сфере здравоохранения можно считать важной и интересной темой для исследования в данный момент времени.

Цель выпускной квалификационной работы – на основе комплексного изучения понятия и форм проявления инноваций оценить перспективы их внедрения на медицинском предприятии ООО «Медстар+».

Объект исследования – общество с ограниченной ответственностью «Медстар+».

Предмет исследования – финансово-хозяйственная деятельность ООО «Медстар+» за 2016-2017 год. Описание, анализ эффективности и результаты внедрения инноваций на медицинском предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить основные понятия, теорию и практику внедрения инноваций на медицинских предприятиях.
2. Описать источники финансирования инноваций в социальной сфере и здравоохранении.
3. Дать общую характеристику и проанализировать финансово-хозяйственную деятельность компании «Медстар+».
4. Разработать рекомендации и оценить перспективы внедрения инноваций в работу ООО «Медстар+».

Информационной базой исследования служат печатные и электронные источники специальной литературы наиболее авторитетных российских и зарубежных авторов в сфере инновационного развития по теме выпускной квалификационной работы, данные бухгалтерской и финансовой отчетности ООО «Медстар+».

1 Понятие и виды инноваций

1.1 Внедрение инноваций: основные понятия, теория и практика

Сам термин «инновация» означает «обновление» (лат.), то есть нахождение «в направлении изменений». Понятие впервые стали употреблять ученые девятнадцатого века в своих научных работах, в начале двадцатого века австрийский и американский экономист Йозеф Алоиз Шумпетер ввел понятие «инновация» в экономику в результате своего анализа изменений развития экономических систем [3].

Общее определение инноваций на практике является введением в употребление либо совершенно нового, либо радикально улучшенного продукта (товара/услуги) или процесса. Инновации всегда являются результатом инвестирования в интеллектуальные разработки по улучшению различных сфер жизни людей, с последующим получением прибыли, достижения лидерства в отрасли, обновления производства, обеспечения социально-экономического прогресса. Таким образом, определение инновационного товара или услуги можно представить схемой, изображенной на рисунке 1:

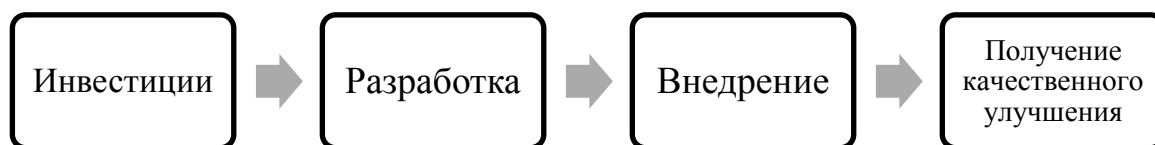


Рисунок 1 – Процесс создания инновационного продукта

В экономике понятие инновационности часто отождествляется с понятием предпринимчивости, так как целью обоих является внимательность к новым возможностям повышения эффективности работы организации, улучшения качества жизни, экономичности производства.

Однако в научной литературе понятие «инновация» часто смешивается с формулировками понятий «изобретение», «улучшение», «изменение», «креативность». Поэтому необходимо уточнить, что «инновации» отличает от схожих терминов особенность создания дополнительной ценности после ее внедрения. Инновация не является таковой, пока не произошло ее внедрение, и она не начала приносить пользу в работе предприятия, деятельности организации.

В рамках теории издания «Руководства Осло» - издание по сбору и анализу данных по инновациям, результаты которого используются для самостоятельных научных исследований, различают следующие виды инноваций [3]:

1. Технологические – это усовершенствование технологического процесса производства продукта, изделия, техники.
2. Социальные – улучшение сфер жизни человека в рамках социума: благотворительность, обслуживание, педагогика.
3. Продуктовые – создание новых полезных продуктов.
4. Организационные – реорганизация менеджмента.
5. Маркетинговые – улучшенные методы упаковки продуктов, продаж и презентации, продвижения на рынках сбыта.

Инновационные предприятия и стартапы как правило сотрудничают с венчурными фондами – рискованными инвестиционными фондами, осуществляющими инвестиции в ценные бумаги или доли предприятий [4]. Венчурный фонд, это одно из важных понятий в сфере работы инновационных компаний, так как фонд берет на себя риски в ожидании чрезвычайно высокой прибыли от проекта. Большинство, около 80%, проектов оказываются убыточными, но успех и окупаемость остальных 20% нивелируют все убытки фонда. Данный вид фондов пользуется законодательным разрешением на проведение более рискованной деятельности. У венчурных фондов или полностью отсутствует, или существенно снижена диверсификация рисков, помимо покупки

корпоративных прав, фонды могут также кредитовать компании. Полный запрет для венчурных фондов действует на ведение банковской и страховой деятельности.

Вторым важным помощником инновационному предприятию или стартапу служит «бизнес-ангел». Бизнес-ангел, это частный рисковый инвестор, который обеспечивает поддержку компании на ранних этапах ее развития. Профессор Нью-Гемпширского Университета Уильям Ветцель впервые применил данный термин в отношении частных бизнес-инвесторов, в русском языке понятию соответствует архаизм «меценат». Стоит также отметить, что в России невелик рынок инвестиций бизнес-ангелов, это связано с сравнительно небольшим числом инвестиционно привлекательных проектов и стартапов, высокой неопределенностью перспектив компаний. Поэтому многие бизнес-ангелы России инвестируют в стартапы США, Израиля, Китая и Европы [4].

Сам вышеописанный термин «стартап» обозначает компанию с короткой историей операционной деятельности. В августе 1973 года журнал Forbes впервые использовал термин в своей статье. Стартапом можно считать организацию, создающую новый продукт или услугу в условиях высокой неопределенности [5].

Независимо от величины компании, масштаба ее производства практическое внедрение инноваций должно начинаться с анализа всей работы компании. Правильно выстроенная система бизнес-процесса сократит время поиска нужного решения, например, закупка станков с программным обеспечением. Работа по декомпозиции бизнес-процессов предприятия важна для понимания ответственности участников производства и наиболее совершенного включения улучшений. Руководство организации должно назначить менеджера проекта, который будет контролировать бюджет, ограничения проекта, качество его выполнения, продолжительность. Оптимизация ограничений и оптимальное использование ресурсов одни из главных задач проектного менеджера.

До практического внедрения инновации на предприятие производится гипотетическая оценка ценности данного введения, например, насколько будет увеличена прибыль, повышена производительность, привлекательность для потребителя. После того, как нововведение «отработает» на предприятии год, проводится повторная фактическая оценка ценности инновации. При достижении ожидаемых положительных результатов, инновация закрепляется в процесс работы организации, при отрицательных показателях эффективности нововведение, как правило, «изымается» из структуры организации.

В современных условиях любое предприятие осуществляет свою деятельность в рамках законодательства своей страны, поэтому от объема инвестиций правительства в НИОКР и инновационную деятельность, зависит также и инновационное развитие фирм страны, так как свободные товаропроизводители являются пользователями достижений научных исследований (продуктов, услуг). На данный момент лидером среди стран с развитой экономикой, направляющих бюджетные средства на инновационные разработки, является Япония – около 3,5% от ВВП, затем США – 2,8% от ВВП, Германия – около 2,7% от ВВП. Страны с развивающейся экономикой тратят значительно меньше средств на НИОКР, например, Россия потратила около 1,04% от ВВП в 2018 году, а Белоруссия только около 0,74% от своего ВВП [6].

Помимо того, что Россия находится на 46 месте (согласно Глобальному инновационному индексу) в списке стран, тратящих государственный бюджет на научные разработки, внутри страны существуют определенные препятствия для внедрения инноваций среди государственных и частных предприятий [7]:

- Административные – проблемы обусловлены недостаточным количеством льгот для компаний, занимающихся инновационными разработками или внедряющими в свою работу результаты научных достижений. К тому же, коррупционная сторона российской экономики и

несвоевременное обновление нормативно-правовой базы также имеют отношение к административным проблемам на пути внедрения инноваций.

– Инфраструктурные – обслуживание и обеспечение развития инновационной деятельности связано с работой группы взаимосвязанных структур. Основными составляющими инновационной инфраструктуры являются бизнес-инкубаторы, технопарки, наукограды и инновационные центры развития. Правительство РФ регулярно делает шаги в сторону поддержания этой структуры (Инновационный центр «Сколково») для создания и коммерциализации новых технологий и процессов. Однако такая объединенная структура требует постоянных государственных инвестиций, контроля, а также большого количества времени для установления стабильной работы, например, знаменитая Кремниевая долина США развивалась на протяжении шестидесяти лет. В России же инновационная структура находится на начальном этапе своего развития, поэтому пока не может стать эффективным помощником предприятиям-разработчикам и компаниям, желающим внедрить достижения научных проектов.

– Технологические – эта группа проблем связана с высокой степенью изношенности основных средств производства на российских предприятиях. Например, в энергетической отрасли 70% износ ОС, лесная промышленность изношена на 40%. Такое положение отрицательно сказывается на процессе внедрения и освоения предприятиями инноваций, так как новое оборудование или производственный процесс технически несовместимы с устаревшей цепочкой оборудования. К сожалению, большинство российских компаний не могут в короткий срок найти необходимые, для полного технического обновления, средства, таким образом, инициатива внедрения инновации на предприятии затягивается на годы. Иногда такая ситуация приводит к парадоксу, к моменту внедрения инновации в работу компании, она может иметь статус устаревшей технологии или неактуального процесса.

Таким образом, предприятиям-инноваторам необходимо преодолевать различные трудности на пути разработки и внедрения новых и усовершенствованных продуктов/услуг. Так, за период с 2013 по 2017 год общие объемы инвестиций государства на реализацию технологических инноваций снизились на 10%. Предприятия, осуществляющие свою деятельность в сфере телекоммуникаций и информационных технологий, сократили расходы на инновационную деятельность на 35% за тот же период. Сельскохозяйственная отрасль также не получает притока инвестиций в инновационные разработки на протяжении последних трех лет. Сами инновационные товары, работы, услуги в общем объеме продаж составили в 2018 году 6,7%, против 9% в 2017 году [8].

Можно утверждать, что данные негативные тенденции вызваны вышеописанными барьерами при создании и выведении продуктов/услуг на рынок, а также снижением с 2016 года покупательского и инвестиционного спроса. На рисунке 2 наглядно демонстрируется динамика инновационной активности организаций в России и Томской области в частности.

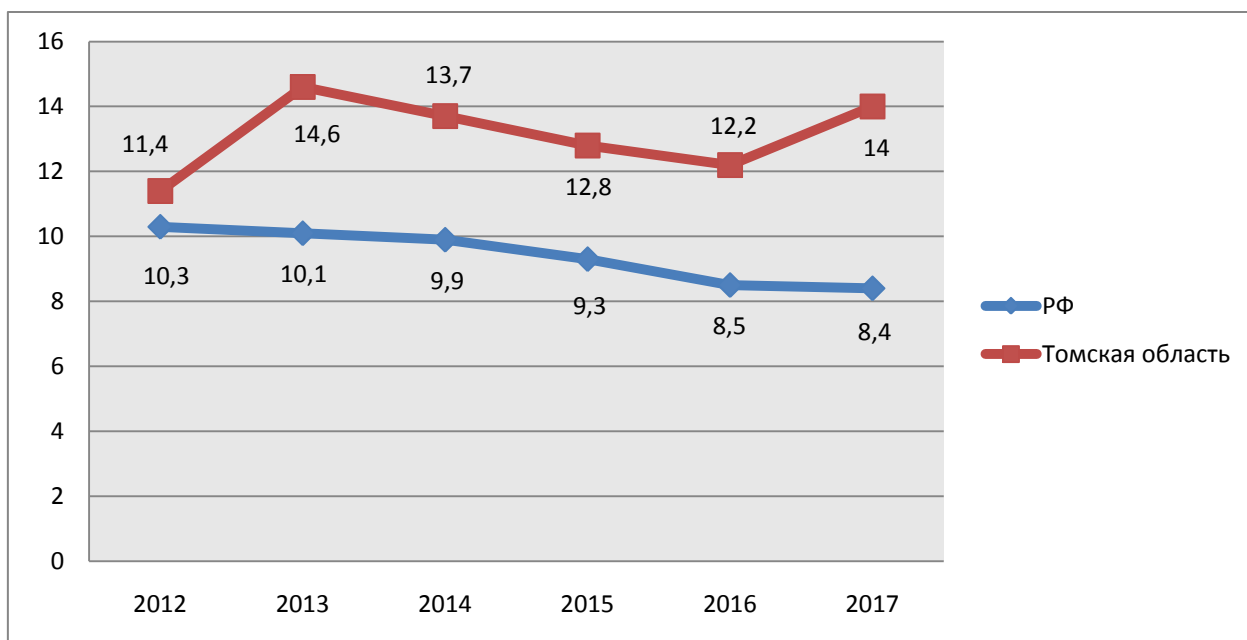


Рисунок 2 – Динамика инновационной активности предприятий, в % [8]

По данным рисунка 2 видно, что, не смотря на уменьшение инновационной активности частных и государственных предприятий в Российской Федерации в принципе, организации Томской области

показывают наращивание темпов инновационной активности, что, несомненно, положительно влияет на экономику региона.

1.2 Источники финансирования инноваций в социальной сфере и здравоохранении

Не только венчурные фонды и бизнес-ангелы являются помощниками инновационным предприятиям в поисках инвестиций. Практикой финансирования в инновации в России занимается Рынок инноваций и инвестиций Московской биржи, действующей с 15 июля 2009 года. Основными задачами РИИ Московской биржи признано создание, в рамках фондового рынка, условий для привлечения инвестиций, развитие малого и среднего бизнеса, упрощение доступа предприятиям к инновационным продуктам.

Рынок инноваций и инвестиций, это альтернативная фондовая торговая площадка. Поскольку на РИИ присутствуют в основном только молодые компании, инвесторы руководствуются не только финансовыми показателями, но и перспективами развития проекта. Кроме помощи в развитии компании, РИИ Московской биржи привлекает необходимое компании финансирование [9].

Критериями для включения в финансирование РИИ служат:

1. Приоритетность отрасли (интернет технологии; биотехнологии; медицинские технологии; наносистемы; авиация и космос; энергетика; противодействие терроризму; ядерные технологии).

2. Компания должна быть эмитентом акций с капитализацией не менее 50 миллионов рублей в год.

3. Объем выпуска облигаций компании должен составлять не менее 1 миллиарда рублей.

4. Управляющей компанией должен быть заключен договор с Листинговым агентством на срок не менее 1 года.

Некоммерческой государственной организацией, оказывающей содействие развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, является Фонд содействия инновациям. Образованный Постановлением Правительства РФ от 3 февраля 1994 года № 65, фонд финансово поддерживает молодых инноваторов и малые предприятия, технологические разработки которых имеют коммерческий потенциал.

Так как каждый регион Российской Федерации обладает собственной инициативой в развитии инновационной инфраструктуры, существуют представительства общегосударственных Фондов в регионах, а также самостоятельно действующие организации.

Филиалы фонда содействия инновациям находятся в 70 регионах страны, включая Томскую область. Однако с 21 января 2016 года Фонд содействия инновациям признан счетной палатой Российской Федерации крайне неэффективным и убыточным учреждением. Поэтому вплоть до настоящего времени организация Фонда существенно теряет объемы получаемых бюджетных средств и очередь в их получении.

На территории Томска с 2004 года действует представительство Фонда содействия инновациям АНО «Томское агентство инновационного развития» в соответствии с Соглашением Администраций области. Основными целями и задачами представительства Фонда являются [10]:

1. Помощь в создании новых рабочих мест для эффективного использования человеческого потенциала области и РФ.
2. Развитие поддерживающей инфраструктуры.
3. Реализация государственных программ поддержки научно-технической сферы экономики.
4. Помощь информационная, финансовая, ресурсная и другая.
5. Привлечение молодых людей в инновационную сферу производства.
6. Привлечение инвестиций в малое инновационное предпринимательство.

В соответствии с федеральным законом от 29. 12. 2015 №396 – ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» государство помогает развитию малого и среднего бизнеса освобождением от налогообложения НДС и налога на прибыль организации инновационного сектора экономики [10].

Однако государственные медицинские учреждения внедряют инновационные процессы и разработки в свою структуру, следуя запланированному графику Министерства здравоохранения и подчиняясь заранее определенным бюджетам, инициатива без государственной власти происходит на местном уровне только с одобрения региональных властей по предложению администрации самого медицинского учреждения.

Для коммерческих предприятий, занимающихся предоставлением медицинских услуг или продажей медикаментов и оборудования, существует выбор методов финансирования, определение источников финансирования для внедрения в процесс работы инновационных нововведений [11]:

1. Самофинансирование – инвестирование в проект по улучшению осуществляется за счет собственных средств.
2. Долевое финансирование – с помощью выпуска акций.
3. Кредитное финансирование – выпуск облигаций, банковский займ.
4. Лизинг – приобретение основных средств (инновационных продуктов) по договору лизинга во временное владение или пользование.
5. Бюджетное финансирование – участие в конкурсных государственных программах.
6. Смешанное финансирование – комбинации различных способов.
7. Проектное финансирование – инвестиции имеют целевую направленность для реализации инновационного проекта.

Так как принятая в итоге схема финансирования инноваций должна обеспечивать достаточный объем средств для реализации проекта в целом, целесообразно будет дать сравнительную характеристику всем методам, представленную в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика методов финансирования инноваций на коммерческих медицинских предприятиях

Источники финансирования	Достоинства	Недостатки
Финансирование за счет собственных средств	Простота и доступность средств, возможность быстрой мобилизации ресурса. Отсутствие риска неплатежеспособности. Более высокая прибыльность от инвестиций, так как отсутствует необходимость выплаты по заемным средствам. Учредители сохраняют право собственности и пользования.	Объем привлечения средств ограничен. Средства, задействованные в обороте, будут сокращены и перенаправлены. Предвзятый контроль за эффективным исполнением финансирования.
Финансирование за счет привлеченных средств	Выше объем привлекаемых средств. Наличие экспертного мнения по контролю за эффективным исполнением финансирования.	Процедура привлечения финансирования сложнее и дольше. Обязательная гарантия финансовой устойчивости. Повышен риск неплатежеспособности, а следовательно и банкротства. Уменьшена прибыль из-за того, что необходимо выплачивать отчисления по займу. Риск утраты прав собственности на инновацию.

Таким образом, по данным таблицы 1 можно сделать следующие выводы, выбор способа финансирования существенно влияет на успех по внедрению инноваций в процесс работы компании. Метод финансирования, который выбирает предприятие, должен участвовать в хозяйственном процессе, предполагать наиболее быстрое внедрение инноваций, с последующей коммерциализацией, эффективной финансовой отдачей от внедрения нововведений. Если у предприятия отсутствуют или недостаточны собственные средства для реализации инновационных проектов, тогда следует рассматривать возможность внешнего финансирования. В случае наличия достаточного объема оборотных средств, компании не стоит рисковать и становиться должником кредиторов.

Коммерческим предприятиям, которые не занимаются разработкой инновационных продуктов/услуг, а желают усовершенствовать процесс работы или производства продукции, невозможно воспользоваться финансированием венчурного фонда и бизнес-ангела. Участие в государственной программе возможно, только если продукция или услуги компании социально значимы. Во всех остальных случаях, когда предприятие по собственной инициативе вводит в свою деятельность инновационные разработки, фирма может рассчитывать либо на собственные средства, либо на банковский займ.

2 Общая характеристика и анализ финансовой деятельности ООО «Медстар+»

2.1 История компании и оценка деятельности ООО «Медстар+»

Общество с ограниченной ответственностью «Медстар+» представляет собой коммерческую организацию, которая была создана в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 N 14-ФЗ и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в целях удовлетворения общественных потребностей, извлечения прибыли и обладает полной хозяйственной самостоятельностью [12].

Первый частный Стоматологический Центр в городе Томске создан в 1991 году – это три крупнейшие стоматологические клиники «МАДЖ», «МЕДСТАР», «МЕДСТАР-СЕРВИС», зуботехнический центр «МЕДСТАР-МАСТЕР» и Торгово-Образовательный Центр «МЕДСТАР+» [12].

Общество с ограниченной ответственностью «Медстар+» является юридическим лицом, в своей деятельности ООО «Медстар+» руководствуется Законом, Гражданским кодексом Российской Федерации, и иными нормативно-правовыми актами Российской Федерации, а также настоящим Уставом.

ООО «Медстар+» имеет в своей собственности обособленное имущество, которое отражается на его самостоятельном балансе. Более того, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, «нести» обязанности, а также быть истцом и ответчиком в суде, арбитражном или третейском суде.

Целью деятельности ООО «Медстар+» является полное или частичное удовлетворение существующих общественных потребностей в товарах, продукции, работах, услугах медицинской принадлежности и получение прибыли в интересах ее собственников.

Уставной капитал ООО «Медстар+» составляет 10 000 рублей и сформирован полностью за счет собственника и директора Копасова Евгения Анатольевича. Увеличение уставного капитала может осуществляться за счет имущества ООО «Медстар+». Предприятие ведет деятельность по Упрощенной системе налогообложения [12].

ООО «Медстар+» не является розничной сетью по продажам медицинской техникой. ООО «Медстар+» зарегистрирована по адресу: 634029, Томская область, город Томск, улица Красноармейская, дом 12а. Основным видом экономической деятельности является «торговля оптовая фармацевтической продукцией». Также ООО «Медстар+» работает еще по 2 направлениям – предоставление зубоврачебных услуг, учебный центр развития специалистов области стоматологии [12].

2.2 Анализ ассортиментной политики ООО «Медстар+»

Ассортиментная политика – определение ассортимента, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности предприятия в целом, формирование ассортимента продукции в зависимости от потребностей рынка, финансового состояния предприятия и его стратегических целей. Обычно ассортиментная политика преследует долгосрочные цели [13].

Компания ООО «Медстар+» обладает широким выбором товаров различных категорий, которые доступны для рынков B2B и B2C (покупатель может приобрести средства по уходу за своей полостью рта в штучном количестве также, как и представитель клиники или муниципальной больницы может заключить договор на поставку медикаментов, оборудования, материалов) [12]:

1. Товары для анестезии (анестезия инъекционная; анестезия аппликационная).

2. Оборудование, материалы и инструменты для зуботехнической лаборатории.

3. Зубные импланты от различных производителей («Alpha-Bio Tec»; «CORTEX»; «Straumann»).

4. Товары для оснащения стоматологического кабинета.

5. Медицинская мебель для учреждений в Томске.

6. Женская и мужская медицинская одежда.

7. Товары и инструменты для ортодонтии.

8. Товары и наборы для отбеливания зубов.

9. Продукция для профилактики здоровья полости рта.

10. Расходные материалы (медицинские маски, очки, экраны; медицинские перчатки и слюноотсосы; медицинские фартуки и салфетки; стетоскопы, термометры, тонометры).

11. Расходные материалы к медицинскому оборудованию.

12. Стерилизационное и дезинфекционно-моечное оборудование.

13. Стоматологические инструменты и материалы (аппликаторы, боры, инструменты, материалы для ортопедии, одноразовые стоматологические наборы, штифты).

14. Стоматологическое оборудование (апекслокаторы, бормашины зуботехнические, компрессоры для стоматологии и аспирационные системы, лампы световой полимеризации, стоматологические микромоторы, рентгенодиагностические дентальные системы, стоматологические установки, ультразвуковое оборудование).

15. Материалы для терапии в стоматологии.

Согласно получившемуся списку можно сделать вывод, что ассортимент товаров у предприятия ООО «Медстар+» достаточный для удовлетворения потребностей своих потребителей и решения проблем клиентов.

Оплата и доставка стоматологических материалов и инструментов клиентом может производиться как наличными курьеру, так и переводом

через банковские инструменты (оплата картой, безналичный перевод на р/с). По городу Томску, Северску доставка осуществляется бесплатно (при заказе на общую сумму от 1000 рублей) с 9.00-18.00 понедельник-пятница. При доставке компанией гарантируется температурный режим транспортировки товара.

Доставка по России осуществляется любой транспортной компанией за счет заказчика, независимо от стоимости покупки. В компании ООО «Медстар+» действует эффективная служба работы с клиентами.

Благодаря широкому ассортименту в прайс-листе, общедоступном на официальном сайте компании, можно сделать наглядный вывод о том, что у компании ООО «Медстар+» большой выбор товаров для зубоврачебных и потребительских целей. Средняя цена на товар составляет 139,41 рублей [12].

Так как ООО «Медстар+» не производит медицинское оборудование самостоятельно, а закупает его оптом у производителей, то о качестве продукции можно судить по тому, что фирма наверняка закупает товарные позиции только у проверенных поставщиков, а также ценовой разброс на одну и ту же позицию, например, ополаскиватель для полости рта, предполагает, что более дорогой вид товара является более качественным и вызывает больше доверия у потребителя.

Виды продукции компании ООО «Медстар+», средства, потраченные на их закупку, и доходы, полученные от продажи, представлены в таблице 2. Таблица 2 – Виды продукции по ассортиментным группам за 3 года с оценкой их доходов и расходов

Наименование категории продукции	2016		2017		2018	
	Доход	Расход	Доход	Расход	Доход	Расход
Терапия	420023,46	280156,4	176891,73	153818,9	381566,78	331797,2
Хирургия	17436,185	15161,9	34546,23	30040,2	18850,8	16392
Ортопедия	64391	55992	50600,8	44000,7	72569,6	63104
Спец. Одежда	115364,5	100317	204764,6	178056,14	261398,7	223703,21
Дезинфекция	48048,61	41781,4	43714,14	38012,3	25255,1	21961
Стальная лаборатория	50421,7	43845	21560,07	18747,89	45215,9	39318,17

Продолжение таблицы 2

Лаборатория М/К	114897,7	99895,4	115167,3	100145,5	139573,4	121368,24
Литейная лаборатория	0	0	0	0	3928,4	3416
Рентген	0	0	27267,6	23711	22857,5	19876
Средства профилактики	324208	281920	363299	315912,4	521022,5	453063
Ортодонтия	17448,9	15173	35749	31086,1	55006,8	47832
Имплантология	96861,2	84227,1	21095,02	18343,5	160171,2	139279,3
Оборудование	1150022	1000019,2	651726	566718,3	1231429,2	1070808
Литература	0	0	0	0	6750,5	5870
Расходные материалы	44920,7	39061,5	4692,34	40800,3	68512,7	59576,29
Медикаменты	0	0	115	100	801,9	697,35
Услуги	0	0	0	0	4641,9	4036,45
Мебель	13455	11700	62100,11	54000,1	1046,5	910
Арт Лайф	0	0	0	0	7884	6855,69
Итого:	2477498,8	2154346,8	1824467,3	1586493,3	3028483,5	2633463,9

По таблице 2 можно сделать вывод, что все виды продукции приносят компании прибыль от своей продажи. Более наглядно представить долю каждой товарной категории в общей сумме дохода от продажи ООО «Медстар+» можно по рисунку 3.

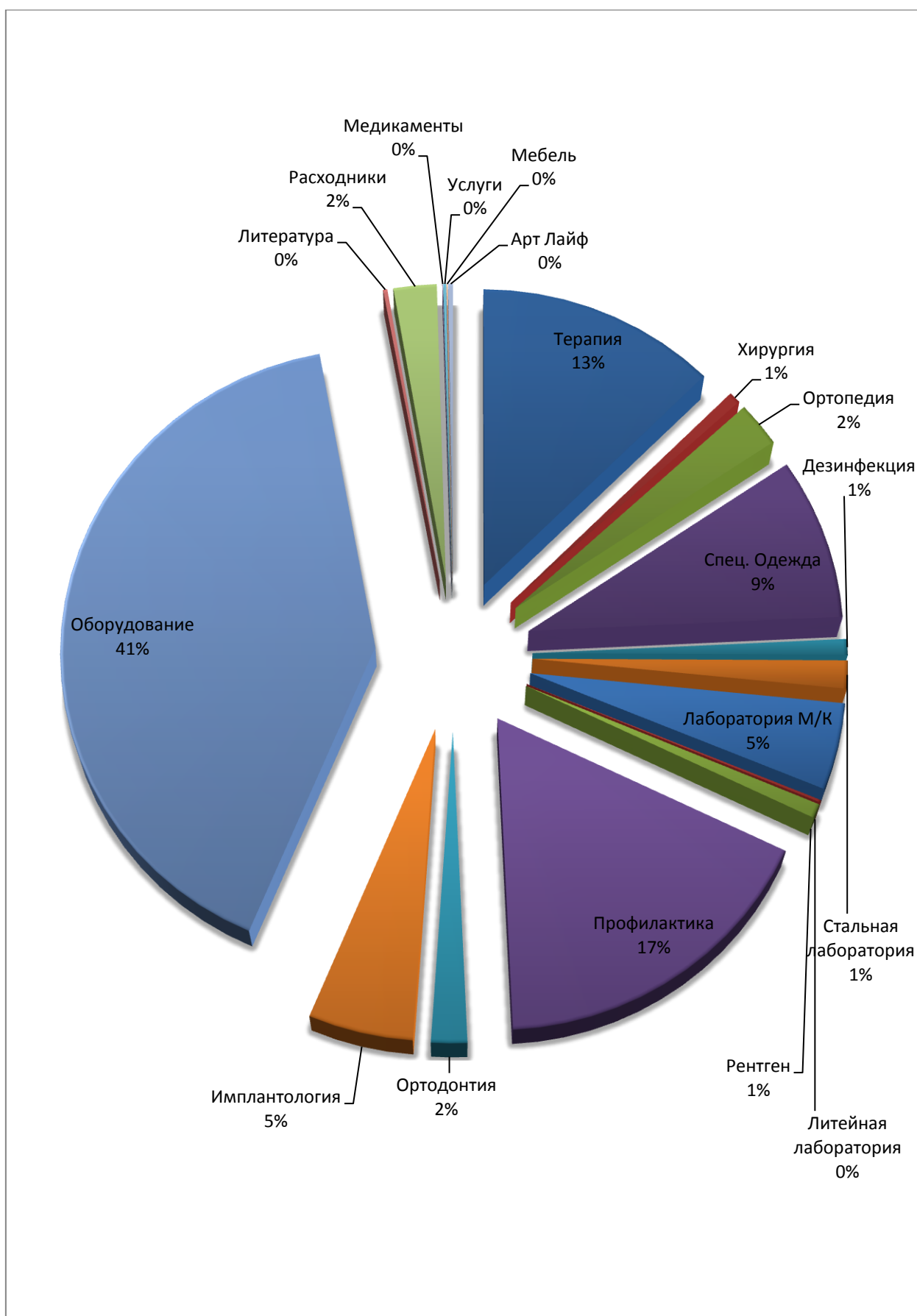


Рисунок 3 – Доходы от продажи ассортиментных групп товаров за 2018 год, %

Данные рисунка 3 говорят о том, что наибольшую прибыль от продаж, а именно 80% всех продаж, приносят такие группы товаров как «Оборудование», «Средства профилактики», «Терапия» и «Спец. Одежда». Компания ООО «Медстар+» регулярно расширяет ассортимент своей продукции, чтобы удовлетворить потребности клиентов наиболее полно. Так, клиент, обратившись в «Медстар+» может приобрести все необходимое для своей клиники или зубоврачебного кабинета, или для домашнего пользования у одной фирмы.

Классификация типов продукции проводится по следующим категориям для определения актуальности их предложения покупателю и представлена на рисунке 4, согласно данным таблицы 2 было проведено распределение категорий товаров ассортимента ООО «Медстар+» [13]:

- «Звёзды» — Высокий рост объёма продаж и высокая доля рынка. Долю рынка необходимо сохранять и увеличивать. «Звёзды» приносят очень большой доход. Но, несмотря на привлекательность данного товара, его чистый денежный поток достаточно низок, так как требует существенных инвестиций для обеспечения высокого темпа роста.

- «Дойные коровы» — Высокая доля на рынке, но низкий темп роста объёма продаж. «Дойных коров» необходимо беречь и максимально контролировать. Их привлекательность объясняется тем, что они не требуют дополнительных инвестиций и сами при этом обеспечивают хороший денежный доход. Средства от продаж можно направлять на развитие «Трудных детей» и на поддержку «Звёзд».

- «Трудные дети» — Низкая доля рынка, но высокие темпы роста. «Трудных детей» необходимо изучать. В перспективе они могут стать как звёздами, так и собаками. Если существует возможность перевода в звёзды, то нужно инвестировать, иначе — избавляться.

- «Неудачники» — темп роста низкий, доля рынка низкая, продукт, как правило, низкого уровня рентабельности и требует большого внимания со стороны управляющего. От «Неудачников» нужно избавляться.

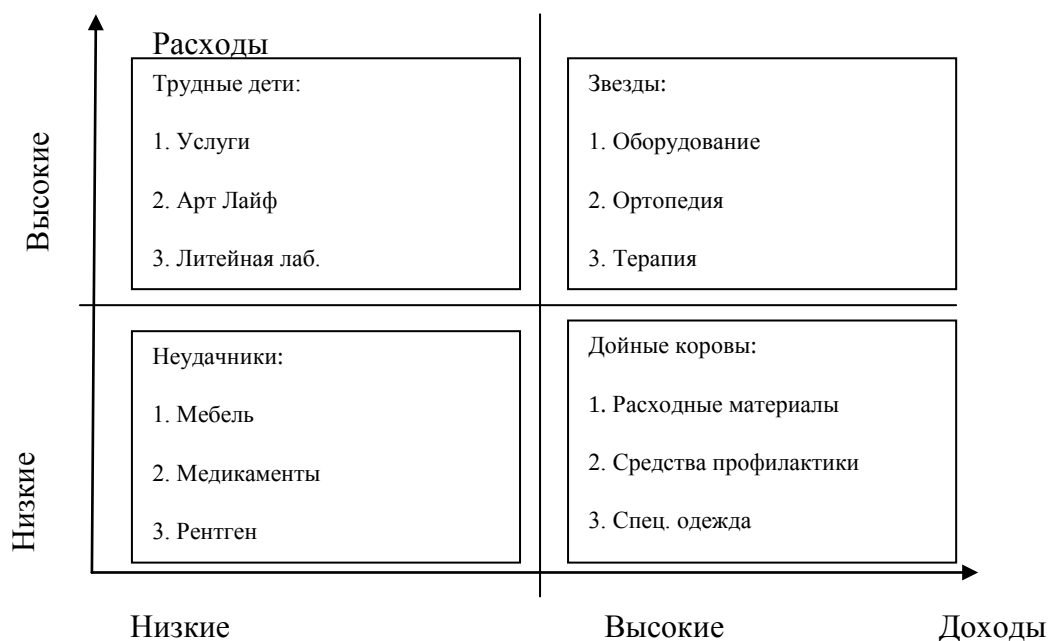


Рисунок 4 – Матрица BCG для типов продукции, реализуемой ООО «Медстар+»

Данный анализ рисунка 4 – матрицы BCG позволяет маркетологу на предприятии не просто понять, какие виды продукции доходны, но и стоят дальнейших вложений средств в их продвижение, рекламу, производство/закупку. А от каких позиций товаров/услуг необходимо отказаться, чтобы средства, которые тратятся на «Неудачников» были перенаправлены на рекламу «Звезд», поддержку «Дойных коров» и развитие потенциала «Трудных детей». Поэтому, по рисунку 4 можно сделать вывод, что ООО «Медстар+» стоит пересмотреть свой прайс-лист и, возможно, отказаться от предложения клиентам таких товарных категорий как «Мебель», «Медикаменты» и «Рентген» оборудование. Категории «Оборудование», «Ортопедия» и «Терапия» нуждаются в дополнительных денежных вложениях на продвижение, стоит уделить пристальное внимание развитию «Услуг» товарам «Литейной лаборатории» и категории «Арт Лайф». Группы товаров «Расходные материалы», «Средства профилактики» и «Спец. Одежда» не требуют дополнительных денежных вложений в продвижение на рынке.

2.3 Анализ поставщиков, потребителей и конкурентов ООО «Медстар+»

Надежность поставщика является важной компонентой успеха и устойчивости компании. Особенно в кризис. Для создания качественного продукта требуется не только выбор и оценка поставщика, но и управление поставщиками. Управление поставщиками — это создание портфеля поставщиков и управление им.

Данные о портфеле поставщиков компании ООО «Медстар+» собраны в таблице 3.

Таблица 3 – Основные поставщики товаров ООО «Медстар+» за 2017 г.

Материалы	Prime & Bond; Sonic Fill; Gingi-Pak; Эстилайт
Инструменты	Opti Disk;Mailefer; Mani; Komet; Агри
Боры	MDT
Хирургия и ортопедия	O-bite; Струм
Спец. одежда	Элит; Автор; Про форма; Факел; Стиль
Дезинфекция	Eronda
Лаборатория	Vintag Halo

Помимо эффективного формата розничной и оптовой торговли и ориентированной на покупателя концепции магазина, компания предлагает своим клиентам высококласную сервисную поддержку.

Клиент – это потребитель или заказчик определенного вида услуг или товаров. Покупатель на возмездной основе, то есть за деньги, приобретает товары или услуги для удовлетворения потребностей потребителя. Покупателем и клиентом ООО «Медстар+» является физическое лицо, которому требуется для личного пользования медицинское оборудование, не требующее специальных навыков обращения с ним или медицинские услуги по лечению зубов и полости рта. Юридические лица пользуются предложением ООО «Медстар+», если им требуется профессиональное оборудование для установки в зубоврачебной клинике или кабинете, а также

различные материалы, спецодежда, услуги по повышению квалификации своего персонала.

С помощью направленного поиска в интернет-браузере были найдены и просмотрены стоматологические клиники г. Томска. Для анализа отбирались только те возможные конкуренты, у которых был свой веб-сайт и наличие хотя бы одного отзыва или отметки рейтинга по пятибалльной шкале, а также были отобраны те организации, профиль работ, ценовой диапазон и перечень предоставляемых услуг совпадает или приближен к ООО «Медстар+»:

1. ООО «Денталия».
2. ООО «Центр современной стоматологии».
3. ООО «КОРАЛЛ» (Мастер Дент).
4. НПЦ «Стоматология».
5. Сеть клиник «Диамед».
6. ООО «Центр дентальной имплантации».
7. ООО «Стоматологическая клиника ТомДент».
8. Стоматологическая клиника «Добрый стоматолог».

После более детального ознакомления с предложениями этих фирм, можно предположить, что реальную конкуренцию не могут составить эти клиники:

1. ООО «Центр современной стоматологии» (представлены только одной клиникой, охватывают район Иркутского тракта; сайт неинформативен и непонятен гостю страницы; мало отзывов; на сайте нет прайс-листа).

2. Научно-практический центр «Стоматология» (сайт выполнен непрофессионально, он неудобен и не адаптирован под мобильное устройство; отсутствует прайс-лист; отсутствуют отзывы в свободном доступе; неудобная для клиента форма обратной связи; нет карты-схемы проезда; представлен только одним учреждением).

3. ООО «Стоматологическая клиника «ТомДент» (сайт морально и технически устарел, он неудобен, непонятен и непривлекателен для

клиентов; кроме официального сайта отсутствуют какие-либо другие формы связи с клиникой; нет отзывов; прайс-лист не соответствует количеству услуг клиники; представлены только одной клиникой; сравнительно небольшой ассортимент услуг).

В г. Томск нет фирм, которые занимаются непосредственно продажей специальной медицинской одежды, представители фирм из городов-миллионников или сайты, на которых можно заказать необходимую одежду или оборудование с доставкой из Москвы, Санкт-Петербурга и др. Таким образом, у ООО «Медстар+» отсутствует сильное конкурентное давление.

SWOT-анализ — метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории:

- Strengths (сильные стороны),
- Weaknesses (слабые стороны),
- Opportunities (возможности),
- Threats (угрозы).

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом) [14].

Поскольку конкуренты способны оказывать непосредственное влияние на деятельность фирмы, необходимо провести SWOT-анализ основных конкурентов ООО «Медстар+».

Компания ООО «Медстар+» оценивала вероятных конкурентов по следующим критериям:

- Позиционирование конкурентов — понять, какой образ они формируют среди целевой аудитории.
- Как выстроен клиентский сервис — понять, как можно сделать свой сервис лучше.

– Ценовая политика и ассортимент — что предлагают конкуренты, и насколько разнится набор опций и цена.

– Сайт конкурентов (точки контакта) — как они вовлекают в коммуникацию целевую аудиторию на сайте, как конвертируют ее в клиентов и поклонников бренда.

– Стратегия интернет-маркетинга — какие инструменты используют конкуренты, какие вкладывают бюджеты в продвижение.

1. ООО «Центр современной стоматологии» (таблица 4):

Таблица 4 - SWOT-анализ ООО «Центра современной стоматологии»

Сильные стороны	Слабые стороны
Охватывают своими клиниками большой Октябрьский район	Неинформативный и не понятный гостю официальный сайт клиники
Возможности	Угрозы
Увеличение числа клиник, проникновение в другие районы города Томска	В Октябрьском районе представлены и другие клиники, которые занимают свою долю рынка

2. Научно-практический центр «Стоматология» (таблица 5):

Таблица 5 - SWOT-анализ НПЦ «Стоматология»

Сильные стороны	Слабые стороны
Удобная схема проезда, широкий спектр услуг	Сайт выполнен непрофессионально, он неудобен и не адаптирован под мобильное устройство, нет отзывов в свободном доступе
Возможности	Угрозы
Добавить отзывы о клинике, дать возможность пациентам оставлять отзывы, открыть еще одну клинику	Маленькое территориальное влияние, так как конкурент представлен только одной клиникой

3. ООО «Стоматологическая клиника ТомДент» (таблица 6):

Таблица 6 - SWOT-анализ ООО «Стоматологическая клиника ТомДент»

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкий ассортимент услуг	Технически устаревший и неудобный для клиентов официальный сайт, нет отзывов
Возможности	Угрозы
Увеличение числа предоставляемых услуг, совершенствование сайта клиники, добавление отзывов от клиентов	Так как клиника представлена только одним учреждением, существует угроза вытеснения с рынка более сильными конкурентами

В г. Томск нет фирм, которые занимаются непосредственно продажей специальной медицинской одежды и оборудования, существуют только представители фирм из городов-миллионников или сайты, на которых можно заказать необходимую одежду или оборудование с доставкой из Москвы, Санкт-Петербурга и др. Таким образом, у ООО «Медстар+» отсутствует сильное конкурентное давление.

ООО «Медстар+» занимает примерно 5,1% доли стоматологического рынка и примерно 7,5% доли рынка медицинской техники и специальной одежды. Так ООО «Медстар+» можно считать достаточно развитым, как фирму, т.к. у компании имеется свой физический офис, куда может обратиться любой желающий, в офисе расположен выставочный зал с примерным ассортиментом. На официальном сайте есть подробный каталог с широким выбором товаров и услуг центра, хорошо развита форма обратной связи для клиентов, есть варианты выбора. Доставка и сервисное обслуживание также являются преимуществами ООО «Медстар+» перед конкурентами [15].

Рынок по оказанию стоматологических услуг в г. Томске достаточно насыщен. Высокая конкуренция и географическое разнообразие в расположении клиник, могут быть нивелированы только высоким уровнем

сервиса и качеством оказываемых услуг, борьбой за положительные отзывы клиентов со стороны команды работников ООО «Медстар+».

В список целевой аудитории ООО «Медстар+» входит все платежеспособное население г. Томск, заинтересованное в уходе за здоровьем своей полости рта, а также родители и опекуны несовершеннолетних детей или опекуны за пожилыми людьми (работающие мужчины и женщины 20-25+ лет). Другой частью целевой аудитории ООО «Медстар+» являются работники или владельцы стоматологических частных клиник (женщины и мужчины 25-30+ лет, связанные со стоматологической деятельностью).

2.4 Анализ финансовых результатов ООО «Медстар+»

Выручка представляет собой совокупность денежных поступлений за определенный период от результатов деятельности предприятия, и является основным источником формирования его собственных финансовых ресурсов. При этом деятельность предприятия можно характеризовать по нескольким направлениям [16]:

1. выручка от основной деятельности, поступающая от реализации продукции (выполненных работ, оказанных услуг);
2. выручка от инвестиционной деятельности, выраженная в виде финансового результата от продажи внеоборотных активов, реализации ценных бумаг;
3. выручка от финансовой деятельности, включающая результат размещения среди инвесторов облигаций и акций предприятия.

На величину выручки от реализации продукции, работ, услуг влияют следующие факторы, непосредственно зависящие от деятельности предприятия [17]:

- в сфере производства: объем производства, его структура, ассортимент выпускаемой продукции, ее качество и конкурентоспособность, ритмичность производства;
- в сфере обращения: уровень применяемых цен, ритмичность отгрузки, своевременное оформление платежных документов, соблюдение договорных условий, применяемые формы расчетов.

Все вышесказанное дает понять, что для оценки перспектив развития компании «Медстар+» и дальнейшего анализа инновационной деятельности предприятия необходимо проанализировать результаты финансовой деятельности ООО «Медстар+». Сделать выводы о том, в каком финансовом положении находится фирма, выводы о ее устойчивости и платежеспособности, достаточной для привлечения и внедрения инноваций в свою работу. Данные, необходимые для расчетов, были отобраны с информационных интернет-сайтов, на которых публикуется отчетность компаний в открытом доступе.

Таблица 7 – Оценка изменения суммы выручки ООО «Медстар+» за 2017 год

Показатели	По плану	По факту	Отклонение	
			В тыс. руб.	В % к плану
Выручка от реализации продукции	13608	24578	10970	+ 80,6
Себестоимость продаж	11232	20074	8842	+ 78,7
Валовая прибыль (убыток)	+2376	+4504	+2128	-

Данные таблицы 7 свидетельствуют о том, что ООО «Медстар+» в 2017 году превысило запланированные суммы от реализации продукции, что положительно сказалось на показателе валовой прибыли. Далее необходимо

рассчитать показатели темпа роста, прироста, среднегодовой темп прироста выручки от реализации продукции, отраженные в таблице 8.

Таблица 8 – Расчет показателей роста выручки ООО «Медстар+» в тыс. руб.

Показатели	2015	2017	Темп роста	Темп прироста	Среднегодовой темп прироста
Выручка от реализации продукции	32669	24578	0,752	-0,002	-28623
Себестоимость продаж	26563	20074	0,756	-0,002	-23318
Валовая прибыль (убыток)	6106	4504	0,738	-0,003	-5305

По данным таблицы 8 видно, что выручка от реализации продукции и валовая прибыль понизились за 2 года. Такое могло произойти из-за смены ценовой политики предприятия, неэффективности рекламных мероприятий, сокращения каналов сбыта – внутренние причины. Внешние причины сокращения выручки и прибыли – ухудшение платежеспособности покупателей, сокращение спроса на продукцию компании.

Компании ООО «Медстар+» необходимо проанализировать степень устаревания продукции – возможно, снижение выручки обусловлено тем, что клиенты находят более новые виды товаров у других продавцов. Также слабая рекламная и маркетинговая политика не способствует увеличению объема продаж, возможно, себестоимость продукции возросла, что привело к увеличению цен для потребителя.

Положительно скажется на объеме выручки исправление всех причин, которые негативно повлияли на продажи, разработка различных акционных предложений, скидок и бонусов привлечет внимание клиента.

Прибыль является основной целью предпринимательской хозяйственной деятельности. Прибыль можно рассматривать с нескольких точек зрения. С точки зрения экономики прибыль представляет собой разность между денежными поступлениями и денежными выплатами. С хозяйственной точки зрения прибыль является разницей между

имущественным состоянием предприятия на конец и начало отчетного года. Прибыль – чистый доход, выраженный в денежной форме, который представляет собой разность между совокупным доходом и совокупными затратами [18].

Прибыль от продаж – разница между валовой прибылью, коммерческими и управленческими расходами предприятия. При увеличении объема продаж рентабельной продукции, увеличивается прибыль и улучшается финансовое состояние предприятия, отраженное в таблице 9 [19].

Таблица 9 – Анализ движения прибыли ООО «Медстар+» за три года, руб.

Показатель	2015 год	2016 год	2017 год	Темп роста, %	
				2017/2016	2017/2015
Валовая прибыль	6106	5237	4504	0,86	0,73
Прибыль от продаж	4496	2841	4 239	1,49	0,94
Прибыль до налогообложения	4496	2841	2 078	0,73	0,46
Чистая прибыль	4496	2841	2 078	0,73	0,46

По данным таблицы 9 мы можем сделать вывод, что в 2017 году валовая прибыль уменьшилась, это может быть связано с сокращением объема предложения и реализации продукции, с увеличением себестоимости продукции, уменьшением спроса на продукцию и услуги ООО «Медстар+».

Совокупный финансовый результат от продаж, доходы и расходы от прочих операций равны соответственно значениям чистой прибыли за периоды.

Под ликвидностью понимают способность организации быстро выполнять свои финансовые обязательства, а при необходимости быстро реализовать свои средства. Ликвидность отражает возможность предприятия рассчитываться по обязательствам имеющимися активами, что приведено в таблице 10.

Таблица 10 – Виды ликвидности активов и пассивов предприятия ООО «Медстар+», руб.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	Темп роста, %	
				2015/2014	2016/2015
Активы					
А1. Наиболее ликвидные активы	10 000	803 000	629 000	80,3	0,8
А2. Быстро реализуемые активы	3 665 689	162 291	272 754	0,04	1,6
А3. Медленно реализуемые активы	931 000	287 000	2 522 000	0,3	8,8
А4. Трудно реализуемые активы	998 000	804 000	389 000	0,8	0,5
Пассивы					
П1. Наиболее срочные обязательства	60 000	0	2 161 000	0,02	36,01
П2. Краткосрочные пассивы	-	-	-	-	-
П3. Долгосрочные пассивы	328 000	1 403 000	32 000	4,3	0,3
П4. Устойчивые пассивы	-	-	-	-	-

Из данных таблицы 10 можно увидеть, что количество наиболее ликвидных активов в 2016 году уменьшилось на 62,9%, также видим, что быстро реализуемых активов увеличилось на 1%, как и медленно реализуемых активов – на 2,7%. Наиболее срочные обязательства увеличился на 36%. Всё это связано с улучшением финансовой устойчивости предприятия.

Следующим этапом анализа финансовых результатов ООО «Медстар+» стал анализ ликвидности баланса компании, представленный в таблице 11.

Таблица 11 – Анализ ликвидности баланса ООО «Медстар+»

Показатель	Способ расчета	2014 год	2015 год	2016 год	Темп роста, %	
					2015/2014	2016/2015
Коэффициент абсолютной ликвидности	$A1/(П1+П2)$	0,16	0	0,3	0	0
Коэффициент быстрой ликвидности	$(A1+A2)/(П1+П2)$	61,3	0	0,42	0	0
Коэффициент текущей ликвидности	$(A1+A2+A3)/(П1+П2)$	76,8	0	1,6	0	0
Коэффициент общей ликвидности	$(A1+0,5A2+0,3A3)/(П1+0,5П2+0,3П3)$	13,4	221	7,34	16,5	0,03

По таблице 11 можно увидеть, что коэффициент абсолютной ликвидности в 2016 году снизился на 0,5%. Коэффициент быстрой ликвидности предприятия в 2016 году уменьшился на 60%. Коэффициент текущей ликвидности в 2016 году уменьшился на 70%. Из полученных данных можно сделать вывод, что ликвидные средства предприятия в полной мере не могут покрыть его краткосрочную задолженность, также платежеспособность предприятия упала, и оно не может погасить краткосрочные обязательства в срок.

В открытых источниках есть данные о бухгалтерской отчетности юридического лица ООО «Медстар+», зарегистрированного 7 апреля 1998 года, за 2012 – 2016 гг. Анализ динамики активов показывает сохранение уровня внеоборотных активов — 0 тысяч рублей, при этом сумма по основным средствам уменьшилась на 77 000 рублей. Рост оборотных активов составляет 44 256 тысяч рублей с 0 тысяч рублей до 44 256 тысяч рублей, при уменьшении дебиторской задолженности на 1 374 тысяч рублей [15].

Динамика пассивов ООО «Медстар+» свидетельствует о росте собственного капитала на 84,44% с 22 837 тысяч рублей до 42 121 тысяч рублей. Величина долгосрочных обязательств не изменилась — 0 тысяч

рублей, краткосрочные обязательства увеличились на 2 135 тысяч рублей, что даёт рост заемного капитала 2 135 тысяч рублей.

За 5 отчетных лет чистая прибыль ООО «Медстар+» увеличилась на 26,26% с 3 561 тысяч рублей до 4 496 тысяч рублей. Рентабельность продаж юридического лица по данным за последний отчетный год равна 13,76%. Коэффициент рентабельности собственного капитала за 2016 год — 10,67%.

Таким образом, по состоянию на конец 2017 года ООО «Медстар+» находится в устойчивом финансовом состоянии. Большинство ключевых показателей имеют положительные значения или показывают рост в абсолютном денежном выражении. Следовательно, общество с ограниченной ответственностью «Медстар+» подходит для дальнейшего анализа его инновационной деятельности и возможностей привлечения продуктовых, организационных инноваций в структуру работы фирмы.

2.5 Оценка перспектив развития компании ООО «Медстар+»

Проведенный анализ финансовой деятельности предприятия показал, что компания ООО «Медстар+» является финансово устойчивой, все показатели имеют высокие значения. Однако каждой компании есть куда стремиться. Для совершенствования деятельности и увеличения финансовых показателей предприятия можно воспользоваться опытом аналогичных организаций, а именно разработать методы по снижению и оптимизации различных статей расходов.

Основными видами деятельности ООО «Медстар+» являются:

1. Деятельность по продаже медицинского оборудования, материалов, медикаментов на ранке B2B.
2. Деятельность по продаже медикаментов, медицинских материалов на рынке B2C.
3. Консультирование специалистов медицинских зубоврачебных учреждений.

4. Повышение квалификации специалистов медучреждений.
5. Предоставление консультационных услуг физическим лицам.
6. Предоставление медицинских услуг физическим лицам
7. Предоставление прочих услуг.

Перспективными способами развития компании ООО «Медстар+» можно выделить, во-первых, расширение компании, за счет открытия новых офисов. Во-вторых, продвижение компании в сети Интернет за счет инструментов SMM-менеджмента и SEO-маркетинга. В-третьих, ребрендинг официального сайта компании. В-четвертых, налаживание связей с новыми уникальными поставщиками, укрепление уже имеющихся партнерских соглашений, повышение качества сервиса и оказываемых медицинских услуг. Данный шаг подразумевает поиск компаний, которые предлагают инновационные продукты своим клиентам, чтобы те, в свою очередь, нашли им применение в своей производственной деятельности или повысили качество оказываемых услуг.

3 Инновации в сфере здравоохранения на примере компании ООО «Медстар+»

3.1 Описание инноваций на ООО «Медстар+»

Любая современная организация должна учитывать невозможность длительного и эффективного существования без изменений. Реформирование, повышающее эффективность работы предприятия, на практике осуществляется двумя способами: медленным эволюционным изменением, кратковременным революционным изменением. Внедрение инноваций в структуру работы организации, является резким технологическим толчком к повышению качества работы предприятия.

Вопросы по проведению инновационной деятельности на предприятии решают инженеры, маркетологи и экономисты. Разработка стратегии выбора нововведения, его внедрения, развития и ожидаемого экономического эффекта составляют инновационную политику компании. Целью данной политики является обеспечение фирмы преимуществами в производстве товаров или предоставлении услуг перед конкурентами из той же отрасли, повышение рентабельности и прибыли.

Инновационная деятельность на предприятии включает в себя [20]:

1. Проведение работ по разработке идеи нововведения, выбора или разработки технологии.
2. Подбор сырья и материалов для производства, исследования необходимых условий для внедрения готовой технологии.
3. Испытания опытных образцов.
4. Разработка необходимых управленческих решений.
5. Приобретение ресурсов для информационного обеспечения нововведения.
6. Подготовка кадров, найти специалистов, повышение квалификации штатных сотрудников.

7. Подготовка нормативной документации (покупка лицензий, получение патента, приобретение прав).

8. Покупка необходимого оборудования, программного обеспечения.

9. Проведение наладочных работ, запуск и испытание инновации.

10. Организация маркетинговых работ по продвижению нововведения среди клиентов компании, инвесторов.

11. Оценка экономического эффекта от инновационной деятельности на предприятии.

Важным условием для осуществления инновационной деятельности на предприятии необходим так называемый инновационный потенциал, который складывается из следующих факторов: технологические лицензии, патенты, права на использование технологий; ресурсная база предприятия, оборудование; финансовые ресурсы – собственные и заемные средства; кадровые ресурсы или привлекательность предприятия для наемных сотрудников; инфраструктурные ресурсы. От состояния и полноты инновационного потенциала предприятия зависит выбор того или иного нововведения для тестирования в работе на предприятии.

Анализ финансового состояния ООО «Медстар+» показал, что компания способна осваивать новые технологии и управленческие решения для повышения эффективности своей работы. Финансовые ресурсы ООО «Медстар+» позволяют предприятию инвестировать в следующие направления инновационной деятельности [21]:

- Техническая модернизация (первооружение производственных мощностей посредством замены старого оборудования на новое с повышенными техническими характеристиками и большей экономичностью);

- Реконструкция (замена морально устаревшего оборудования, перестройка рабочих зданий);

- Строительство (развитие и освоение принципиально новых районов города или новых городов для расширения площади оказания услуг).

Внедрение инноваций на предприятии ООО «Медстар+» будет являться комплексным подходом. Использование новых управленческих решений должно опираться на разработки и опыт в экономике, социологии, математике, медицине. Поэтому компании ООО «Медстар+» подходят следующие методы внедрения инноваций [22]:

- Принудительный – метод подразумевает силовое преодоление сопротивления персонала, если такое имеется. Однако для руководства этот метод дорогостоящий, но дает временное преимущество в процессе внедрения инноваций.

- Адаптивный – метод подразумевает поступательное стратегическое изменение в течение длительного времени. При таком подходе процесс внедрения инноваций находится не под руководством начальства, а специально назначенного менеджера.

- Кризисный – метод внедрения нововведений при возникновении ограничений во времени из-за внешних факторов.

- От сопротивления – промежуточный метод внедрения инноваций, когда извне предстоит какое-либо событие, например, участие в конкурсе, к которому компания готовится и проводит соответствующую программу повышения эффективности показателей своей работы.

Чтобы проанализировать инновационную деятельность предприятия ООО «Медстар+» необходимо определить его сильные и слабые стороны, описанные в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень сильных и слабых сторон ООО «Медстар+»

Сильные стороны	Слабые стороны
– Широкий выбор продукции, предлагаемой покупателям, который постоянно дополняется новыми товарными позициями; – Возможность внедрять закупаемую продукцию в собственную стоматологическую сеть клиник; – Собственная клиентская база и база поставщиков; – Работа сразу с несколькими целевыми аудиториями, что отличает ООО «Медстар» от конкурентов; – Наличие всей необходимой документации, лицензий для продажи специализированного оборудования и расходных материалов в медицинские учреждения, в том числе и муниципальные.	– Наличие производственных мощностей, требующих обновления; – Недостаточно данных о темпах перевооружения производства; – Морально и технически устаревший официальный сайт компании; – Малоэффективная маркетинговая политика на предприятии.

Таблица 12 показывает, что в ООО «Медстар+» существуют слабые стороны, мешающие дальнейшему развитию предприятия, в том числе и как компании-инноватору.

В рамках собственных программ развития ООО «Медстар+» занимается такими направлениями как: собственная логистическая программа центрального обеспечения клиник медицинской продукцией, материалами, оборудованием стоматологического назначения. Торговля (оптом и в розницу) продукцией для стоматологических клиник и муниципальных медицинских учреждений (медицинскими материалами, инструментами, оборудованием, спецодеждой, профилактическими средствами, расходными материалами). Реализация программ развития специалистов стоматологических клиник, зубоучастков, в собственном учебном центре.

Таким образом, перед ООО «Медстар+» стоят следующие проблемы повышения эффективности работы, которые возможно решить с помощью привлечения инноваций: модернизация официального сайта (смена дизайна, обновление информации, техническое обновление функционала).

Техническое перевооружение производственных мощностей посредством обновления рабочих компьютеров, программного обеспечения. Разработка новой маркетинговой стратегии продвижения компании. Разрешение данных препятствий возможно с помощью инновационных нововведений.

Однако при описании инновационного потенциала ООО «Медстар+» и изучении структуры и деятельности компании, не было замечено ранее включения в работу ООО «Медстар+» инновационных технологий или программ организации работы. Поэтому в следующем параграфе будут рассмотрены возможности и перспективы привлечения инноваций на ООО «Медстар+».

3.2 Перспективы привлечения инноваций на ООО «Медстар+»

В данном параграфе будут рассмотрены приемлемые для ООО «Медстар+» технические и организационно-управленческие инновации, способные повысить эффективность работы компании, а также перспективы их внедрения в работу организации.

Компьютерное конструирование и 3D-печать могут произвести революцию на Томском рынке стоматологических услуг. С развитием технологий производства оборудования для компьютерного моделирования устройства для 3D-печати становятся все более дешевыми для закупки и более простыми и эффективными в использовании. Поэтому принтеры для изготовления протезов зубов или коронок уже сейчас могут существенно упростить работу врача и сократить время лечения пациента. Компании «Stratasys», «Envisiontech», «Formhabs», например, могут стать поставщиками для ООО «Медстар+», что, в свою очередь, сделает компанию обладателем выгодного инновационного предложения для рынка стоматологических клиник [23]. Маркетинговая программа по продвижению этого предложения на рынок должна будет поставить своей задачей полную окупаемость затрат на приобретение и обучение сотрудников в использовании.

Покупка для последующей розничной продажи на рынке г. Томска еще одного инновационного аппарата может быть выгодной для ООО «Медстар+» - «Sandman Futura», который заменяет собой привычные в стоматологических клиниках бормашины. Этот продукт не причиняет пациенту физической боли, поэтому будет востребован среди детской аудитории, пожилых людей и беременных женщин, а также у людей с аллергией на анестезию, так как для работы данного прибора она не требуется [24].

Помимо продажи профессиональных продуктов, техники материалов для клиник, компания ООО «Медстар+» также предоставляет возможность розничной покупки средств по уходу за полостью рта физическим лицам. Одним из средств для домашнего использования является инновационный напиток «Qii» канадского производства [25]. Напиток со вкусом зеленого чая улучшает здоровье полости рта и снижает риск разрушения зубов. Продукт, освежающий дыхание, может стать прибыльным включением в прайс-лист организации, так как перспектива оптовой продажи, помимо розничной, также привлекательна.

Роль интернет-маркетингу, как организационно-управленческой инновации, должна быть отведена на любом современном предприятии независимо от масштаба деятельности. Инновации в интернет-маркетинге являются мощными инструментами для увеличения доходности организации, привлечения клиентов, привлечения инвесторов, улучшения продукта и фирмы в целом. Поскольку подавляющее большинство людей проводят значительное количество времени в Интернете, независимо от того, работают ли они на работе или дома на настольном компьютере/за ноутбуком или держат в руках смартфон, маркетинг через Интернет предоставляет организациям наиболее эффективный способ продвижения себя как продавца товара или услуги.

На данный момент времени маркетинговая деятельность ООО «Медстар+» осуществляется только через официальный сайт компании,

который находится по адресу <http://medsnab.tomsk.ru> [12]. Поиск по сайту можно осуществлять по семи основным разделам:

- Главная страница сайта;
- Акции компании;
- Обзоры новинок средств;
- Полезные советы по уходу за полостью рта;
- Учебный центр компании для специалистов;
- Способы связи с менеджерами компании;
- Ссылка на скачивание прайс-листа со всеми продуктами компании ООО «Медстар+».

Помимо семи главных ссылок, на главной странице сайта есть «кнопки» для перехода в разделы с определенным видом товара, например, «товары для анестезии» или «стоматологические инструменты и материалы». Так потенциальный клиент, перейдя в раздел с помощью «кнопки» сможет увидеть все товары, объединенные одной категорией, выбрать нужный товар и добавить его в поле «корзина», откуда уже подтвердить и оформить свой заказ. Такая система сервиса веб-сайта является классической и понятной любому пользователю, она применяется повсеместно на страницах, на которых можно приобрести/заказать что-либо.

Сайт компании ООО «Медстар+» представляет собой непрерывную ленту, для перемещения по которой необходимо прокручивать колесико компьютерной мыши. Устройство веб-страницы как непрерывного полотна с расположенными на нем «кнопками-ссылками», также является очень распространенной формой конструкции сайта, понятной и простой в работе с ней пользователям.

Однако, проведя анализ и поиск по всем разделам сайта, становится понятно, что дизайн официального сайта компании ООО «Медстар+» морально и технологически устарел и не привлекает внимание пользователя, а значит, является неэффективным инструментом продаж. Некоторые

разделы и ссылки давно не получали обновления и являются на данный момент «заброшенными», например, ссылка-совет «как выбрать зубную пасту?» переносит пользователя сайта на пустую страницу, то есть, эта часть сайта была или недоделана, или устаревшая информация была удалена, но не обновлена. Одним из плюсов можно выделить то, что на сайте нет сторонней рекламы, которая не связана с деятельностью фирмы.

Сайту компании ООО «Медстар+» требуется рестайлинг, то есть изменение стиля, атрибутов бренда при сохранении идеологии, позиционирования торговой марки. Рестайлинг - косметические изменения во внешнем виде торговой марки в данном случае официального сайта. Рестайлингу подвергаются логотип, эмблема торговой марки, информационный материал, фирменный стиль компании. Также необходимо техническое обновление официального сайта, чтобы все разделы были с «активными ссылками», важно учесть удобство обращения с сайтом пользователей и работников ООО «Медстар+» для осуществления комфортного и регулярного обновления информации сайта.

Присутствие компании в социальных сетях, мессенджерах и прочих онлайн-ресурсах необходимо для привлечения клиентского трафика на официальный сайт, с которого осуществляется продажа продукции. Для ведения деятельности по интернет-маркетингу необходим SMM и SEO-менеджер, присутствие которого в офисе компании необязательно, работник может выполнять данные обязанности удаленно со своего рабочего компьютера, а именно:

- Ведение аккаунтов фирмы в социальных сетях;
- Создание и контроль обновления контента;
- Настройка в аккаунтах реферальных ссылок, ведущих на сайт «Медстар+»;
- Обратная связь и консультация клиентов на платформах приложений социальных сетей и мессенджеров;
- Поддержание имиджа компании;

- Настройка таргетированной рекламы, которая будет привлекать на сайт только тех потенциальных клиентов, готовых со 100% вероятностью осуществить покупку;
- Оформление и предоставление отчетности руководству ООО «Медстар+».

Все перечисленные обязанности можно наглядно представить в виде рисунка 5.

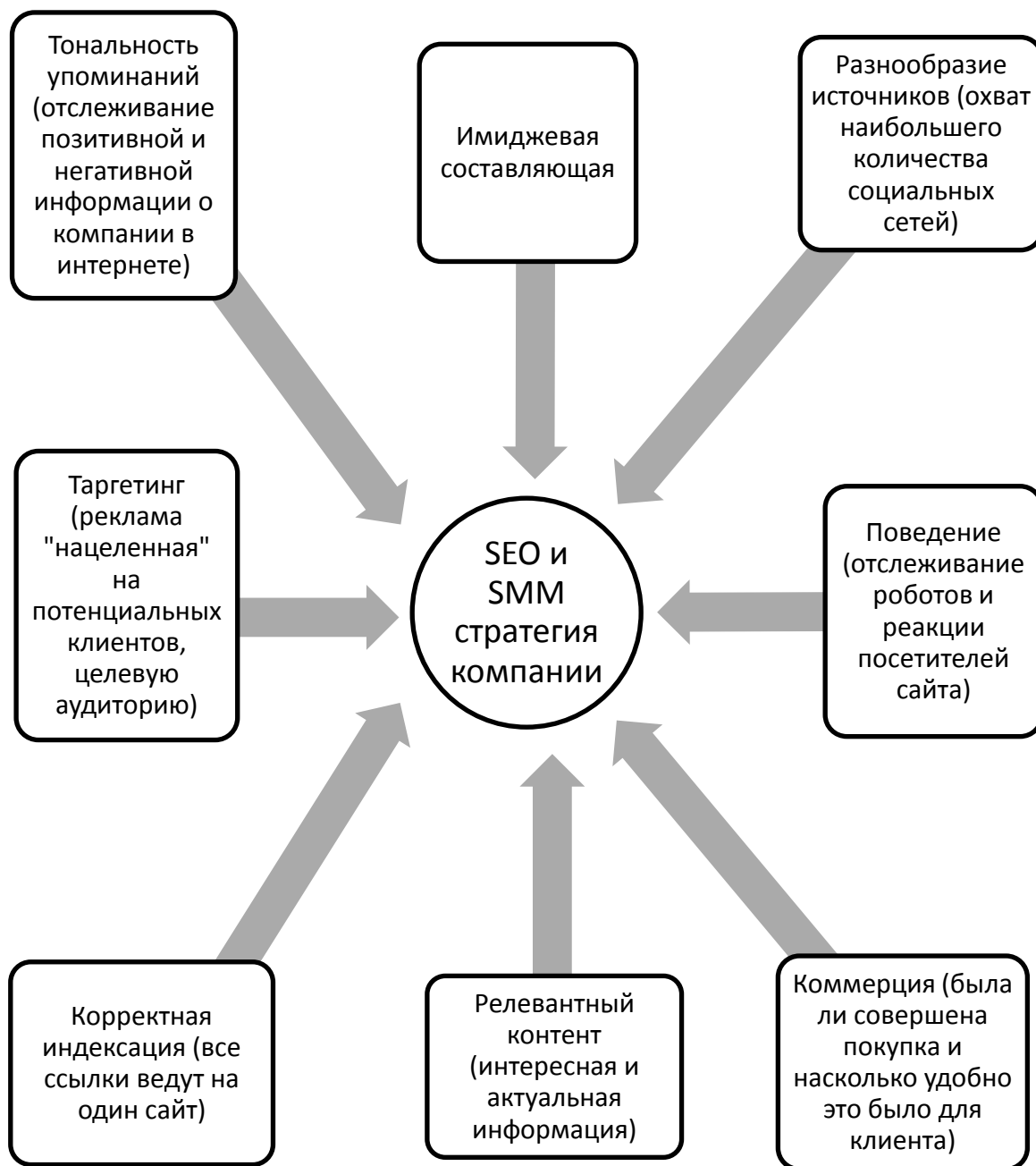


Рисунок 5 – Составные части инновационной маркетинговой интернет-стратегии продвижения компании

Таким образом, для компании ООО «Медстар+» были выделены три продуктовых инновации, которые должны повысить прибыль от продаж, и одна организационная маркетинговая инновация, способная повысить престиж и эффективность работы организации. В следующем параграфе будут рассчитаны затраты на их внедрение и приобретение, их гипотетический потенциал в использовании, после чего будут сделаны выводы о целесообразности включения нововведений в работу предприятия.

3.3 Перспективы использования предложенных мероприятий на ООО «Медстар+»

Современная компания, если она хочет быть востребованной у потребителей как B2B рынка, так и B2C рынка, должна включать в свою деятельность Интернет и представлять свое предложение в сети. Технологии Интернет-продвижения сейчас способны вывести бизнес из кризиса и превратить в прибыльное предприятие.

Поэтому, для компании ООО «Медстар+» предлагается инновационная современная стратегия развития внутри Интернет пространства, включающая в себя такие пункты:

1. Официальному сайту необходимы корректировки и ре-дизайн, так как визуально и технически он выглядит и является устаревшим. Сайт не адаптирован под мобильные устройства, поиск по сайту осуществлять долго и неудобно, некоторые ссылки на сайте неактивны, например, «Как выбрать зубную пасту?».

Стоимость качественной «перестройки» от 30 000 до 100 000 рублей (заказ услуги можно осуществить на порталах фрилансеров, в агентстве цена может достигать 400 000 рублей).

2. Сайту необходима регулярная модерация, так как для фирмы выгодно, чтобы все или абсолютное большинство товаров имели статус «в

наличии», также количество некоторых товарных категорий целесообразно увеличить и разнообразить.

Стоимость отдельной должности модератора сайта от 10 000 до 20 000 рублей в месяц через порталы фрилансеров.

3. Для обратной связи и привлечения новых клиентов фирме подходят не все интернет сайты и приложения. Вконтакте, Одноклассники и Инстаграм не подходят, потому что эти сервисы предназначены для развлекательного контента. YouTube подходит для визуального и ознакомительного контента, Facebook подходит для осуществления механизма обратной связи с клиентом, так как именно там сосредоточена взрослая деловая аудитория. Вконтакте и мессенджеры, например, Вотсапп, Вайбер, Телеграмм могут быть только средствами общения с клиентом. Эффективным средством интернет-маркетинга будут рассылка по электронной почте, а также таргетированная реклама в браузерах.

Стоимость такой ежемесячной работы около 30 000 рублей. Как правило, руководство компании выделяет, приемлемый по своей величине, так называемый «тестовый бюджет» на один месяц тестирования SEO и SMM стратегии, которая даст первые результаты по окончании первого месяца тестирования. Сбор данных о потраченном бюджете и цены привлечения клиента на официальный сайт анализируются, чтобы в следующем месяце работы маркетинговой программы бюджет был скорректирован (увеличен или уменьшен), изменены площадки продвижения.

Рекомендации по наладке и запуску работы SEO и SMM продвижения «Медстар+» обойдутся для компании примерно в 100 000 рублей разово и, примерно, в 40 000 рублей ежемесячно, потому как все необходимые обязанности целесообразно включить в одну должность и нанять, соответственно, одного работника. Реализация этих предложений позволит достигнуть эффективной работы с потенциальными клиентами без формата очной встречи. Также повысится лояльность потребителей к фирме,

за счет создания впечатления более клиентоориентированного предприятия, с увеличением объема продаж будет достигнута полная окупаемость вложений.

Объем продаж предполагается существенно повысить благодаря включению в предложение ООО «Медстар+» трех продуктовых инноваций. А именно, приобрести тестовую партию напитка для улучшения состояния полости рта «Qii» - данный продукт предлагается продавать в розницу в магазине «Медстар+» и через официальный сайт, реализовывать оптом в стоматологические и зубоврачебные клиники, чтобы там осуществлялась их дальнейшая реализация, а также предлагать в качестве комплимента клиентам, совершившим крупную закупку в «Медстар+».

На данный момент стоимость одной банки напитка объемом 237 миллилитров составляет около 175 рублей. Закупку, достаточную для отправки в г. Томск, необходимо осуществить в количестве не менее 100 банок разово. Так, затраты на пробную партию продуктовой инновации «Qii» можно представить в виде таблицы 13.

Таблица 13 – характеристика закупки пробной партии напитка «Qii».

Преимущества	Недостатки	Затраты на 1 партию
1. Отсутствие конкуренции 2. Инновационный продукт 3. Широкая целевая аудитория	1. Закупка партии от 100 штук 2. Товар отправляется из Канады	1. От 15 000 до 20 000 рублей стоимость партии напитков 2. До 5 000 рублей стоимость доставки до г. Томска

Стартовой ценой продажи может стать уровень в 250 рублей, так как закупочная цена на напиток зависит от курса Американского доллара к Российскому рублю, то есть определить наценку около 43%, для оптовой закупки установить договорную цену. Следовательно, при таких грубых математических расчетах окупаемость первой закупки наступит через 2,5 месяца. После достижения окупаемости необходим расчет итоговых затрат и выручки от реализации, а также оценка спроса на данный продукт.

Следующей продуктовой инновацией предлагается закупка 3D-принтеров медицинского назначения для последующей продажи их в частные и муниципальные клиники Томска и области. Чтобы понять, стоит ли осуществлять закупку дорогостоящего оборудования, необходимо провести анкетный опрос клиник, выяснить, готовы ли клиники перейти на использование 3D-печати в области протезирования и производства хирургических шаблонов. Поскольку клиентами ООО «Медстар+» в первую очередь являются юридические лица, целесообразно подготовить рекламную брошюру, в которой отразить потенциальную выгоду и преимущества внедрения такого оборудования в работу клиник.

После проведения исследования на наличие спроса, компании «Медстар+» следует заключить договор с потенциальным покупателем, взять предоплату на закупку оборудования и расходных материалов. На рынке Томской зубоврачебной медицины ООО «Медстар+» может стать обладателем уникального инновационного предложения. Для клиентов, осуществивших покупку посредством «Медстар+», необходимо далее подготовить договор о дальнейшей поставке расходных материалов и комплектующих.

Тем более привлекательно включить средства для 3D-печати в ассортимент компании ООО «Медстар+», поскольку эта технология в стоматологии стала возможна только в 2018 году из-за сложности моделирования человеческих зубов. Для сравнения, моделирование и печать крупных костей стала возможна еще в 2013 году. Биосовместимые и устойчивые к воздействию пищи и слюны материалы сейчас не превышают в своей стоимости порог в 3 000 рублей, так, гипотетически, стоимость протезирования может быть снижена до 80%, по сравнению с традиционными методами оперирования [26].

Поскольку компания ООО «Медстар+» не является производителем собственной продукции, а предоставляет услуги по покупке оптом и в розницу стоматологического оборудования, материалов, инструментов и

средств профилактики, в процессе исследования инновационных продуктов для зубоврачебной медицины было выделено устройство для воздушной бесконтактной обработки зубов – «Sandman Futura» [24].

В отличие от традиционной бормашины применение аппарата «Sandman Futura» предотвращает сколы и микротрещины на эмали. Кроме этого, обработка зуба с помощью данного устройства перед установкой пломбы обеспечивает лучшее сцепление материалов с тканями зуба, что продлевает гарантийный срок до 5 лет на отсутствие вторичного кариеса. Лечение зубов с помощью «Sandman Futura» психологически комфортно для пациента, так как нет звука бормашины и запаха дентина, а сам процесс лечения проходит практически беззвучно и безболезненно. Стоимость полного функционального комплекта устройства, готового к работе, составляет 188 268 рублей.

Все вышеперечисленные преимущества устройства делают его привлекательным для Томских клиник предложением. Целевой аудиторией при использовании «Sandman Futura» будут пациенты пожилого и детского возраста, с повышенной чувствительностью полости рта и беременные женщины. Маркетинговая и рекламная кампании по продвижению данного прибора должны акцентировать внимание потенциального покупателя на том, что клиника, внедрившая такую воздушно-абразивную систему, привлечет новых лояльных клиентов, так как пациенты будут довольны отсутствием неприятных ощущений [24].

Таким образом, для компании ООО «Медстар+» были выделены три перспективные продуктовые инновации и одна организационная. Закупка и продажа технических новшеств, для удовлетворения потребностей медицинских учреждений в качественном современном оборудовании, повысит престиж «Медстар+». Привлечение в свой бизнес таких товарных решений, позволит компании получать сверхприбыль по сравнению с конкурентами. Поэтому можно говорить о высокой привлекательности ведения деятельности по продаже инновационных товаров, так как на

некоторый период времени фирма-продавец может стать монопольным продавцом на рынке и диктовать свою цену в пределах покупательской способности клиентов.

Инновационная деятельность является применением новых знаний и технологий для генерации прибыли. Руководству ООО «Медстар+» следует начать использование в своем предложении новых товаров, чтобы завоевать лояльных покупателей. Не следует ждать, когда инновационные товары совершат продуктовый цикл и станут традиционными товарами. Продвижению и продаже инновационных товаров призвана помочь организационная маркетинговая инновация.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБ51	Трушина М. А.

Школа	инженерного предпринимательства	Направление	38.03.01 Экономика
Уровень образования	Бакалавриат		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i> – вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера	Освещение рабочего места удобное с установкой общего и местного освещения, метеоусловия оптимальные, установлены кондиционеры, электромагнитные излучения на низком уровне, ионизирующие излучения сведены к минимуму. Рабочее место оборудовано согласно всем нормам и правилам техники безопасности, установлена пожарная сигнализация, запасные выходы в доступе.
<i>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</i>	– ГОСТ 12.1.005-88 ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны. – СНиП II-4-79. Естественное и искусственное освещение. – СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03. Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы. – ГОСТ 12.0.003-74 ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы. Классификация. – ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий 75 стандарт идентичен международному стандарту ISO 20000-2010 «Guidance on social responsibility».

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности: – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;	– безопасность труда; – стабильность заработной платы; – поддержание социально значимой заработной платы; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения
---	--

– системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях.	квалификации.
2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), – готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	– взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность.
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: – Анализ правовых норм трудового законодательства; – Анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов. – Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.	«Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019)
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	05.02.2019
---	-------------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доц.	Ермушко Ж. А.	к.э.н.		05.02.2019

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ51	Трушина М. А.		05.02.2019

4 Социальная ответственность

4.1 Корпоративная социальная ответственность в ООО «Медстар+»

В данной главе анализируется процесс управления социальной ответственностью. В частности, дана краткая характеристика социальной ответственности ООО «Медстар+».

Социальная ответственность фирмы перед работниками по праву считается важной составляющей корпоративной стратегии и включает в себя ответственность за благополучие своих сотрудников в социальной сфере, ответственность за благополучие общества в целом (уплата налогов, выплата заработной платы, обеспечение необходимых условий труда).

Социальная ответственность предприятия представляет собой уровень отзыва на различные социальные потребности сотрудников. Необходимо отметить, что такие потребности работников не определяются законом или иными регулирующими органами – эти действия производятся для общества на добровольной основе. Можно утверждать, что понятие социальной ответственности тесно связано с достижением коммерческой выгоды так, чтобы показать уважение к своим работникам и обществу в целом.

В практике российского бизнеса КСО регламентируется следующими положениями и рекомендациями:

1. ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 26000-2010 «Guidance on social responsibility».

2. Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000. Центральным документом стандарта считается ISO 14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента». Здесь установлены требования к системе экологического менеджмента любого предприятия. В стандарте приведены

основные термины и определения, а также изложены рекомендации в области экологической политики, планирования, целей и задач, программы и системы экологического менеджмента.

3. GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности. Отчет по устойчивому развитию – это отчет, раскрывающий информацию о деятельности организации в экономической, экологической, и социальной области, а также в области управления.

4. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда.

В приведенных выше стандартах можно найти основные определения КСО и элементов. Корпоративная социальная ответственность – международная бизнеспрактика, которая прочно вошла в корпоративное управление в конце XX века. В настоящее время внедрение мероприятий КСО становится неотъемлемой частью успешной компании.

Рабочее место - это часть пространства, в котором работник осуществляет трудовую деятельность, и проводит большую часть рабочего времени. Рабочая зона имеет следующие параметры:

- длина помещения (А): 5 м;
- ширина помещения (В): 3 м;
- высота помещения (Н): 3 м;
- число окон: 1 (размер 1,5х2 м);
- число рабочих мест: 1.

В помещении имеются рабочие места, оснащенные компьютерами и принтером.

Главными элементами рабочего места являются письменный стол и кресло. Рабочий стол имеет пространство для ног высотой 700 мм, шириной – 600 мм, глубина на уровне колен – 450 мм и на уровне вытянутых ног – 700 мм.

Помещение характеризуется как объект с малым выделением пыли. Естественная вентиляция осуществляется при помощи окон и

вентиляционных каналов. Отопление осуществляется посредством системы центрального водяного отопления.

Рабочее место сотрудника соответствует:

- ГОСТ 12.1.005-88 ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны.
- СНиП II-4-79. Естественное и искусственное освещение.
- СанПиН 2.2.2/2.4.1340–03. Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы.
- ГОСТ 12.0.003-74 ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы.

4.2 Анализ факторов внутренней социальной ответственности

Анализ эффективности программ КСО проводится в случае, если на предприятии реализуются внешние (направленные во внешнюю среду предприятия) или внутренние (направленные во внутреннюю среду предприятия) программы КСО.

К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

- безопасность труда;
- стабильность заработной платы;
- поддержание социально значимой заработной платы;
- дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников;
- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;
- оказание помощи работникам в критических ситуациях и т.д.

Основополагающими принципами социальной ответственности компании ООО «Медстар+» являются:

- действовать в соответствии с законодательством;
- ценить и уважать сотрудников;

- открыто информировать сотрудников, потребителей и другие заинтересованные стороны о своей деятельности;
- действовать в соответствии с самыми высокими этическими стандартами;
- нетерпимо относиться к коррупции и взяточничеству;
- использовать свои ресурсы с максимальной эффективностью;
- сотрудничать с общественными организациями.

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как прямое, так и косвенное влияние. Например, к прямым стейкхолдерам относятся потребители или сотрудники компании, а к косвенным – местное население, экологические организации и т.д. Важным представляется то, что в долгосрочной перспективе для организации важны как прямые, так и косвенные стейкхолдеры.

Таблица 1 – Основные стейкхолдеры компании «Медстар+»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Сотрудники, организации по реализации оборудования, торговые объекты, реализующие продукцию, научноисследовательские учреждения, потребители продукции и услуг, предприятия социальной сферы.	Правительство РФ, Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба.

Основную часть предприятия занимают прямые стейкхолдеры. К косвенным стейкхолдерам же относятся органы управления федерального, местного и регионального уровня.

Компания «Медстар+» поддерживает для своих работников достойную и стабильную оплату труда, помогает в оформлении документов по медицинскому и социальному страхованию. На предприятии действует программа корпоративных скидок на продукцию и услуги для сотрудников организации. Также, любой сотрудник может повысить свою квалификацию за счет финансирования ООО «Медстар+».

Большое внимание уделяется состоянию санитарно - бытовых условий. Постоянно действующая комиссия по утвержденным графикам проверяют техническое состояние, обеспеченность мебелью и эстетическое состояние санитарно-бытовых помещений.

С целью повышения качества подготовки специалистов и укрепления взаимодействия предприятий и ВУЗов организована системная работа со студентами ВУЗов по подготовке дипломных проектов, прохождения практик.

Аттестация персонала – составная часть системы управления человеческими ресурсами, направленная на реализацию корпоративной стратегии, и проводится в соответствии с Трудовым кодексом РФ и соответствующими нормативными документами. Целью аттестации персонала является выявление соответствия компетентности работников должностным и квалификационным требованиям, а также оценка возможностей их дальнейшего служебного роста. Аттестации подлежат руководители, специалисты и служащие компании «Медстар+» (около 33% от общей численности персонала).

Таблица 2 – Мероприятия программы социальной ответственности ООО «Медстар+»

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации	Результаты мероприятий
Безопасность труда	Социально ответственное поведение	Сотрудники предприятия, органы власти по охране труда	Ежегодно	Создание безопасной рабочей зоны для сотрудников, свести к минимуму риск аварийных ситуаций и травматизма
Социальная политика	Социально ответственное поведение	Сотрудники предприятия	Ежегодно	Улучшение условий труда сотрудников, мониторинг состояния здоровья, добровольное страхование
Кадровая программа	Социально ответственное поведение	Сотрудники предприятия	Ежегодно	Обеспечение потребности в высококвалифицированном персонале

Все программы корпоративной социальной ответственности предприятия направлены именно на повышения уровня жизни населения, безопасности труда и повышения качества жизни сотрудников.

Таблица 3 – Затраты на социальную ответственность ООО «Медстар+»

Основные направления финансирования	Финансирование от общей суммы расходов компании, в рублях
Благотворительность	243 000
Создание оптимальных условий труда и отдыха	1 769 000
Улучшение жилищных условий сотрудников	269 000
Охрана здоровья	130 000
Негосударственное пенсионное обеспечение	289 301

Основным механизмом финансирования социальных проектов компаниями являются соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с регионом.

4.3 Анализ факторов внешней социальной ответственности

Проведение социальной политики является необходимой составляющей корпоративной стратегии развития фирмы в Российской Федерации. При этом понятие социальной ответственности тесно связано с достижением коммерческой выгоды для предприятия.

На сегодняшний день вопрос о социальной ответственности бизнеса стоит очень остро в связи с обострением не только экологической обстановки в стране, но и с другими важными вопросами, такими как: трудоустройство граждан, культурное развитие общества, спорта и здорового образа жизни, подготовка кадрового потенциала страны и т.д.

Эти вопросы на современном этапе жизни общества не могут решаться только за счет государства, поэтому бизнес поставлен не только в жесткие условия конкуренции, но и должен нести ответственность за свою деятельность и решать поставленные перед ним социально-экономические задачи.

Компания «Медстар+» осуществляет сотрудничество с Администрацией Томской области как участник сообщества местных предпринимателей. Также является поставщиком оборудования и материалов для стоматологических клиник и медицинских учреждений.

Гарантией ответственного отношения к своей работе перед потребителем является бесплатное гарантийное обслуживание для оборудования, а так же бесплатная установка и обучение специалистов по эксплуатации оборудования, на базе предприятия действует инженерно-техническая служба.

4.4 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности

В настоящий момент действительно «Постановление Администрации Томской области от 29.12.2018 № 508а. Об утверждении областной Программы государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи на территории Томской области на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 г.», согласно которому организацией «Медстар+» бесплатно предоставляются:

- первичная медико-санитарная помощь, в том числе первичная доврачебная, первичная врачебная и первичная специализированная;
- специализированная, в том числе высокотехнологичная, медицинская помощь;
- скорая, в том числе скорая специализированная, медицинская помощь;

– паллиативная медицинская помощь, оказываемая медицинскими организациями.

Предприятие осуществляет свою работу на основании действующих сертификатов и лицензий государственного образца.

Сотрудники осуществляют свою профессиональную деятельность на основании «Трудового кодекса Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019), по установленным государственным гарантиям трудовых прав и свобод граждан, созданным благоприятным условиям труда, защиты прав и интересов работников.

ООО «Медстар+» зарекомендовало себя в качестве примера социально – ответственного предприятия Сибирского федерального округа. ООО «Медстар+» ориентировано в проведении социальной политики как на работника (традиция ежегодно выбирать лучших по основным профессиям, проведение торжественных мероприятий), так и на подрастающее и старшее поколение (проведение образовательно-развлекательных мероприятий, направленных на просвещение населения по профилактике здоровья полости рта). Справедливо отметить, что социальная политика, проводимая ООО «Медстар+», способствует совершенствованию отношений в сфере труда, создает основу благополучия Российской Федерации в масштабе.

Таким образом, рассматривая имеющуюся степень развития социальной ответственности ООО «Медстар+» наблюдается ее полнота и реализация практически всех направлений, кроме экологической безопасности предприятия. Учитывая большой аспект уже проводимой работы, предприятие не намеревается на этом останавливаться и разрабатывает новые направления развития и повышение качества уже имеющихся программ и условий труда.

Заключение

Роль социальных инноваций в развитии общества огромна, так как их тенденции способствуют экономическому росту предприятия и улучшению качества жизни людей, потребляющих продукты/услуги инновационных компаний [27].

В настоящее время компания ООО «Медстар+» имеет статус финансово-стабильного и развивающегося предприятия по продаже медицинского оборудования, медикаментов, расходных материалов, образовательных услуг в сфере стоматологии и зубоврачебной медицины. Основной целью своей деятельности «Медстар+» ставит полное или частичное удовлетворение потребностей своих клиентов в товарах/услугах.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы были изучены основные понятия, теория и практика внедрения инноваций. Описаны возможные для предприятий источники финансирования инновационной деятельности в Российской Федерации.

Далее была дана общая характеристика общества с ограниченной ответственностью «Медстар+», проанализирована финансово-хозяйственная деятельность фирмы. Был проведен анализ ассортиментной политики, поставщиков предприятия, выделена целевая аудитория потребителей. Проанализированы финансовые результаты компании и перспективы ее дальнейшего развития. В результате исследования был сделан вывод, что ООО «Медстар+» находится в вполне устойчивом финансовом состоянии, а также, что способность предприятия к устойчивому функционированию и развитию увеличилась. Это связано с рядом причин: модернизацией предприятия, повышением социальной активности компании, увеличением объема продаж [30].

По результатам анализа финансовых результатов, чистая прибыль ООО «Медстар+» увеличилась на 26,26% с 3 561 тысяч рублей до 4 496 тысяч рублей. Рентабельность продаж юридического лица равна 13,76%. Коэффициент рентабельности собственного капитала за 2016 год — 10,67%.

В третьей главе исследования были разработаны рекомендации по внедрению четырех нововведений в работу компании «Медстар+». Во-первых, это продуктовая инновация, представляющая собой закупку оборудования и расходных материалов для 3D-печати, с последующей розничной перепродажей их в коммерческие и муниципальные клиники Томска и области.

Во-вторых, было предложено стать поставщиком инновационного аппарата, который призван заменить собой привычные стоматологические бормашины. «Sandman Futura» - способен снискать популярность у пациентов стоматологических клиник и зубоврачебных кабинетов.

В-третьих, ООО «Медстар+» может стать первым за пределами Москвы продавцом инновационного продукта «Qii» - напитка, ухаживающего за полостью рта человека.

В-четвертых, была описана комплексная маркетинговая инновационная стратегия с использованием SEO и SMM инструментария. Данная стратегия способна в долгосрочной перспективе повысить престиж и узнаваемость компании, как бренда, увеличить число покупателей, в том числе и постоянных, что, соответственно, повысит прибыль от продаж ООО «Медстар+».

Анализ инновационной деятельности фирмы показал, что «Медстар+» не является в полной мере компанией-инноватором. Однако финансовые ресурсы ООО «Медстар+» позволяют фирме инвестировать в закупку инновационных товаров и организацию управленческих и маркетинговых инноваций. Далее были описаны перспективные выгоды от использования предложенных компании мероприятий.

Таким образом, можно утверждать, что инновации являются важным условием для развития предприятия, и включение их в его работу повысит конкурентоспособность и эффективность деятельности фирмы. Предложенные мероприятия за счет своей новизны должны привлечь новых клиентов и удовлетворить их потребности в оказании качественных услуг по уходу за своим здоровьем.

Список использованных источников

1. Гребнев И.Н. Экономика торгового предприятия / И.Н. Гребнев. - М.: Экономика, 2016. – 58 с.
2. Друкер П. Бизнес и инновации / П. Друкер. — М.: Вильямс, 2017. – С. 58-64.
3. Лапин Н. И. Теория и практика инноватики / Н.И. Лапин. - М.: Логос, 2017. – 218 с.
4. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг. Учебник / В.Д. Секерин. - М.: ИНФРА-М, 2016. – С. 13-18.
5. Бок К. Решиться на прорыв [Электронный ресурс] // Forbes. — 2014. – URL: <http://forbes.net.ua>. (дата обращения 10.06.2019).
6. Акмаева Р. И. Инновационный менеджмент / Р.И. Акмаева. - М.: Феникс, 2019. – 180 с.
7. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул и др. - М.: АНО "ИПЭВ", 2018. – 20 с.
8. С.Ю. Фридлянова. Инновации в России: динамика основных показателей [Электронный ресурс] / Доклад Института статистических исследований и экономики знаний. – 2018. <https://issek.hse.ru>. (дата обращения 10.06.2019).
9. Кулаков Ю. Н. Инновационная политика. Учебник. - М.: Юрайт, 2016. - 504 с.
10. Информация о деятельности организации [Электронный ресурс] // Официальный сайт АНО «Томское агентство инновационного развития» . - URL: <https://innoregions.ru>. (дата обращения 10.06.2019).
11. Алексеева М.Б. Анализ инновационной деятельности. учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: моногр. / М.Б. Алексеева, П.П. Ветренко. - М.: Юрайт, 2016. – 160 с.
12. Общая информация о предприятии, прайс-лист, данные юридического лица. [Электронный ресурс] // Официальный сайт предприятия

ООО «Медстар+». - URL: <http://medsnab.tomsk.ru>. (дата обращения 10.06.2019).

13. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2015. – 96 с.

14. Хендерсон Брюс Д. Продуктовый портфель // Бостонская консалтинговая группа BCG Review: Дайджест. — М: Бостонская консалтинговая группа, 2018. — Вып. 02. – С. 1-15.

15. Информация о данных бухгалтерской отчетности ООО «Медстар+». [Электронный ресурс] // Портал «За честный бизнес». - URL: <https://zachestnyibiznes.ru>. (дата обращения 10.06.2019).

16. Вайс Т.А. Экономика предприятия: учебник / Вайс Т.А., Вайс Е.Н., Васильцов В.С. – М.: КноРус, 2015. – 130 с.

17. Стрелкова Л. В. Экономика и организация инноваций. Теория и практика / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. - М.: Юнити-Дана, 2016. – 60 с.

18. Галкина А.В., Назарова В.С. Инновации на предприятии [Электронный ресурс] / Проблемы развития инновационно-креативной экономики. — URL: <http://bgscience.ru>. (дата обращения 10.06.2019).

19. Информация о данных бухгалтерской отчетности ООО «Медстар+», информация о видах деятельности предприятия. [Электронный ресурс] // Блог о предпринимательстве в ИТ сфере. – URL: <http://www.softwareandstartups.com>. (дата обращения 10.06.2019).

20. Кондратьев С.С. Роль инноваций в развитии предприятия [Электронный ресурс] // Молодой ученый. — 2018. — №24. – С. 139-141. – URL <https://moluch.ru/archive/210/51516>. (дата обращения 10.06.2019).

21. Балабанов В. С. Инновационный менеджмент / В.С. Балабанов, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников. - М.: Российская академия предпринимательства, Наука и образование, 2018. – 44 с.

22. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе. Учебник / Л.П. Гаврилов. - М.: Юрайт, 2014. – С. 100-103.

23. Справочная информация о 3D- печати и оборудовании для

предприятий в медицине. [Электронный ресурс] // Официальный поставщик и дистрибьютор 3D-оборудования. - URL: <https://top3dshop.ru>. (дата обращения 10.06.2019).

24. Справочная информация о компании и производимом ею оборудовании, прайс-лист. [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «SANDMAN». - URL: <https://ru.sandman-dental.com>. (дата обращения 10.06.2019).

25. Справочная информация о компании и продукте компании. [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Qii». - URL: <https://drinkqii.com>. (дата обращения 10.06.2019).

26. Сурин А. В. Инновационный менеджмент / А.В. Сурин, О.П. Молчанова. - М.: ИНФРА-М, 2018. – С. 51-53.

27. Экономика и финансовое обеспечение инновационной деятельности / И.Л. Туккель и др. - М.: БХВ-Петербург, 2017. – 86 с.

28. Яшин С. Н. Анализ эффективности инновационной деятельности / С.Н. Яшин, Е.В. Кошелев, С.А. Макаров. - М.: БХВ-Петербург, 2016. – 20 с.

29. Б.В. Черников Информационные технологии управления / Б.В. Черников. - М.: Форум, Инфра-М, 2016. – С. 34-50.

30. More E., Irwin, H.; Technology transfer: Technocultures, power and communication - the Australian experience // J. of inform. science. - L., 2015. - Vol. 21, N 3. – P. 5-10.

31. Трубочкина М.И. Управление затратами предприятия / М. И. Трубочкина. – ИНФРА-М, 2015. - 11с.

32. Зарецкий А. Г. Промышленные технологии и инновации. Учебник / А. Зарецкий, Т. Иванова. - М.: Питер, 2016. - 480 с.

33. Андрейчиков А. В. Организация и финансирование инновационной деятельности. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 264 с.

Приложение А

(справочное)

Бухгалтерский баланс за 2016 год

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС ЗА 2016 ГОД

все суммы указаны в тысячах рублей

НАИМЕНОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ	КОД	ОТЧЕТНЫЙ ГОД	ПРЕДЫДУЩИЙ ГОД
-------------------------	-----	-----------------	-------------------

Баланс

БАЛАНС (актив)	1600	44 256	30 821
БАЛАНС (пассив)	1700	44 256	30 821

Внеоборотные активы

Нематериальные активы	1110	0	0
Результаты исследований и разработок	1120	0	0
Нематериальные поисковые активы	1130	0	0
Материальные поисковые активы	1140	0	0
Основные средства	1150	0	0
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0
Финансовые вложения	1170	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0
Итого внеоборотных активов	1100	0	0

АКТИВ
Чтобы
параме

Оборотные средства

Запасы	1210	41 694	24 988
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	0
Дебиторская задолженность	1230	69	3 080
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	2 493	2 755
Прочие оборотные активы	1280	0	0
Итого оборотных активов	1200	44 256	30 821

Капитал и резервы

Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0
Переоценка внеоборотных активов	1340	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	0
Резервный капитал	1360	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	42 111	25 365
ИТОГО капитал	1300	42 121	25 375

Долгосрочные обязательства

Долгосрочные заемные средства	1410	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0
Оценочные обязательства	1430	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0
ИТОГО долгосрочных обязательств	1400	0	0

Краткосрочные обязательства

Краткосрочные заемные обязательства	1510	1 310	3 880
Краткосрочная кредиторская задолженность	1520	825	1 588
Доходы будущих периодов	1530	0	0
Оценочные обязательства	1540	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0
ИТОГО краткосрочных обязательств	1500	2 135	5 468

Приложение Б

(справочное)

Отчет о финансовых результатах за 2016 год

ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ ЗА 2016 ГОД

все суммы указаны в тысячах рублей

НАИМЕНОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ	КОД	ОТЧЕТНЫЙ ГОД	ПРЕДЫДУЩИЙ ГОД
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка	2110	32 669	46 314
Себестоимость продаж	2120	26 563	38 347
Валовая прибыль (убыток)	2100	6 106	7 967
Коммерческие расходы	2210	1 610	3 100
Управленческие расходы	2220	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	2200	4 496	4 867

Прочие доходы и расходы

Доходы от участия в других организациях	2310	0	0
Проценты к получению	2320	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0
Прочие доходы	2340	0	0
Прочие расходы	2350	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	4 496	4 867
Текущий налог на прибыль	2410	0	0
Постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	2450	0	0
Прочее	2460	0	0
Чистая прибыль (убыток)	2400	4 496	4 867

Совокупный финансовый результат

Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	2510	0	0
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	0	0
Совокупный финансовый результат периода	2500	4 496	4 867