

**Мероприятия по  
совершенствованию деятельности  
предприятия (Примеры)**



2023 г.

# Содержание

01

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере маркетплейсов и интернет-магазинов

02

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере туристических компаний

03

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере нефтегазовых компаний

04

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере торговых компаний и организаций сферы услуг

05

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере социальных организаций

06

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере логистических организаций

07

Мероприятия по совершенствованию деятельности предприятия на примере коммерческих банков

**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности предприятия  
на примере маркетплейсов  
и интернет-магазинов**



# Совершенствование стратегий маркетинга

## Wildberries



01

### Совершенствование стратегии качества

Внедрение искусственного интеллекта (голосового помощника, интеллектуальный анализ данных, компьютерное зрение, чат-боты), улучшения различных функций в карточках товара (например, сообщить о снижении цены, связаться с производителем товара и др.).

02

### Совершенствование стратегии продвижения

Организация беспилотной доставки товаров с помощью дронов.

03

### Формирование стратегии слияния

Путем приобретения маркетинга в сегменте B2B и иных аналогичных компаний.

# Слабые места в продвижении компании ООО «Кари» и пути их решения на рынке маркетплейсов



№ п/п	Слабые места		Пути решения
1	<b>Формат сотрудничества на рынке маркетплейсов</b>		
	На маркетплейсах отсутствует схема взаимодействия Бизнес - бизнесу(B2B)	Не осуществляется продвижение товаров на рынке маркетплейсов сферы B2B (бизнес-бизнесу)	Осуществлять реализацию товаров(обуви и аксессуаров)на торговых площадках сферы B2B: маркетплейсы TraderB2B и Supl
2	<b>Совершенствование автоматизации на рынке маркетплейсов</b>		
2.1.	Отсутствие автоматизации при продвижении на маркетплейсах сферы B2C	Продвижение на маркетплейсах B2C осуществляется более трудоемким и устаревшим способом, на каждом маркетплейсе менеджер отдельно формирует карточки товаров	Необходимо автоматизировать процесс продвижения на маркетплейсах B2C путем внедрения в процесс новой платформы inSales [ <a href="https://www.insales.ru/">https://www.insales.ru/</a> ], которая позволяет масштабировать бизнес на маркетплейсах и получать максимум от продаж
2.2	Отсутствие автоматизации при продвижении собственного маркетплейса	Слабое развитие собственного маркетплейса для работы с поставщиками	Необходимо автоматизировать процесс продвижения собственного маркетплейса путем внедрения в процесс новой платформы inSales [ <a href="https://www.insales.ru/">https://www.insales.ru/</a> ]
3	<b>Внедрение цифровизации на рынке маркетплейсов</b>		
3.1	Отсутствие умной аналитики при работе с маркетплейсами	При работе на маркетплейсах не применяется умная аналитика	Внедрение умной аналитики с помощью программ: «Точка Маркетплейсы», «Яндекс.Маркет Аналитика». Умная аналитика- это дополнительный сервис, который позволяет анализировать продажи маркетплейсов, искать выгодные ниши, формировать цены и т.д.
3.2	Отсутствие искусственного интеллекта при работе с маркетплейсами	Для привлечения большего числа компаний производителей на собственный маркетплейс, не осуществляется обзвон с помощью бота.	Необходимо создание и внедрение в работу голосового бота для обзвона потенциальных потребителей (B2B) для развития собственного маркетплейса; а также для проведения опросов о качестве товаров компании (B2C) и т.д.

# Мероприятия для совершенствования управления интернет-компанией «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC»)



Внедрение голосовых помощников;



Расширение ассортимента – доставка блюд из ресторанов;



Развитие оптовых маркетплейсов в сегменте B2B;



Осуществлять доставку дронами;



Внедрение роботизации в доставке товаров.



# Мероприятия, направленные на совершенствование спонсорской и благотворительной деятельности маркетплейса «Ozon»

№ п/п	Проблемы	Пути решения	Ожидаемая эффективность мероприятия
1	Не осуществляется спонсорская деятельность	В долгосрочной перспективе, в случае наличия финансовых ресурсов рассмотреть проекты по спонсированию мероприятий в различных отраслях (спорт, культура и искусство и т.д.)	<p>Увеличение новых клиентов;</p> <p>повышение лояльности к бренду «Ozon»;</p> <p>обеспечение большей узнаваемости;</p> <p>получение дополнительного канала взаимодействия с потенциальными покупателями;</p> <p>расширение аудитории;</p> <p>рост продаж и прибыли компании.</p>
2	На сайтах благотворительных организаций не сделан акцент на компанию «Озон» в разделе партнеры	Указывать бренд компании в разделе партнеры благотворительных организаций, с которыми сотрудничает «Озон»	
3	Мало осуществляется благотворительных проектов	<p>Дополнить благотворительную деятельность проектами:</p> <p>1) Проект округления в большую сторону при покупке товаров на Ozon (опыт Яндекс);</p> <p>2) Не распроданные товары сторонних продавцов отдавать на благотворительность (опыт Амазон)</p> <p>3) В пунктах выдачи заказов ОЗОН установить боксы для сбора пожертвований участникам СВО</p>	
4	Не производится оценка эффективности проектов по благотворительности	Осуществлять экспертную оценку и проводить опрос потребителей на узнавание, запоминание, изменения отношения к бренду и т.д.	

**OZON**



# Совершенствование материальной мотивации Интернет-магазина «Серебро»

За счет:

Увеличения объемов продаж и прибыли компании, путем:

- 1) предложить менеджерам по продажам оказывать дополнительные услуги по продвижению Интернет-магазина в различных интернет источниках. Это могут быть различные доски объявлений, написание статей в соответствующих рубриках, продвижение компании в социальных сетях (создание аккаунта в Инстаграмм, ВКонтакте, в Одноклассниках);
- 2) повышение лояльности работы с потребителями за счет внедрения CRM-системы.

Результат  
мотивации

Рост продаж и прибыли,  
приведет к повышению  
мотивации

**В краткосрочной перспективе:**

- Рост премии и надбавок
- 13-я заработная плата
- Подарки, призы, лотереи
- Штрафы

**В долгосрочной перспективе:**

- Льготы.
- питание;
- путевки в оздоровительные учреждения;
- оплата расходов на обучение



# Совершенствование нематериальной мотивации Интернет-магазина «Серебро»



## Социальная мотивация

**Осуществлять обучение сотрудников компании наиболее эффективным способам работы с потенциальными потребителями, тренинги по холодным звонкам с оптовыми потребителями**

## Моральная мотивация

**Признавать заслуги лучшего работника, осуществлять устную публичную похвалу, оформить доску почета**



# Основные направления маркетплейса «СДЭК.Маркет» для повышения качества обслуживания продавцов и покупателей



01



Упростить самообслуживания покупателей, предоставив обучающие материалы и инструкции

02



Предоставить продавцам больше инструментов для взаимодействия с покупателем

03



Повысить маржинальность для продавцов за счёт предоставления передовых методов: «коллективные покупки», «безопасные сделки» и т.п.



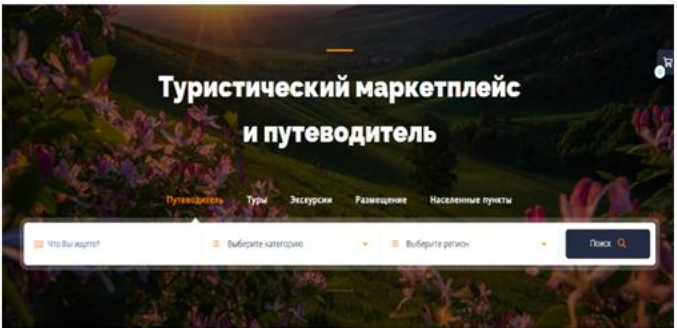
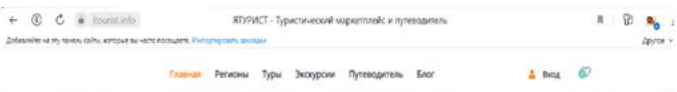
**ВЫБИРАЕМ СЛУЖБУ ДОСТАВКИ  
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА**



**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности предприятия  
на примере туристических  
компаний**



# Мероприятия по совершенствованию стратегий развития туристической компании ООО «Корал Тревелл»

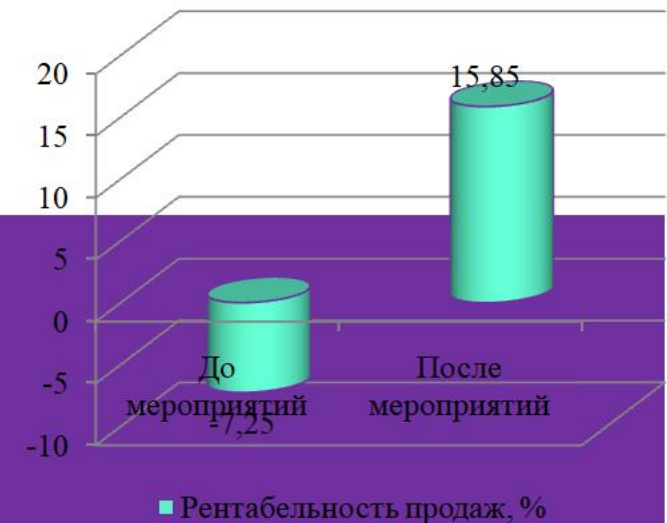
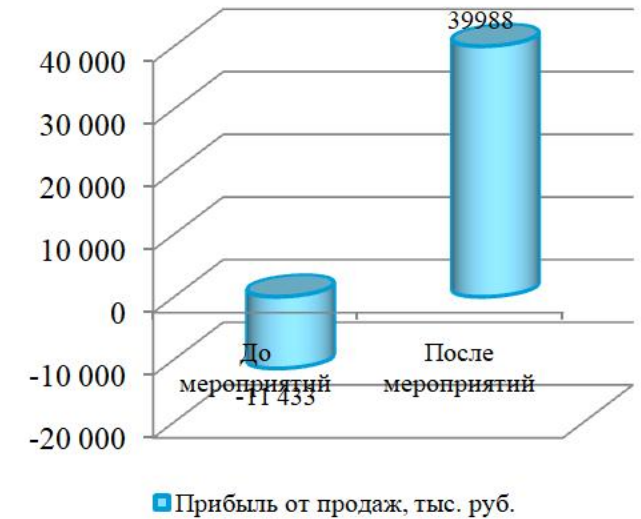


## компания ООО «Корал Тревелл»

**01** **Товарная стратегия**  
Развивать экологический туризм, который очень популярен в период пандемии. Особенно интересным направлением эко туризма следует считать глэмпинг-туры и домики на деревьях.

**02** **Стратегия стимулирования**  
Внедрение CRM-системы для разработки программ лояльности.

**03** **Стратегия продвижения**  
Усиление продвижения турпродуктов на рынке электронной коммерции с помощью туристических маркетплейсов, например, маркетплейс –Ятурист.



# Мероприятия по совершенствованию рекламной деятельности туристической компании ООО «ЛЮБО»

01



## Организация отдела рекламы и маркетинга

Прием одной штатной единицы-маркетолога и возложить на него обязанности по рекламной деятельности и оценке ее эффективности.

02



## Продвижение услуг компании по радио «Лемма» г. Владивостока

«Лемма» занимает первую позицию среди местных радиостанций по аудитории за неделю и за месяц. «Лемма» – одна из самых известных и популярных среди 16-ти радиостанций, вещающих в краевом центре.

03



## Усиление рекламной деятельности в сети Интернет

Путем предоставления различных скидок и акций и публикации данных акций на собственном сайте компании, а также на туристических маркетплейсах.

# Схема яхтенного маршрута по Ионическим островам

По продолжительности, маршрут рассчитан на 6 дней

День приезда  
(Гувия Марина)

Шестой день  
(Паксос - Корфу)

Первый день  
(Корфу -  
Сивота)

Пятый день  
(Итака - Паксос)

Второй день  
(Сивота -  
Превеза)

Третий день  
(Превеза -  
остров  
Меганиси)

Четвертый  
день (Меганиси  
- Итака)

Предложенный вариант маршрута рассчитан на тех, кто любит много ходить на яхте, при этом мало времени проводить на берегу.





# Разработка нового экологического глэмпинг-маршрута в Республику Карелия «Красоты Ладоги»

День 1- Старинная деревня Кинерма и водопад Белые мосты

День 2- SUP-бординг на Ладоге

День 3 -Экскурсия на остров Валаам

День 4- Треккинг по экотропе и сплав по реке Янис

День 5 -Водная прогулка по Ладожским шхерам

Начало маршрута: Город Петрозаводск(1 день)

Деревня Кинерма(1 день)

Водопад «Белые мосты» (1 день)

Экотропа(4 день)

Река Янис(4 день)

Ладожские шхеры (2 день)

Ладожские шхеры (5 день)

Гора Айно(2 день)

ГЛЭМПИНГ

Остров Валаам(3 день)

Спасо-Преображенский монастырь (3 день)

Конец маршрута: Сортавала(5 день)



Продолжительность 5 дней/4 ночей. Цена с человека=78500 руб.

# Слабые места и пути совершенствования системы планирования маркетинговых исследований ООО ТК «НижегородИнТур»



№ п/п	Слабые места	Пути решения
1	Неправильный подход к изучению и составлению планов в сфере маркетинга	Применяется подход «снизу вверх», целесообразно применение подхода «цели вниз – план вверх». Этот подход наиболее предпочтителен в маркетинге, поскольку план в этом случае составляют именно те сотрудники, которые будут его реализовывать, поэтому работа в целом будет более эффективной. То есть цели для маркетингового плана должен ставить генеральный или коммерческий директор, а стратегии и задачи для их достижения необходимо формулировать и реализовывать сотрудникам подразделений (маркетологу, специалистам по проведению опросов и т.д.).
2	Не применяются программные продукты, которые позволяют улучшать систему маркетинговых исследований и в целом работу отдела маркетинга.	Необходимо внедрение хотя бы одной маркетинговой программы, которая позволит анализировать продажи и маркетинговую активность потребителей, управлять рекламой и разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии, следить за деятельностью конкурентов и др. Примеры программ: Influence, Outbrain Amplify, Anstrex, Tape, Funnelll, Цифровой маркетинг+, БЭСТ-Маркетинг, Adobe Analytics, Customer Analytics и другие.
3	Не применяется искусственный интеллект (роботизация) в проведении опросов и изучении спроса потребителей	Необходимо внедрение роботизации для проведения опросов по телефону или в телеграмм. Для проведения опросов по телефону можно использовать облачного робота NPS. Для проведения опросов в мессенджерах (например, в Телеграмм) можно внедрить чат-бота в системе QRPulse.



Рисунок 1-Новый подход к составлению планов в сфере маркетинга «цели вниз – план вверх» в организации ООО ТК «НижегородИнТур»





# Разработка нового экологического тура в Турцию «Красоты Ликийской тропы»

День 1. Встреча в Анталии, знакомство со старым городом

День 2. Переезд в Фетхие, прогулка по Старому городу

День 3. Треккинг над бухтой Олюдениза

День 4. Долина Бабочек

День 5. Бухта Кабак

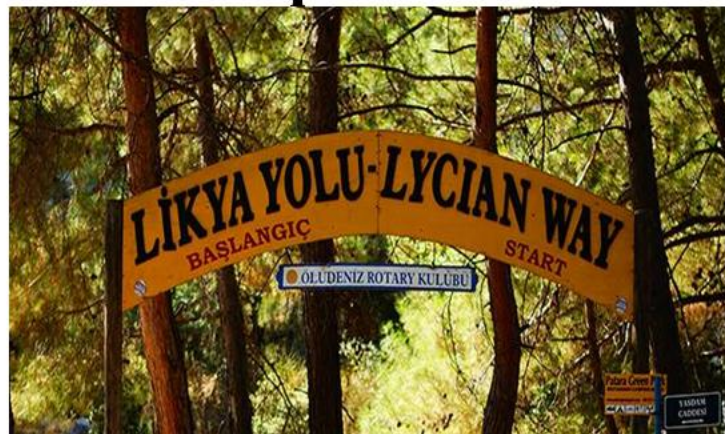
День 6. Бухта Paradise

День 7. Оливковые рощи и посёлок Bel

День 8. Переход на пляж Патара

День 9. Возвращение в Анталию

Тур рассчитан на 9 дней/8 ночей с проживанием в палатках и кемпингах. Стоимость тура составляет 79925 руб.



В стоимость тура включено:

- ✓ Стоимость гида
- ✓ Проживание в отеле
- ✓ Общественное снаряжение (палатки, газ, горелки, общественная посуда для приготовления пицци)
- ✓ Трансфер
- ✓ Питание

Продвижение туристического продукта на туристических маркетплейсах

# Мероприятия, направленные на совершенствование PR-деятельности ООО «Любо»



## В краткосрочной перспективе

качественное наполнение сайта компании  
(разнообразие предлагаемого контента)

таргетированная реклама (гиперлокальный  
таргетинг)

реклама у блоггеров (на возмездной /бартерной  
основе)

реклама в известных пабликах г. Владивостока

систематическое проведение (не реже одного раза  
в месяц) конкурсов и акций на базе  
туристического агентства

снятие VINE-роликов

## В долгосрочной перспективе

В случае наличия финансовой возможности ООО «Любо», принятие одного работника -PR-менеджера в штат компании

# Совершенствование деятельности компании ООО «ТурСервис 24» по схеме франчайзинга



## Преимущества франшизы «РоссТур» в отличие от франшизы «Горящие путевки»

### Франшиза «Горящие путевки»

Вступительный взнос-отсутствует

Инвестиции= от 400,0 тыс. руб.

Роялти= 5000 руб.

Существует план продаж

Высокая ценовая политика фирмы



### Франшиза «РоссТур»

Вступительный взнос-отсутствует

Инвестиции= от 100,0 тыс. руб.

Роялти= отсутствуют

Отсутствует план продаж

Средняя ценовая политика фирмы



# Мероприятия, направленные на совершенствование деятельности организации ООО «Диалог»

Увеличение услуг: предоставление лечебных туров, туров на горнолыжные курорты, бизнес- туры, разработка групповых туров.

Усиление рекламной деятельности (размещение рекламы в средствах массовой информации).

Повышение мотивации работников: надбавки за стаж работы, премии по результатам работы, внедрить систему наставничества, для вновь принятых работников.

Усилить повышение квалификации руководящих работников

Замена старой автоматизированной программы 1С:Бухгалтерия 7.7. на новую 1С.Бухгалтерия 8.0.

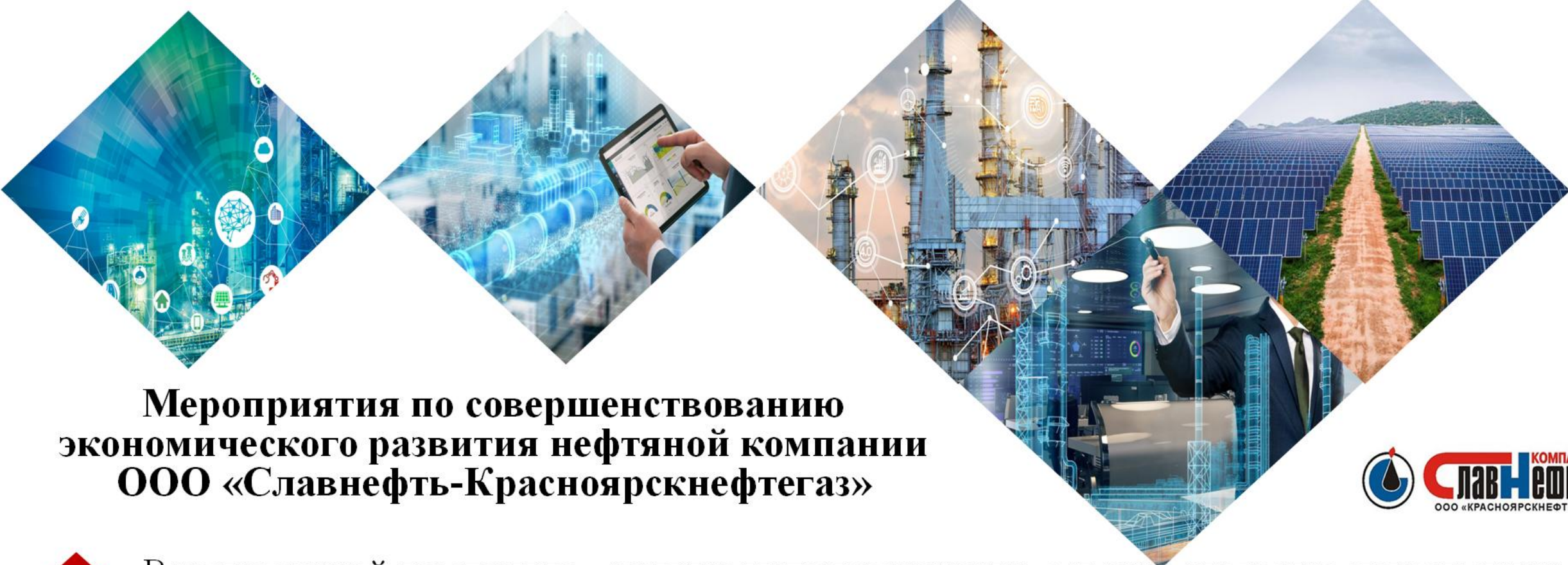
Усилить контроль за изменениями маркетинговой среды организации, усилить контроль за уровнем удовлетворенности потребителей(проводить опросы, анкетирование).

Осуществлять стимулирование продаж туров: скидки для постоянных клиентов, скидки в период падения спроса, скидки от объема закупаемых туров.

Разработать новые программы туров, составить план по маркетинговым мероприятиям.

**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности  
предприятия на  
примере  
нефтегазовых  
компаний**





## Мероприятия по совершенствованию экономического развития нефтяной компании ООО «Славнефть-Красноярскнефтегаз»



01

В краткосрочной перспективе - развитие импортозамещения, а именно внедрение отечественных программных продуктов: «Галактика EAM» (управление производственными активами); «Галактика ERP», (управление ресурсами предприятия)

02

В среднесрочной перспективе - развитие зеленой энергетики, а именно - установка солнечных электростанций.

03

В долгосрочном периоде- развитие роботизации и цифровизации, а именно: большие данные (Big Data), цифровые двойники, блокчейн, промышленный интернет вещей (IoT) 3D-печать, роботы.

**Рациональное использование водных ресурсов**

**Предотвращение загрязнения водных объектов**

**Сокращение выбросов загрязняющих веществ в  
атмосферу**

**Предотвращение загрязнений и рациональное  
использование земельных ресурсов**

**Сохранение биоразнообразия**



# Мероприятия, направленные на повышение эффективности управления денежными средствами ООО «Газпром трансгаз Томск»

осуществление добычи  
ископаемых в максимальном  
темпе

совершенствование  
автоматизации  
инвестиционной и финансовой  
деятельности

внедрение более совершенных  
программных продуктов,  
направленных на эффективное  
планирование бюджета  
предприятия

В настоящее время для контроля за системой управления денежными средствами применяется программный продукт SAP ERP, при этом планирование показателей производится по принципу «от достигнутого». Однако, данный метод на практике не является эффективным, так как вызывает стихийный рост затрат предприятия. Поэтому, в перспективе для анализируемой организации целесообразно осуществлять бюджетирование, ориентированное на результат.





## Мероприятия, направленные на совершенствование системы управления себестоимостью ПАО АНК «Башнефть»

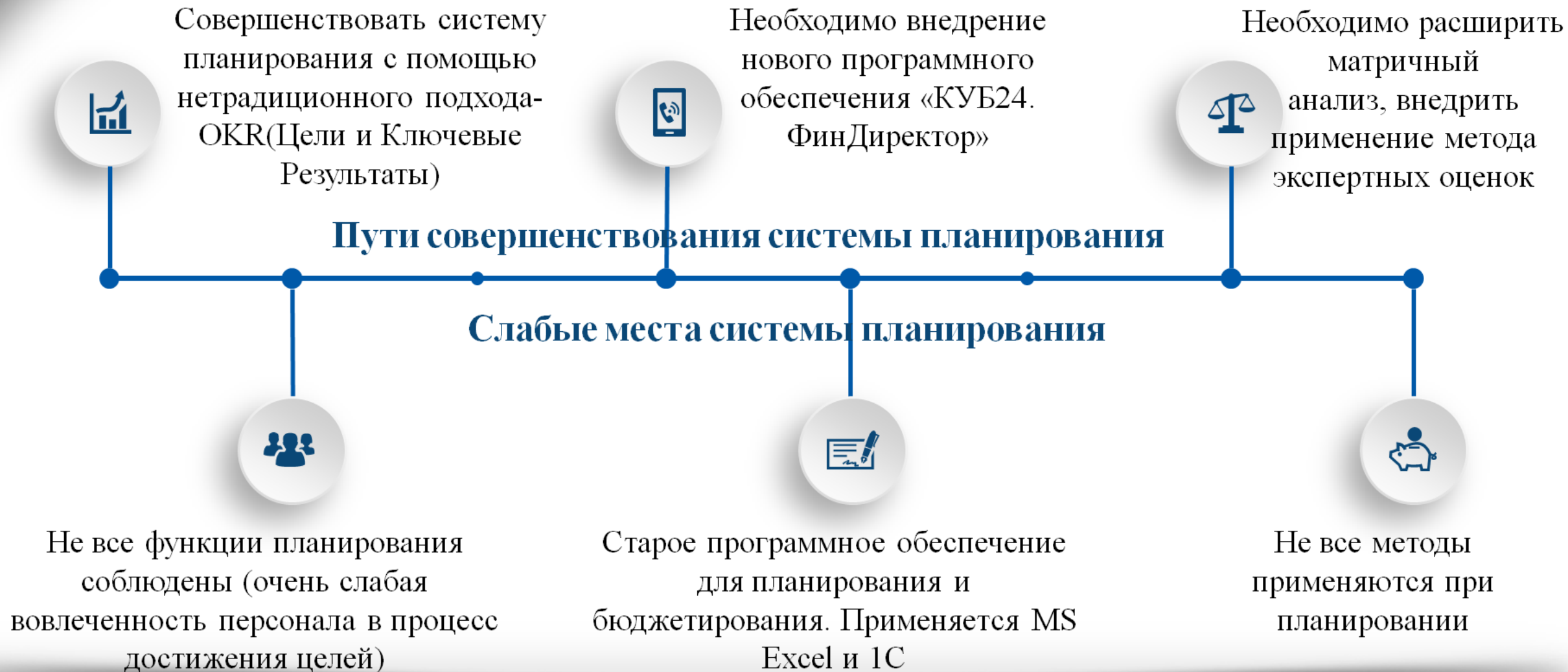
В связи с тем, что в компании наблюдается рост себестоимости, применяются не эффективные методы планирования, а именно- планирование от достигнутого, для анализируемой компании были предложены мероприятия, направленные на совершенствование системы управления себестоимостью. В частности, была предложена новая модель управления- аутсорсинг- как способ снижения себестоимости нефтяного предприятия.



**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности  
предприятия на  
примере торговых  
компаний и  
организаций сферы  
услуг**



# Слабые места и совершенствование системы планирования в ООО «Чили Лаб»



# Предложения по оптимизации и формированию системы продвижения и стимулирования сбыта ООО «Чистый Дом»



№ п/п	Стратегии	Направления
1	Стратегия продвижения	Оптимизация собственного сайта, продвижение на оптовых маркетплейсах, ориентированных на российские рынки, размещение информации в сети Интернет на тематических ресурсах.
2	Стратегия интернационализации	Продвижение на оптовых маркетплейсах, ориентированных на зарубежные рынки.
3	Стратегия стимулирования	Внедрения программного обеспечения CRM системы (RetailCRM).

# Мероприятия по улучшению организации обслуживания VIP –клиентов в гостинице «Вега Измайлово»

01

Провести обучение с персоналом службы приёма и размещения для подробного ознакомления с правилами деления гостей по статусу и предпочтениями для особых гостей Программы лояльности. Персонал должен уметь выделять и понимать особенности обслуживания ВИП клиентов.

02

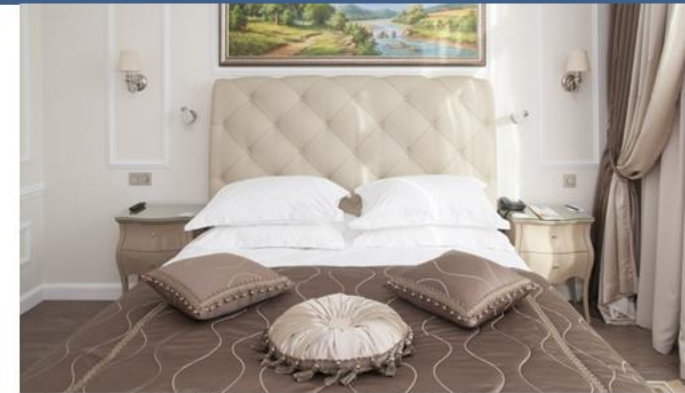
Повышение качества обслуживания и увеличения прибыльности можно получить за счет рациональной организации резервирования номеров, ориентируясь на иностранных гостей, с учётом национальной специфики.

03

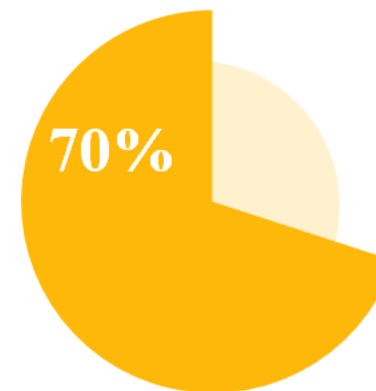
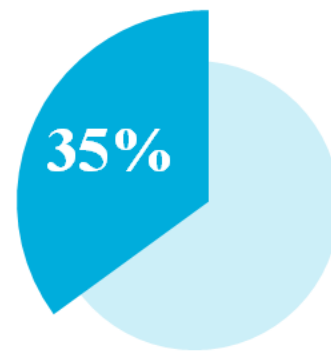
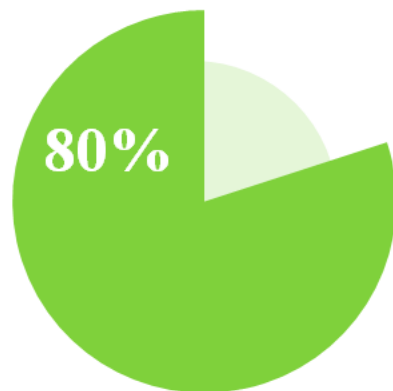
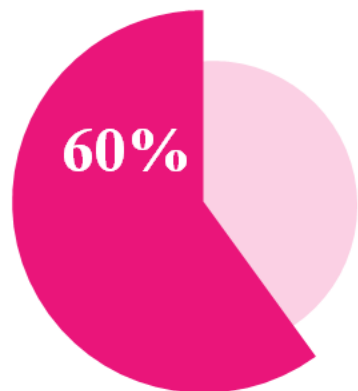
Уделять особое внимание VIP-гостям женщинам. Эти номера могут быть оснащены дополнительным зеркалом над столом, косметическим зеркалом в ванной комнате, а также в таких номерах должен быть представлен более широкий ассортимент косметических и парфюмерных аксессуаров.

04

Расширить статус «Diamond» для дополнительных категорий гостей, исходя не только из сроков пребывания в гостинице, уделив особое внимание чиновникам, корпоративным клиентам и иностранцам.



# Мероприятия по улучшению ассортимента игрушек торгового предприятия ООО НПП «МИКРОС»



Конструкторы «LEGO»



Куклы «LOL»,  
трансформеры



Игрушки антистресс,  
мягкие игрушки



Машинки «Hot Wheels»



Совершенствовать управление ассортиментом игрушек необходимо с учетом спроса на них и рейтинга.

В частности, товарами «звездами» среди детских игрушек на сегодняшний день, согласно рейтингов в сети Интернет, можно назвать: конструкторы «LEGO», куклы «LOL», трансформеры, машинки «Hot Wheels», питомцы «Hatchimals», куклы «Baby Born», собачки «Chi Chi Love», наборы «My Little Pony», единорожка «Poopsie Surprise Unicorn».

В компании необходимо исключить из ассортимента игрушки, не пользующиеся спросом. Следует расширить группу товаров- игрушки антистресс, мягкие игрушки, также с учетом спроса населения и рейтинга игрушек, пополнить ассортимент наиболее востребованными.

# Основные проблемы и пути решения в управлении дебиторской задолженностью компании ПАО «Крок Инкорпорейтед»

## Основные проблемы

Отсутствует система применения факторинга;

Наблюдается рост дебиторской задолженности;

Для управления дебиторской задолженностью применяется программный продукт 1С:CRM, который имеет не большой функционал.

## Пути решения

Осуществление сотрудничества по части факторинговых операций с компанией «СберФакторинг»;

Развитие цифрового факторинга - полностью дистанционного сервиса для финансирования оборотных средств через платформу «Сбербанк Факторинг Онлайн»;

Улучшение автоматизации в управлении дебиторской задолженностью с помощью программы БИТ: Управление задолженностью.



# Мероприятия по совершенствованию маркетинговой службы организации ООО «Интерпрайс»

Организация отдела маркетинга по функциональному принципу, в количестве трех человек

Совершенствование маркетинговых стратегий: стратегия продвижения и позиционирования; стратегия стимулирования сбыта; товарная и инновационная стратегия.

Развивать компанию по расширенному маркетинг миксу 10P

Руководитель отдела маркетинга  
(маркетолог по исследованиям и планированию)

Маркетолог по товарной и инновационной политике

Маркетолог по продвижению, стимулированию сбыта и лояльности

Разработка девиза, философии компании, выработки своей единой брендовой политики

Ежегодное участие в международных выставках



Автоматизация работы, внедрение CRM-системы - Битрикс24

Организация сотрудничества со строительными компаниями по вводу нового жилья, в части предложений мебелирования и реализации комплектующих для мебели, по спецпроекту «Квартиры с мебелью»



# Маркетинговые мероприятия для совершенствования работы стоматологии ООО «Дентал Сервис»



-разработать анкету для проведения опроса клиентов

**-проводить интернет опрос на сайте компании по качеству обслуживания клиентов**

-внедрить систему стимулирования продаж, а именно: предоставлять скидки пенсионерам в размере 15-20%, скидки для постоянных клиентов в размере 5%



# МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ АО «АРСЕНАЛ-НЕДВИЖИМОСТЬ»: ОПТИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ РАЗВИТИЯ



**Наличие собственных средств для развития компании**

## **Краткосрочная перспектива**

- 1) Внедрение инноваций в строительстве (ремонт с помощью инновационных материалов);
- 2) Повышение качества сдаваемых объектов (сдача жилья с мебелью и встроенной бытовой техникой).

## **Среднесрочная перспектива**

- 3) Увеличение географического охвата (строительство в других регионах России - Краснодарский край, рост строящегося ЖК в Санкт-Петербурге и Ленинградской области);

# МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ АО «АРСЕНАЛ-НЕДВИЖИМОСТЬ»: ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ РАЗВИТИЯ



Вступление в силу новых правил долевого строительства, обязавших застройщиков продавать квартиры через эскроу-счета, может вызвать нехватку собственных средств для развития компании, отказ банков от кредитования малых девелоперов.

Работа по франшизе «ПИК»



Долгосрочная перспектива



# Мероприятия по совершенствованию мониторинга удовлетворенности потребителей с помощью цифровых инструментов в ООО «СМК-Стандарт»

Таблица 1 - План-график внедрения предложенных мероприятий

Мероприятия/ Сроки	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Этап целеполагания	+					
Этап мониторинга и оценки	+					
Подготовительный этап		+	+			
Этап внедрения				+	+	
Этап эффективности						+



Проведение анкетирования и опросов в социальных сетях



Организация экспертных и фокус-групповых интервью на видеоплатформах



Мониторинг пользовательского контента



Применение цифровых инструментов обработки данных.

**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности  
предприятия на  
примере социальных  
организаций**



# Мероприятия социальной программы ОО «Ашхабадского клуба Ынам», направленные на совершенствование системы предотвращения миграционного рабства

01

Содействие в получении дополнительного обучения компьютерной грамотности и наиболее востребованным вакансиям в сети Интернет.

02

Внедрение искусственного интеллекта (робота-промоутера) с целью информирования населения о развитии и опасности миграционного рабства в различных странах.

03

Организация совместного проекта «Biz» (перевод-мы), направленного на поиск потенциальных работников и работодателей, с целью дополнительного обучения и создания рабочих мест в реальном секторе экономики.



# Основные проблемы и возможные пути их решения при оказании социальных услуг гражданам пожилого возраста в ГБУ «КЦСОН Центрального района» Санкт-Петербурга

№ п/п	Характеристика проблемы	Возможные пути решения
<b>1</b>	<b>Недостаток социальных услуг</b>	
	Не оказываются следующие виды услуг на дому: стрижка волос, услуги электрика, услуги сантехника, услуги мелкого бытового ремонта и др.	Приглашение волонтеров для оказания необходимых услуг на дому, внедрение роботизации на дому (роботы помощники, установка датчиков, роботы собеседники и т.д.)
<b>2</b>	<b>Дорогие услуги</b>	
	Не все граждане пожилого возраста способны платить за социальные услуги, в результате вынуждены отказываться от некоторых платных услуг.	Совершенствование системы спонсорства и привлечения инвестиций(путем приглашения крупных компаний, маркетплейсов, с целью спонсирования деятельности центра)
<b>3</b>	<b>Слабый перечень технических средств реабилитации для пожилых инвалидов, слабая информированность об электронном сертификате</b>	
	Недостаток консультационного информирования об услугах проката технических средств реабилитации.	Улучшение системы консультирования в части получения электронного сертификата для граждан с инвалидностью на приобретение технических средств реабилитации. Совершенствование консультирования можно осуществлять с помощью внедрения робота-промоутера в работе социального центра.
<b>4</b>	<b>Слабая информированность пожилых граждан об услугах школы третьего возраста</b>	
	Не все пожилые граждане знают об услугах школы третьего возраста, в связи с этим не посещают обучающиеся факультативные занятия: информационные технологии, прикладного творчества и дизайна, культуры и искусства, физкультурно-оздоровительный факультет	Необходимо усиление консультирования пожилых граждан в услугах социального центра, в том числе и школы <b>третьего возраста</b> . Совершенствование консультирования можно осуществлять с помощью внедрения робота-промоутера в работе социального центра.
<b>5</b>	<b>Слабая заинтересованность и не знание пенсионеров об организации кружков по интересам</b>	
	Не все пожилые граждане заинтересованы в организации досуга и многие не знают о проведении кружков по интересам	Необходимо усиление консультирования пожилых граждан в организации досуга и кружков по интересам. Изучать спрос на интересы пожилого человека. Совершенствование консультирования можно осуществлять с помощью внедрения робота-промоутера в работе социального центра.
<b>6</b>	<b>Необходимость в роботизации социальных услуг на дому</b>	
	Существует потребность в развитии следующих видов роботов в социальном обслуживании на дому: робот-няня- сиделка; робот-дворецкий(порядок в доме); робот-секретарь (напоминает о лекарствах, распорядке дня и т.д.); робот-учитель (обучает).	Приобретение необходимых видов роботов, и внедрение их на практике в деятельности социального центра.  Финансирование мероприятия по приобретению роботов целесообразно осуществлять за счет системы спонсорства и привлечения инвестиций(путем приглашения крупных компаний, маркетплейсов, с целью спонсирования деятельности центра)
<b>7</b>	<b>Необходимость развития социального туризма</b>	
	В организации не осуществляется социальный туризм, однако спрос на этот вид услуг существует	Необходима организация туризма для пожилого человека по направлениям, которые наиболее предпочтительны для пожилого человека. В частности, были предложены: достопримечательности Санкт-Петербурга; достопримечательности Москвы; экскурсия «Золотое кольцо России»; экскурсии по Ленинградской области; экологический туризм.

# Основные проблемы и возможные пути их решения при оказании социальных услуг гражданам пожилого возраста в ГБУ «КЦСОН Центрального района» Санкт-Петербурга

№ п/п	Основные проблемы	Характеристика проблемы	Возможные пути решения
1	Недостаток социальных услуг	Не оказываются следующие виды услуг на дому: стрижка волос, услуги электрика, услуги сантехника, услуги мелкого бытового ремонта и др.	Приглашение волонтеров для оказания необходимых услуг на дому, внедрение роботизации на дому (роботы помощники, установка датчиков, роботы собеседники и т.д.)
2	Дорогие услуги	Не все граждане пожилого возраста способны платить за социальные услуги, в результате вынуждены отказываться от некоторых платных услуг.	Совершенствование системы спонсорства и привлечения инвестиций (путем приглашения крупных компаний, маркетплейсов, с целью спонсирования деятельности центра)
3	Слабый перечень технических средств реабилитации для пожилых инвалидов	Недостаток консультационного информирования об услугах проката технических средств реабилитации.	Улучшение системы консультирования в части получения электронного сертификата для граждан с инвалидностью на приобретение технических средств реабилитации. Совершенствование консультирования можно осуществлять с помощью внедрения робота-промоутера в работе социального центра.



**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности  
предприятия на  
примере  
логистических  
организаций**



# Мероприятия, направленные на совершенствование управления логистическими процессами ООО «СДЭК-Глобал»

01

Совершенствование складской логистики, с помощью внедрения роботизации на складах

*Внедрение роботов по нескольким видам, в зависимости от сценарий применения на складе: быстрая волна, гибкий конвейер, паллетный перевозчик, долгосрочный склад хранения, стеллаж к сборщику.*



02

Совершенствование транспортной логистики- с помощью внедрения беспилотной доставки грузов с помощью грузовых дронов.



# Мероприятия, направленные на совершенствование транспортно-логистической деятельностью международного перевозчика Bolloré Transport & Logistics в Республике Мали

## По оптимизации логистической деятельности

- а) повышение экологичности поставок, с помощью продвижения экодизайна и переработки желтого глянса в пасту, которая далее будет использоваться для изготовления бумаги;
- б) внедрение роботизации на складах;
- в) развитие автономной доставки грузов, с помощью дронов.



## По оптимизации логистической инфраструктуры

- а) оптимизация политики устойчивого развития недвижимости (строительство зданий, которые оказывают ограниченное воздействие на окружающую среду);
- б) внедрение программы энергоэффективности, которая поможет достичь целей по сокращению выбросов парниковых газов (использование возобновляемых источников энергии: соларизация зданий и складов, установление солнечной системы крыши; установка светодиодного освещения);
- в) осуществление политики в пользу биоразнообразия (путем внедрения экологического управления зелеными насаждениями, создание экологических коридоров и заповедников дикой природы, защита и посадка деревьев и др.).

# Основные направления и мероприятия, направленные на улучшение системы управления транспортно-экспедиторской деятельности фирмы ООО «РТС»

01

Совершенствование структуры управления финансами

02

Автоматизация процесса планирования и инвестиционного проектирования

03

Расширение географии перевозок грузов и развитие предприятия в сети «Интернет»



**Мероприятия по  
совершенствованию  
деятельности  
предприятия на  
примере  
коммерческих банков**



# Основные пути улучшения кадровых бизнес-процессов

В краткосрочной перспективе

В долгосрочной перспективе



*Программный продукт КЭДО «Directum HR Pro»*

*Блокчейн-технология в кадровый электронный документооборот*



Критерий	СБИС	Directum HR Pro	Сбер. Корпус	HR Link	1С: Кабинет сотрудника
<b>КЭДО</b>					
Массовое подписание	✓	✓	✓	✓	✓
Настройка сложных маршрутов подписаний	✓	✓	✗	✓	✗
<b>HR-процессы</b>					
Отпуска	✓	✓	✗	✗	✗
Командировки	✗	✓	✗	✗	✗
Онлайн-прием	✗	✓	✓	✗	✗
Заявки в сервисные подразделения	✗	✓	✗	✗	✗
<b>Варианты поставки</b>					
Облако	✓	✓	✓	✓	✓
On-premise	✗	✓	✗	✓	✓
<b>Архив кадровых документов</b>					
Возможность усовершенствования ЭП для долговременного хранения	✓	✓	✓	✓	✗
<b>Возможности и интеграции</b>					
Интеграция с порталом «Работа в России»	✗	✓	✗	✓	✗
1С:ЗУП, SAP, БОСС-кадровик, Галактика	✓	✓	✓	✓	Только 1С:ЗУП
<b>Электронные подписи</b>					
Облачная УНЭП в системе	✓	✓	✓	✓	✓
УНЭП ЕСИА (Госключ)	✗	✓	✗	✓	✗
Мобильная версия	✓	✓	✓	✓	✓
Интеллектуальные сервисы для распознавания документов	✓	✓	✗	✗	✗

Программу льготного кредитования предлагается увеличивать за счет предоставления кредитов по отраслям и видам деятельности:



Льготный для импортеров  
(по сниженной ставке до 5,0%)



Льготный для сельскохозяйственных организаций  
(по ставке до 3,0%)





Льготное кредитование для ИТ-компаний  
(по ставке 3-5,0%).



# Промсвязьбанк

## Совершенствование системы долгосрочного кредитования юридических лиц на примере деятельности банка ПАО «Промсвязьбанк»

№ п/п	Слабые места		Пути совершенствования
1	Лизинг 	Не предоставляется лизинг	Развивать кредитные продукты: лизинг. В лизинг банк может предоставлять различное оборудование, технику. Для реализации данного мероприятия необходимо сотрудничество с компанией, которая предлагает оборудование в лизинг.
2	Льготное кредитование 	Льготные кредиты предоставляются только субъектам МСП.	Необходимо расширить линейку льготных кредитов: льготный для импортеров (по сниженной ставке до 5,0%), льготный для сельскохозяйственных организаций (по ставке до 3%), льготное кредитование для ИТ-компаний (по ставке 3-5%)

# Мероприятия, направленные на совершенствование системы ипотечного кредитования коммерческого банка ПАО «ВТБ»



Увеличение кредитных продуктов по выдаче ипотеки: ипотечные программы от компаний-застройщиков; ипотека на земельный участок, ипотека для пенсионеров;



Совершенствование существующих программ по ипотеке, снижение процентных ставок: ипотека на вторичное жилье; льготная ипотека с господдержкой;



Развитие цифровой ипотеки.





# Совершенствование системы межбанковского кредитования: на уровне ЦБ РФ, на уровне коммерческих банков РФ, на уровне ПАО «ВТБ»



БАНК  
РОССИИ

## На уровне коммерческих банков и иных кредитных организаций в РФ

Развитие бионических банков  
(ИИ); продвижение  
финансовых услуг на  
финансовых маркетплейсах.

02

## На уровне ЦБ РФ

Снижение межбанковской  
процентной ставки;  
Развитие межбанковского  
взаимодействия в регионах;  
Применение пониженного риск-  
вес по межбанковским  
кредитам, предоставленным  
банкам из других стран

01

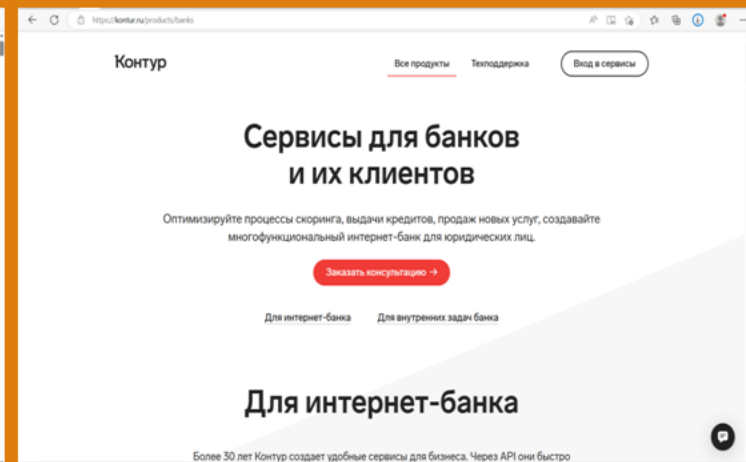
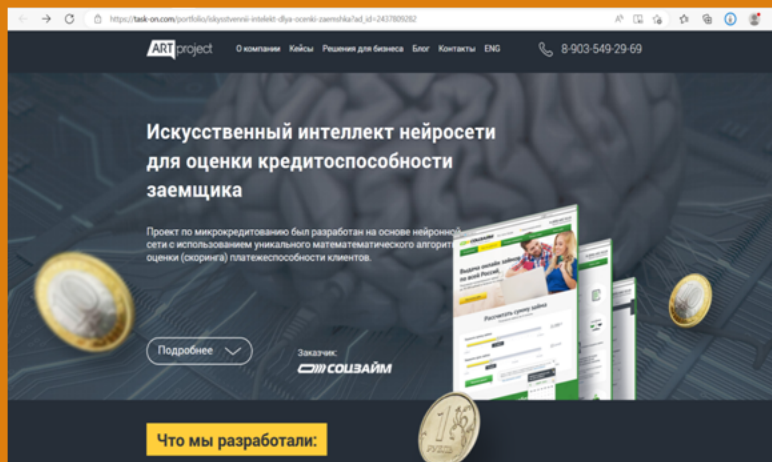
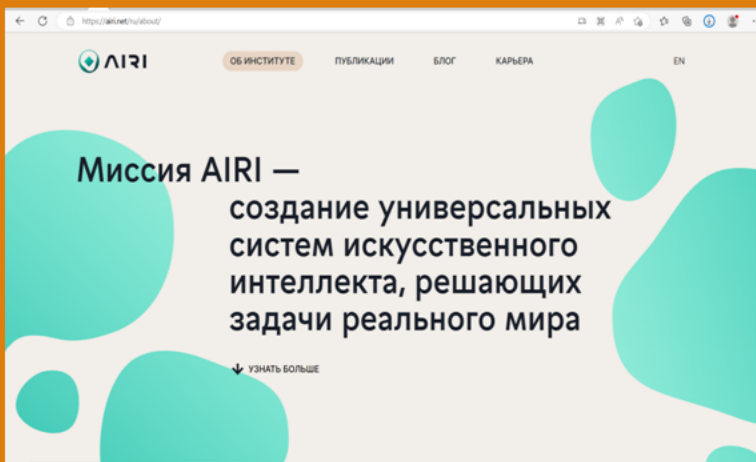
## На уровне ПАО «ВТБ»

Внедрение скоринг модели в  
межбанковском  
кредитовании, которое  
позволит снизить  
риски, благонадежность  
заемщика и др.

03

# Пути совершенствования системы кредитования малого и среднего бизнеса в ПАО «Транскапиталбанк»

№ п/п	Мероприятия	Описание	Особенности
1	<b>Совершенствование ассортиментной политики</b>	Увеличение кредитных продуктов путем осуществления кредитования продавцов на торговых маркетплейсах	Предлагать кредиты селлерам на наиболее известных маркетплейсах: Озон, Валберизз. Ставка кредита 1,5% в месяц. Условия: для ИП или ООО, компания уже должна продавать свои товары на площадке не менее трех месяцев. Выручка от 300 млн. руб. в год. Сумма кредита до 10 млн. руб.
2	<b>Улучшение стратегии продвижения кредитных продуктов</b>	Размещение информации о кредитовании на известных финансовых маркетплейсах	Наиболее популярными финансовыми маркетплейсами для малого и среднего бизнеса являются: FinUp [ <a href="https://finup.ru/">https://finup.ru/</a> ], Развивай.рф. [ <a href="https://развивай.рф/">https://развивай.рф/</a> ]
3	<b>Внедрение искусственного интеллекта в процесс кредитования (кредитный скоринг)</b>	Разработка нейронных сетей для кредитного скоринга и внедрение в работу банка	Разработкой нейросетей и искусственного интеллекта для банков занимаются множество компаний, наиболее популярные из них: Центр искусственного интеллекта СКБ «Контур», Институт искусственного интеллекта AIRI, ООО «Арт Проект»



Спасибо за внимание!

