

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

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01 «Экономика»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Внедрение нового программного продукта как инструмент повышения эффективности деятельности организации

УДК 005.52:004.422

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б60	Жилин Евгений Олегович		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ЮТИ ТПУ	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ЮТИ ТПУ	Солодский С.А.	к.тех.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ЮТИ ТПУ	Телипенко Е.В.	к.т.н., доцент		

Юрга – 2020 г.

Код результата	Результаты обучения ООП (выпускник должен быть готов)
P1	Применять глубокие гуманитарные, социальные, экономические и математические знания для организации и управления экономической деятельностью предприятий с соблюдением правил охраны здоровья, безопасности труда и защиты окружающей среды
P2	Применять типовые методики и действующую нормативно-правовую базу для экономических расчетов и представлять их результаты в соответствии со стандартами организации
P3	Ставить и решать задачи экономического анализа, связанные со сбором и обработкой экономических данных с использованием отечественных и зарубежных источников информации и современных информационных технологий, а также с анализом и интерпретацией полученных результатов
P4	Разрабатывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев их социально-экономической эффективности, используя современные информационные технологии
P5	Преподавать экономические дисциплины, разрабатывать и совершенствовать их учебно-методическое обеспечение
P6	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена или руководителя малой группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, нести ответственность за организационно-управленческие решения и результаты работы
P7	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать с информацией и документами в иноязычной среде
P8	Активно использовать навыки работы с компьютером как средством управления информацией с соблюдением требований информационной безопасности
P9	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических, культурных и исторических аспектов развития общества и компетентность в вопросах прогнозирования социально-значимых проблем и процессов
P10	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, в том числе с использованием глобальных информационных систем

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
 «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Юргинский технологический институт (филиал) федерального государственного
 автономного образовательного учреждения высшего образования
 «Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ЮТИ ТПУ)

Юргинский технологический институт
 Направление 38.03.01 «Экономика»

УТВЕРЖДАЮ:
 Руководитель ООП
 _____ Е.В. Телипенко
 (Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
17Б60	Жилину Евгению Олеговичу

Тема работы: Внедрение нового программного продукта как инструмент повышения эффективности деятельности организации ООО «Крафт»

Утверждена приказом проректора-директора
(директора) (дата, номер)

От 30.01.2020 №4/С

Срок сдачи студентом выполненной работы:

01.06.2020 г.

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.).

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Крафт».

Предметом исследования является новый программный продукт, предлагаемый к внедрению в ООО «Крафт». А также методы повышения эффективности деятельности организации

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;

Перечень вопросов по разработке состоит в следующем:

1. Какие существуют методы повышения эффективности деятельности организации;
2. Какое положение имеет хозяйственная деятельности в ООО «Крафт»;

<p><i>содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<p>3. Как повлияет внедрение нового программного продукта в ООО «Крафт», и определение его экономической эффективности.</p>
<p>Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слайд – Титульный лист 2. Слайд – Введение 3. Слайд – Методы повышения эффективности деятельности организации 4. Слайд – Характеристика организации ООО «Крафт» 5. Слайд – Анализ основных технико-экономических показателей, таблица 1 - Основные технико-экономические показатели ООО «Крафт» за 2017-2018 годы 6. Слайд – Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Крафт», таблица 2 - Динамика показателей прибыли по сравнению с прошлым годом 7. Слайд – Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Крафт», таблица 3 - динамика показателей рентабельности по сравнению с прошлым годом 8. Слайд – Результаты 9. Слайд – Описание программного продукта «Звонок» 10. Слайд – Расчет стоимости внедрения программного продукта «Звонок», таблица 5 - Затраты на внедрение и обслуживание программного продукта «Звонок» в течении одного года 11. Слайд – Финансовые характеристики проекта, таблица 6 - Финансовые характеристики программного продукта 12. Слайд – Заключение 13. Слайд – Спасибо за внимание

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы
(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
«Социальная ответственность»	Солодский С. А.

Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:

Реферат на английском языке

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику

--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ЮТИ ТПУ	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б60	Жилин Е.О.		

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
17Б60	Жилин Евгений Олегович

Институт	ЮТИ ТПУ	Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Уровень образования	бакалавр		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p><i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) - опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) - чрезвычайных ситуаций социального характера 	<p>Рабочее место в организации располагается в здании, в офисном помещении, имеет достаточную освещенность, хорошую степень проветриваемости. Каких-либо вредных проявлений факторов производственной среды выявлено не было.</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>ТК РФ от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017).</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - системы социальных гарантий организации; - оказание помощи работникам в критических ситуациях. 	<p>Организационные мероприятия, норма поведения, этические требования.</p> <p>Ежегодно проводятся оценка рабочих мест, разрабатываются мероприятия по снижению влияния вредных факторов.</p> <p>Организация организует индивидуальное профессиональное обучение на производстве за счёт собственных средств.</p> <p>Оказание помощи работникам в критических ситуациях. Помощь сотрудников коллектива. В работе были рассмотрены следующие факторы внутренней среды:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Принципы корпоративной культуры; — Системы социальных гарантий организации (льготы, пособия, премия, дополнительные отпуска и т.д.); — Развитие человеческого капитала в организации
---	---

<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуги (выпуск качественных товаров); - готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	<p>Между организацией и органами власти существует межведомственное взаимодействие, которое осуществляется путем обмена документами и информации.</p> <p>Помощь сотрудников коллектива.</p> <p>Организация готова участвовать в решение проблем.</p> <p>Ответственность перед потребителями за качество реализуемой продукции. Проверка продукции на качество.</p>
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ Гл.57 Государственный контроль (надзор) и ведомственный контроль за соблюдение трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права.</p> <p>Кодекс РФ об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ Ст.5.57 Нарушение трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права.</p> <p>Правила внутреннего трудового распорядка; Правила по обеспечению безопасных условий и охране труда; Должностная инструкция; Положение о структурном подразделении и т.д</p>
<p>Перечень графического материала:</p>	
<p>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</p>	<p>таблицы</p>

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

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ЮТИ ТПУ	Солодский С. А.	к.тех.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б60	Жилин Е.О.		

Реферат

Выпускная бакалаврская работа содержит 60 страниц, 16 таблиц, 6 рисунков, 18 источников литературы.

Ключевые слова: организация, прибыль, ООО Крафт, программный продукт, доход.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Крафт».

Предметом исследования является новый программный продукт, предлагаемый к внедрению в ООО «Крафт».

Цель бакалаврской работы является, внедрение нового программного продукта в ООО «Крафт», и определение экономической эффективности от его внедрения.

В ходе работы решены следующие задачи:

- изучение методов повышения эффективности деятельности организации;
- проведение анализа хозяйственной деятельности в ООО «Крафт»;
- внедрение нового программного продукта в ООО «Крафт», и определение его экономической эффективности.

Программный продукт - это комплекс взаимосвязанных программ для решения конкретной задачи (задачи) массового спроса, подготовленный к продаже, как и любой тип промышленного продукта.

Abstract

The graduate bachelor's work contains 60 pages, 16 tables, 6 figures, 17 literature sources.

Keywords: organization, profit, Kraft LLC, software product, income.

The object of the study is Kraft Limited Liability Company.

The subject of the research is a new software product proposed for implementation in Kraft LLC.

The purpose of the bachelor's work is to introduce a new software product in Kraft LLC, and to determine the economic efficiency of its implementation.

In the course of work, the following tasks were solved:

- the study of methods to improve the effectiveness of the organization;
- analysis of economic activity in LLC “Kraft”;
- introduction of a new software product at Kraft LLC, and determination of its economic efficiency.

A software product is a set of interconnected programs for solving a specific problem (task) of mass demand, prepared for sale, like any type of industrial product.

Оглавление

Введение	10
1 Обзор литературы	12
1.1 Эффективность по Парето	12
1.2 Экономическая эффективность новой продукции	15
2 Объект и методы исследования	18
2.1 Характеристика организации ООО «Крафт»	18
2.2 Методы повышения эффективности деятельности организации	19
2.3 Показатели оценки эффективности деятельности организаций	21
3 Расчет и аналитика	25
3.1 Анализ имущественного положения ООО «Крафт»	25
3.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации	26
3.3 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Крафт»	27
4 Результаты проведенного исследования	33
4.1 Описание программного продукта «Звонок»	34
4.2 Техничко-экономические показатели проекта	38
4.3 Финансовые характеристики проекта	40
5 Социальная ответственность	42
5.1 Анализ факторов внутренней социальной ответственности	46
5.2 Анализ факторов внешней социальной ответственности	48
5.3 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности	50
5.4 Заключение по социальной ответственности	54
Заключение	56
Список используемых источников	57
Приложение 1 – Отчет о финансовых результатах ООО «Крафт»	59
Приложение 2 – Бухгалтерский баланс ООО «Крафт»	59
Приложение 3 – Количество заказов с 01.01.2019 по 30.03.2019г.	60

Введение

Актуальность данной работы связана с тем, что каждая организация сталкивается, с осознанием того, что уперлась в «потолок» своей прибыли и не может двигаться дальше, для этого нужно что-то предпринять и это, как один из методов повышения эффективности деятельности организации - внедрение нового программного продукта.

С точки зрения целевой рыночной активности, введение новых продуктов на рынок является сложным, многомерным и последовательным процессом, в котором необходимо различать два основных этапа. Первый шаг - это набор работ, связанных с созданием продукта и подготовкой рынка для вашей коллекции. Второй этап - фактический выход нового продукта на рынок. Товар попадает непосредственно в сферу торговли товарами и становится объектом продажи. Кроме того, в какой-то момент во время их пребывания на рынке происходит качественный переход товаров из «нового» состояния в «традиционное» состояние.

Важное место в развитии рынка новых продуктов и в их окончательном выборе для промышленного маркетинга занимают пробные продажи. В процессе внедрения проверяется реакция покупателей на новые продукты, выясняются слабые стороны и сильные стороны последних, проверяется эффективность каналов продаж, рекламы и услуг, правильность ценовой политики и сегментация рынка.

На «рынке покупателей» программа развития коммерческого освоения товара не может быть успешной, если результаты тестовых продаж не являются удовлетворительными. Решать вопрос производства в огромной продаже продукции в таких условиях - значит обречь себя на банкротство. В такой ситуации руководство компании должно придерживаться единственно разумной политики: проводить дальнейшие исследования и разработки, модернизировать и улучшать продукт, совершенствовать формы и методы его реализации до получения положительных результатов на рыночных тестах. Только тогда должна

начаться широкомасштабная рыночная деятельность. Пробные продажи особенно необходимы для серийного и серийного производства.

Объектом бакалаврской работы является общество с ограниченной ответственностью «Крафт».

Предметом бакалаврской работы является программный продукт, предлагаемый к внедрению в ООО «Крафт».

Цель бакалаврской работы является, внедрение нового программного продукта в ООО «Крафт», и определение экономической эффективности от его внедрения

Поставленная цель работы определила следующие задачи:

- Изучение методов повышения эффективности деятельности организации;
- Провести анализ хозяйственной деятельности ООО «Крафт»;
- Внедрить новый программный продукт в ООО «Крафт», и определить его экономическую эффективность.

Практическая ценность бакалаврской работы состоит в возможности использования результатов с целью совершенствования деятельности организации.

В данной выпускной бакалаврской работе использовались материалы ООО «Крафт».

1 Обзор литературы

1.1 Эффективность по Парето

Экономист Вильфредо Парето родился в Париже в 1848-1923г. Получил классическое, техническое и гуманитарное образование.

Предложил формулировку экономической эффективности. Он пришел к выводу, что благосостояние общества максимизируется в состоянии экономики, в котором не ухудшив положение другого, никто не сможет улучшить свое финансовое положение, благодаря изучению условий для максимального экономического благосостояния общества с ограниченными ресурсами. Это определение эффективности называется оптимальным состоянием Парето или идеалом Парето.

Существуют три условия, которые позволят достигнуть оптимального состояния Парето:

- Во-первых, необходимо распределять товары среди потребителей, так, чтобы они наилучшим образом отвечали их потребностям (естественно, в пределах его кредитоспособности);

- во-вторых, необходимо так распределить ресурсы между несколькими производством продукции, чтобы эффективность этих ресурсов была максимальна (например, если эффективность их использования в создании ручек выше, то в фломастерной промышленности следует выделять больше ресурсов для производства ручек, чем для производства карандашей);

- в-третьих, нужен вариант, где все производственные ресурсы используются по максимуму (по пределу мощности).

Pareto Optimum - популярная модель для тех, кто нуждается в эффективности, но данная модель имеет два недостатка. Во-первых, не принимается во внимание распределение ресурсов между людьми, также Нобелевская премия по экономике, американца Амарсия Сен (р. 1933) он писал: «состояние общества может быть оптимальным по Парето, но при этом одни

могут находиться в крайней нищете, а другие купаться в роскоши, поскольку нищета одних не может быть смягчена без снижения уровня роскоши богатых». Во-вторых, модель оптимума Парето предполагает, что эффективность может быть достигнута случайно без вмешательства государства.

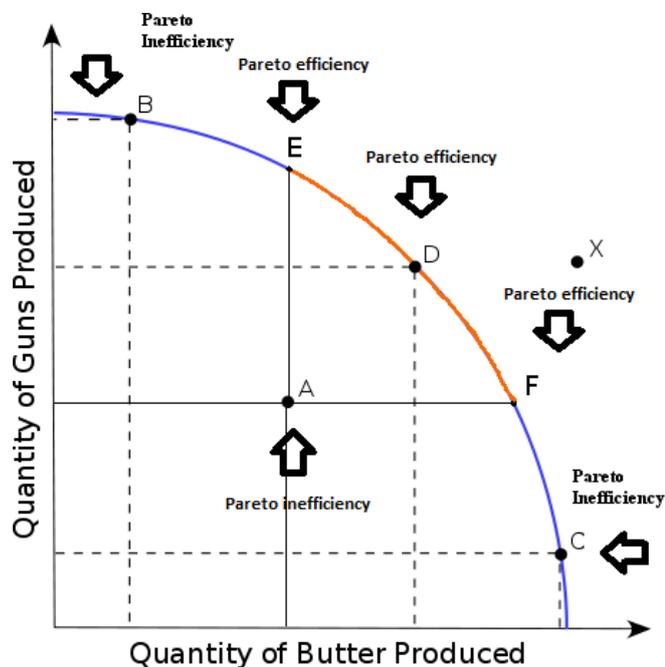


Рисунок 1 – Пример кривой Парето

Британские компании Caldor и Hicks предлагают другой подход к определению эффективности - это принцип компенсации (критерии Caldor-Hicks), согласно которому любое экономическое изменение рассматривается только как улучшение эффективности, если бенефициары (выгодополучатели) могут теоретически возместить убытки, оставшиеся у проигравшего, чтобы стать победителем. Оптимальный Парето достигается, если компенсация выплачивается проигравшему одновременно, а если он не выплачивает (или не выплачивает полностью), то возникает квазиоптимальная (обратная) ситуация, т.е. сказать лучшее из неоптимального. Тогда в данном случае, для того чтобы достичь оптимального Парето, должно вмешаться государство, компенсируя потери проигравших и / или облагая налогом победителей.

При расчете эффективности изготовления продукции стоимость одного либо нескольких факторов сравнивается с приобретенной выгодой (продуктом).

Благодаря чему уже становится понятно, что может быть достаточно большое количество показателей эффективности производства. Затем они делают измерение следующих элементов:

- Во-первых, это производительность труда (объем работы в единицу времени деленный на число работников или количество затраченного времени);
- Во-вторых, материалоёмкость продукции (сумма материальных затрат, деленная на стоимость произведенной продукции);
- В-третьих, капиталоемкость (сумма капитала, используемого для производства продукции деленная на объем производства продукции в периоде) или производительность капитала (разница между суммой потребительских благ, произведенных с помощью капитала, и суммой потребительских благ, которой пришлось пожертвовать для создания этого капитала).

Если стоимость продукции имеет одинаковое значение со стоимостью всех используемых факторов, то они говорят о прибыльности.

Все они являются показателями стоимости, то есть они измеряются в денежной форме. Если мы измеряем их в физических величинах, они будут не показателями экономической эффективности, а технологическими, которые будут вычитаться из стоимости ресурсов. Соответственно, например, рекомендуется использовать только новое оборудование и, в зависимости от экономической эффективности, вы можете использовать старое оборудование, которое хоть и менее эффективно, но оно не будет требовать новых затрат на покупку.

При расчете эффективности покупки и потребления товаров потребитель обычно исходит из альтернативных издержек, т.е. Стоимости тех товаров, от которых он должен отказаться, когда он получает товары. Понятно, что для разных потребителей эта альтернативная стоимость различна, потому что их вкусы не одинаковы. Однако для большинства выгод в обществе существует общепризнанная, установленная альтернативная стоимость.

Подходы к измерению результатов на микро- и макроэкономическом уровне различны.

Компания учитывает только те расходы, которые она понесла в связи с производством товара, и покупатель обычно соотносит приобретаемые им товары с рыночной стоимостью тех товаров, от которых он должен отказаться, чтобы получить желаемый товар. В то же время, однако, они не учитывают расходы, которые несет все общество, но они не всегда включаются в расходы организации, связанные с производством товаров, и, следовательно, в его рыночную стоимость. Например, если государство предоставляет производителю бюджетную субсидию на производство дешевых товаров для детей и пожилых людей, то оно недооценивает стоимость своих затрат (издержек производства) для производителя и альтернативные затраты для потребителя. В результате для них производство и потребление этих товаров будет более эффективным, чем при отсутствии субсидий.

Однако в этом случае вся компания несет расходы в форме гранта из государственного бюджета, который финансируется за счет налогов, взимаемых со всей компании. Если эти затраты принять во внимание, макроэкономическая эффективность (так называемая национальная экономика) ниже, чем микроэкономический уровень (эффективность бизнеса).

Кроме того, на микроэкономическом уровне другие затраты не всегда учитываются при расчете эффективности. Таким образом, общество, как правило, не включает в себя стоимость ресурсов, которые ему принадлежат (например, землю, патенты на собственные изобретения), за использование которых оно никому не оплачивает издержки производства.

1.2 Экономическая эффективность новой продукции

Для того чтобы производить качественные продукты нужно повышать эффективность за счет снижения затрат.

Четыре основных направлений расчета экономической эффективности:

1. Включает в себя использование новых технологических процессов, автоматизированное, и механизированное производство, новейшие методы

организации производства и работы, а также передовые технологии, которые предлагают сохранение производственных ресурсов, не теряя при этом высококачественную продукцию.

2. Касается производства и использования нового оборудования для долговременного использования с усовершенствованными качественными характеристиками.

3. Касается производства и использования новых либо усовершенствованных рабочих помещений.

4. Деятельность включает в себя создание новых высококачественных товаров с более высокой ценой.

При создании и внедрении нового оборудования должны учитывать расчеты по снижению производственных затрат.

В изменении элементов затрат напрямую отражается новая разработка, которая увеличивает производительность при одновременном снижении накладных расходов

Годовой экономический эффект рассчитывается методом сопоставления изменяющихся частей издержек этих операций, если новая разработка различается от базисной. В практике экономического расчета часто используется расчет годового экономического эффекта.

Способы расчета годового экономического эффекта различаются в зависимости от характеристик, описывающих продукцию как в производстве, так и в использовании.

При расчете показателя годового экономического воздействия используется любая из четырех направлений, каждая из них имеет свои особенности.

Система показателей рентабельности, рассчитанная как отношение общей формы прибыли к затратам, обширно употребляется в качестве показателя эффективности. В зависимости от целей исследования можно детализировать числитель и знаменатель данного действия, что, в свою очередь, позволяет исполнить факторный анализ показателя рентабельности.

Из представленной информации об эффективности следует, что цена качества имеет среднее значение (рис. 3). С повышением затрат изначально возрастает доход. К понижению эффективности деятельности приводит дальнейшее повышение затрат. Поэтому имеет смысл не злоупотреблять увеличением стоимости качества. На базе точного расчета принимается решение о объеме затрат с учетом прогнозов развития рынка.



Рисунок 3 – Затраты на качество

2 Объект и методы исследования

2.1 Характеристика организации ООО «Крафт»

Компания ООО КРАФТ, адрес: Кемеровская Область - Кузбасс обл., г. Юрга, ул. Краматорская, д. 2Б офис 54 зарегистрирована 01.11.2006. Организации присвоены ИНН 4230022334, ОГРН 1064230009678, КПП 423001001. Основным видом деятельности является ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования, всего зарегистрировано 21 вид деятельности по ОКВЭД. Связи с другими компаниями отсутствуют. Количество совладельцев (по данным ЕГРЮЛ): 1, генеральный директор - Калининченко Ярослав Анатольевич. Размер уставного капитала 20 000Р. Компания ООО КРАФТ принимала участие в 2 тендерах. В отношении компании нет исполнительных производств. ООО КРАФТ не участвовало в арбитражных делах.

Таблица 1 – Виды деятельности ОКВЭД

Номер по ОКВЭД	Наименование вида деятельности
95.11	Ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования;
26.20	Производство компьютеров и периферийного оборудования;
46.90	Торговля оптовая неспециализированная;
47.41	Торговля розничная компьютерами, периферийными устройствами к ним и программным обеспечением в специализированных магазинах;
47.41.4	Торговля розничная офисными машинами и оборудованием в специализированных магазинах;
47.91.2	Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет;
47.91.3	Торговля розничная через Интернет-аукционы;
47.91.4	Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи телевидения, радио, телефона.

Однако основным осуществляемым видом предпринимательской деятельности является ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования.

Организационная структура ООО «Крафт» представлена на Рисунке 4.

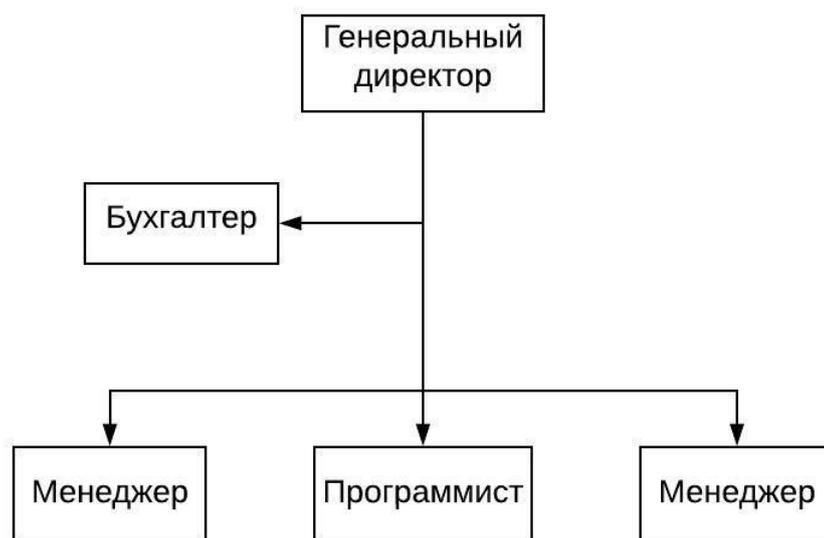


Рисунок 4 Организационная структура ООО «Крафт»

2.2 Методы повышения эффективности деятельности организации

Каждая организация должна выбрать правильный путь развития, сугубо индивидуальный для любой компании. Существует несколько основных правил, которые применяются к каждому из них:

1. Снижение затрат, не отражающееся на качестве производства. Многие управленцы решают этот вопрос путем сокращения штата или закупкой более дешевых материалов. В этом случае стоит обращать внимание на то, что может значительно упасть скорость, и работа организации потеряет прибыль.

2. Модернизация и автоматизация рабочего процесса. Это стоит делать только после детального анализа производительности. Хозяйственный и производственный отделы чаще всего нуждаются в таких обновлениях.

3. Поиск новых путей организации управленческих моментов. Обновление на уровне руководства поможет привнести свежие идеи и новые силы для реализации прибыльных проектов.

4. Правильный маркетинг. Реклама играет важную роль в повышение финансового оборота компании. Правильно проработанная схема привлечения клиентов способна принести большой доход при сравнительно низких затратах.

Детализация каждого из этих аспектов может принести желаемый результат. Но не забывайте, что каждая компания - это прежде всего люди, работающие в ней. Стоит поощрять инициативу сотрудников по поощрению успешных идей. В этом случае вы получите команду, заинтересованную в продвижении компании на всех уровнях.

Также одним из основных факторов повышения эффективности деятельности организации является научно-технический прогресс. В современных условиях необходимы революционные изменения, переход к принципиально новым технологиям, технологиям следующего поколения, коренная перестройка всех секторов экономики на основе новейших научно-технических знаний.

Для наибольшего повышения эффективности работы необходимы фундаментальные изменения в технологии, мобилизация всех технических, а также организационных, экономических и социальных.

Необходимо гарантировать внедрение новейших технологий, использовать передовые формы научной организации труда в крупномасштабном производстве, улучшать нормирование, добиваться роста промышленной культуры, закреплять порядок и дисциплину.

Экономический режим является одним из важнейших факторов, влияющих на укрепление и повышение эффективности производства организаций. Сохранение ресурсов должно быть ключевым источником удовлетворения растущих потребностей в топливе, энергии и сырье.

Наилучшее использование основных средств является неотъемлемой частью повышения эффективности производства. Необходимо активизировать использование производственного потенциала, созданного для достижения темпов производства, максимизировать нагрузку на оборудование, значительно увеличить сменную работу и, на этой основе, увеличить производство каждой единицы оборудования, каждый квадратный метр производственной площади.

Результатом организации которое будет использовать интенсивное использование производственных мощностей получит ускорение роста продукта без дополнительных вложений в капитал.

Одну из главных ролей в повышении эффективности производства играют два фактора: Организационные и экономические. С ростом общественного производства их роль особенно возрастает в сложных экономических отношениях. Также требует дальнейшего развития и совершенствования промышленная социальная инфраструктура, которая оказывает существенное влияние на уровень эффективности производства. В менеджменте - это улучшение форм и методов управления, планирования и экономического стимулирования всего хозяйственного механизма. Широко используются в одной группе факторов различные рычаги экономического учета и материальные стимулы, обязательства и другие независимые экономические стимулы.

Повышению качества продукции также принадлежит особое место в интенсификации экономики бизнеса, которая снижает удельный расход ресурсов. Данная задача обязана быть предметом постоянного внимания и контроля, главного фактора при оценке деятельности каждой рабочей группы.

2.3 Показатели оценки эффективности деятельности организаций

Показатели можно разделить на:

- Показатели эффективности использования основных средств.

Уровень технической безопасности компаний можно определить по двум показателям: капитальные товары и коэффициент достаточности капитала.

$$\Phi_{осн} = ОС / Пл$$

$$\Phi_{воор} = ОС / ССЧ$$

где $\Phi_{осн}$ - запасное оборудование, руб / м²; ОС - среднегодовая стоимость основных фондов, руб.; Пл - площадь отдельной организации, организации, цеха

или производственной площадки, м²; Фвор - коэффициент достаточности капитала, руб. / Чел.

К показателям, характеризующим эффективность использования основных средств, относятся производительность труда и капиталоемкость:

$$\Phi_{от} = B (TO) / OC$$

$$\Phi_e = OC / B (TO)$$

где $\Phi_{от}$ - капитальная эффективность, руб., Φ_e - капиталоемкость, руб.; B (TO) - выручка, оборот.

Для оценки технического состояния основных средств, который, по нашему мнению, является косвенным показателем эффективности деятельности организации, также используются показатели значимости и износа основных средств - показатели эффективности использования оборотных средств.

Показателями эффективности использования оборотных средств являются соотношение и продолжительность их оборота:

$$K_{об} = B (TO) / ОБ$$

$$П_{об} = 360 \text{ дн.} / K_{об}$$

где $K_{об}$ – коэффициент оборачиваемости оборотных средств; $ОБ$ – средняя величина оборотных средств; $П_{об}$ - период оборачиваемости оборотных средств, в днях.

Расчет этих показателей и их анализ в динамике определяют направление изменения показателей и выявляют причины.

- Показатели эффективности использования труда.

К основным показателям производительности труда на организации можно отнести:

1. Выработка продукции — это количество (в натуральном выражении) или стоимость произведенной продукции за единицу времени.

2. Трудоёмкость продукции — это количество рабочего времени, затраченного на производство единицы продукции.

В настоящее время «оценка производительности труда является основным используемым показателем в стоимостном выражении».

Для анализа эффективности использования трудовых ресурсов в организации также необходимо оценить показатели текучести кадров.

- показатели, характеризующие производство и реализацию продукции.

По результатам анализа определены запасы роста и качества продукции.

- показатели для оценки результатов деятельности организации.

Основная модель формирования прибыли для организации бизнеса заключается в следующем (рисунок 2).



Рисунок 2 – Схема формирования чистой прибыли организации

Наиболее популярными показателями эффективности производства и реализации продукции компании являются показатели рентабельности продукции (11) и рентабельности продаж.

$$P_v = Pr/V (TO) * 100\%$$

где P_v (%) - рентабельность продаж, %;

Pr – прибыль от продаж.

Рентабельность продаж показывает размер прибыли от продаж в расчете на 1 рубль реализованной продукции (выручки).

$$P_c = Pr/CC * 100\%$$

где, P_c (%) - рентабельность продукции, %;

CC – себестоимость производства продукции.

Рентабельность продаж показывает, какую сумму прибыли получит организация с каждого рубля проданной продукции.

3 Расчет и аналитика

3.1 Анализ имущественного положения ООО «Крафт»

Анализ имущественного положения ООО "Крафт" предполагает оценку имеющегося в организации имущества. Оценка осуществляется посредством расчета различных показателей отчётного периода и сравнение их с предыдущими периодами для того, чтобы определить динамику развития организации и его производственный потенциал.

Данный анализ проводится с помощью оценки актива и пассива бухгалтерского баланса. Таким образом, в анализе будут использоваться данные Приложения 2.

Таблица 2 – Состав и структура имущества организации и источников его формирования

Показатель	Значение показателя					Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.4- гр.2)	± % ((гр.4- гр.2) : гр.2)
	31.12. 2016	31.12. 2017	31.12. 2018	на начало анализируе мого периода (31.12.2016)	на конец анализир уемого периода (31.12.20 18)		
1	2	3	4	5	6	7	8
Актив							
1. Внеоборотные активы	10 000	10 000	10 000	100	100	0	0
в том числе: основные средства	10 000	10 000	10 000	100	100	0	0
2. Оборотные, всего				–	–	–	–
Пассив							
1. Собственный капитал	10 000	10 000	10 000	100	100	0	0
Валюта баланса	10 000	10 000	10 000	100	100	0	0

За два последних года отмечена стабильность собственного капитала в пределах 10 000 рублей.

3.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации

Информационной базой анализа являются материалы плановых документов, данные бухгалтерского и статистического учёта и отчётности организации. Учитывая всё более ограничивающийся доступ к банку данных каждой конкретной организации, информация о деятельности которого зачастую не только приобретает конфиденциальный характер, но и относится руководством организации к коммерческой тайне, для целей анализа рекомендуется использовать ограниченное число исходных технико-экономических показателей. Другие технико-экономические показатели могут быть получены расчётным путём как производные от них.

Таблица 3 – Основные технико-экономические показатели ООО «Крафт» за 2017-2018 годы

№	Показатели	Годы		Изменения	
		2018	2017	Абс +/-	%
1	Годовой объем реализации продукции в стоимостном выражении	5 725 000	3 940 000	+1 785 000	45
2	Себестоимость	(5 433 000)	(3 845 000)	+1 588 000	41
3	Чистая прибыль	292 000	95 000	+197 000	207
4	Рентабельность продаж	5,1	2,41	2,69	112
5	Рентабельность производства	95	98	-3	-4
6	Затраты на 1 руб. реализованной продукции	0,95	0,98	0,03	-4
7	Среднегодовая стоимость основных фондов	10000	10000	0	0
8	Фондоотдача	572500	394000	178 500	45
9	Фондоёмкость	0,0017	0,0025	-0,0008	32
10	Численность персонала	5	5	0	0
11	Заработная плата персонала	148000	134000	14000	10
12	Производительность труда	1 145 000	788 000	357 000	45
13	Фондовооруженность	2000	2000	0	0

Из таблицы 3 следует, что выручка от реализации продукции в 2017 году составляла 3 940 000 руб., в 2018 году - 5 725 000 руб., то есть, выручка в 2018 году увеличилась на 1 785 000 руб. или на 45% по сравнению с 2017 годом. Подъем выручки от реализации связан, прежде всего, в заинтересованности покупателей в реализуемой продукции.

Себестоимость реализованной продукции в 2017 году составляла 3 845 000 руб., в 2018 году - 5 433 000 руб., то есть сумма себестоимости реализованной продукции увеличилась в 2018 году на 1 588 000 руб. (41%) по сравнению с 2017 годом.

Среднесписочная численность работников в 2017 году составила 5 чел., в 2018 году - 5 чел., т.е. численность работников в 2018 году не изменилась по сравнению с 2017 годом.

Чистая прибыль организации - конечный финансовый результат деятельности ООО «Крафт», в 2017 году чистая прибыль составила - 95 000 руб., в 2018 году - 292 000 руб., т.е. произошло увеличение на 197 000 руб.

Рентабельность продаж юр.лица по данным за последний отчетный год равна 2,4%. Коэффициент рентабельности собственного капитала за 2018 год — 5,1%.

3.3 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Крафт»

Финансовый результат – это итоговый результат деятельности организации, отражающий ее имущественное положение, а также определяющий эффективность работы за определенный период времени.

Для осуществления анализа финансовых результатов ООО "Крафт" будет использоваться «Отчет о прибылях и убытках» Приложение 1.

Таблица 4 – Динамика показателей прибыли по сравнению с прошлым годом

Показатели	Отчетный год 2018	Предыдущий год 2017	Отклонение	
			Абсолютное	%
Доходы и расходы по обычным видам деятельности				
1. Выручка, тыс. р.	5 725	3 940	1 785	45
2. Себестоимость продаж, тыс. р. % к выручке	5 433	3 845	1 588	41
3. Валовая прибыль (убыток), тыс. р. % к выручке	292	95	197	207

Продолжение таблицы 4

6. Прибыль (убыток) от продаж (реализации), тыс. р. % к выручке	292	95	197	207
12. Прибыль (убыток) до налогообложения (бухгалтерская прибыль), тыс. р.	292	95	197	207
16. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода, тыс. р.	292	95	197	207

Согласно таблице 4 годовая выручка за последний год равнялась 5 725 тыс. руб. За рассматриваемый период (31.12.16–31.12.18) годовая выручка несколько увеличилась на 1 785 тыс. руб.

Себестоимость продаж так же имеет тенденцию к увеличению, отклонение за два года составляет 41 или 1 588 тыс. руб., что отрицательно сказывается на финансовом положении организации.

Прибыль от продаж за период 01.01–31.12.2018 равнялась 292 тыс. руб. За весь анализируемый период финансовый результат от продаж вырос на 197 тыс. руб., или на 207%.

Валовая прибыль представляет собой показатель, при котором сумма доходов превышает все расходы. Данный показатель также имеет огромное отклонение в отчетном периоде по сравнению с предыдущим годом, составляющее 207%.

По расчетам данной таблицы наблюдается, что сумма бухгалтерской прибыли и чистой прибыли имеют равное отклонение в анализируемых периодах, и определяются соответственно 197 тыс. руб.

Таким образом, все ключевые показатели данной таблицы имеют динамику склонную к повышению, если сравнивать их с предыдущим отчетным периодом.

Изменение выручки наглядно представлено ниже на графике.



Рисунок 5 – Динамика выручки ООО «Крафт»

Следующим этапом необходимо произвести расчет и аналитическую оценку показателей рентабельности. Потому как с помощью анализа рентабельности организации можно определить, насколько эффективно она использует свои ресурсы.

Таблица 5 – Динамика показателей рентабельности по сравнению с прошлым годом

Показатели	Отчетный год	Предыдущий год	Отклонение
1. Средняя величина активов, тыс. р.	10	10	0
2. Средняя величина собственного капитала, тыс. р.	10	10	0
3. Выручка, тыс. р.	5 725	3 940	1 785
4. Бухгалтерская прибыль, тыс. р.	292	95	197
5. Чистая прибыль, тыс. р.	292	95	197
6. Рентабельность собственного капитала, %	2 919,75	945,6	1 974,15
7. Рентабельность активов, %	29,2	9,5	19,7
8. Рентабельность продукции, %	5,1	2,4	2,7
9. Рентабельность инвестиций (по чистой прибыли), %	0	0	0

За 2018 год каждый рубль собственного капитала организации обеспечил чистую прибыль в размере 292 тыс. руб. За два последних года наблюдалось увеличение рентабельности собственного капитала – на 2 919,75%. За 2018 год значение рентабельности собственного капитала является очень хорошим.

За весь анализируемый период рентабельность активов увеличилась с 9,5% до 29,2% (19,7%).

Рентабельность собственного капитала (Y_{PC}), как обобщающий показатель, является функцией трех показателей: коэффициента финансовой структуры капитала (K_{FC}), оборачиваемости активов (K_{OA}) и рентабельности реализованной продукции (Y_{PP}). Связь между этими показателями описывается детерминированной факторной моделью:

$$Y_{PC} = K_{FC} \cdot K_{OA} \cdot Y_{PP}.$$

1) Рассчитаем коэффициент финансовой структуры капитала (K_{FC}):

Коэффициент финансовой структуры капитала включает в себя 4 основных показателя, а именно:

– *Коэффициент автономии* – финансовый показатель, который рассчитывается как отношение суммарного значения собственного и резервного капитала к активам компании. Он показывает, какую долю своих активов компания покрывает собственными средствами.

$$K_{авт} = \frac{СК + Резервы}{Совокупные активы} = \frac{\text{стр.1300}}{\text{стр.1700}}$$

Отчетный год	Предыдущий год
1	1

Норма – от 0,5, то есть более 50% имущества формируется за счет собственных средств. В данном случае показатели существенно ниже нормы. Капитал организации формируется в большей степени за счет заемного, а не за счет собственного.

– *Коэффициент концентрации заемного капитала* является финансовым показателем, который выступает соотношением заемного капитала к валюте баланса (суммарное значение активов или пассивов). Он показывает, какую долю в финансовых ресурсах организации занимает заемный капитал.

$$K_{кзк} = \frac{\text{Краткосрочные обязательства} + \text{Долгосрочные обязательства}}{\text{Валюта баланса}}$$

Отчетный год	Предыдущий год
--------------	----------------

0

0

Нормативное значение – до 0,5. Менее 50% имущества формируется за счет собственных средств. В данном случае показатели выше нормы.

– *Коэффициент финансовой зависимости* демонстрирует, насколько компания зависит от внешних источников финансирования, в частности, сколько заемных средств она привлекла на 1 руб. заемного финансирования.

$$K_{фз} = \text{Совокупные обязательства} / \text{Собственные средства} + \text{Резервы}$$

стр.1500/стр.1700

Отчетный год	Предыдущий год
0	0

Нормативное значение – не более 0,6. Данный показатель показывает, что за счёт привлеченных источников должно формироваться не более 60% совокупного капитала компании. В данном случае показатели выше нормы.

– *Коэффициент покрытия процентов* нередко называют индикатором защищенности кредиторов, поскольку он показывает, сколько раз за год компания заработала средства для погашения своих обязательств по займам.

$$K_{пп} = \text{Прибыль до уплаты процентов и налогов} / \text{Проценты к уплате} =$$

Отчетный год	Предыдущий год
0	0

Коэффициент покрытия процентов в данном случае равен нулю, так как процентов к уплате организация не имеет.

Коэффициент финансовой структуры капитала (K_{ФС}) в 2018г. составил 1, а в 2017г. равен 1.

2) Рассчитаем коэффициент оборачиваемости активов (K_{ОА}) показывает количество полных циклов обращения продукции за период анализа.

$$K_{оа} = \text{Выручка от продаж} / \text{Средняя стоимость активов} = \text{стр. 2110}$$

$$\text{Форма 2} / (\text{стр.1600 нг. Форма 1} + \text{стр.1600 кг. Форма 1}) / 2$$

Отчетный год	Предыдущий год
0	0

3) Рассчитаем рентабельности реализованной продукции (УРР)

Рентабельность реализованной продукции показывает, какую сумму прибыли получает организация с каждого рубля проданной продукции.

$$\text{Кррп} = \text{Прибыль от продаж} / \text{Выручка от продаж} * 100\% = \text{стр.2200} \\ \text{Форма 2} / \text{стр.2110} \text{ Форма 2} * 100\%$$

Отчетный год	Предыдущий год
5,37	2,47

4) Рассчитаем рентабельность собственного капитала (У_{РС})

$$U_{\text{РС}} 2018 = 572,5 * 0,051 * 100 = 2919,75$$

$$U_{\text{РС}} 2017 = 394 * 0,024 * 100 = 945,6$$

Таблица 6 – Расчет влияния факторов на изменение уровня рентабельности собственного капитала

Факторы	Порядок расчета	Изменение У _{РС} (+ повышение; – снижение)
1. Изменение коэффициента финансовой структуры капитала	1-1	0
2. Изменение коэффициента оборачиваемости активов (авансированного капитала)	572,5-394	178,5
3. Изменение уровня рентабельности реализованной продукции	5,1-2,4	2,7
Совокупное влияние факторов		181,2

Рентабельность собственного капитала определяет эффективность использования капитала, вложенного владельцами организации. Владельцы получают доходность от инвестиций в виде взносов в уставный капитал. Они жертвуют те средства, которые формируют собственный капитал организации, и получают взамен право на соответствующую долю прибыли.

Исходя из анализа влияния факторов на изменение уровня рентабельности собственного капитала можно сделать вывод, что из трех основных факторов положительно на изменение уровня рентабельности собственного капитала повлияли 2 фактора, это коэффициент оборачиваемости активов (178,5%) и уровень рентабельности реализованной продукции (2,7%).

4 Результаты проведенного исследования

Таким образом, исходя из всего выше сказанного нельзя не заметить, что по результатам проведенного анализа ООО "Крафт" финансовое положение можно охарактеризовать как положительное.

В первую очередь положительное финансовое состояние организации связано с тем, что основная масса показателей укладывается в норму, либо близки к норме. Организация может претендовать на получение кредитных ресурсов.

К предложениям по улучшению финансового положения организации можно отнести следующее:

- Внедрение нового программного продукта, для увеличения эффективности деятельности организации.

- Увеличение уставного капитала организации, что в свою очередь приведет к росту финансовой независимости. Это можно осуществить за счет дополнительных вкладов участников общества или за счет третьих лиц, принимаемых в общество.

- Развить отношения с существующими клиентами и привлечь новых.

Таким образом, приняв во внимание данные мероприятия организация сможет увеличить свою эффективность и финансовое положение на рынке.

В ходе проведения анализа финансовых результатов деятельности ООО «Крафт», было выявлено что финансовое положение положительное, но для его улучшения требуется предпринять определенные действия, такие как внедрение нового программного продукта. Исходя из этого предлагаю внедрить Сервис автодозвона «Звонок», который положительно повлияет на деятельность организации и сможет сократить расходы и увеличить выручку.

4.1 Описание программного продукта «Звонок»

Сервис автодозвона «Звонок» - эффективный инструмент для бизнеса. Высокие технологии облегчают выполнение многих задач, которые раньше требовали найма операторов, увеличивая издержки на простые операции. И все это происходит в автоматическом режиме. Участие человека требуется лишь на этапе настройки и контроля.

В задачи «Звонок» входит:

- Автоматический обзвон клиентов.
- Информирование клиентов об акциях, новых услугах, изменениях условий обслуживания и других моментах сотрудничества.
- Прозвон для подтверждения заказов и других важных действий в интернет-магазинах и онлайн-сервисах.
- Подтверждение номера телефона пользователей онлайн-сервисов.
- Проведение опросов среди клиентов о качестве обслуживания и изучения спроса.
- Обзвонить сотрудников для информирования о важных мероприятиях или иных событиях компании.
- Автопрозвон для приглашения на собеседование кандидатов на новую или освободившуюся вакансию.
- Напоминание клиентам об очередном платеже или образовавшейся задолженности и так далее.

Обзвон клиентской базы, сотрудников и должников происходит в автоматическом режиме в соответствии с настроенными сценариями.

Автообзвон клиентов поддерживает обратную связь с абонентами, голосовую или цифровую. Программа автодозвона способна распознавать цифровые комбинации с телефона-абонента или простые голосовые команды. Автодозвонщик способен подтвердить заказ, оплату или получить ответ от клиента по качеству оказанных услуг. Еще одно преимущество «Звонка» — его

универсальность. Автодозвон с компьютера на мобильный можно настроить, имея любое более или менее современное устройство с доступом в интернет.

Для внедрения программного продукта нам потребуется расписать стадии реализации проекта:

1. Получить доступ к интернету
2. Зарегистрироваться в сервисе автодозвона «Звонок»
3. Внести в базу номера телефонов заказчиков
4. Вести мониторинг за новыми покупателями и вбивать новые номера

Исходя из данных стадий, можно сказать, что данный проект легкорезализуемый, т.к. почти у каждой организации имеется доступ к интернету и It специалист.

Для дальнейшего исследования нам нужно определиться с количеством рабочих мест, требуемых для реализации данного проекта. Количество работников, требуемых для внедрения программного продукта, составляет один программист. Это связано с тем, что из-за простоты данного продукта, нужное количество работников, требуемое для реализации, состоит из одного сотрудника.

Каждый предприниматель, желающий внедрить новый программный продукт, должен знать о рисках, с которыми он столкнется.

В данном случае риски минимальны, но они имеются, это:

1. возможность обмана бота со стороны покупателей,
2. зависание серверов сервиса автодозвона «Звонок»,
3. риск отключение интернета в следствии чего невозможность

проконтролировать новых покупателей и заказов старых.

Эти риски говорят нам о том, что сервис автодозвона «Звонок» имеет минимальные риски, после его внедрения.

Так же для внедрения нового программного продукта, требуется не только хороший анализ его на рынке, но и ответственный и образованный руководитель, в нашем же случае, это Калиниченко Ярослав Анатольевич (см. таблица 7)

Таблица 7 - Информация о предпринимателе

Фамилия, имя, отчество	Калиниченко Ярослав Анатольевич
Вид/виды деятельности	95.11 Ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования 93.05 Предоставление прочих персональных услуг
Образование	Высшее образование - специалитет, магистратура
Возраст	38 лет
Навыки, знания и умения предпринимателя	В 1997 закончил школу №6 и поступил в ЮМГ, в 2001 получил специальность «Техник-электрик», в 2001-2007гг. учился в ЮТИ ТПУ по специальности «Металлургия черных металлов». В 2013-2015гг. проходил обучение в ЮТИ ТПУ по направлению «Прикладная информатика» С 2007 года работает руководителем Интернет-группы "ЮГС".

Исходя из таблицы 7, мы видим, что данный предприниматель, проходит по всем требованиям, для внедрения программного продукта. Так же следует обратить внимание, что Калиниченко Ярослав Анатольевич, имеет образование по направлению «Прикладная информатика», что соответственно поможет в реализации данного проекта.

Любое внедрение не может обойтись без информации о реализуемом проекте:

1. Полное наименование проекта: Сервис автодозвона «Звонок»
2. Место реализации проекта: Интернет
3. Система налогообложения: Упрощенная система налогообложения
4. Вид деятельности: Операционная деятельность
5. Основные потребители продукции, услуг: физические или юридические лица, заинтересованные в покупке цветов.
6. Необходимое помещение: арендуемое по адресу: 652057, ул. Московская, 10, Юрга, Кемеровская обл., 652050.

Следует подробнее описать помещение имеющее основные характеристики, такие как: площадь равная 43 м² (квадратным метрам), имеющее отопление, материал стен – гипсокартон, вид пола плитка.

Данное помещение необходимо для совместной работы сотрудников, под руководством начальника. В работу сотрудников будет включено мониторинг сайтов, заказов, звонков и количество посетителей на сайт.

Нельзя обойтись и без анализа слабых и сильных сторон программного продукта. Это требуется для того, чтобы доказать понимаю ли я данный программный продукт.

Рассмотрим слабые и сильные стороны.

Слабые стороны:

1. Ограниченность возможностей говорит о том, что данная программа может распознавать простые команды, такие как ДА и НЕТ, что в свою очередь сокращает количество возможностей для ее реализации.

2. Ведение мониторинга, ее слабость заключается в ежедневном слежении за работоспособностью продукта.

К сильным сторонам можно отнести:

1. Автоматизированность - программный продукт «Звонок» совершает автоматический прозвон клиентов, совершивших заказ.

2. Сокращение издержек, после внедрения данного продукта, пропадает необходимость в работнике, который совершает звонки, за счет чего мы экономим 188 640р.

3. Простота в использовании, заключается в том, что количество действия для ее внедрения минимальна, для этого требуется зарегистрироваться на сайте, записать голосовые сообщения для клиентов и внести в базу их номера.

Изучая особенности данного продукта было выявлено, что Сервис автодозвона «Звонок» имеет больше сильных сторон, чем слабых, что положительно скажется на внедрении сервиса автодозвона «Звонок».

Так же обязательно нужно знать количество конкурентов у интернет-магазина «Цветули.рф», т.к. следует иметь информацию о каждом конкуренте,

ведь чем больше конкурентов, тем меньше прибыли. В нашем случае исследуемый магазин имеет следующих конкурентов:

1. юргаццветы.рф – «Цветы Камелия»
2. klumba.tomsk.ru – «Клумба»
3. florist.ru - «Флорист.ру»
4. myspp.ru - «Скорая подарочная помощь»
5. s-fl.ru – «SFLowers»

После исследования рынка интернет магазинов по продаже цветов, могу с уверенностью сказать, что данный рынок имеет обильное количество конкурентов, это может сказаться как положительно, так и отрицательно. Положительно скажется на качестве товаров, т.к. конкуренция – это соперничество, чем лучше качество товара, тем больше прибыль. Отрицательно будет сказываться на цене товара, потому что при данном количестве конкурентов идет борьба за количество потребителей, что приведет к гонке цен на рынке.

4.2 Техничко-экономические показатели проекта

Для внедрения программного продукта нам потребуется узнать затраты на внедрение и обслуживание программного продукта «Звонок» в течении одного года, в нашем случае это компьютер, интернет, Сервис автодозвона «Звонок», премия работнику, работник, аренда помещения, свет (см. таблица 8). Это необходимо для того, чтобы знать, какие затраты понесет организация при внедрении программного продукта.

Таблица 8 - Затраты на внедрение и обслуживание программного продукта «Звонок» в течении одного года

№	Наименование оборудования	Затраты без программы	Затраты с программой	Экономия
1.	Компьютер	0	0	0
2.	Интернет	12 000	12 000	0

Продолжение таблицы 8

3.	Сервис автодозвона «Звонок»	0	1 965,2	- 1 965,2
4.	Премия работнику	0	18 000	- 18 000
5.	Работник	188 640	0	+ 188 640
6.	Аренда помещения	120 000	120 000	0
7.	Свет	6 000	6 000	0
	Итого	326 640	157 965,2	+ 168 674,8

Таким образом, исходя из таблицы 8 основная сумма затрат приходится на работника 188 640р., и наименьшая его составляющая это аренда программы 1 965,2р.

Для того, чтобы внедрить программный продукт требуется, доступ к интернету, т.к. компьютер у организации ООО «Крафт» имеется, остается лишь оплачивать интернет, данный продукт и премию работнику.

Любая организация не может обойтись без коммунальных платежей, а некоторые и аренды. ООО «Крафт» арендует помещение как было сказано выше.

В данном случае аренда программы имеет минимальные вложения, для его поддержания, что в свою очередь позволит сэкономить приличную сумму денег 168 674,8р.

Для полноты картины так же проведем расчет заработной платы и отчислений, одного работника. Отчисления будут рассчитываться по формуле $O = A \times 0.31$, где 31% это отчисления в фонды, осуществляемые уже за счет работодателя от зарплаты брутто, — в медицинские (ФОМС и ТФОМС) и пенсионный (ПФР) фонды, а также фонд социального страхования (ФСС).

$$O = 12\,000 \times 0,31 = 3\,720\text{р.}$$

$$\text{ЗП} = 15720 \times 12 = 188\,640\text{р.}$$

В итоге после подсчетов можно увидеть, что для поддержания одного такого сотрудника в год, требуется 188 640 рублей, это мы берем в счет, то что, данный сотрудник уже имеется у данной организации и данная сумма никак не повлияет на внедрение данного продукта, так как нужно будет оплачивать

премию в размере 1 500 рублей в месяц, из-за слежения за работоспособностью программы.

План реализации программы по проекту в натуральном выражении (см. таблица 9), покажет примерное поквартальное и годовое количество реализации сервиса автодозвона «Звонок».

Таблица 9 - План реализации программы по проекту в натуральном выражении

№	Наименование продукции (услуг)	Ед. изм.	Цена за ед.	Всего ед. за 1 год	Реализовано поквартально				2.й год.
					1 кв (ед.)	2 кв (ед.)	3 кв (ед.)	4 кв (ед.)	
1	Сервис автодозвона «Звонок»	1	1.7	1 156	0	213	351	592	2325

После проведения расчетов, можно увидеть, что большая часть реализованной услуги будет составлять в третьем и четвертом квартале, на первый год составит 1 156 единиц реализованной продукции, а на второй год, имеет 2325.

В таблице 10 проведены расчеты примерно сэкономленных денег от внедрения данной продукции, если бы данная продукция будет введена это позволит ООО «Крафт» сэкономить 168 674,8р.

4.3 Финансовые характеристики проекта

Для финального подсчета стоимости внедрения, требуется подсчитать финансовые характеристики программного продукта. Возьмем стоимость проекта, для его подсчета нам потребуется знать стоимость сервиса автодозвона «Звонок» (1.70 руб./мин., посекундно) и среднее количество заказов в год (1 965,2), перемножаем друг с другом и получаем нужное число. Срок окупаемости: в первые три месяца количество заказов приближено к нулю, на четвертом месяце начинаются заказы (см. приложение 3). Выручка за год будет, как сэкономленные деньги на з.п. сотрудника, в среднем з.п. работника, отвечающего за звонки, составляет 12 000р. в месяц, двенадцать месяцев

умножаем на данную сумму и получаем выручку. Чистую прибыль подсчитаем как выручка минус стоимость проекта.

Таблица 11 - Финансовые характеристики программного продукта

№	Показатели	Единица измерения	Размер
1	Стоимость продукта	Рублей в год	19 965,2
2	Срок окупаемости	месяцев	4
3	Выручка за год	рублей	188 640
4	Чистая прибыль	рублей	168 674,8

И так, после подсчетов финансовых характеристик программного продукта, было выявлено, что стоимость данного продукта составит 19 965,2р. в год, это достаточно низкая цена по соотношению к затратам на одного сотрудника, которая составляет 188 640р. в год. Что позволит уменьшить издержки на 168 674,8 в год. Тем самым я рекомендую внедрить данный программный продукт в организацию ООО «Крафт», на неопределенные сроки, т.к. сохраненная сумма денег может быть использована на благо организации.

5 Социальная ответственность

Сегодня компании больше не могут существовать отдельно от общества, потому что осуществление предпринимательской деятельности является частью общества.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) - это концепция публичного бизнеса, которая объединяет определенные ключевые идеи, необходимые для устойчивого развития организации.

В этой работе я смотрю на организацию, целью которой является не только получение прибыли, но и улучшение социально-экономического положения общества. В будущем можно будет гарантировать долгое существование на рынке среди конкурентов.

Развитие бизнеса возможно только в развитом обществе, с помощью КСО большинство организаций по всему миру принимают на себя определенные обязательства по улучшению экономики и уровня жизни населения.

Реализация этих мер, в свою очередь, укрепит имидж организации среди ее конкурентов. В результате потенциальный спрос на товары и услуги на рынке в будущем возрастет. Таким образом, корпоративная социальная ответственность - это ответственность, которую организации берут на себя за влияние своей деятельности на общественные сферы общества.

В то же время рост социальных, экологических и экономических проблем в глобальном масштабе повышает общественные ожидания и, следовательно, требует социально ответственной деятельности компаний, побуждая их постоянно улучшать качество практик КСО, искать инновационные подходы к решению социально значимых проблем, что отражается в мировых тенденциях развития социально ответственного бизнеса. Существуют определенные принципы КСО, которые устанавливают и выражают сущность деятельности организации в отношении воздействия на общество, к ним относятся следующие:

1. Открытость - означает, что организация ведет свою деятельность открыто, то есть публично, в то время как опубликованные общедоступные данные являются надежными и точными.

2. Системность - принцип, по которому социальные программы реализуются последовательно и регулярно.

3. Значимость - этот принцип выражается в реализации социальных программ, потому что они должны иметь определенную потребность в решении социально значимых проблем общества. Определение важности оценки и анализа результатов программ, реализуемых организацией.

4. Предотвращение конфликтов - это принцип, который предполагает безразличие организации в политической и духовной сфере.

Стоит отметить, что программы корпоративной социальной ответственности - это особые мероприятия, которые организация осуществляет на благо общества, и в то же время они рассматриваются в долгосрочной перспективе.

Стоит также отметить, что в этом разделе будут рассмотрены опасные и вредные факторы, влияющие на процесс работы персонала, воздействие на окружающую среду исследуемого объекта, правовые и организационные вопросы, а также чрезвычайные меры.

Таким образом, организация может являться социально-ответственной только в том случае, если принимает во внимание принципы социальной ответственности, а также если она разрабатывает и осуществляет социально значимые мероприятия в приоритетных направлениях.

Для проведения исследований, согласно данному разделу, используем данные компании ООО «Крафт», которая начала функционировать с начала 2006 года, но несмотря на продолжительное время работы, на рынке зарекомендовала себя надежным поставщиком.

Данная организация оказывает услуги по ремонту компьютеров и периферийного компьютерного оборудования в специализированных магазинах, а также является соучредителем цветочных магазинов.

Признавая важность системы КСО ООО «Крафт» старается соответствовать нормам, принятым в международной практике, при ведении своей деятельности.

Для определения целей и задач программы КСО в отношении анализируемой организации можно представить следующим образом (таблица 12).

Таблица 12 – Определение целей КСО на организации

Миссия организации	Удовлетворение потребностей населения путем предоставления качественных цветочных изделий, а также расширение в сфере продажи с помощью введения новых видов продукции цветов и букетов.	Цели и задачи КСО
Стратегия организации	<ul style="list-style-type: none"> — Развитие и улучшение политики организации в сфере обслуживания клиентов; — Расширение ассортимента организации реализуемых товаров; — Разработка и осуществление мер по обеспечению экономности управленческой деятельности; — Углублённое изучение потребителя продукции, а также рынка сбыта. 	<ul style="list-style-type: none"> — Расширение профессиональных навыков и повышения квалификации персонала; — Осуществление реализации качественной продукции; — Предоставление ежегодного медицинского обслуживания для персонала организации; — Осуществление мероприятий по улучшению условий труда; — Участие в благотворительных акциях и проведение мастер-классов; — Поддержание конкурентоспособных цен реализуемой продукции.

Из данной таблицы видно, что при осуществлении программ и мероприятий, основанных на целях КСО, то КСО будет разграничиваться на внешний (мероприятия будут реализовываться во вне организации) и внутренний (мероприятия будут реализовываться внутри организации).

Также стоит заметить, что для ООО "Крафт" поставленные цели в наибольшей степени отталкиваются от стратегии и миссии организации, то есть это будет говорить о том, что организация сможет успешно реализовать стратегию в будущей перспективе. В конечном итоге это будет говорить о том, что реализация данной миссии будет осуществляться по отношению как к обществу в целом, так и к каждому покупателю в частном.

Для достижения поставленных целей ООО «Крафт» делает акцент на такие внутренние качества и ценности сотрудников как (рисунок б):



Рисунок 6 – Качества и ценности сотрудников ООО «Крафт»

Для определения эффективности осуществления программы корпоративной социальной ответственности необходимо проанализировать всех стейкхолдеров организации.

Стейкхолдеры – это лица, которые имеют заинтересованность в деятельности организации, а организация в свою очередь оказывает какое-либо воздействие на них.

Эффективность реализации программ корпоративной социальной ответственности зависит от удовлетворенности стейкхолдеров, так как если существуют недовольства среди различных групп стейкхолдеров, то это может пошатнуть смысл дальнейшего существования организации.

Таблица 13 – Определение стейкхолдеров программы КСО

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1.	Расширение профессиональных навыков и повышения квалификации персонала.	Персонал
2.	Осуществление реализации качественной продукции.	Потребители
3.	Предоставление ежегодного медицинского обслуживания для персонала организации.	Персонал
4.	Осуществление мероприятий по улучшению условий труда.	Персонал

Продолжение таблицы 13

5.	Участие в благотворительных акциях и проведение мастер-классов.	Потребители
6.	Поддержание конкурентоспособных цен реализуемой продукции.	Потребители

Таким образом, при сопоставлении целям КСО стейкхолдеров, было установлено, что для ООО «Крафт» стейкхолдерами будут являться потребители и персонал, потому как именно перед ними организация будет нести социальную ответственность.

5.1 Анализ факторов внутренней социальной ответственности

Принципы корпоративной культуры: Организация ООО «Крафт» профессионально и качественно подходит к своей работе, она добросовестно выполняет услуги по ремонту компьютеров и осуществляет поставку только свежих цветов на рынок потребителей. В организации проводится полный контроль логистики и доставки продукции до потребителей, а также предоставляет гарантии качества на реализацию свежей продукции.

В ООО «Крафт» сотрудниками являются квалифицированные кадры, которые профессионально подходят к работе с каждым клиентом, при осуществлении заказа на реализацию цветочных изделий.

При работе с клиентами и взаимодействии внутри компании ООО «Крафт» работники избегают действий, которые могут нанести непоправимый ущерб корпоративному стилю и соблюдают нормы делового общения.

— Сотрудники

Для создания компании, которая будет прибыльной и конкурентоспособной на рынке оптовой торговли в долгосрочной перспективе, ООО «Крафт» признает, необходимость повышения компетенций и квалификации сотрудников.

— Управление персоналом

ООО «Крафт» организовано в соответствии с действующим трудовым законодательством, которое подразумевает соблюдение всех прав человека, исключая дискриминацию по каким-либо признакам.

ООО «Крафт» делает акцент на том, что каждый сотрудник – это личность, которая имеет право на профессиональный и карьерный рост, а также на самореализацию. Создавая необходимые условия труда для максимально эффективной и комфортной работы ООО «Крафт» не забывает и о предоставлении таких возможностей как обучение, стажировки и повышение квалификации персонала. Ведь это неотъемлемые элементы, которые повышают корпоративную культуру и дают развитие новым традициям.

Системы организации труда и его безопасности. Организация труда удовлетворяет требованиям безопасности. Приоритетным принципом деятельности ООО «Крафт» является обеспечение безопасности, сохранности здоровья и жизни сотрудников, во всех сферах деятельности организации.

Требования и нормы российского законодательства в области охраны труда в ООО «Крафт» соблюдаются. Работники оповещены и проинструктированы в отношении норм культуры безопасности.

На ООО «Крафт» исполнение требований безопасности труда контролируется с помощью соответствующих документов.

Сотрудники ООО «Крафт» должны:

- соблюдать и производить контроль за исполнением всех требований законодательства РФ, а также нормативных актов в области охраны труда;
- допуск работника к рабочему месту выполняется только при наличии соответствующей квалификации, в иных случаях работники проходят обучение, подготовку или переподготовку;
- неотъемлемая часть – это использование средств индивидуальной защиты;
- о всех нарушениях в области охраны труда, сотрудник должен незамедлительно сообщить директору организации.

Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации. На сегодняшний день для ООО «Крафт» очень важным элементом является обучение и развитие кадров, так как именно образованность и специализация сотрудников будет обеспечивать рост и развитие как самой организации, так и ее имиджа в обществе.

Для ООО «Крафт» очень важна поддержка и взаимопомощь в коллективе. Каждый сотрудник, имея ту или иную трудную жизненную ситуацию, может обратиться за помощью к руководству. Конфликты внутри коллектива ООО «Крафт» редкое явление. Предупреждение, а также помощь в быстром урегулировании конфликта, главная цель участия руководства.

5.2 Анализ факторов внешней социальной ответственности

Содействие охране окружающей среды. При ведении основной деятельности ООО «Крафт», делает большой акцент на обеспечение минимального воздействия на окружающую среду, общество, природные системы. Старается поддерживать их целостность и воспроизводство, реализуя программы по экологической политике. Как работники, так и руководство соблюдают все требования по охране окружающей среды, а также следят за исправным их выполнением подрядных организаций.

Взаимодействие с местным сообществом и местной властью. Деятельность ООО «Крафт» прозрачна для контрагентов (как покупателей, так и поставщиков), потребителей, органов власти. Объем и порядок раскрытия информации о деятельности ООО «Крафт», предусмотрен законодательством, действующим на данный момент.

Спонсорство и корпоративная благотворительность. Организация может организовывать социальную поддержку в виде:

- Предоставление ежегодного медицинского обслуживания для персонала организации.

- Осуществление мероприятий по улучшению условий труда.
- Участие в благотворительных акциях и проведение мастер-классов.

Ответственность перед потребителями товаров и услуг. Стабильные отношения с клиентами – главная и неотъемлемая часть в деятельности организации. Данная организация ориентирована на индивидуальный подход к покупателю. Для каждого клиента рассматривается возможность гибкой системы скидок и возможных вариантов оплаты, подходящих именно ему. Постоянное расширение клиентской базы и построение доверительных партнерских отношений, гарантирует работу на долгосрочную перспективу.

В отношении же конкурентов ООО «Крафт» придерживается позиции свободной, честной конкуренции. Главное в этой позиции — это повышение качества товара, обслуживания и услуг. Главным плюсом продукции, реализуемой ООО «Крафт» является хорошее качество.

ООО «Крафт» считает не допустимым:

- Распространение заведомо ложной информации, которая может повлечь убытки или ущерб покупателя. Ведь данное действие ведет к потере деловой репутации;
- Сравнение товаров конкурентов с реализуемыми товарами ООО «Крафт». У каждого покупателя есть свобода выбора;
- Продажу не сертифицированной продукции, приобретенную у непроверенных поставщиков;
- Критику товаров конкурентов, основанную только на предположении. Без наличия доказательной базы, подкрепленной опытами. Ответственность перед покупателями ООО «Крафт» считает важным аспектом социальной ответственности – лояльность и честность во взаимоотношениях с покупателями.

Готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. По имеющимся данным финансового отчета за 2018 год организация ООО «Крафт» имеет отличное финансовое положение, в связи с этим в случае кризисных ситуаций

организация может с легкостью пережить кризис, так как сможет в полной мере функционировать с точки зрения финансовой части.

5.3 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности

ООО «Крафт» признает всю свою ответственность, которую она несет перед государством, ввиду специфики деятельности. Данная компания неукоснительно следует требованиям и нормативам законодательства РФ. ООО «Крафт» является ответственным и добросовестным партнером в отношении с органами власти всех уровней.

Социальная ответственность ООО «Крафт» перед государством заключается:

- 1) в добросовестном перечислении налогов и сборов, установленных законодательством РФ;
- 2) в ответственном выполнении всех законов и нормативных актов, имеющих отношение к деятельности компании
- 3) использование прозрачных процедур взаимодействия с государственными органами;
- 4) отказ от уклонения требований государственных органов власти.
- 5) В ООО «Крафт» соблюдаются все нормы:
 - трудового законодательства;
 - безопасности труда
 - внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.

Определение элементов программы КСО. В таблице 14 предоставлены определения элементов программы КСО для ООО «Крафт».

Таблица 14 – Определение элементов программы КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1.	Персонал	Здравоохранение и охрана труда	1. Предоставление ежегодного медицинского обслуживания для персонала организации. 2. Осуществление мероприятий по улучшению условий труда.
2.	Потребители	Удовлетворение требований потребителя	1. Осуществление реализации качественной продукции. 2. Поддержание конкурентоспособных цен реализуемой продукции.
3.	Персонал	Управление человеческими ресурсами	1. Расширение профессиональных навыков и повышения квалификации персонала.
4.	Потребители	Корпоративная благотворительность	1. Участие в благотворительных акциях и проведение мастер-классов.

Таким образом, в рамках ожидаемого результата были определены приоритетные элементы программы КСО, а именно здравоохранение и охрана труда, управление человеческими ресурсами, удовлетворение потребностей потребителя, а также корпоративная благотворительность.

Стоит отметить, что ожидаемый результат не должен выражаться в решении глобальной проблемы компании или заинтересованных сторон, он должен быть пропорционален временным и финансовым затратам.

Следующим этапом необходимо проанализировать все затраты, которые понесет организация при реализации программ КСО.

Определение затрат на программу. Для анализа стоимости проведения мероприятий КСО рассмотрим, какие затраты понесет ООО «Крафт»

Затраты на программы КСО будут определяться по остаточному принципу и расходоваться в зависимости от их наличия. Общий бюджет программ КСО будет, определяется как процент чистой прибыли организации и составит около 122% в год, это приблизительно около 354 400 рублей.

Другими словами, сумма мероприятий КСО превышает сумму чистой прибыли, то есть решением в данном случае будет пересмотр мероприятий и выбор наиболее приоритетных для организации.

Таблица 15 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1.	Здравоохранение и охрана труда 1. Предоставление ежегодного медицинского обслуживания для персонала организации. 2. Осуществление мероприятий по улучшению условий труда.	Руб.	1 917	115 000
2.	Удовлетворение требований потребителя 1. Осуществление реализации качественной продукции. 2. Поддержание конкурентоспособных цен реализуемой продукции.	Руб.	1 457	87 400
3.	Корпоративная благотворительность: 1. Участие в благотворительных акциях и проведение мастер-классов.	Руб.	817	49 000
4.	Управление человеческими ресурсами 1. Расширение профессиональных навыков и повышения квалификации персонала.	Руб.	1 717	103 000
Итого:				354 400

В результате осуществления расчетов в таблице 15 можно заметить факт того, что большая часть средств уйдет на обучение персонала и повышение квалификации, а также на ежегодное медицинское обслуживание для персонала организации, суммы данных мероприятий в общей сложности составляют 218 000 руб. Данные мероприятия должны способствовать повышению уровня работы сотрудников, и их доверия.

Ожидаемая эффективность программ КСО. Оценка эффективности программы КСО строится на основе принципов эффективности затрат на мероприятия и ожидаемых от мероприятий результатов.

Таблица 16 – Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Мероприятие	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1.	Здравоохранение и охрана труда 1.Предоставление ежегодного медицинского обслуживания для персонала организации. 2.Осуществление мероприятий по улучшению условий труда.	115 000	Рост производительности труда, а также уважения и доверия персонала	Организация будет более престижной для потенциальных сотрудников, за счет данных внутренних мероприятий КСО.
2.	Удовлетворение требований потребителя: 1.Осуществление реализации качественной продукции. 2.Поддержание конкурентоспособных цен реализуемой продукции.	87 400	Стимулирование покупательного спроса	Получение морального удовлетворения
3.	Корпоративная благотворительность: 1.Участие в благотворительных акциях. 2.Проведение мастер-классов для будущих предпринимателей в области оптовой торговли (демонстрация новой продукции).	49 000	Рост имиджа организации	Решение социальных проблем, а также увеличение заинтересованности молодежи в ведении бизнеса
4.	Управление человеческими ресурсами 1.Расширение профессиональных навыков и повышения квалификации персонала. 2.Обучение персонала в оптовой торговле использования новых программ	103 000	Повышение уровня квалификации персонала	Увеличение доверия имеющегося персонала, и привлекательности организации для новых работников
Итого:		354 400		

Таким образом, можно сделать вывод, что соотношение затрат на мероприятие, эффект для компании и эффект для общества, не являются оптимальными, так как уже говорилось выше бюджет ООО «Крафт» не позволяет реализовать все мероприятия КСО. Следовательно, необходимо выбрать наиболее важные мероприятия на рассматриваемый период для реализации из всех рассматриваемых.

Так как методика оценки корпоративной социальной ответственности организации имеет стратегический характер, то отложенные мероприятия могут быть реализованы в будущей перспективе исходя из имеющихся средств в бюджете анализируемой организации.

В соответствии с данными представленными в приложении 1 (Отчет о финансовых результатах ООО «Крафт»), то на анализируемый период организация может осуществить два направления мероприятий КСО без ущерба для себя, а именно удовлетворение требований потребителей и корпоративная благотворительность. Итоговая сумма для реализации данных программ будет равна 125 000 руб., что по отношению к чистой прибыли организации будет составлять 43%.

5.4 Заключение по социальной ответственности

Данная работа посвящена изучению вопроса, актуального сегодня для многих организаций, - изучению социальной ответственности и организационной культуры.

Социальные системы как объект теории организации представляют особый интерес. В определенном смысле это упорядоченные группы взаимодействующих индивидов и групп индивидов, образующих целостность. Важнейшим компонентом социальных систем является человек. Социальная организация - это сложная, открытая, управляемая, динамичная система с целенаправленными действиями.

Организационная социализация означает процесс усвоения индивидами социокультурных ценностей и организационных норм, что позволяет им быть полноправными членами этой организации.

Организационная культура - это выражение порядка и согласованности функционирования социальной организации, системы значений, ценностей и директив, которые гарантируют организацию деятельности по реализации задач и целей.

Корпоративная культура может быть определена как набор мнений, разделяемых членами организации, стандартов поведения, настроений, символов, отношений и способов ведения дел, которые определяют индивидуальность компании.

Кроме того, работа сосредоточена на концепции КСО. Корпоративная социальная ответственность (КСО, также называемая корпоративной ответственностью, корпоративной ответственностью и корпоративными социальными возможностями) - это концепция, в которой организации учитывают интересы компании, принимая на себя ответственность за влияние своей деятельности на клиентов, поставщики, сотрудники, акционеры, местные сообщества и другие заинтересованные стороны и окружающая среда. Это обязательство выходит за рамки законодательного обязательства соблюдать закон и подразумевает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для улучшения качества жизни работников и их семей, а также сообщества и местного общества.

Следует добавить, что компания существует в обществе. Это оказывает влияние на общество через производство товаров и услуг, воздействие на окружающую среду и экономику. Корпоративная социальная ответственность позволяет компаниям делать индивидуальный выбор программ, отражающих цели и видение компании. Разработка программы КСО позволит компаниям ответственно подходить к своей деятельности, учитывать ее влияние на общество в будущем, предвидя проблемы и решая их.

В современных условиях организации стремятся к развитию и занятию лидирующего положения на рынке. Однако осуществление предпринимательской деятельности не обходится без участия в жизни общества, поскольку спрос на продукцию (товары и услуги) определяется относительно предпочтений потребителей. Поэтому разработка и реализация программы корпоративной социальной ответственности необходимо для поддержания конкурентного положения организации.

Заключение

В результате выполнения выпускной бакалаврской работы поставленная цель и задачи были успешно достигнуты.

По итогу проделанной работы были сделаны следующие выводы:

Разработка и внедрение новой продукции исследовалось на примере организации ООО «Крафт». Организация занимается предоставлением услуг по ремонту компьютеров и созданию сайтов. Его финансовое положение на начало 2018 года положительное. Положительная динамика рентабельности продаж (5,1% от рентабельности 2,41% за 2017 год), высокая рентабельность активов (29,2% за период с 01.01.2018 по 31.12.2018), а также финансовая устойчивость организации находится на достаточно высоком уровне.

По анализу финансового состояния организации стало известно, что доходы организации превышают затраты. За последний год получена прибыль от продаж (5 725 тыс. руб.), причем наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (1 785 тыс. руб.)

В ходе исследования в ООО «Крафт» новых продуктов обнаружено не было, т.е. в настоящее время компания не собирается внедрять ничего нового. Именно поэтому я рекомендую им рассмотреть программный продукт «Звонок». До этого у компании не было автоматизированного сервиса звонков. Добавление услуги автообзвона "Звонок" в наше время будет актуально именно потому, что это сократит расходы за счет освобождения рабочего места. То есть получается, что у работодателя будет еще один работник, без потери прибыли.

Список используемых источников

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
2. Бухвальд Е.М. Модернизация экономики и новые подходы к политике поддержки малого и среднего предпринимательства // Общество: политика, экономика, право. 2014. №1 С.45-52.
3. Грицунова С.В., Лотарева К.М. Развитие малого предпринимательства в России // Интернетжурнал «Мир науки» 2015. № 2. С. 2.
4. Овчинникова А.В. Концепция государственной поддержки развития малого и среднего предпринимательства на федеральном и региональном уровнях // Вестник Удмуртского университета/ 2015. №4 С.61-63.
5. Статистический сборник «Россия в цифрах», 2015г. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 10.05.2020).
6. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016 № 265-ФЗ).
7. Божук, С. Г. Корпоративная социальная ответственность: учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. — 2-е изд., испр. и доп., 2017.
8. Банникова М. С. Особенности и проблемы формирования корпоративной социальной и социальной ответственности бизнеса в России / М. С. Банникова // Политическое управление: научный информационно-образовательный электронный журнал. - 2018. - № 2. - С. 79-86. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://elibrary.ru> (дата обращения 20.05.2020)
9. Выборный А. Б. Корпоративная социальная ответственность и обеспечение устойчивости и конкурентоспособности предпринимательских структур / А. Б. Выборный // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2017.

- № 15. - С. 79-83. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://elibrary.ru> (дата обращения 22.05.2020)

10. Рогов А. В. Тенденции формирования корпоративной социальной ответственности бизнеса / А. В. Рогов // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. - 2018. - № 4. - С. 142-147. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://elibrary.ru> (дата обращения 24.05.2020)

11. И.Е. Глушков Бухгалтерских учет на современном предприятии. Эффективное пособие по бухгалтерскому учету. – Новосибирск, «ЭКОР», 2018, 752с.

12. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник: рек. УМО по образованию / Г. В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 535 с.

13. Ковалев В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник для вузов: допущено М-вом образования и науки РФ / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: Проспект, 2017.

14. Организация ООО "КРАФТ"// <https://www.rusprofile.ru/id/4033740>

15. Сравнительный анализ по данным Росстата// https://www.testfirm.ru/result/4230022334_ooo-kraft (дата обращения 25.05.2020)

16. Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО "КРАФТ"// <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1064230009678-ooo-kraft> (дата обращения 26.05.2020)

17. Система учета затрат на предприятии [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.aktiva.ru>. (дата обращения 29.05.2020)

18. Цветули // Электронный ресурс. URL: <https://цветули.рф> (дата обращения 30.05.2020)

Приложение 1 – Отчет о финансовых результатах ООО «Крафт»

Наименование показателя	Код	2018	2017	2016
Выручка	2110	5 725	1 321	2 555
Себестоимость продаж	2120	5 433	729	2 390
Валовая прибыль (убыток)	2100	292	592	165
Управленческие расходы	2220	(0)	(0)	0
Прибыль (убыток) от продаж	2200	292	592	165
Прочие доходы	2340	0	0	0
Прочие расходы	2350	(0)	(0)	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	292	592	165
Прочее	2460	(0)	(0)	0
Чистая прибыль (убыток)	2400	292	592	165
	СПРАВОЧНО			
Совокупный финансовый результат периода	2500	292	592	165

Приложение 2 – Бухгалтерский баланс ООО «Крафт»

Наименование показателя	Код	31.12.18	31.12.17	31.12.16
АКТИВ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Основные средства	1150	10	10	10
Итого по разделу I	1100	10	10	10
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Итого по разделу II	1200	0	0	0
БАЛАНС	1600	10	10	10
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	0	0	(0)
Итого по разделу III	1300	10	10	10
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	0	0	0
Итого по разделу V	1500	0	0	0
БАЛАНС	1700	10	10	10

Приложение 3 – Количество заказов с 01.01.2019 по 30.03.2019г.

? Визиты ▾ ? Количество покупок ? Количество посетителей, купивших товар ? Доход Средний доход визита Средний доход покупки	? ? ? ? ? ?	? ? ? ? ? ?	? ? ? ? ? ?	? ? ? ? ? ?	? ? ? ? ? ?
7 403	0	0	0	0	0
2 819	0	0	0	0	-
2 174	0	0	0	0	-
1 337	0	0	0	0	-
1 013	0	0	0	0	-
49	0	0	0	0	-
11	0	0	0	0	-