

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

---

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

Тема работы			
Оптимизация бизнес-процессов с применением интернет-технологий на примере НКО «Фонд развития бизнеса»			
УДК 339.138:004.738.5:334.724			
Студент			
Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗН81	Солодуха Данил Викторович		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ковалёва Елена Витальевна	к.м.н., доцент		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Феденкова Анна Сергеевна	-		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Программист	Долматова Анна Валерьевна	-		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Корниенко Анна Анатольевна	к.т.н.		

**Планируемые результаты освоения ООП  
27.03.05 Инноватика**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>
<b>Универсальные компетенции</b>	
УК(У)-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК(У)-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК(У)-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК(У)-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (-ых) языке
УК(У)-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК(У)-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК(У)-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК(У)-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК(У)-9	Способен проявлять предприимчивость в профессиональной деятельности, в т.ч. в рамках разработки коммерчески перспективного продукта на основе научно-технической идеи
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
ОПК(У)-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК(У)-2	Способность использовать инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, планирования и проведения работ по проекту
ОПК(У)-3	Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать компьютерные технологии и базы данных, пакеты прикладных программ управления проектами
ОПК(У)-4	Способность обосновывать принятие технического решения при разработке проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения
ОПК(У)-5	Способность использовать правила техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности и нормы охраны труда
ОПК(У)-6	Способность к работе в коллективе, организации работы малых коллективов (команды) исполнителей
ОПК(У)-7	Способность применять знания математики, физики и естествознания,

	химии и материаловедения, теории управления и информационные технологии в инновационной деятельности
ОПК(У)-8	Способность применять знания истории, философии, иностранного языка, экономической теории, русского языка делового общения для организации инновационных процессов
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ПК(У)-1	Способность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности
ПК(У)-2	Способность использовать инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, планирования и проведения работ по проекту
ПК(У)-3	Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности; использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом
ПК(У)-4	Способность анализировать проект (инновацию) как объект управления
ПК(У)-5	Способность определять стоимостную оценку основных ресурсов и затрат по реализации проекта
ПК(У)-6	Способность организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда
ПК(У)-7	Способность систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов
ПК(У)-8	Способность применять конвергентные и мультидисциплинарные знания, современные методы исследования и моделирования проекта с использованием вычислительной техники и соответствующих программных комплексов
ПК(У)-9	Способность использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования
ПК(У)-10	Способность спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее
ПК(У)-11	Способность готовить презентации, научно-технические отчеты по результатам выполненной работы, оформлять результаты исследований в виде статей и докладов
ПК(У)-12	Способность разрабатывать проекты реализации инноваций с использованием теории решения инженерных задач и других теорий поиска нестандартных, креативных решений, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять комплект документов по проекту
ПК(У)-13	Способность использовать информационные технологии и инструментальные средства при разработке проектов
ПК(У)-14	Способность разрабатывать компьютерные модели исследуемых процессов и систем
ПК(У)-15	Способность конструктивного мышления, применять методы анализа вариантов проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального
ПК(У)-16	Способность выполнения работ по сопровождению информационного

	обеспечения и систем управления проектами
ПК(У)-17	Способность ведения баз данных и документации по проекту
<b>Профессиональные компетенции университета</b>	
ДПК(У)-1	Способность к экономическому планированию деятельности структурного подразделения промышленной организации, которое направлено на организацию рациональных бизнес-процессов в соответствии с потребностями рынка, обеспечение участия работников структурного подразделения промышленной организации в проведении маркетинговых исследований

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

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель ООП

\_\_\_\_\_ Корниенко

А.А.  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

## ЗАДАНИЕ

### на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы  
(бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗН81	Солодуха Данил Викторович

Тема работы:

Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 112-9/с от 22.04.2022
---	-------------------------

Срок сдачи студентом выполненной работы:

### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

<b>Исходные данные к работе</b> (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.).	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Учебно-методическая и научная литература.</li><li>2. Статьи в периодических изданиях.</li><li>3. Электронные ресурсы.</li><li>4. Материалы отчета по преддипломной практике.</li></ol>
<b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b> (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	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Бизнес-процессы, оптимизация бизнес-процессов, анализ интернет-технологий и особенности их внедрения в бизнес-процессы организации.</li><li>2. Характеристика НК «Мой бизнес», анализ бизнес-процессов предприятия.</li><li>3. Разработка мероприятий по оптимизации бизнес-процессов НК «Мой бизнес» с применением интернет-технологий,</li></ol>

<i>разработке; заключение по работе).</i>	экономическая оценка предложенных рекомендаций.
---	---

<b>Перечень графического материала</b> <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	Рисунок 1. Вертикальное и Горизонтальное описание бизнес-процесса Таблица 1. Исходные данные для анализа Рисунок 2. организационная схема отдела Таблица 2. Функциональная модель предприятия Таблица 3. Информационная модель Таблица 4. Комплексная модель Таблица 5. КФУ организации Таблица 6. Оценка бизнес-процессов Таблица 7. Матрица приоритетов по выбору бизнес-процессов для оптимизации Таблица 8. оптимизация бизнес-процесса №5 Таблица 9. оптимизация бизнес-процесса №6 Рисунок 3. Выбор мероприятия Рисунок 4. Регистрация Табл. 10. Информационная модель бизнес-процесса после оптимизации Таблица 11. Задачи сотрудника колл-центра Рисунок 5. Компоненты социальной ответственности корпорации Таблица 12. Определение целей КСО на предприятии Таблица 13. Стейкхолдеры организации Таблица 14. Мероприятия КСО Таблица 15. Затраты на мероприятия КСО
---	--

**Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы**  
*(с указанием разделов)*

Раздел	Консультант

**Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:**

--	--

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

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ковалёва Елена Витальевна	к.м.н., доцент		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3Н81	Солодуха Данил Викторович		

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

Школа инженерного предпринимательства  
 Направление подготовки 27.03.05 Инноватика  
 Уровень образования бакалавриат  
 Период выполнения весенний семестр 2021/2022 учебного года

Форма представления работы:

Бакалаврская работа (бакалаврская работа, магистерская диссертация)
--

Тема работы:

Оптимизация бизнес-процессов с применением интернет-технологий на примере НКО «Фонд развития бизнеса»
---

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН**  
**выполнения выпускной квалификационной работы**

Срок сдачи студентом выполненной работы:	10.06.2022
--	------------

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
01.12	Определение темы ВКР и получение задания	5
01.12	Согласование плана ВКР с руководителем. Составление окончательного плана работы.	5
11.04	Сбор и проработка фактического материала. Написание «черновика» первой главы. Отправка главы руководителю на проверку.	15
19.05	Сбор и проработка фактического материала. Написание «черновика» второй главы. Отправка главы руководителю на проверку.	35
24.05	Сбор и проработка фактического материала. Написание «черновика» главы «Социальная ответственность». Отправка главы на проверку консультанту по разделу.	5
26.05	Исправление замечаний и доработка ВКР, оформление согласно стандартам, отправка «чистовика» руководителю на проверку.	5
28.05	Исправление замечаний и доработка ВКР, оформление согласно стандартам, отправка «чистовика» руководителю на проверку	15
31.05	Подготовка презентации для защиты ВКР и	15

	доклада.	
--	----------	--

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Ковалёва Елена Витальевна	к.м.н., доцент		

Принял студент:

ФИО	Подпись	Дата
Солодуха Данил Викторович		

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Корниенко Анна Анатольевна	к.т.н.		

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 64 страницы, 5 рисунков, 15 таблиц, 20 использованных источников.

Ключевые слова: бизнес-процессы, оптимизация, интернет-технологии.

Объектом исследования является Некоммерческая организация «Мой бизнес»

Цель работы – разработка рекомендаций и механизма оптимизации бизнес-процесса “организация и проведение мероприятия” с применением интернет-технологий.

В процессе исследования проводился анализ бизнес-процесса «организация и проведение мероприятия» на предприятии НО «Мой бизнес» и оценка экономической эффективности примененного комплекса мероприятий по оптимизации бизнес-процесса

Практическая значимость работы заключается в том, что работа использована для улучшения деятельности некоммерческой организации «Мой бизнес», при помощи оптимизации бизнес-процессов с применением интернет-технологий.

В результате внедрения в организации удалось оптимизировать бизнес-процесс, увеличить посещаемость сайта и количество консультаций проводимых сотрудником кол-центра. Модернизировать сайт, добавив возможность самостоятельной регистрации на мероприятие.

## **Список терминов и сокращений, использованных в работе**

Стейкхолдер – заинтересованные стороны: люди, группы или организации

Модернизация – процесс обновление объекта, приведение его в соответствие с новыми требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества.

Бизнес-процесс – совокупность взаимосвязанных мероприятий или работ, направленных на создание определённого продукта или услуги для потребителей.

Интернет-технологии – технологии создания и поддержки различных информационных ресурсов в компьютерной сети Интернет

Колл-центр – выделенное подразделение в организации, занимающиеся обработкой обращений и информированием по голосовым каналам связи

Анонс – предварительное оповещение о каком-либо событии

База данных – это упорядоченный набор структурированной информации или данных, которые обычно хранятся в электронном виде в компьютерной системе.

IoT– объединяет устройства в компьютерную сеть и позволяет им собирать, анализировать, обрабатывать и передавать данные другим объектам через программное обеспечение, приложения или технические устройства.

CRM – автоматизирует продажи, маркетинг, аналитику, базы данных или все вместе взятое

Сокращения:

НО – Некоммерческая организация

IoT – Internet of Things

CRM – Customer Relationship Management

ИНН – Идентификационный номер налогоплательщика

ОГРН – Основной государственный регистрационный номер

КПП – Код причины поставки на учет

## Оглавление

Введение.....	11
1 Бизнес-процессы и интернет-технологии.....	13
1.1 Основы бизнес-процесса .....	13
1.2 Отличие оптимизации бизнес-процесса от реинжиниринга .....	15
1.3 Интернет-технологии .....	17
2 Характеристика предприятия. ....	23
2.1 Методология оптимизации бизнес-процесса.....	24
2.1.1 Информационная подготовка к проведению оптимизации бизнес-процесса .....	24
2.1.2 Создание организационной модели.....	28
2.1.3 Создание функциональной модели.....	29
2.1.4 Создание информационной модели.....	32
2.1.5 Создание комплексной модели.....	34
2.1.6 Определение миссии и выделение критических факторов успеха.....	36
2.2 Определение проблемности и оптимизация.....	37
2.2.1 Оптимизация бизнес-процесса .....	40
2.2.2 Экономическая оценка предложенных рекомендаций .....	44
3 Корпоративная социальная ответственность .....	47
3.1 Сущность корпоративной социальной ответственности .....	49
3.2 Определение элементов программы КСО .....	53
3.3 Оценка Эффективность программ КСО .....	57
Заключение .....	59
Список используемых источников .....	61

## **Введение**

Актуальность данной работы определяется тем, что возможности интернет-технологий растут серьезными темпами и могут применяться в бизнесе на всех этапах, начиная с заказа сырья и заканчивая получением обратной связи от потребителя. Так, по данным Росстат, статистика на 2019 год 91.2% организаций в своей деятельности используют интернет-технологии. В особенности этому способствовала пандемия COVID-19 2019 года и введенный, в связи с этим режим самоизоляции. Люди стали чаще получать услуги через интернет-ресурсы.

Но далеко не все предприятия пользуются интернет-технологиями в полной мере, предприятия, использующие большой потенциал интернет-технологий, имеют больше преимущества перед конкурентами, а предприятия, которые в меньшей степени пользуются интернет-технологиями имеют меньше преимуществ. А успешность, в свою очередь, зависит от многих факторов, на одних предприятиях выбранные интернет-технологии могут работать хорошо и приносить прибыль, а на других, те же технологии могут работать значительно хуже.

Оптимизация бизнес-процессов помогает компаниям выйти на новый уровень. С помощью усовершенствования существующего бизнеса. Под оптимизацию могут попадать все сферы деятельности компании.

Объект исследования это - Фонд развития бизнеса “Мой бизнес”.

Предметом исследования является- бизнес-процесс “организация и проведение мероприятия”.

Целью данной работы является – разработка рекомендаций и механизма оптимизации бизнес-процесса “организация и проведение мероприятия” с применением интернет-технологий.

Были определены следующие задачи:

1. Рассмотреть виды и способы описания бизнес-процессов.
2. Провести сравнительный анализ оптимизации и реинжиниринга

бизнес-процессов.

3. Изучить способы применения интернет-технологии в бизнес-процессах.

4. Определить бизнес-процесс для оптимизации и собрать информацию об этом процессе.

5. Выделить критические факторы успеха компании и определить проблемность бизнес-процесса.

6. Оптимизировать процессы добавляющие наименьшую ценность.

Метод исследования: теоретический анализ и синтез

В первой главе были рассмотрены виды, способы описания бизнес-процессов, также был проведен сравнительный анализ оптимизации и реинжиниринга бизнес-процессов и изучены способы применения интернет-технологий.

Во второй главе проводится анализ действующего бизнес-процесса некоммерческой организации "Фонд развития бизнеса", проводится анализ проблемности данного бизнес-процесса, а также, разрабатывается механизм для повышения эффективности бизнес-процесса и производится экономическая оценка предложенных рекомендаций.

Практическая значимость работы в том, что работа может быть использована для улучшения деятельности некоммерческой организации "Фонд развития бизнеса", при помощи оптимизации бизнес-процессов с применением интернет-технологий.

# 1 Бизнес-процессы и интернет-технологии

## 1.1 Основы бизнес-процесса

В своей статье Перепелкин А. И. и др. “Бизнес-процесс как основной элемент управления предприятием” [1] дал определение бизнес-процессу и выделил 3 вида бизнес процесса . Бизнес-процесс - это совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей. Для наглядности бизнес-процессы визуализируют при помощи блок-схемы бизнес-процессов.

Бизнес-процессы часто требуют сочетания внутренних действий и действий, которые должны выполняться людьми. Следовательно, мы можем рассматривать управление бизнес-процессами как точку пересечения людей, процессов и технологий.

Подход к управлению бизнес-процессами является итеративным. Компания не реализуете это один раз, чтобы больше никогда не трогать. Вместо этого компания проектирует, моделирует, создает, имитирует, контролирует и оптимизирует свои процессы на регулярной основе. Обратная связь, которую компания получает при тестировании и мониторинге своих процессов, способствует постоянному совершенствованию рабочих процессов организации.

Существует 3 вида бизнес-процессов:

- Управляющий– бизнес-процессы отвечающие за работоспособность системы. Например: Корпоративное управление и Стратегический менеджмент.
- Операционные– бизнес-процессы с помощью которых создается основной поток доходов. Например: производство, продажи.

– Поддерживающие– вспомогательные бизнес-процессы, обслуживающие бизнес. Например: бухгалтерия, тех. Поддержка.

Бизнес-процесс начинается с потребителя, а точнее, с его спроса и заканчивается его удовлетворением. Организации старающиеся устранять барьеры и задержки, между двумя подразделениями организации выполняющий один бизнес-процесс называются: процессно-ориентированные.

Бизнес-процессы необходимо строить так, чтобы повышалась ценность и стоимость для потребителей и не допускать активности не добавляющих ценность. В результате правильно построенных бизнес-процессов повышается рентабельность для предприятия и ценность для потребителя.

Далее проанализируем способы описания бизнес-процессов. Существует горизонтальное и вертикальное описание бизнес-процессов.

При горизонтальном описании бизнес-процессов показываются работы, их порядок в дереве бизнес-процессов, движение материальных и не материальных потоков, последовательность выполнения, связь между собой.

При вертикальном анализе выделяется только работы и их иерархический порядок. (рис.1)

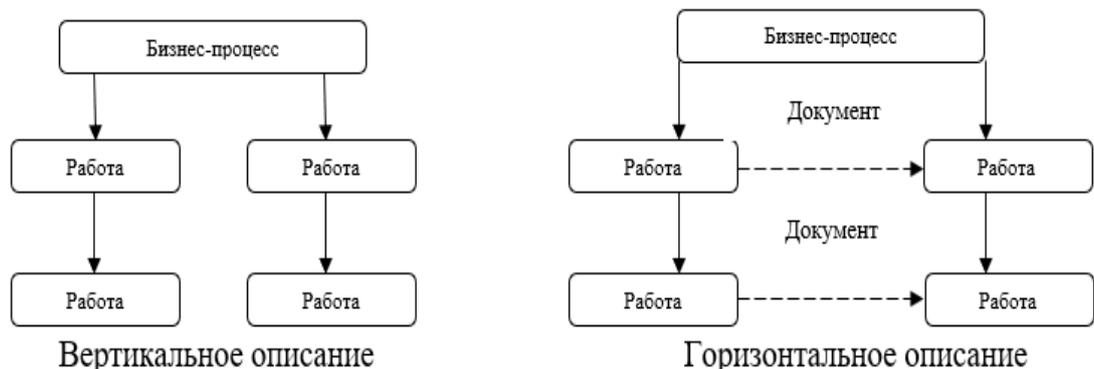


Рисунок 1–Вертикальное и Горизонтальное описание бизнес-процесса.

Способы описания бизнес-процессов:

По мнению Кравченко А. В. и др. в статье “Моделирование бизнес-процессов” [2] существует три способа описания бизнес-процессов: текстовый, табличный и графический.

Первый способ - текстовое описание бизнес-процессов. Примером текстового описания части бизнес-процесса является: Юрист составляет договор и согласует его с директором.

Для оптимизации деятельности компании, текстовое описание не подходит. Так-как описание бизнес-процесса данным способом невозможно проанализировать. Человеческий мозг устроен таким образом, что текстовую информацию он воспринимает последовательно и в связи с этим, были разработаны следующие два способа: табличный и графический.

Второй способ: табличный, представляет собой таблицу, в которой каждый столбец и строка имеют определенное значение. Такую таблицу уже можно использовать для описания бизнес-процессов.

Третий способ: графический, данный способ хорош тем, что вся информация находится в поле зрения и ее довольно легко воспринимать и анализировать.

## **1.2 Отличие оптимизации бизнес-процесса от реинжиниринга**

Существует множество способов улучшения бизнес-процессов, которые можно применять в проектах по улучшению бизнес-процессов. Хотя некоторые из них общеизвестны, большинство из них являются вариациями. Двумя наиболее распространенными являются:

- 1) оптимизация бизнес-процессов
- 2) реинжиниринг бизнес-процессов.

Оптимизация и реинжиниринг – это два отдельных способа к совершенствованию процессов, и их необходимо понимать в контексте

улучшения бизнес-процессов, чтобы определить, какой подходит лучше всего.

Реинжиниринг бизнес-процессов обычно проводится для выявления и устранения организационных барьеров, препятствующих осуществлению процессов для создания «радикальных» изменений, в то время как оптимизация бизнес-процессов использует более тонкий подход. Двумя яркими сторонниками реинжиниринга являются Майкл Хаммер и Джеймс Чампи, опубликовавшие книгу «Реинжиниринг корпорации» [3] в 90-х годах. Они подчеркнули, что в некоторых случаях радикальное проектирование и реорганизация – единственный способ снизить стоимость и улучшить качество.

Проанализировав статью Земскова А. Е. “Условия и факторы оптимизации бизнес-процессов” [4], можно выделить три основных различия между реинжинирингом и оптимизацией бизнес-процессов:

1. Оптимизация бизнес-процессов выполняется для улучшения существующей структуры, в то время как реинжиниринг используется для создания значительных улучшений, позволяющих организации отойти от общепринятых представлений и подходов, при помощи значительных улучшений.

2. Оптимизация - это превентивный метод, который необходимо применять в качестве принципа во всем бизнесе, независимо от того, есть ли проблемы, в то время как реинжиниринг часто применяется для предотвращения надвигающихся бедствий.

3. Оптимизация часто рассматривается как текущий ремонт/техническое обслуживание и может использоваться для достижения быстрых результатов, в то время как реинжиниринг больше фокусируется на улучшении организационных операций в масштабах предприятия, что требует значительного времени для выполнения.

### 1.3 Интернет-технологии

Интернет-технологии при правильном использовании позволят предприятиям внедрять более быстрые и эффективные процессы. Интернет-технологии охватывают все сферы бизнеса, от разработки стратегии до маркетинга и не только.

Термин «интернет-технологии» является универсальным термином для интернет-возможностей, особенно в отношении последних разработок. К интернет-технологиям относятся:

- Средства коммуникации
- Социальные сети
- CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) и другое программное обеспечение для работы с базами данных
- Корпоративный портал
- Возможности совместной работы через Интернет
- Облачное хранилище

С таким большим количеством возможностей у интернет-технологий есть множество применений - не все из них будут полезны для бизнеса. Некоторые интернет-технологии также принесут пользу одному бизнесу, но будут лишними для других.

Наиболее популярные интернет-технологии для бизнеса:

Инструменты коммуникации: особенно когда люди работают из дома, инструменты коммуникации, включая функции чата, общие временные рамки или карты целей проекта, а также видеоконференции, стали жизненно важными для многих предприятий. Онлайн-общение обеспечивает более естественный поток общения, чем только телефонные звонки или электронная почта. Много программного обеспечения также было создано специально для предприятий и позволяет коллегам или членам команды видеть, когда кто-то занят, разговаривает по телефону или доступен для чата.

Общие файлы: совместное использование документов в облачном хранилище позволяет нескольким людям получать доступ к одним и тем же данным в режиме реального времени и видеть изменения по мере их внесения. Это может устранить много путаницы и сэкономить время, когда дело доходит до просмотра нескольких версий одного и того же документа, чтобы найти самую последнюю версию.

Социальные сети: когда-то считавшиеся тратой времени в офисе, деловой мир изменил свое отношение к социальным сетям и теперь признает жизненно важную роль, которую они могут играть в исследованиях рынка, расширении взаимодействия с клиентами, повышении конверсии и повышении узнаваемости бренда. Большинство платформ социальных сетей также предлагают бизнес-возможности, разработанные специально для того, чтобы помочь компаниям использовать свои платформы, чтобы стать более эффективными и прибыльными.

Программное обеспечение CRM: управление базами данных намного безопаснее в Интернете, потому что разработчики могут добавить гораздо больше средств защиты в свое программное обеспечение и поддерживать его в актуальном состоянии. Платунина Г. П. в своей статье “CRM-система как средство повышения эффективности бизнеса”[8] рассказывает о том, что Online CRM также позволяет хранить информацию, она соответствует закону о защите данных, можно выбрать периодичность создания резервной копии. В случае потери какой-либо информации, всю информацию возможно восстановить из резервной копии, что делает бизнес более плавным, а отношения с клиентами более лояльными.

Авторы Райзерт С. И. др. в статье “Как перейти от бумажных документов к практическим действиям в управлении бизнес-процессами” [7] утверждают, что взаимодействие с корпоративным порталом не ограничивается локальной сетью. Информация с портала может быть доступна не только для сотрудников компании, хотя основные возможности доступны именно работникам организации, клиенты или обычные

пользователи могут также пользоваться данной системой. Все зависит от настроек. Минимально возможный функционал корпоративного портала — это групповой календарь, хранилище файлов, управление задачами и wiki-энциклопедия.

Корпоративные порталы состоят из специфических функций, которые подбираются индивидуально под особенности бизнеса. А также, помогают компаниям автоматизировать задачи и освободить сотрудников от рутинных дел.

В бизнес-процессах один непродуктивный или медленный шаг может замедлить весь процесс, поставив под угрозу проекты и сроки.

Цалко Т. и др. в своей статье “Оптимизация реализации товаров на основе разработки реинжиниринга бизнес-процессов” [5] говорит о том, что интернет-технологии помогают бизнесу в его самых различных сферах.

Интернет-технологии повышают производительность:

Интернет-технологии позволяют супервайзерам следить за тем, как сотрудники проводят время, над чем они работают и как продвигается работа. Доступно несколько инструментов управления задачами, которые помогут отслеживать ежедневные, еженедельные и ежемесячные обязанности и цели, чтобы ваша команда не сбивалась с пути.

Интернет-технологии улучшают гибкость:

Интернет-технологии привнесли гибкость во многих отношениях, наиболее очевидным из которых является то, как люди работают. Благодаря новым интернет-технологиям сотрудники могут работать из любого места и в любое время и при этом оставаться такими же, если не более продуктивными, как и раньше. Такая гибкость работает как на пользу бизнесу, так и на сотрудников, а это, в свою очередь, повышает качество обслуживания ваших клиентов.

Благодаря улучшенной коммуникации появляется больше возможностей для быстрой корректировки любого аспекта работы

Интернет-технологии улучшают обслуживание клиентов:

Ни один бизнес не может работать без клиентов, а клиенты часто находятся в центре внимания многих этапов бизнес-процесса. Если клиенты не находятся в центре внимания при разработке услуг и продуктов, бизнес вряд ли будет успешным.

Интернет-технологии позволяют более осмысленно взаимодействовать с клиентами на всех этапах бизнес-процесса. Начиная с исследования рынка и взаимодействия с брендом и заканчивая послепродажным обслуживанием и поддержкой клиентов, технологии упростили для клиентов контакт и взаимодействие с предприятиями. Используя такие технологии, как онлайн-чат-боты с искусственным интеллектом, онлайн-поддержка клиентов и социальные сети, появилась возможность помочь, клиенты могут оставаться на связи и чувствовать себя услышанными.

Интернет-технологии в маркетинге:

Маркетинге является ключевым в любом бизнесе, и много времени будет потрачено на разработку лучших потенциальных клиентов или наиболее подходящей кампании. В крупных компаниях целые маркетинговые команды будут заниматься маркетинговым процессом, который включает в себя правильное понимание потребностей клиентов и отслеживание меняющихся тенденций и рекламных возможностей. Если маркетинговая часть бизнес-процесса выйдет из строя, компания сможет продавать и весь бизнес пострадает.

Преимущество интернет-технологий заключается в том, что они интуитивно понятны, а также позволяют быстро и эффективно собирать и обрабатывать большие объемы данных. Благодаря этим инструментам, полностью доступным для предприятий, предприятие может не только понять свой рынок, но и очень легко создавать маркетинговые кампании, нацеленные именно на интересующую вас область рынка, будь то существующие клиенты или новые области рынка.

Программное обеспечение доступно для создания веб-сайтов без каких-либо знаний в области кодирования, а привлекательные инструменты графического дизайна доступны для создания рекламных материалов. Кроме того, большинство платформ социальных сетей позволяют размещать рекламу бесплатно или предоставляют возможность целевого маркетинга за определенную плату. Это означает, что компания можете заставить маркетинг работать на себя при любом бюджете, с которым она работает.

Интернет-технологии повышают безопасность:

Хранить физические данные рискованно. Предприятия, использующие только физические данные, рискуют потерять информацию, если она не будет храниться как минимум в двух разных местах на случай пожара или другого ущерба. Физические данные также часто трудно обрабатывать, и получение конкретной информации может занять много времени, особенно если в хранении и обработке данных участвует много людей. Из-за строгих законов о защите данных также может быть сложно должным образом защитить физические данные.

Интернет-технологии делают обработку данных простой и безопасной, что защищает ваш бизнес и ваших клиентов. Расширенное кодирование используется для ограничения доступа к файлам, которые необходимо защитить, и в то же время позволяет избранным получить доступ к необходимой информации. Программное обеспечение, предназначенное для бизнес-данных, также разработано с учетом деловых и юридических потребностей, поэтому компания можете быть уверена, что вся информация хранится на законных основаниях и надежно. Большинство программ также поставляется с шифрованием паролей, файлов и сообщений. Шифрование затрудняет доступ хакеров к хранимой информации и добавляет еще один уровень защиты.

Поскольку данные используются на каждом этапе любого процесса, наличие подходящей технологии для сбора, хранения, обработки и удаления данных может сэкономить много времени и денег.

Авторы Фридоу К., и др. в статье “Интеграция устройств IoT в бизнес-процессы”[6] рассмотрели использование Интернета вещей в бизнес-процессах. Интернет вещей (IoT) – это термин, используемый для описания любого предмета с подключением к Интернету - теперь это относится ко всем видам устройств. Внедрение IoT на рабочем месте привело к изменению способов обработки процессов. Теперь больше процессов управляется данными, поскольку IoT позволяет быстрее и проще записывать и отслеживать данные, которые затем передаются непосредственно на этап процесса, где они необходимы.

IoT имеет разные приложения в разных отраслях. На производстве и складах он используется для мониторинга и обслуживания цепочек поставок и оборудования с помощью датчиков, сигналов тревоги и других триггеров. В розничной торговле IoT часто используется для быстрого и простого отслеживания запасов и моделей продаж.

Каждый бизнес может извлечь выгоду из Интернета вещей, поскольку он помогает улучшить автоматизацию, эффективно сократить расходы и повысить эффективность бизнеса. При использовании вместе с искусственным интеллектом и дополненной реальностью интернет-технологии могут помочь в принятии множества бизнес-решений. Использование преимуществ интернет-технологий позволит вашему бизнесу принимать обоснованные решения, быстрее расти и увеличивать оборот.

## **2 Характеристика предприятия.**

Компания НО "Мой бизнес", образованна в 2019г. и зарегистрирована по адресу Томская область, г. Томск, тракт Московский, д. 12офис 54

Организации присвоены:

- ИНН 7017999672
- ОГРН 1117000001755;
- КПП 701701001.

«Мой бизнес» – это национальный проект по поддержке предпринимателей, инициированный Министерством экономического развития РФ. Филиалы организации «Мой бизнес» расположены по всей стране.

Основное направление деятельности фонда - содействие в реализации отдельных направлений государственной программы "Развитие предпринимательства Томской области"

Полный перечень поддержки, которую оказывает организация «Мой бизнес» на бесплатной основе:

- консультирование;
- образовательные мероприятия (семинары, круглые столы, мастер-классы и т.д.);
- организация региональных форумов, конференций, конкурсов для молодых предпринимателей;
- стажировки по РФ и за рубежом;
- экспертное сопровождение;
- обеспечение информационными и справочно-методическими материалами по вопросам ведения предпринимательской деятельности.

Полное фирменное наименование некоммерческая организация "Мой бизнес", сокращенное фирменное наименование НО "Мой бизнес".

Директор — Лапшина Ольга Сергеевна.

## **2.1 Методология оптимизации бизнес-процесса.**

### **2.1.1 Информационная подготовка к проведению оптимизации бизнес-процесса**

При проведении оптимизации бизнес-процессов первым этапом работ является создание модели предприятия. На этом этапе производится сбор информации о предприятии, его целях и задачах, структуре и финансово-хозяйственной деятельности.[9] Так же, изучаются внешние процессы, взаимодействующие с предприятием, и среда, в которой предприятие осуществляет свою деятельность. Для лучше восприятия и простоты информация восприятия вся собранная информация представлена в таблице

#### **2. Исходные данные для анализа**

Цель процесса: Оказание информационных услуг для предпринимателей Томской области.

Границы процесса: процесс начинается с планирования мероприятия, далее происходит процесс регистрации и конечным этапом является проведение мероприятия с последующим составлением отчета.

Таблица 1 – Исходные данные для анализа

№	Этап	Входной документ	Выходной документ	исполнитель	кол-во исполнителей	подразделение	время, дни
Планирование мероприятия							
1	разработка концепции мероприятия	Приказ о проведении мероприятия для МСП	Концепция мероприятия, Приглашенный спикер	ведущий специалист	1	Центр развития предпринимательства	1
2	согласование концепции мероприятия	Концепция мероприятия, Приглашенный спикер	Разрешение на проведение мероприятия	Заместитель директора Ведущий специалист	2	Центр развития предпринимательства	1
3	Публикация анонса мероприятия	Концепция мероприятия, Приглашенный спикер	Публикация анонса мероприятия в соц. сетях и на сайте	Менеджер по маркетингу Ведущий специалист	2	Центр развития предпринимательства	1
Процесс регистрации							
4	Регистрация на мероприятие	Данные клиента (фамилия, имя, и т.д.)	Лист регистрации участников	Оператор колл-центра	1	Центр развития предпринимательства	3
5	Составление списка участников, подавших заявку на мероприятие	Лист регистрации участников	Список потенциальных участников мероприятия	Оператор колл-центра	1	Центр развития предпринимательства	1

Продолжение таблицы 1

6	Обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятии	Список потенциальных участников мероприятия	Список участников мероприятия	Оператор колл-центра	1	Центр развития предпринимательства	1
7	Утверждение списка участников, готовых прийти на мероприятие	Список участников мероприятия	Приказ об утверждении количества участников мероприятия	Оператор колл-центра, Заместитель директора	2	Центр развития предпринимательства	1
Проведение мероприятия							
8	Подготовка к проведению мероприятию	Смета с презентами для участников и спикера	Утвержденная смета	Заместитель директора Ведущий специалист	2	Центр развития предпринимательства	1
9	Встреча участников мероприятия	Утвержденный список участников	Список участников с их подписями	Специалист	1	Центр развития предпринимательства	1
10	Проведение мероприятия	План проведения мероприятия	Видеоотчёт о мероприятии	Ведущий специалист, Приглашенный спикер	2	Центр развития предпринимательства	1

Продолжение таблицы 1

11	Обратная связь после проведения мероприятия	анкета участника	отчет о качестве проведенного мероприятия	специалист	1	Центр развития предпринимательства	1
12	Внесение в базу данных участников мероприятия	Список участников с их подписями	Список постоянных и уникальных клиентов	Специалист	1	Центр развития предпринимательства	2
13	Подготовка отчетности по мероприятию	Список постоянных и уникальных клиентов, План проведения мероприятия, Смета с презентами для участников и спикера	Отчет о проведенном мероприятии	Ведущий специалист	1	Центр развития предпринимательства	2

В результате моделирования обследования мы сформировали описание организационной структуры предприятия, описание функционального взаимодействия подразделений предприятия и информационная схема, содержащая информационные потоки предприятия, места получения и накопления информации и прочие информационные аспекты деятельности предприятия. В целом, в результате этого этапа было получено комплексное описание предприятия и его бизнес-процесса.

## 2.1.2 Создание организационной модели.

Любая организационная структура может быть представлена в виде схемы, отдельными блоками которой будут выступать директор или руководитель предприятия, его структурные подразделения, отдельные управленческие единицы и связи между ними[10].

Понимание организационной структуры предприятия позволит мгновенно диагностировать проблемы взаимодействия управляющих субъектов и управляемых объектов предприятия, увидеть, как устроены производственные процессы, оценить их сильные и слабые стороны.

Для получения представления об организационной структуре отдела, необходимо схематично изобразить ее: верхний уровень схемы – уровень руководства, средний уровень, содержащий подразделения предприятия, и нижний уровень, на котором детализуется структура подразделений предприятия (рис.2.)

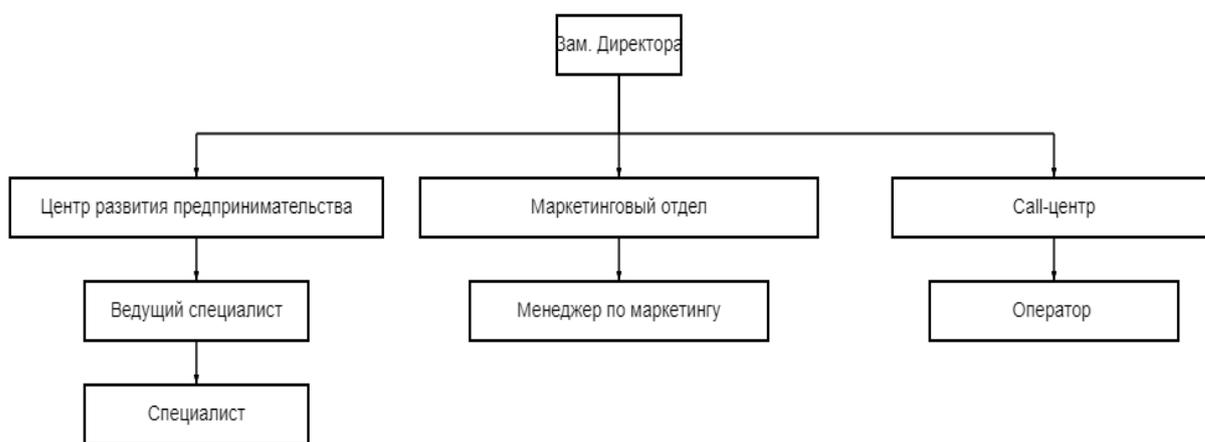


Рисунок 2 – организационная схема отдела

Организационная структура команды, которая занимается предоставлением информационных услуг предпринимателям Томской области. На верхнем уровне схемы находится один человек – зам. директора, который отвечает за утверждение документов и процессов. На среднем

уровне схемы находится 3 подразделения – центр развития предпринимательства, маркетинговый отдел, колл-центр. На нижнем уровне находятся работники команды, всего участников команды 4 человека.

### **2.1.3 Создание функциональной модели.**

Целью построения функциональной модели (табл.3) является достижение управленческой прозрачности деятельности предприятия в целом и входящих в него подразделений.

Функциональная модель включает в себя:

1. Первая часть схемы должна содержать информацию о взаимодействия предприятия с внешней средой (партнеры, клиенты, и т.д.), “продукт”, создаваемый компанией и ресурсы, которые использует предприятие.

2. На второй части схемы должно быть представлены взаимодействие отделов предприятия в ходе производственной деятельности. На схеме должно быть продемонстрировано, как ресурсы, полученные извне, превращаются в продукцию предприятия.

3. Третья часть схемы состоит из подсхем, иллюстрирующих работу каждого отдела предприятия. Допускается не описывать работу отделов, не имеющих отношения к автоматизации.

4. Блоками на схеме выделяются организации, отделы и сотрудники.

5. Связи и товарно-денежные потоки между блоками отображаются стрелками. Видом и толщиной стрелок можно выделять различные типы и интенсивность связи. Стрелка должна содержать пояснение на схеме или в “Условных обозначениях” схемы.

Таблица 2 – Функциональная модель предприятия

	разработка концепции мероприятия	согласование концепции мероприятия	Публикация анонса мероприятия	Регистрация на мероприятие	Составление списка участников, подавших заявку на мероприятие	Обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятие	Утверждение списка участников, готовых прийти на мероприятие	Подготовка к проведению мероприятия	Встреча участников мероприятия	Проведение мероприятия	Обратная связь после проведения мероприятия	Внесение в базу данных всех участников мероприятия	Подготовка отчетности по мероприятию
Ведущий специалист	○							□					○
Заместитель директора		◇					□						
Менеджер по маркетинг			□										
Оператор колл-центра				□	□	□							
Специалист								□			□	□	
Приглашенный спикер									□				

○ -Вход/Выход из бизнес-процесса

□ - Операция процесса

◇ -Условие

→ - Стрелка указывает направление хода процесса

Этап 1. Ведущий специалист разрабатывает концепцию будущего мероприятия – выбирает тему и спикера.

Приблизительное время: 1 день.

Этап 2. Ведущий специалист согласовывает концепцию мероприятия и спикера с заместителем директора.

Приблизительное время: 30 мин.

Этап 3. Менеджер по маркетингу узнает информацию о мероприятии от ведущего специалиста, готовит соответствующий пост и публикует анонс мероприятия в соцсетях компании.

Приблизительное время: 30 мин.

Этап 4. Оператор колл-центра начинает регистрацию участников, путем приема входящих звонков.

Приблизительное время: 3 дня.

Этап 5. Оператор колл-центра, в конце рабочего дня, составляет список участников, которые подали заявку на мероприятие.

Приблизительное время: 40 мин.

Этап 6. Оператор колл-центра обзванивает участников по списку, чтобы удостовериться в их готовности к участию в мероприятии и отмечает их в списке.

Приблизительное время: 4 часа.

Этап 7. Оператор колл-центра предоставляет список участников заместителю директора, чтобы утвердить количество и подписать приказ.

Приблизительное время: 30 мин.

Этап 8. Ведущий специалист составляет смету к мероприятию, в котором указываются все расходы, после чего утверждает смету с заместителем директора. После этого начинает подготовку к мероприятию.

Приблизительное время: 1 день.

Этап 9. Специалист встречает участников по спискам, в которых участники расписываются.

Приблизительное время: 30 мин.

Этап 10. Ведущий специалист запускает видеосъемку. Приглашённый спикер ведет мероприятие, ведущий специалист помогает ему, если это нужно.

Приблизительное время: 2 часа.

Этап 11. Специалист раздает участникам анкеты, в которых они могут оставить обратную связь о мероприятии.

Приблизительное время: 15 мин.

Этап 12. После мероприятия специалист вносит участников в базы данных, для составления отчетности, а также выявления уникальных и постоянных клиентов.

Приблизительное время: 2 часа.

Этап 13. Ведущий специалист составляет отчет о проведённом мероприятии используя документы, составленные на предыдущих этапах.

Приблизительное время: 4 часа

#### **2.1.4 Создание информационной модели.**

Для построения информационной схемы (Табл.3.) необходимо проанализировать процессы получения, хранения и использования информации на предприятии. Одним из основных информационных носителей являются документы, используемые при работе предприятия. Кроме информации на бумажных носителях, может использоваться информация, хранимая в компьютерных информационных системах и информация, передаваемая между сотрудниками устно[11].

Таблица 3 – Информационная модель

	Концепция мероприятия, Приглашенный спикер	Разрешение на проведение мероприятия	Публикация анонса мероприятия в соц. сетях и на сайте	Данные клиента (фамилия, имя, и т.д.)	Лист регистрации участников	Список потенциальных участников мероприятия	Список участников мероприятия	Приказ об утверждении количества участников мероприятия	Утвержденный список участников	Видеоотчет о мероприятии	отчет о качестве проведения мероприятия	Список постоянных и уникальных клиентов	Отчет о проведенном мероприятии
ведущий специалист													
Заместитель директора													
Менеджер по маркетинг													
Оператор колл-центра													
Специалист													
Приглашенный спикер													

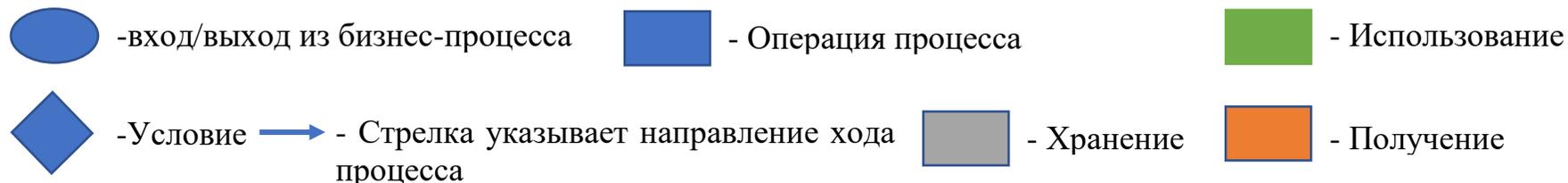


Схема иллюстрирует 3 этапа использования полученной информации от клиента и каждый этап имеет соответствующий цвет. На первом этапе (оранжевый) отображается откуда и как возникает информация. На втором этапе (зеленый) отображается как используется. На третьем этапе (серый) где хранится.

### **2.1.5 Создание комплексной модели**

В конце первого этапа реинжиниринга бизнес-процессов предприятия происходит создание комплексного описания предприятия и его бизнеса. В него включаются созданные ранее организационная, функциональная и информационная схемы с пояснениями, и заключительная часть, в которой проектировщик должен сформулировать миссию, критические факторы успеха и структурные проблемы предприятия.

В качестве основной модели избирается комплексная модель (табл.4.) бизнес-процессов. Другие две модели играют дополняющую роль. Если для описания функциональной модели использовалось несколько уровней, то такое же количество уровней должно быть в комплексной модели. В процессе формирования комплексной модели для каждой функции прописывается информация, которая подается на вход, и информацию, которую получают на выходе.

Таблица 4 – Комплексная модель

	Разработка концепции мероприятия	Согласование концепции мероприятия	Публикация анонса мероприятия	Регистрация на мероприятие	Составление списка участников, подавших заявку	Обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятие	Утверждение списка участников, готовых прийти на мероприятие	Подготовка к проведению мероприятия	Встреча участников мероприятия	Проведение мероприятия	Обратная связь после проведения мероприятия	Внесение в базу данных всех участников мероприятия	Подготовка отчетности по мероприятию
ведущий специалист Заместитель директора Менеджер по маркетинг Оператор колл-центра Специалист Приглашенный спикер	1 Концепция мероприятия, Приглашенный спикер	1 Разрешение на проведение мероприятия	1д Публикация анонса мероприятия в соц. сетях и на сайте	3д Данные клиента (фамилия, имя, и т.д.)	1д Лист регистрации участников	1д Список потенциальных участников мероприятия	1д Список участников мероприятия	1д Приказ об утверждении количества участников мероприятия и сметта	1д Утвержденный список участников	1д Видеоотчёт о мероприятии	1д отчет о качестве проведения мероприятия	2д Список постоянных и уникальных клиентов	2л Отчет о проведенном мероприятии

## 2.1.6 Определение миссии и выделение критических факторов успеха.

Миссия фонда развития бизнеса заключается в создании благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса посредством оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на бесплатной основе.

Критические факторы успеха (табл.5.) – это цели более низкого уровня, которые непосредственно вытекают из главной цели, заявленной в миссии, они являются критическими по отношению к успеху организации. Зарубежные специалисты по реинжинирингу рекомендуют, чтобы их было не более 8 штук. Список критических факторов успеха должен отражать ключевые составляющие компании и её связи со средой существования. Следует пользоваться правилом необходимости и достаточности критических факторов успеха для выполнения миссии.[12]

Сама процедура их отбора весьма полезна, поскольку вынуждает, в первую очередь, высших менеджеров задуматься и прийти к согласованию по вопросу: «Что же критичного для успеха?»

Таблица 5 – КФУ организации

КФУ	Пояснение
1. У нас должны быть квалифицированные и компетентные сотрудники.	Сотрудники фонда взаимодействуют с клиентами из разных сфер бизнеса и разными знаниями о ведении бизнеса, поэтому им необходимо общаться с клиентами на простом и доступном языке.
2. У нас должны быть профессиональные спикеры с большим опытом.	Мероприятия нашего фонда посещает большое количество действующих предпринимателей, в связи с этим информация, которую им доносят спикеры, должна быть полезной и реализуемой на практике.

Продолжение таблицы 5

<p>3. У нас должна быть хорошая финансовая поддержка.</p>	<p>Фонд предоставляет клиентам хорошую финансовую поддержку для функционирования/старта бизнеса, поэтому необходимо располагать большим финансовым фондом.</p>
<p>4. У нас должна быть самая свежая информация о законодательных изменениях в сфере бизнеса.</p>	<p>Фонд развития бизнеса предоставляет различные консультационные услуги, поэтому необходимо располагать самой актуальной информацией.</p>
<p>5. У нас должен быть удобный и просторный офис.</p>	<p>Для предоставления полного спектра услуг, нам необходимо просторное здание, чтобы была возможность расположить все отделы организации, а также помещения для проведения мероприятий, хранения мерча и других потребностей.</p>
<p>6. У нас должна быть оптимизированная система взаимодействия между сотрудниками.</p>	<p>Фонд развития бизнеса включает в себя множество отделов и сотрудников, которые выполняют разные задачи, но имеют общую цель, поэтому их взаимодействия должны быть продуманными и эффективными.</p>
<p>7. У нас должно быть специальное программное обеспечение.</p>	<p>Через фонд проходит огромное количество клиентов. Для эффективной работы необходимо располагать множеством информации: статистика, базы данных и т.д., для хранения и аккумулирования данной информации необходимо специальное программное обеспечение.</p>

## 2.2 Определение проблемности и оптимизация.

Выявление и согласование ключевых бизнес-процессов. Данная работа начинается с выявления ключевых бизнес-процессов, то есть тех процессов, которые служат достижению миссии и целей. Осуществляется с помощью определения степени важности бизнес-процессов является их сопоставление с критическими факторами успеха. Основная суть сопоставления сводится к тому, чтобы по каждому бизнес-процессу ответить

на следующий вопрос: какие критические факторы успеха поддерживает данный бизнес-процесс? Для наглядного оформления результатов по оценке важности бизнес-процессов используем матрицу сопоставления, столбцы которой соответствуют сформулированным критическим фактором успеха, а строчки - выделенным бизнес-процессам.

После определения основных факторов успеха, составляется таблица с учетом всех бизнес-процессов предприятия, по которым можно установить связь между процессами и критических факторов успеха (табл.6). Число критических факторов успеха, на которое влияет данный процесс, оценивает его значимость.

Таблица 6 – Оценка бизнес-процессов

Процесс	К	К	К	К	К	К	К	итого	Степень качества
	Ф	Ф	Ф	Ф	Ф	Ф	Ф		
	У	У	У	У	У	У	У		
	1	2	3	4	5	6	7		
разработка концепции мероприятия	+	+	+		+			4	A
согласование концепции мероприятия						+		1	C
Публикация анонса мероприятия	+							1	A
Регистрация на мероприятие	+					+	+	3	A
Составление списка участников, подавших заявку на мероприятие	+						+	2	D
Обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятии	+						+	2	D

Продолжение таблицы 6

Утверждение списка участников, готовых прийти на мероприятие						+		1	D
Подготовка к проведению мероприятия	+		+					2	A
Встреча участников мероприятия	+				+			2	A
Проведение мероприятия		+		+	+		+	4	A
Обратная связь после проведения мероприятия	+			+	+			3	B
Внесение в базу данных всех участников мероприятия	+					+	+	3	B
Подготовка отчетности по мероприятию	+				+		+	3	B

Далее следует выбор приоритетных бизнес-процессов является оценка степени их проблемности. Для этого необходимо рассмотреть все бизнес-процессы с точки зрения их желаемого и текущего состояния, а также конкурентной ситуации в отрасли, и каждый бизнес-процесс оценить по шкале: А - отличная; В - хорошая; С - удовлетворительная; D - плохая; Е - очень плохая.[13]

## 2.2.1 Оптимизация бизнес-процесса

После оценки степеней важности и проблемности бизнес-процессов необходимо построить матрицу ранжирования (табл. 7), по вертикальной оси которой откладывается степень проблемности, а по горизонтальной оси - степень важности бизнес-процесса. Каждый бизнес-процесс согласно своей степени важности и проблемности помещается в соответствующую ячейку матрицы.

Таблица 7 – Матрица приоритетов по выбору бизнес-процессов для оптимизации

А	П3	П7, П8, П9	П4	П1, П10
В			П11, П12, П13	
С	П2			
Д	П7	П5, П6		
Е				
	1	2	3	4



-низкий



-высокий



-средний

Согласно матрице процессы 5,6 являются проблемными и нуждаются в оптимизации. Процесс 5 и 6 являются взаимозависимыми. Поэтому оптимизация процесса 5 (табл.8.) позволит оптимизировать 6 процесс(табл.9.).

Таблица 8 – оптимизация бизнес-процесса №5

Составление списка участников, подавших заявку на мероприятие	
Содержание проблемы	Составлением списка занимается сотрудник колл-центра, этот процесс занимает рабочее время сотрудника.
Причины возникновения	Компания не рассматривала другие способы определения готовности участия в мероприятии.
Способ оптимизации мероприятия необходимый для решения проблемы	Данный процесс можно автоматизировать при помощи интернет-технологий, добавив на сайт возможность регистрироваться на мероприятие.
Результат	У сотрудника колл-центра появляется больше свободного времени, которое он может потратить на консультирование клиентов.

Таблицы 9 – оптимизация бизнес-процесс №6

Обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятии	
Содержание проблемы	Обзвоном занимается сотрудник колл-центра, этот процесс занимает рабочее время сотрудника.
Причины возникновения	Компания не рассматривала другие способы определения готовности участия в мероприятии.
Способ оптимизации мероприятия необходимый для решения проблемы	Данный процесс можно автоматизировать при помощи интернет-технологий, при регистрации участник указывает свою почту, на которую за день до мероприятия приходит письмо о мероприятии и требующее подтверждение о готовности участия в мероприятии
Результат	У сотрудника колл-центра появляется больше свободного времени, которое он может потратить на консультирование клиентов.

В результате оптимизации бизнес-процесса, на сайт организации была добавлена возможность выбора мероприятия (Рис.2.) и регистрации (Рис.3.) выбранное на мероприятие.

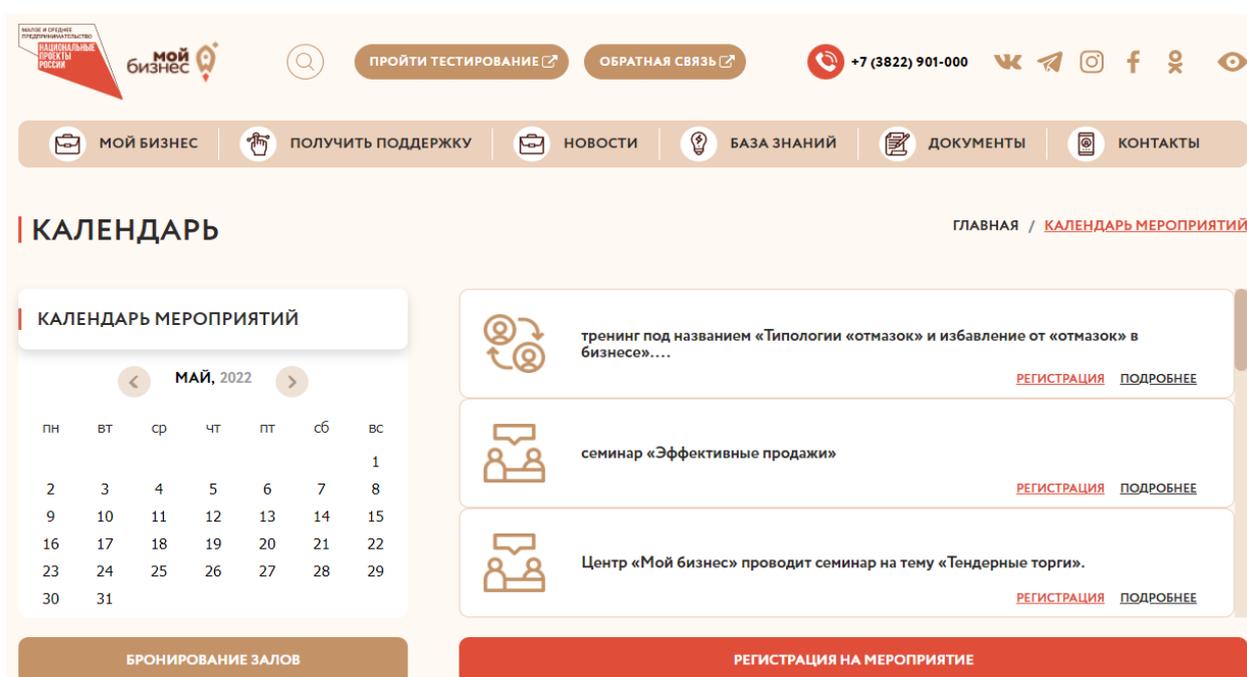


Рисунок 2 – Выбор мероприятия

### КАЛЕНДАРЬ МЕРОПРИЯТИЙ

МАЙ, 2022

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Дата рождения\*

Пол\*

  ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА ДРУГОЕ МЕРОПРИЯТИЕ

ВЫБРАНО:

Мероприятие\*

Время\*

Ваш статус\*

Субъект РФ\*

ФИО\*

Контактный телефон\*

Электронная почта\*

Целевая группа\*

Согласие на обработку персональных данных

Рисунок 3 – Регистрация

Также, была добавлена возможность выбрать свой статус и целевую группу, эти данные необходимы для дальнейшего анализа ца и маркетинга организации.

После оптимизации бизнес-процесса, была составлена вторая информационная модель бизнес-процесса (табл.10)

Таблица 10 – Информационная модель бизнес-процесса после оптимизации

	разработка концепции мероприятия	согласование концепции мероприятия	Публикация анонса мероприятия	Регистрация на мероприятие на сайте	Рассылка письма о подтверждении участия	Утверждение списка участников, готовых прийти на мероприятие	Подготовка к проведению мероприятия	Встреча участников мероприятия	Проведение мероприятия	Обратная связь после проведения мероприятия	Внесение в базу данных всех участников мероприятия	Подготовка отчетности по мероприятию
<p>Ведущий специалист</p> <p>Заместитель директора</p> <p>Менеджер по маркетинг</p> <p>Сайт организации</p> <p>Специалист</p> <p>Приглашенный спикер</p>	<p>1д</p> <p>Концепция мероприятия, Приглашенный спикер</p>	<p>ДА</p> <p>Разрешение на проведение мероприятия</p> <p>1</p>	<p>1д</p> <p>Публикация анонса мероприятия в соц. сетях и на сайте</p>	<p>3д</p> <p>Данные клиента (фамилия, имя, и т.д.)</p>	<p>1д</p> <p>Лист регистрации участников</p>	<p>1д</p> <p>Список участников мероприятия</p>	<p>1д</p> <p>Приказ об утверждении количества участников мероприятия и сметта</p>	<p>1д</p> <p>Утвержденный список участников</p>	<p>1д</p> <p>Видеоотчёт о мероприятии</p>	<p>1д</p> <p>отчет о качестве проведенного мероприятия</p>	<p>2д</p> <p>Список постоянных и уникальных клиентов</p>	<p>2д</p> <p>Отчет о проведенном мероприятии</p>

Исходя из данных таблицы можно сказать, что кол-во сотрудников, участвовавших в бизнес-процессе уменьшилось, также как и кол-во процессов.

Благодаря оптимизации бизнес-процесса, с оператора колл-центра были сняты следующие задачи

- Регистрация на мероприятие
- Составление списка участников, подавших заявку
- Обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятие

У сотрудника появилось больше свободного времени, что положительно скажется на качестве обслуживания и сократится время ожидания свободного оператора.

### 2.2.2 Экономическая оценка предложенных рекомендаций

После оптимизации бизнес-процесса с сотрудника колл-центра были полностью сняты задачи по проведению и организации мероприятий. В итоге свободное время сотрудника увеличилось, время ожидания свободного оператора уменьшилось, количество оказанных консультаций увеличилось.

Таблица 11 – Задачи сотрудника колл-центра

Операция	До оптимизации		После оптимизации	
	Кол-во звонко в день	Длительность звонков в минутах	Кол-во звонко в день	Длительность звонков в минутах в день
Первичная консультация	30	150	33	165
Повторная консультация	23	92	25	100

Продолжение таблицы 11

Уведомление о готовности документов	15	45	15	45
Уведомление о запуске соц. программ	17	51	17	51
Регистрация на мероприятие	10	50	0	0
Подтверждение готовности участия в мероприятии	10	50	0	0
Итого	106	438	73	361

Исходя из данных таблицы можно сказать, что среднее количество звонков в день уменьшилось на 32%, их общая продолжительность уменьшилась на 18%, количество первичных и повторных консультаций увеличилось, первичных на 10%, а повторных на 8%.

Таким образом, до оптимизации бизнес-процесса в сутки сотрудник колл-центра в среднем осуществлял 53 консультации в день. После внедрения функции онлайн записи, сотрудник колл-центра начал оказывать в среднем 58 консультаций в день, что на 9% больше периода до оптимизации.

На оптимизацию бизнес-процесса потребовались некоторые затраты. Организация некоммерческая и существует за счет федерального бюджета. Ежегодно организация составляет смету в которой прописывает все планируемые траты на следующий год, согласно смете организации

выделяется бюджет и по истечению года организация отчитывается по каждому пункту в смете.

На 2022 год в смете был предусмотрен бюджет на модернизацию сайта организации в размере 40000 рублей. Целью модернизации было: повышение функционала сайта и увеличение количества посетителей сайта.

У организации «Мой бизнес» заключен договор с подрядчиком на обслуживание сайта и согласно этому договору стоимость внедрения возможности записи на мероприятия при помощи сайта составила 40000 рублей.

Таким образом, благодаря оптимизации бизнес-процесса «организация и проведение мероприятий» увеличилась эффективность работы специалиста колл-центра и посещаемость сайта. Разгрузив сотрудника колл-центра, увеличилось количество консультаций оказываемых сотрудником, а за счет новой возможности регистрации на мероприятие при помощи сайта, организация увеличила посещаемость сайта и теперь больше посетителей может ознакомиться со всеми оказываемыми организацией услугами и обратиться за их получением.

Экономическая эффективность заключается в том, что увеличив за счет оптимизации эффективность работы специалиста колл-центра, увеличилось количество оказываемых услуг, следовательно, организация выполнит плановые показатели по количеству консультаций и может рассчитывать на увеличение бюджета на следующий год.

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
3Н81	Солодуха Данил Викторович

Школа	ШИП	Отделение (НОЦ)	
Уровень образования	бакалавр	Направление/специальность	27.03.05 Инноватика

### Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание организационных условий реализации социальной ответственности</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– заинтересованные стороны (стейкхолдеры) программ социальной ответственности организации, проекта, инновационной разработки, на которых они оказывают воздействие;</li> <li>– стратегические цели организации, проекта, внедрения инновации, которые нуждаются в поддержке социальных программ;</li> <li>– цели текущих программ социальной ответственности организации</li> </ul>	<p>Стратегия организации предполагает повышение творческого потенциала среди населения, с формированием привлекательного инвестиционного фона.</p> <p>Для реализации стратегии поставлены следующие цели КСО:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. улучшение имиджа компании, рост репутации;</li> <li>2. Повышение лояльности предпринимателей.</li> <li>3. Стабильность и устойчивость развития</li> </ol> <p>Данные цели затрагивают следующих заинтересованных стейкхолдеров:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Предприниматели</li> <li>-Сотрудники</li> </ul>
<p>2. Законодательные и нормативные документы</p>	<p>Коллективный договор, Договор аренды, Трудовой кодекс</p>

### Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>– системы организации труда и его безопасности;</li> <li>– развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>– системы социальных гарантий организации;</li> <li>– оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>– развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>– системы социальных гарантий организации;</li> </ul>
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содействие охране окружающей среды;</li> <li>– взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>– спонсорство и корпоративная благотворительность;</li> <li>– влияние разработки, проекта, инновации на стейкхолдеров</li> <li>– влияние разработки, проекта, инновации на окружающую среду, возможное содействие охране окружающей среды;</li> <li>– ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров),</li> <li>– готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>– ответственность перед потребителями товаров и услуг</li> </ul>
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализ правовых норм трудового законодательства;</li> <li>– анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов;</li> <li>– анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.</li> </ul>	<p>Трудовой кодекс РФ Глава 57. Федеральный государственный контроль и ведомственный контроль за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права.</p> <p>Правила внутреннего распорядка. Положение о хранении персональных</p>

	<p>данных работника. трудовой договор на каждого сотрудника;          должностная инструкция;          приказы о приеме, переводе, увольнении работника;          иные приказы руководителя организации;          положение о структурном подразделении и т.д.</p>
<b>Перечень графического материала:</b>	
<p>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</p>	

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

**Задание выдал:**

Руководитель ООП, должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко Анна Анатольевна	К.Т.Н.		

**Консультант:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Феденкова Анна Сергеевна	-		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗН81	Солодуха Данил Викторович		

### **3 Корпоративная социальная ответственность**

#### **3.1 Сущность корпоративной социальной ответственности**

Корпоративная социальная ответственность организации заключается в реализации ее интересов посредством обеспечения социального развития коллектива организации и ее активного участия в развитии общества.[14]

Корпоративная социальная ответственность – международная бизнес практика, которая прочно вошла в корпоративное управление в конце XX века. В настоящее время внедрение мероприятий КСО становится неотъемлемой частью успешной компании.

Корпоративная социальная ответственность – это:

- 1) Комплекс направлений политики и действий, связанных с ключевыми стейкхолдерами, ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды;
- 2) нацеленность бизнеса на устойчивое развитие;
- 3) добровольное участие бизнеса в улучшении жизни общества.

Иными словами социальная ответственность бизнеса – концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта/услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом[15].

Социальная ответственность бизнеса – концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта/услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом.

Деятельность организации – это адекватная реакция на быстрые перемены, непрерывно меняющиеся технологии и неопределенность среды. Поэтому технологии современного управления должны включать сбалансированное сочетание человеческих ценностей, организационных

изменений и непрерывных адаптаций к изменениям внешней среды. Все это требует существенных изменений в принципах, методах и формах работы организации, и подходах к формированию системы корпоративного управления, которая, в свою очередь, должна базироваться на принципах корпоративной социальной ответственности. [16]

Любой анализ программ корпоративной социальной ответственности предполагает изучение уровней КСО. Согласно позиции А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой, ее можно представить в виде пирамиды (рис.1).

Лежащая в основании пирамиды экономическая ответственность непосредственно определяется базовой функцией компании на рынке как производителя товаров и услуг, позволяющих удовлетворять потребности потребителей и, соответственно, извлекать прибыль.

Правовая ответственность подразумевает необходимость законопослушности бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие его деятельности ожиданиям общества, зафиксированным в правовых нормах.



Рисунок 1 – Компоненты социальной ответственности корпорации

Этическая ответственность, в свою очередь, требует от деловой практики созвучности ожиданиям общества, не оговоренным в правовых нормах, но основанным на существующих нормах морали.

Филантропическая ответственность побуждает компанию к действиям, направленным на поддержание и развитие благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ. [17]

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. [18]

Актуальность внедрения программы КСО на предприятии определяется следующими мировыми тенденциями:

1) Слишком быстрое использование исчерпаемых природных ресурсов, что в последствии приводит к серьезным экономическим изменениям.

2) Загрязнение окружающей среды и проблема глобального потепления, которые ставят под угрозу жизнь людей и существование бизнеса, как следствие.

3) Глобализация информации. Благодаря новейшим информационным технологиям, Всемирной паутине или СМИ существует возможность узнать любые новости из любого конца земли. И если раньше на распространение подобной информации уходили месяцы, то сегодня это происходит за несколько часов.

4) Глобализация рынков капитала. Сегодня инвесторы и финансовые институты лучше информированы и отдают предпочтение более устойчивому бизнесу с точки зрения финансовых, социальных и экологических показателей – предприятию с хорошей репутацией легче привлечь финансирование. [19]

Основными причинами, побуждающими компании уделять особое внимание вопросам социальной ответственности, являются:

- глобализация и связанное с ней обострение конкуренции;
- растущие размеры и влияние компаний;
- усиление механизмов государственного регулирования;
- «война за талант» – конкуренция компаний за персонал;
- рост гражданской активности;
- возрастающая роль нематериальных активов (репутации и брендов).

В свою очередь, модели КСО, в зависимости от деятельности проекта, подразделяются на традиционные и стратегические. Первая модель предполагает периодическое участие организации в КСО. Если у предприятия имеются средства на реализацию программ, то оно выделяет финансы, если нет, то программа может быть отложена. Стратегическая модель представляет собой долгосрочную программу, которая полностью интегрируется в работу организации и средства на нее выделяются постоянно.

### 3.2 Определение элементов программы КСО

В этой главе рассматривается процесс управления корпоративной социальной ответственностью. А также, представлена характеристика корпоративной социальной ответственности НО «Мой бизнес». Предложены рекомендации по улучшению управления корпоративно-социальной ответственностью НО «Мой бизнес»

Таблица 12 – Определение целей КСО на предприятии

<b>Миссия компании</b>	Сокращение затрат времени и средств предпринимателей и граждан, защита их прав и законных интересов, преодоление административных барьеров при получении необходимых документов и услуг	<b>Цели КСО</b>
<b>Стратегия Компании</b>	Создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса посредством оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на бесплатной или частично платной основе.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. улучшение имиджа компании, рост репутации;</li> <li>2. Повышение лояльности предпринимателей.</li> <li>3. Стабильность и устойчивость развития</li> </ol>

Для того чтобы программы КСО приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании.

Любая стратегия включает общие принципы, на основе которых менеджеры данной организации могут принимать взаимоувязанные решения,

призванные обеспечить координированное и упорядоченное достижение целей в долгосрочном периоде. Выделяют четыре различные группы таких принципов (правил):

– Правила, используемые при оценке результатов деятельности предприятия в настоящем и в перспективе. Качественную сторону критериев оценки обычно называют ориентиром, а количественное содержание – заданием.

– Правила, по которым складываются отношения предприятия с ее внешней средой, определяющие: какие виды продукции и технологии, она будет разрабатывать, куда и кому сбывать свои изделия, каким образом добиваться превосходства над конкурентами. Это набор правил называется продуктово-рыночной стратегией или стратегией бизнеса.

– Правила, по которым устанавливаются отношения и процедуры внутри организации. Их нередко называют организационной концепцией.

– Правила, по которым предприятие ведет свою повседневную деятельность, называемые основными оперативными приемами.[20]

Одна из главных задач при оценке эффективности существующих программ КСО – это оценка соответствия программ основным стейкхолдерам компании.

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как прямое, так и косвенное влияние. (табл. 1).

Таблица 13 – Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1)Предприниматели	1)Администрация Томской области
3)Сотрудники	

Выбор основных стейкхолдеров проводится исходя из целей программы КСО.

Стейкхолдерами или заинтересованными лицами называется любое сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции.

Улучшение отношений с предпринимателями положительно скажется на повышении лояльности предпринимателей к организации.

Взаимодействие с партнерами поможет повысить имидж и репутационный рост организации.

Высоко квалифицированный персонал принесет стабильность и устойчивое развитие компании.

Также, помимо прямых стейкхолдеров, в организации имеются и косвенные, это те, кто оказывают на него опосредованное влияние.

Томская область в лице департамента по управлению государственной собственностью Томской области является учредителем НО «Мой бизнес».

Структура программ КСО составляет портрет КСО компании. Выбор программ, а, следовательно, структура КСО зависит от целей компании и выбора стейкхолдеров, на которых будет направлены программы.

Таблица 14 – Мероприятия КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от мероприятия
Культурно-массовые мероприятия	Социальные инвестиции	Предприниматели	2-3 раза в год	налаживание контакта с клиентами, формирование положительного имиджа
Повышение квалификации	Социально-ответственное поведение	Работники	2 раза в год	Применение новых знаний, навыков для улучшения рабочих показателей

Продолжение таблицы 14

Премии	Социально-ответственное поведение	Работники	1 раз в год	Качественное и добросовестное исполнение своих обязанностей
Медицинское страхование	Социально-ответственное поведение	Работники	1 раз в год	Гарантия гражданам при возникновении страхового случая получения медицинской помощи

Для повышения лояльности и имиджа компании НО «Мой бизнес» устраивает массовые мероприятия, такие как: день предпринимателя, награждение социальных предпринимателей и другие. Помимо предпринимателей, также на данных мероприятиях присутствует, и администрация Томской области и данные мероприятия освещают в СМИ.

Для усиления заинтересованности работников в качественном и профессиональном исполнении своих обязанностей, повышения результативности, лучшим работникам выплачивается премия по итогам работы за год.

НО «Мой бизнес» выплачивает за своих работников все взносы в государственные социальные внебюджетные фонды, уплачиваемые в составе единого социального налога, взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

### 3.3 Оценка Эффективность программ КСО

Таблица 15 – Затраты на мероприятия КСО

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1	Культурно-массовые мероприятия	150 000	Повышение лояльности предпринимателей и привлечение новых предпринимателей	Социальная адаптация
2	Повышение квалификации	70 000	Повышение квалификации сотрудников	Профессиональное обслуживание
3	Медицинское страхование	150 000	Социальная защита интересов населения в охране здоровья.	Гарантия гражданам при возникновении страхового случая.
4	Премии	180 000	материальная заинтересованность работников предприятия в качественном и профессиональном исполнении своих должностных обязанностей	Снижения текучести кадров

Соотношение затрат на мероприятие является оптимальным. Выбор в мероприятиях выбран правильный – эффект для предприятия такой же значимый, как и эффект для общества.

1. Программа КСО соответствует целям НО «Мой бизнес». Главная ценность компании - клиенты. Помогая им добиваться успеха в развитии бизнеса, НО «Мой бизнес» чувствует ответственность за конечный результат. Основной критерий эффективности работы – высокая степень удовлетворенности предпринимателей полученными услугами.

2. Для предприятия преобладает внутреннее КСО. Так как от квалифицированности и заинтересованности сотрудников, зависит удовлетворенность предпринимателей полученными услугами.

3. Все программы КСО полностью реализуют интересы стейкхолдеров.

4. Реализуя программы КСО предприятие получает:

Социально-ответственное поведение – лояльные клиенты;

Социальные инвестиции – повышение квалификации сотрудников, переподготовка, премии и медицинская страховка.

5. Предприятие несет умеренные затраты на мероприятия КСО, результаты стоят потраченных средств.

6. Политику компании характеризует открытость, внимание ко всему новому, что появляется в ее сфере.

Мероприятия, проводимые в НО «Мой Бизнес» в основном затрагивают интересы прямых стейкхолдеров.

От реализации программ КСО организация получает высококвалифицированных сотрудников, способных качественно и профессионально исполнять свои должностные обязанности. Таким образом, значительно повышая шанс того, что предприниматель вновь захочет вновь воспользоваться услугой.

## **Заключение**

В рамках выпускной бакалаврской работы был описан бизнес-процесс “организация и проведение мероприятия” в некоммерческой организации “Мой бизнес”, разработан комплекс мероприятий для оптимизации данного бизнес-процесса с применением интернет-технологий.

На первом этапе был проведен сравнительный анализ реинжиниринга и оптимизации бизнес-процессов, рассмотрены виды и способы описания бизнес-процессов. Также, в ходе работы были рассмотрены интернет-технологии и была определена эффективность их применения в различных сферах бизнес-процессов.

Анализ бизнес-процессов, дает возможность провести реорганизацию или оптимизацию бизнес-процессов с целью, повышения ее конкурентоспособности, а также повышения эффективности деятельности компании.

По итогам проведенного анализа были выявлены 2 процесса добавляющие наименьшую ценность для бизнес-процесса «организация и проведение мероприятий»: Составление списка участников подавших заявку на мероприятие и обзвон участников для определения их готовности участия в мероприятии. Данные процессы вытекают из процесса «регистрация на мероприятие». В данных процессах исполнителем является сотрудник колл-центра. Для оптимизации бизнес-процесса было принято решение сделать регистрацию на мероприятие онлайн. На сайт организации была добавлена возможность выбора мероприятия и регистрации на него. Также, у специалиста появилась возможность отправлять письма о подтверждении готовности участия в мероприятии.

Анализ показал, что оптимизация бизнес-процесса увеличит эффективность работы специалиста колл-центра и посещаемость сайта. Разгрузив специалиста колл-центра, время ожидания свободного сотрудника

сократилось, что привело к увеличению среднего количества консультаций в день.

Также за счет новой возможности «регистрации на мероприятие» при помощи сайта организация увеличила посещаемость сайта и теперь больше посетителей может ознакомиться со всеми оказываемыми организацией услугами и обратиться за их получением

## Список используемых источников

1. Перепелкин А.И. Бизнес-процесс как основной элемент управления предприятием / Перепелкин А.И., Перепелкин Д.А., Сигаева Н.П., Власова Ю. С.; Информатика и прикладная математика: межвузовский сборник научных трудов. – 2010. – №. 16. – С. 104-106.
2. Кравченко, А.В. Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие / А.В Кравченко.; Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. - 136 с.
3. Майкл Хаммер Реинжиниринг корпорации : манифест революции в бизнесе : перевод с английского / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи ; [пер. Ю. Корнилович]. - [3-е изд.]. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. - 274 с.
4. Земсков, А.Е. Условия и факторы оптимизации бизнес-процессов / А.Е. Земсков; Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2014. – №. 3. – С. 46-48.
5. Цалко Т. Оптимизация реализации товаров на основе разработки реинжиниринга бизнес-процессов / Цалко Т., Невмержицкая С., Диденко И., Харченко Т. и Бондаренко С.; Журнал управленческой информации и принятия решений. – 2020.
6. Фридоу, К. Интеграция устройств Iot в бизнес-процессы / Фридоу К., Фолькер М., Хьюелт М.; Международная конференция по разработке передовых информационных систем. – Спрингер, Чам, 2018. – с. 265-277.
7. Райзерт, С. Как перейти от бумажных документов к практическим действиям в управлении бизнес-процессами / Райзерт С., Зелт С., Вакер Дж.; Кейсы по управлению бизнес-процессами. – Спрингер, Чам, 2018. – с. 21-36.
8. Платунина, Г.П. CRM-система как средство повышения эффективности бизнеса / Г.П. Платунина // Мобильный бизнес: перспективы развития и реализация систем радиосвязи в России и за рубежом. – 2020. – С. 55-59.
9. Васильев, В.Н. Реинжиниринг: революция или эволюция? / В.Н. Васильев Менеджмент. – 2012. - № 4. – С. 83-92.

10. Робсон, М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес - процессов / Робсон М., Уллах Ф.; – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2011.
11. Кизиков, И.В. Методика выбора бизнес-процессов для оптимизации в интегрированных холдинговых структурах / Кизиков И. В., Савченко Я. В.// Современные проблемы науки и образования. – 2011. – №. 6. – С. 217-217.
12. Варзунов, А.В. Анализ и управление бизнес-процессами: учебное пособие / А.В. Варзунов, Е.К. Торосян, Л.П. Сажнева. – СПб. : Университет ИТМО, 2016. – 112 с.
13. Ефимов, В.В. Управление процессами: учебно-практическое пособие / Ефимов В.В. Самсонова М.В.; Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 185 с.
14. Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы / Якимец В.Н.; Труды Института системного анализа Российской академии наук. – 2005. – Т. 18. – С. 1-182.
15. Благов, Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Благов Ю.Е. // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 2. – №. 3. – С. 17-34.
16. Калашникова Т.В.; Финансовый менеджмент: учебное пособие / Т.В. Калашникова – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 108 с.
17. Григорян, Е.С. Корпоративная социальная ответственность : учебник / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. — Москва : Дашков и К, 2016. — 248 с. — ISBN 978-5-394-02477-1.
18. Орехов, С. А. Корпоративный менеджмент : учебное пособие / С. А. Орехов, В. А. Селезнев, Н. В. Тихомирова. — 4-е, изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 440 с.
19. Новичков, А.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночных отношений : монография / А. В. Новичков, А. А. Сарафанников. — Москва : Дашков и К, 2012. — 184 с. — ISBN 978-5-394-01950-0.

20. Хаперская, А.В Корпоративная социальная ответственность и ее роль в менеджменте компании / А.В Хаперская // Теория и практика общественного развития международный научный журнал: . — 2014 . — № 5 . — С. 173-175