

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тверской государственный университет»

Институт экономики и управления

Кафедра экономики предприятия и менеджмента

Отчет по преддипломной практике

Направление подготовки
38.34.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Магистерская программа
Стратегическое и корпоративное управление

Квалификация (степень)
Магистр

Форма обучения очная

Обучающийся:
Воронцова Кристина Сергеевна

Научный руководитель:

д.э.н., доцент
Досаева Альфия Лимаровна

Руководитель практики от организации:

Гелаев Руслан Адамович

Тверь 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Характеристика организационно-правовой формы организации, видов деятельности	4
2. Анализ основных результатов деятельности за 2-5 лет	11
3. Анализ и оценка кадрового состава организации.....	13
4. Характеристика научной, инновационной деятельности организации или исследование по основной проблеме.....	18
Заключение. Обобщение и подведение итогов. Выводы.....	21
Библиографический список	23
Приложение А.....	25
Приложение Б	26
Приложение В	30

Введение

Преддипломная практика является заключительным этапом подготовки студента к его дальнейшей профессиональной деятельности. Она необходима, так как студенту следует не только теоретически изучить будущую профессию, но и на практике ознакомиться с ней. Следовательно, целью практики является закрепление и углубление полученных теоретических знаний, возможность применения их на практике.

Цель практики: закрепление знаний, умений, навыков применительно к внешнеэкономической деятельности предприятия, систематизация и расширение теоретических и практических знаний по специальности и применение этих знаний при решении конкретных научных, технических, экономических и производственных задач и подготовка студента к выполнению выпускной квалификационной работы, приобретение практических навыков работы в предстоящей должности.

Объектом исследования в отчете является торговая компания ООО «Пазл», расположенная в г. Твери.

Данная база практики удовлетворяет основным требованиям, предъявляемым к объекту прохождения практики:

- соответствует направлению «Менеджмент»;
- имеет необходимую отраслевую принадлежность (торговую);
- имеет совокупность управленческих подразделений, позволяющих изучить содержательную сторону торгового менеджмента

Предметом исследования система рекламной деятельности в торговом предприятии и процесс использования рекламы для более доступной для потребителей информации о товаре.

Цель преддипломной практики: закрепление теоретических знаний и приобретение более глубоких практических навыков, опыта работы по специальности и профилю работы на действующем предприятии или организации.

Задачи:

- познакомиться с предприятием, его историей, видами деятельности, организационно – экономической структурой, системой управления и системой плани-

рования, целями владельцев и руководителей бизнеса, стратегиями компании;

- собрать информацию о деятельности компании за 3-х летний период;
- провести анализ собранной информации;

выявить проблемы.

Методологической и теоретической основой исследования являются общенаучные методы познания и научные подходы к изучению объектов, явлений.

Информационной базой отчета работы послужила научная, специальная, учебно-методическая литература российских и зарубежных авторов, научно-правовые акты в сфере торговли и рекламы, бухгалтерская и статическая отчетность объекта исследования, материалы научно-практических конференций, статьи периодических печатных изданий, Интернет-ресурсы.

1. Характеристика организационно-правовой формы организации, видов деятельности

В сентябре 2010 года компания «Пазл» открыла свой мебельный магазин в г. Твери. ООО «Пазл» осуществляет бухгалтерский учет результатов своей деятельности, ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность и предоставляет ее соответствующим государственным органам в соответствии с действующим законодательством.

Деятельность фирмы реализуется совокупностью действующих законодательных и подзаконных актов регулирующих функциональную реорганизационную и ликвидационную деятельность, а также Уставом организации и иными локальными актами фирмы к которым относятся Коллективный договор и положение о персонале организации.

ООО «Пазл» образовано на основе частной собственности является юридическим лицом Российской Федерации и осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством. Оно имеет в собственности обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, на которое по действующему законодательству может быть обращено взыскание.

Соответствующие службы исследуемой организации постоянно работают над изучением спроса для наиболее полного удовлетворения населения ассортиментом реализуемой продукции.

Магазин «Пазл» находится по адресу:

1) г. Тверь, Октябрьский проспект, 70.

Общая площадь магазина составляет 94 кв.м. в том числе:

Торговая площадь – 70 кв.м.

Площадь контрольно-кассового узла – 2 кв.м.

Площадь административно-бытового назначения – 4 кв.м.

Складские помещения – 18 кв.м.

Режим работы: с 10.00 до 20.00 без выходных. В компании работают 10 человек в том числе:

Основными конкурентами предприятия «Пазл» можно считать:

- «Формула мебели»
- «Мебельное ассорти»
- «Deloff»

Предприятие «Пазл» обладает конкурентными преимуществами: 1) минимальные сроки производства, от заключения договора до его исполнения; 2) наличие складской программы; 3) гарантийное обслуживание в течение 2 лет и качество установочных работ.

Магазин «Пазл» состоит из двух залов: в первом зале размещены гостиные, мягкая мебель и кухни; во втором – офисная и детская мебель, а также мебель для прихожей.

ООО «Пазл» занимается розничной торговлей офисной и домашней мебели.

Компания реализует следующие группы товаров:

- кресла и стулья;
- мягкую мебель;
- шкафы-купе;
- мебель для гостиной;
- мебель для детской;

- мебель для прихожей;
- мебель для спальни;
- офисную мебель.

А так же изготовление кухонь, шкафов и прочей корпусной мебели на заказ по размерам клиента. Каждая из групп включает в себя широкий видовой ассортимент. Партнерами магазина стали ведущие Отечественные производители корпусной и мягкой мебели для офиса и дома. Такие как:

- «Боровичи»,
- «SV-mebel»,
- «Циркон»,
- «Веста мебель»,
- «УЮТ-сервис»,
- «Лером»,
- «Е1»,
- «Мадейра-Сид»,
- «Аскона» и многие другие.

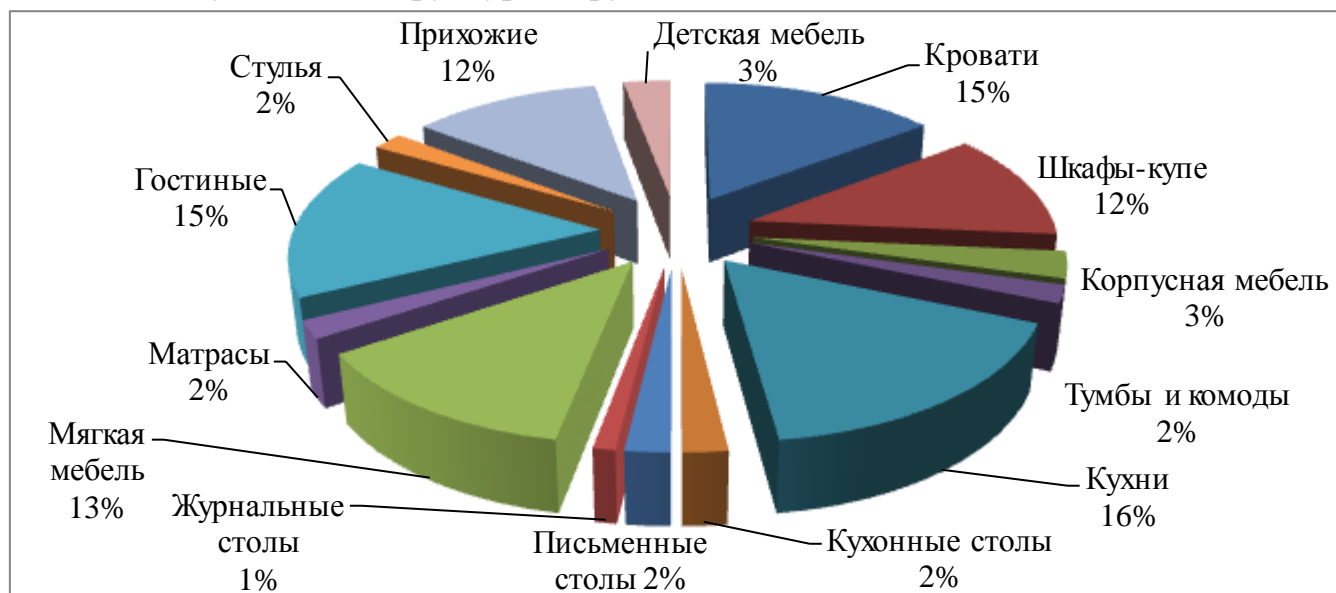
Выбор данных поставщиков обусловлен оптимальным соотношением цены и качества продукции. Компания напрямую осуществляет сотрудничество с перечисленными фирмами, что гарантирует самые низкие цены по сравнению с другими мебельными магазинами города. На всю продукцию компания предоставляет гарантию на два года, в течение которой покупатель может обменять товар.

Все поставляемые мебельные товары имеют Декларацию о Соответствии, где указано что мебельная продукция соответствует требованиям ГОСТ 19917-3 п.2.2.15. и ГОСТ 16371-93 пп.2.2.29 2.2.30; ГОСТ 19917-3 п.2.2.15. и Сертификат Соответствия в котором указано что продукция соответствует требованиям нормативных документов, т.е. ГОСТ 19917-93 пп.2.2.15 3.5.

Товарная политика предприятия включает в себя наличие необходимого в соответствии с рыночной ситуацией ассортимента мебели, как по глубине, так и по широте охвата наиболее востребованных рынком ассортиментных позиций.

Данные о выручке компании в разрезе групп приведены в приложении А. На их основании была построена диаграмма по структуре выручке ООО «Пазл» за 2015-2017 годы, изображена на рисунке 1.

Рисунок 1 — Структура выручки ООО «Пазл», 2015-2017 гг., в %



Источник: составлено автором

Исходя из диаграммы видно, что основную выручку компании приносят следующие группы товаров: кухни (16%); гостиные (15%); кровати (15%), мягкая мебель (13%), шкафы-купе (12%) и прихожие (12%). Рассматривая ассортимент продукции, необходимо отметить, что не на все виды товара спрос одинаков, поэтому необходимо разработать мероприятия по стимулированию сбыта.

Продукция мебели ООО «Пазл» выполнена из различных материалов, они представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Структура ассортимента мебельной продукции ООО «Пазл» по материалам.

Материал	Количество мебели в магазине, (шт.)	Удельный вес в ассортименте, (%)
Массив древесины	55	16,4
ЛДСП	116	34,5
МДФ	82	24,4
ДСП	37	11
ДВП	34	10,1
Металл	12	3,6
Итого:	336	100

Источник: составлено автором

Из данной таблицы можно сделать вывод, что такие материалы, как ЛДСП и МДФ являются большей частью ассортимента мебельной продукции магазина «Пазл», так как эти материалы относительно качественные и недорогие. Массив древесины это экологически чистый материал, цена у него немного выше, поэтому удельный вес в ассортименте немного ниже.

Оплата товара проводится, как наличным, так и безналичным расчетом. Покупателями мебели данного предприятия являются как физические, так и юридические лица. Расчет с юридическими лицами происходит посредством банковского перевода денежных средств. Основной формой расчета с физическими лицами является наличный расчет. Однако, в последнее время физические лица, т.е. покупатели, приобретающие мебель для личного домашнего использования, предпочитают пользоваться банковской системой оплаты. Данный факт не только создает определенные удобства для обеих сторон, но и содействует ускорению оборачиваемости денежных средств, позволяет сократить сроки поставки мебели.

Анализ состава мебельного магазина следует изучать по формам расчета, представлен таблица 2.

Таблица 2 - Анализ объемов продаж по составу

Вид реализации	2016 год		2017 год		Отклонение		Темп изменения, %
	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	
01	02	03	04	05	06	07	08
Реализация за наличный расчет	2296	39,5	2409	34,5	+113	-5	104,92
Реализация за безналичный расчет	3517	60,5	4573	65,5	+1056	+5	130,03
Итого:	5813	100	6982	100	1169	-	120,11

Источник: составлено автором

Реализации за безналичный расчет в 2017 г. увеличилась, что на 30,03% больше прошлого года. Это положительно сказывается на деятельности предприятия, в частности ускоряется движение денежных потоков и товарооборотности, происходит экономия временных ресурсов. Несмотря на это доля реализации за наличный расчет составляет 34,5% в общем объеме, и ее темп изменения составило на 104,92% больше прошлого года, а в сумме 113 тыс.руб.

Есть возможность оформления покупки в кредит и рассрочку через банки.

Банки-партнеры:

- Home credit bank,
- ПочтаБанк,
- Ренессанс,
- Альфа Банк,
- Русский Стандарт.

Помимо розничного магазина, у ООО «Пазл» есть интернет-магазин, в котором покупатели могут ознакомиться со всем ассортиментом мебели, получить онлайн консультацию, сделать заказ и произвести оплату.

Широкая клиентская база и постоянно растущий объем продаж подтверждают эффективность деятельности ООО «Пазл».

Все расходы, связанные с рекламной деятельностью предприятия ООО «Пазл» включаются в себестоимость выпускаемой продукции. Выделение средств на рекламную компанию зависит от объема реализованной продукции. Рекламная компания проводится в средствах массовой информации.

В качестве наиболее эффективных каналов распространения рекламы в компании «Пазл» рассматриваются следующие:

1. Реклама на телевидении. Рекламная деятельность фирмы на телевизионном экране обеспечивается «бегущей строкой» с максимально информативным, но в то же время кратким и лаконичным текстом, который рекламирует группу товаров предлагаемых компанией с указанием адреса и телефона. Однако этот вид рекламы не всегда дает желаемый эффект, т. к.:

- 1) скорость «бегущей строки» не совпадает со скоростью восприятия информации у телезрителя;
- 2) ошибки оператора телевидения при наборе текста приводят к искажению рекламной информации;
- 3) реклама дается вперемежку с рекламой продаваемых товаров и другими объявлениями.

Поэтому в фирму ООО «Пазл» поступают телефонные звонки, не имеющие отношения к деятельности фирмы.

2. Реклама в компьютерных сетях (Internet). Данная реклама является абсолютно новой и очень эффективной при ее невысоких стоимостях по сравнению с другими видами рекламы. У компании «Пазл» есть свой сайт в Интернете. Он используется не только как еще один рекламный проспект с картинками, но и как инструмент позволяющий упростить общение с клиентом. На сайте можно познакомиться с историей фирмы, перечнем ее услуг и ценами, сборником нормативно-правовых актов.

3. Печатная рекламная продукция. Для посетителей имеется целый набор рекламной печатной продукции: буклеты, листовки, каталоги, прайс-листы. Их вручают при посещении фирмы, презентации, выставке или заключении контракта. Они предоставляют информацию о фирме, её продукции, ценах и предстоящих акциях.

Главный элемент рекламы товаров - положительное эмоциональное воздействие иллюстрации и текста, как правило, несложного и легкого для запоминания, создающего привлекательный "образ" товара.

Для стимулирования покупателей используют торговые скидки (до 5% обычно приуроченные к праздникам), купоны, подарки, лотереи и конкурсы, дающие шанс что-либо выиграть (например, перед Новым годом в каждом салоне вместе с покупкой мебели покупатель может выиграть ценный приз, соответственно появляется заинтересованность у покупателя, а у производителя увеличение продаж.

В своей деятельности ООО «Пазл» руководствуется законодательными и нормативно-правовыми документами, условно разделенные на три уровня:

1) Законодательные и нормативные акты Российской Федерации, регулирующие деятельность всех субъектов (Конституция РФ, Гражданский, Налоговый, таможенный кодексы и т.п.).

2) Законы, постановления и рекомендации, регулирующие производственную и торговую деятельность в Российской Федерации.

3) Организационно-правовые документы предприятия.

Ценовая политика ориентирована на обеспечение прибыльной работы предприятия, быструю адаптацию к изменению рыночной конъюнктуры с учетом среднего уровня цен на аналогичную продукцию. Она формируется исходя из анализа покупательского спроса и сезонности.

Учетная политика предприятия осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете», «Положением по ведению по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ», «Положением по бухгалтерскому учету» (ПБУ), «Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий», Налоговым и Гражданским кодексами РФ.

В ООО «Пазл» применяется ОСНО – общая система налогообложения (классическая). В классической системе налогообложения ОСНО, юридическое лицо (организация или ИП - индивидуальный предприниматель) платит подоходный налог, налог на добавленную стоимость, единый социальный налог и другие налоги, необходимость уплаты которых предусмотрена налоговым законодательством, а также платит взносы в Пенсионный фонд, Фонд обязательного медицинского страхования, в Фонд социального страхования.

2. Анализ основных результатов деятельности за 2-5 лет

В таблице 3 приведены и рассчитаны основные результаты деятельности компании за три года. В приложении А представлен отчет о финансовых результатах деятельности ООО «Пазл» и бухгалтерский баланс за 2015-2017 гг.

Таблица 3 - Основные показатели деятельности предприятия ООО «Пазл»

Показатели	Год			Отклонение 2017 г. к 2015 г.	
	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Относительное отклонение, %
01	02	03	04	05	06
1. Выручка от продажи товаров (продукции, работ, услуг), тыс. руб.	4786	5813	6982	2196	145,9
2. Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	3122	3236	3667	545	117,5
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	1664	2577	3315	1651	199,2
4. Управленческие расходы, тыс. руб.	1425	1978	2688	1263	188,6
5. Коммерческие расходы	48	50	55	7	114,6
6. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	293	599	627	334	214
7. Прочие расходы	22	54	63	41	286,3
8. Прибыль (убыток) до налогообложения	296	545	564	268	190,5
9. Текущий налог на прибыль	19	35	37	18	194,7
10. Чистая прибыль (убыток)	277	510	527	250	190,3
11. Среднегодовая численность работников, чел.	12	10	10	-2	83,3
12. Рентабельность продаж, %	5,8	8,8	7,5	1,7	129,3
13. Рентабельность продукции, %	8,9	15,8	14,4	5,5	161,8

Источник: составлено автором

Приведенные в таблице 3 данные показывают, что исследуемое предприятие стабильно за последние три года. Так, финансовая деятельность ООО «Пазл» в 2015-2017 гг. отмечена ростом выручки от продаж. Выручка выросла на 2196 тыс. руб. или на 45,9%. К росту выручки от продаж на ООО «Пазл» привело увеличение объема производства, что в свою очередь подтверждается ростом себестоимости продукции на 545 тыс. руб. или на 17,5%. Необходимо отметить позитивный момент в деятельности рассматриваемого предприятия, который свидетельствует о более низком росте себестоимости по сравнению с ростом выручки, что привело к росту прибыли от продаж на 334 тыс. руб. Рост показателя в 2017 г. связан со всеми вышеперечисленными факторами, а именно:

- рост розничного товарооборота;
- рост валовой прибыли;
- незначительный рост себестоимости и издержек обращения.

Увеличение показателя валовой прибыли связано с ростом величины розничного товарооборота и незначительным увеличением себестоимости, которая включает в себя закупочную стоимость товаров и зарплату продавцов (с налогами). Рост расходов связан с увеличением затрат на перевозку, увеличением арендной платы и коммунальных платежей, а так же с проведением рекламной компании.

Динамика среднегодовой численности персонала ООО «Пазл» стабильна, и составляет 10 чел.

Таким образом, рост объема производства и продажи продукции ООО «Пазл» сопровождается соответствующей экономической эффективностью использования всех имеющихся ресурсов предприятия. Можно сделать вывод, что на рассматриваемом предприятии наблюдается положительная динамика.

3. Анализ и оценка кадрового состава организации

Трудовые отношения на ООО «Пазл» строятся в соответствии с Трудовым Кодексом РФ. Для закрепления работника на определенном рабочем месте выпускается приказ или распоряжение. Для ознакомления работника с его должностными обязанностями и подтверждением его согласия следовать данным предписаниям, производится ознакомление работника с должностной инструкцией и ее подписание. Должностная инструкция содержит подробное описание рабочего места, функций и необходимых навыков для работника.

Коллектив ООО «Пазл» является сознательно организованным постоянным коллективом, ориентированным на достижение официальной цели. Внутрифирменное разделение труда сочетает в себе количественное (основанное на взаимозаменяемости работников) и учитывающее специфику отдельных видов труда в пределах одного и того же качества.

Работа с персоналом строится на основании «Положения о регламентирующих документах по персоналу». Все положения и документы по работе с персона-

лом, разработанные на основании данного положения в ООО «Пазл» обязательны для выполнения в магазине.

Кадровая политика на данном предприятии базируется на следующих принципах:

- принцип обусловленности кадровой политики целями производства;
- принцип оптимального соотношения управленческих ориентации;
- принцип экономичности;
- принцип комплексности;
- принцип оптимальности;
- принцип согласованности взаимодействия между иерархическими звеньями по вертикали, а также между относительно автономными звеньями;
- принцип адаптивности (гибкости);
- принцип ритмичности.

В компании ООО «Пазл» работают 10 человек в том числе:

Генеральный директор – 1 чел.

Главный бухгалтер-экономист – 1 чел.

Администратор – 1 чел.

Менеджер по рекламе – 1 чел.

Менеджер по продажам – 1 чел.

Продавец - консультант – 2 чел.

Сборщик – грузчик – 2 чел.

Уборщица - 1 чел.

4 чел (40%)– мужчины; 6 чел (60%) – женщины

Во главе компании стоит генеральный директор, который осуществляет управление остальными отделами, в число которых входят: отдел продаж, отдел закупа, отдел доставки и технического обслуживания и бухгалтерия.

К должностным обязанностям генерального директора относятся:

- осуществление руководства компанией в соответствии с действующим законодательством в пределах предоставленной компетенции всеми видами деятельности организации;

- организация эффективного взаимодействия всех структурных подразделений;
- выполнение целей и задач, стоящих перед компанией;
- выполнение обязательств перед клиентами, поставщиками, партнерами и банками;
- организация производственно-хозяйственной деятельности на основе планирования ее материальных, финансовых и трудовых расходов с учетом складывающейся конъюнктуры на рынке.

Отдел продаж состоит из отдела розничных продаж и интернет-магазина, которые возглавляют соответствующий персонал.

Работники отдела маркетинга занимаются такими вопросами как:

- сбор и анализ информации по отрасли: показателях, тенденциях, появлении новых поставщиков и пр.;
- сбор и анализ информации по конкурентам: открытие новых торговых точек, ценовая политика, ассортиментная политика, маркетинговая активность;
- разработка рекламных мероприятий компании: на местах продаж, в интернете, печатных изданиях и пр.;
- обеспечение магазинов необходимыми POS-материалами: визитками, каталогами, листовками и пр.;
- согласование с подрядчиками внешнего и внутреннего дизайна магазина;
- разработка и печать рекламных макетов и пр.

Отдел закупа представлен несколькими сотрудниками, разделенными по поставщикам, во главе которых стоит руководитель отдела закупа. Функциями отдела закупа являются:

- поиск поставщиков, согласование с ними условий поставки, цен, маркетингового сопровождения;
- определение потребности в товарах;
- установление и организация оптимальных хозяйственных связей с поставщиками;

- организация и технология закупок непосредственно у производителей товаров, посредников, у импортеров;

- организация учета и контроля над оптовыми закупками.

Отдел доставки и технического обслуживания осуществляет доставку, сборку и гарантийное обслуживание. Данная структура компании имеет ряд преимуществ, в частности – позволяет осуществлять оперативное и эффективное управление деятельностью компании, т.к. имеет один канал связи — каждый подчиненный имеет только одного руководителя. Это способствует четкому и оперативному управлению, повышению ответственности руководителя за эффективность работы возглавляемого им отдела. Высший уровень управления выступает в лице генерального директора компании. ООО «Пазл» оказывает своим покупателям услуги по доставке и сборке мебели в кратчайшие сроки. Компания осуществляет доставку своей продукции в пределах города, а также в близлежащие регионы. Мебель поставляется, как в собранном, так и в разобранном и упакованном виде с учетом пожелания заказчика. Сборку мебели осуществляют квалифицированные специалисты. Стоимость сборки — 10% от стоимости изделия.

По уровню образования:

- Высшее образование - 7
- Среднее специальное образование - 2
- Среднее профессиональное - 1

На рисунке 3 показана структура работников по уровню образования в %

Таким образом, большую часть работников составляют с высшим образованием, что говорит о профессионализме

Коллектив сотрудников ООО «Пазл» на 50% - составляют лица в возрасте 30-40 лет, свыше 40 лет - 10%, доля молодых специалистов (до 30 лет) составляет 40%.

Рисунок 2 – Структура работников ООО «Пазл» по уровню образования за 2017 год.



Управление персоналом опирается на анализ содержания труда, способствующий правильным оценкам производственных и деловых качеств работника, организации труда, его оплаты, а также планируемой структуры и качество рабочей силы, необходимой предприятию.

Основной акцент в системе стимулирования персонала в ООО «Пазл» сделан на материальные методы стимулирования. Предприятие поддерживает и поощряет тех, кто не только на словах, но и на деле внедряет стандарты, проявляет принципиальность и не идет на компромиссы, - тех, кто проявляет лидерство.

Управление персоналом предприятия осуществляется с помощью сочетания административных, экономических и социально-психологических методов управления. Основа системы стимулирования персонала закладывается использованием организационно-технических методов, которые оптимизируют построение системы управления эффективностью труда в компании.

Компания использует следующую структуру средств материальной и нематериальной мотивации персонала:

- Использование мотивационной (компенсационной) системы, которая предполагает необходимость компенсировать определенные вложения со стороны сотрудника в деятельность и развитие компании (премирование и материальные компенсации за работу сверх нормированного рабочего времени; возможность приобретать продукцию компании со значительными скидками), а так же:

- использование принципов ранжирования персонала;
- применение тарифно-разрядной системы при расчете с персоналом по оплате труда;
- социальная политика, проводимая компанией;
- корпоративная культура компании;
- средства коммуникации.

4. Характеристика научной, инновационной деятельности организации или исследование по основной проблеме.

Помимо розничного магазина, у ООО «Пазл» есть интернет-магазин, в котором покупатели могут ознакомиться со всем ассортиментом мебели, получить онлайн консультацию, сделать заказ и произвести оплату.

Широкая клиентская база и постоянно растущий объем продаж подтверждают эффективность деятельности ООО «Пазл».

Товарная политика предприятия включает в себя наличие необходимого в соответствии с рыночной ситуацией ассортимента мебели, как по глубине, так и по широте охвата наиболее востребованных рынком ассортиментных позиций.

Все расходы, связанные с рекламной деятельностью предприятия ООО «Пазл» включаются в себестоимость выпускаемой продукции. Выделение средств на рекламную компанию зависит от объема реализованной продукции. Рекламная компания проводится в средствах массовой информации (журналы, газеты).

Для стимулирования покупателей используют торговые скидки (до 5% обычно приуроченные к праздникам), купоны, подарки, лотереи и конкурсы, дающие шанс что-либо выиграть (например, перед Новым годом в каждом салоне вместе с покупкой мебели покупатель может выиграть ценный приз, соответственно появляется заинтересованность у покупателя, а у производителя увеличение продаж.

Вся торговая площадь магазинов компании «Пазл» разделена на торговые зоны-секции, своеобразные торгово-операционные залы, независимые друг от друга, что дает реальную возможность осуществлять быструю индивидуальную перепла-

нировку торгового оборудования под смену различных товарных групп в этих секциях, безболезненно проводить замену или перемещение всего ассортимента товаров в торговом зале магазинов компании «Пазл». Кроме того эти секции-залы могут автономно работать и осуществлять материальный учет и обслуживание покупателей независимо от работы (или блокирования) соседних секций. Сегодня в них установлено самое современное торговое оборудование и средства механизации, позволяющие максимально эффективно использовать торговую площадь, совмещая схемы пристенного, островного размещения.

Все это максимально способствует созданию наиболее благоприятной атмосферы для максимизации покупок мебели в магазинах компании «Пазл», а также росту числа потребителей и улучшения процесса сбыта.

Метод оценки внутренних сильных и слабых сторон предприятия, открывающихся перед ним внешних возможностей и подстерегающих его опасностей известен под названием SWOT-анализа. Этот простой в использовании метод позволяет быстро определить стратегическую обстановку, в которой находится предприятие. SWOT-анализ базируется на основном принципе, который гласит: стратегия должна обеспечивать достаточно полное соответствие внутренних возможностей предприятия (его сильных и слабых сторон) внешней ситуации, сложившейся на рынке. Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы ООО «Пазл» представлены в таблице 2.5.

Таблица 4 - Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы ООО «Пазл»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Прямые договоры с поставщиками мебели - Широкий ассортимент мебели - Высокое качество мебели - Высокий уровень квалификации работников - Умение противостоять давлению со стороны конкурентов - Хорошая репутация, сложившаяся у магазина в глазах покупателей, поставщиков, партнеров 	<ul style="list-style-type: none"> - Неэффективная ассортиментная стратегия - Неэффективное использование современных технологий продаж - Отсутствие инвестиционных возможностей - Ассортимент предлагаемых дополнительных услуг не велик - Недостаточный имидж на рынке - Отсутствие мощной рекламной кампании с задействованием всех

	основных каналов продвижения - Неэффективная система мотивация работников
--	--

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Расширение ассортимента мебели - Улучшение сервиса и сокращение времени на обслуживание - Возможность внедрения новых технологий и форм продаж - Возможность расширения площади торгового зала - Возможность более полного удовлетворения потребностей покупателей - Получение оптовых скидок от поставщиков мебели - Благоприятные демографические или социально-экономические изменения, ведущие к увеличению потенциальной емкости рынка мебели - Постоянно следить за товарами – новинками, появляющимися на рынке мебели 	<ul style="list-style-type: none"> - Большая конкуренция. С каждым годом выходят на рынок все больше магазинов-конкурентов - Нестабильность курса доллар (прогноз курса доллара) - Замедление темпов роста рынка мебели - Изменение потребностей и вкусов покупателей мебели - Растущая требовательность покупателей и поставщиков мебели - Повышение ставок по кредитам

Источник: составлено автором

Согласно матрице SWOT – анализа деятельности ООО «Пазл» в ближайшей перспективе наиболее стратегическими направлениями развития предприятия являются:

- 1) Реконструкция магазина с целью расширения площади торгового зала;
- 2) Внедрение новой технологи продаж мебели;
- 3) Внедрение дисконтной системы скидок;
- 4) Проведение более углубленной рекламной кампании;
- 5) Разработка эффективной ассортиментной стратегии (пополнение ассортимента мебелью);

б) Проведение анализа и оценки основных конкурентов на рынке в целях совершенствования торговой деятельности и разработки эффективной ценовой и ассортиментной стратегии;

Нестабильная экономическая ситуация в стране в условиях кризиса обостряется, в связи с этим внешние факторы нам будет предусмотреть труднее, поэтому нужно делать акцент на внутренних факторах – совершенствовать сильные стороны и стремиться исправлять слабые стороны. Устранить слабые стороны и совершенствовать выявленные в ходе составления SWOT – анализа возможности магазина, помогут предложения по стимулированию сбыта.

Заключение. Обобщение и подведение итогов. Выводы.

В процессе прохождения практики мною были закреплены теоретические знания, полученные во время обучения. Все поставленные передо мной задачи были выполнены. Я узнала много новой и полезной для себя информации, которую буду применять в дальнейшей работе. На практике я получила большой опыт общения с людьми, научилась методике общения с клиентами.

В ходе прохождения практики на ООО «Пазл» были сделаны следующие выводы. ООО «Пазл» — это небольшой мебельный магазин в городе Твери. Основным видом деятельности компании является розничная продажа мебели. ООО «Пазл» реализует продукцию известных мебельных брендов, таких как «Боровичи», «SV-mebel», «Циркон», «Веста мебель», «УЮТ-сервис», «Лером», «Е1», «Мадейра-Сид», «Аскона» и пр. Компания реализует следующие группы товаров: кресла и стулья, мягкую мебель, шкафы-купе, мебель для гостиной, мебель для детской, мебель для прихожей, мебель для спальни, офисную мебель.

Проанализировав структуру выручки компании за период с 2015 по 2017 год был сделан вывод, что основную выручку ООО «Пазл» приносят следующие группы товаров: кухни (16%); гостиные (15%); кровати (15%), мягкая мебель (13%), шкафы-купе (12%) и прихожие (12%).

Конкурентными преимуществами ООО «Пазл» являются: широкий ассортимент продукции, наличие интернет-магазина, представление покупателям услуг по

доставке и сборке продукции, высокая квалификация сотрудников.

Организационная структура компании является функциональной и состоит из следующих отделов: бухгалтерии, отдела продаж, отдела закупа, отдела маркетинга и отдела доставки и технического обслуживания. Во главе компании находится Генеральный директор, который осуществляет непосредственное управление всеми подразделениями компании.

Анализ финансового-экономических показателей ООО «Пазл» показал, что несмотря на то, что у компании за 2017 год произошел рост абсолютных показателей выручки и прибыли от реализации, все показатели рентабельности показали снижение. Немаловажно при этом пересмотреть систему стимулирования сбыта, поскольку она оказывает влияние на показатели деятельности компании.

Для стимулирования покупателей используют торговые скидки (до 5% обычно приуроченные к праздникам), купоны, подарки, лотереи и конкурсы, дающие шанс что-либо выиграть, соответственно появляется заинтересованность у покупателя, а у производителя увеличение продаж.

ООО «Пазл» последние два года начала активно использовать маркетинговые инструменты для продвижения на рынок, что было вызвано постоянно растущей конкуренцией. Это касается и системы стимулирования сбыта.

В целом можно сказать, что в ООО «Пазл» существует разработанная система стимулирования сбыта. Стратегия стимулирования сбыта в компании основывается на том, что приоритетом является конечный покупатель, соответственно политика компании строится исходя из платежеспособности потенциальных покупателей и спроса на товары. ООО «Пазл» активно применяет такие способы стимулирования сбыта как рекламу в различных СМИ и сети Интернет, наружную рекламу и активно использует собственный сайт для продвижения своей продукции.

Библиографический список

1. Артамонова, Л.И. Организация торговли. - М.: Экономика, 2012.
2. Архипов, В. Е. Маркетинг. Техника создания спроса. - М.: Вершина, 2010.
3. Бадьин, А. Бренд – боевая машина бизнеса / Маркетинг, 2010.
4. Березина, Е. А. Стимулирование сбыта, как источник повышения экономической эффективности деятельности предприятия / Е. А. Березина // МНИЖ. - 2015. – №2-3, –16-17 с.
5. Бурцев, В. Методология сбытовой политики коммерческой организации / В. Бурцев // Управление продажами, 2010. – № 6, – 2-10 с.
6. Борисов, Н.А. Организация эффективной сбытовой деятельности предприятия / Н.А. Борисов, Менеджмент в России и за рубежом, 2012. – №5 – 23-30 с.
7. Вудкок, Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / Пер. с англ. - М : Фаю-Пресс, 2011.
8. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования товара / Маркетинг в России и за рубежом, 2009. – № 5-6.
9. Герчикова, И.Н. Маркетинг. – СПб.: Наука, 2012.
10. Герасименко, В.В. Основы маркетинга. - М.: ТМС, 2015.
11. Горемыкин, В.А. Практический маркетинг: Учеб. пособие / Пер. с нем. А.М.Макарова; - М. ПРИОР, 2010.
12. Дурович, А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - Минск: НПЖ Финансы, учет, аудит, 2011.
13. Зверкович, И. Маркетинговые подходы к созданию системы сбытового менеджмента предприятия / И. Зверкович, Е. Скляр, И. Подгайная // Управление каналами дистрибуции 2010. – №4 – 242-253 с.
14. Киржнер, Л.А., Киенко, Л.П. Менеджмент организаций: Учебник. - М.: КНТ, 2009.
15. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Ф. Котлер. - М.: Бизнес- книга, 2010. – 702с.

16. Кожемяко, А. Принципы организации системы сбыта с позиции стремления к идеальности / А. Кожемяко // Управление продажами, 2013. – № 3, – 134-137 с.
17. Кузнецов, Т. Е. Современные подходы к разработке и реализации программ стимулирования сбыта предприятий / Т.Е. Кузнецова, Вестник // ВУиТ, 2012. – №3, – 214-220 с.
18. Кузнецов, Т. Е. Стимулирование сбыта как элемент комплекса продвижения товара / Т.Е. Кузнецова // Вестник ВУиТ, 2013. – №1, – 135-142 с.
19. Музыкант, В.Л. Реклама: международный опыт и российские традиции/ В.Л. Музыкант. - М.: Право и Закон, 2012. – 222 с.
20. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2010.
21. Никанорова, А.В. Использование мобильного маркетинга как средства стимулирования сбыта // Маркетинг в России и за рубежом, 2010. – № 4, – 18-23 с.
22. Павлова, Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы. Учебник для бизнес-школ. – М.: Норма, 2014.
23. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. М.: Юрайт, 2010 – 448 с.
24. Сербова, Е. С. Современная модель системы стимулирования сбыта продукции предприятия / Е. С. Сербова // Социально-экономические явления и процессы, 2014. – №5, – 168-172 с.
25. Стоун, М. Маркетинг, ориентированный на потребителя. – М.: Фаир-прес, 2013.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Данные по объемам выручки 2015 – 2017 гг., тыс. руб

Ассортимент	Выручка, тыс. руб.			
	2015	2016	2017	ИТОГО
Кровати	601	729	863	2193
Шкафы-купе	678	861	1107	2646
Корпусная мебель из массива	150	167	175	492
Тумбы и комоды	81	97	108	286
Кухни	795	961	1227	2983
Кухонные столы	105	127	136	368
Письменные столы	74	92	105	271
Журнальные столы	68	81	97	246
Мягкая мебель	609	781	895	2285
Матрасы	75	96	102	273
Гостиные	733	878	1181	2792
Стулья	93	105	124	322
Прихожие	556	668	852	2076
Детская мебель	158	170	188	516
ИТОГО	4786	5813	6982	17581

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Отчет о прибылях и убытках за 31 декабря 2016 г.

Организация <u>ООО «Пазл»</u> Идентификационный номер налогоплательщика ИНН Вид деятельности <u>Продажа мебели</u> по ОКВЭД Организационно-правовая форма/форма собственности <u>ООО/Частная</u> ОКОПФ/ОКФС Единица измерения: тыс.руб./ млн.руб. (ненужное зачеркнуть)	Форма № 2 по ОКУД Дата (год, месяц, число) по ОКПО по ОКЕИ	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="3">КОДЫ</th> </tr> <tr> <td colspan="3">0710002</td> </tr> <tr> <td style="width: 33.33%;">14</td> <td style="width: 33.33%;">03</td> <td style="width: 33.33%;">2017</td> </tr> <tr> <td colspan="3"> </td> </tr> <tr> <td colspan="3"> </td> </tr> <tr> <td>47</td> <td>16</td> <td> </td> </tr> <tr> <td colspan="3">384</td> </tr> </table>	КОДЫ			0710002			14	03	2017							47	16		384																																																																																																																	
КОДЫ																																																																																																																																						
0710002																																																																																																																																						
14	03	2017																																																																																																																																				
47	16																																																																																																																																					
384																																																																																																																																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Показатель</th> <th rowspan="2">За отчетный период</th> <th rowspan="2">За аналогичный период прошедшего года</th> </tr> <tr> <th>наименование</th> <th>код</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">1</th> <th style="text-align: center;">2</th> <th style="text-align: center;">3</th> <th style="text-align: center;">4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Доходы и расходы по обычным видам деятельности</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)</td> <td style="text-align: center;">010</td> <td style="text-align: right;">5813</td> <td style="text-align: right;">4786</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">011</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг</td> <td style="text-align: center;">020</td> <td style="text-align: right;">(3236)</td> <td style="text-align: right;">(3122)</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">021</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Валовая прибыль</td> <td style="text-align: center;">029</td> <td style="text-align: right;">2577</td> <td style="text-align: right;">1664</td> </tr> <tr> <td>Коммерческие расходы</td> <td style="text-align: center;">030</td> <td style="text-align: right;">50</td> <td style="text-align: right;">48</td> </tr> <tr> <td>Управленческие расходы</td> <td style="text-align: center;">040</td> <td style="text-align: right;">(1978)</td> <td style="text-align: right;">(1425)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль (убыток) от продаж</td> <td style="text-align: center;">050</td> <td style="text-align: right;">549</td> <td style="text-align: right;">191</td> </tr> <tr> <td>Прочие доходы и расходы</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Проценты к получению</td> <td style="text-align: center;">060</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Проценты к уплате</td> <td style="text-align: center;">070</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Доходы от участия в других организациях</td> <td style="text-align: center;">080</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Прочие доходы</td> <td style="text-align: center;">090</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: right;">79</td> </tr> <tr> <td>Прочие операционные расходы</td> <td style="text-align: center;">100</td> <td style="text-align: right;">(54)</td> <td style="text-align: right;">(22)</td> </tr> <tr> <td>Внерезультационные доходы</td> <td style="text-align: center;">120</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Внерезультационные расходы</td> <td style="text-align: center;">130</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Прибыль (убыток) до налогообложения</td> <td style="text-align: center;">140</td> <td style="text-align: right;">545</td> <td style="text-align: right;">296</td> </tr> <tr> <td>Отложенные налоговые активы</td> <td style="text-align: center;">141</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Отложенные налоговые обязательства</td> <td style="text-align: center;">142</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Текущий налог на прибыль</td> <td style="text-align: center;">150</td> <td style="text-align: right;">(35)</td> <td style="text-align: right;">(19)</td> </tr> <tr> <td>Иные налоговые платежи и санкции из прибыли</td> <td style="text-align: center;">155</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Прибыль (убыток) от обычной деятельности</td> <td style="text-align: center;">160</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Чрезвычайные доходы</td> <td style="text-align: center;">170</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Чрезвычайные расходы</td> <td style="text-align: center;">180</td> <td style="text-align: center;">-</td> <td style="text-align: center;">-</td> </tr> <tr> <td>Чистая прибыль (убыток) отчетного периода</td> <td style="text-align: center;">190</td> <td style="text-align: right;">510</td> <td style="text-align: right;">277</td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: left;">СПРАВОЧНО</td> </tr> <tr> <td>Постоянные налоговые обязательства (активы)</td> <td style="text-align: center;">200</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль</td> <td style="text-align: center;">210</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Базовая прибыль (убыток) на акцию</td> <td style="text-align: center;">220</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Разводненная прибыль (убыток) на акцию</td> <td style="text-align: center;">230</td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </tbody> </table>	Показатель		За отчетный период	За аналогичный период прошедшего года	наименование	код	1	2	3	4	Доходы и расходы по обычным видам деятельности				Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	5813	4786		011			Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	020	(3236)	(3122)		021			Валовая прибыль	029	2577	1664	Коммерческие расходы	030	50	48	Управленческие расходы	040	(1978)	(1425)	Прибыль (убыток) от продаж	050	549	191	Прочие доходы и расходы				Проценты к получению	060	-	-	Проценты к уплате	070	0	0	Доходы от участия в других организациях	080	-	-	Прочие доходы	090	-	79	Прочие операционные расходы	100	(54)	(22)	Внерезультационные доходы	120	-	-	Внерезультационные расходы	130	-	-	Прибыль (убыток) до налогообложения	140	545	296	Отложенные налоговые активы	141	-	-	Отложенные налоговые обязательства	142	-	-	Текущий налог на прибыль	150	(35)	(19)	Иные налоговые платежи и санкции из прибыли	155	-	-	Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	-	-	Чрезвычайные доходы	170	-	-	Чрезвычайные расходы	180	-	-	Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	510	277	СПРАВОЧНО				Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	0	0	Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	210	0	0	Базовая прибыль (убыток) на акцию	220	0	0	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	230	0	0
Показатель		За отчетный период			За аналогичный период прошедшего года																																																																																																																																	
наименование	код																																																																																																																																					
1	2	3	4																																																																																																																																			
Доходы и расходы по обычным видам деятельности																																																																																																																																						
Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	5813	4786																																																																																																																																			
	011																																																																																																																																					
Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	020	(3236)	(3122)																																																																																																																																			
	021																																																																																																																																					
Валовая прибыль	029	2577	1664																																																																																																																																			
Коммерческие расходы	030	50	48																																																																																																																																			
Управленческие расходы	040	(1978)	(1425)																																																																																																																																			
Прибыль (убыток) от продаж	050	549	191																																																																																																																																			
Прочие доходы и расходы																																																																																																																																						
Проценты к получению	060	-	-																																																																																																																																			
Проценты к уплате	070	0	0																																																																																																																																			
Доходы от участия в других организациях	080	-	-																																																																																																																																			
Прочие доходы	090	-	79																																																																																																																																			
Прочие операционные расходы	100	(54)	(22)																																																																																																																																			
Внерезультационные доходы	120	-	-																																																																																																																																			
Внерезультационные расходы	130	-	-																																																																																																																																			
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	545	296																																																																																																																																			
Отложенные налоговые активы	141	-	-																																																																																																																																			
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-																																																																																																																																			
Текущий налог на прибыль	150	(35)	(19)																																																																																																																																			
Иные налоговые платежи и санкции из прибыли	155	-	-																																																																																																																																			
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	-	-																																																																																																																																			
Чрезвычайные доходы	170	-	-																																																																																																																																			
Чрезвычайные расходы	180	-	-																																																																																																																																			
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	510	277																																																																																																																																			
СПРАВОЧНО																																																																																																																																						
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	0	0																																																																																																																																			
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	210	0	0																																																																																																																																			
Базовая прибыль (убыток) на акцию	220	0	0																																																																																																																																			
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	230	0	0																																																																																																																																			

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	x	x	x	x
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	x	x	x	x
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	230	x	-	x	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	x	x	x	x
Отчисления в оценочные резервы	250	x	-	x	x
Списание дебиторской и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	260	x	x	x	x
	270				

Руководитель _____ Главный бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

"14" марта 2017 г.

Таблица Б.2 – Отчет о прибылях и убытках за 31 декабря 2017 г.

Форма № 2 по ОКУД	КОДЫ		
Дата (год, месяц, число)	0710002		
Организация <u>ООО «Пазл»</u>	18	03	2018
Идентификационный номер налогоплательщика			
ИНН Вид деятельности <u>продажа мебели</u>			
по ОКВЭД	55.30		
Организационно-правовая форма/форма собственности			
<u>ООО/Частная</u>	47	16	
ОКОПФ/ОКФС	384		
Единица измерения: тыс.руб./ млн.руб. (ненужное зачеркнуть)	по ОКЕИ		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период прошедшего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	6982	5813
	011		
Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	020	(3667)	(3236)
	021		
Валовая прибыль	029	3315	2577
Коммерческие расходы	030	55	50
Управленческие расходы	040	(2688)	(1978)
Прибыль (убыток) от продаж	050	572	549
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	-	-
Проценты к уплате	070	0	0
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие доходы	090	-	-
Прочие операционные расходы	100	(63)	(54)
Внереализационные доходы	120	-	-
Внереализационные расходы	130	-	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	564	545
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Текущий налог на прибыль	150	(37)	(35)
Иные налоговые платежи и санкции из прибыли	155		
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	160	-	-
Чрезвычайные доходы	170	-	-
Чрезвычайные расходы	180	-	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	527	510
СПРАВОЧНО			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	0	0
Условный расход (условный доход) по налогу на прибыль	210	0	0
Базовая прибыль (убыток) на акцию	220	0	0
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	230	0	0

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	x	x	x	x
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	x	x	x	x
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	230	x	-	x	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	x	x	x	x
Отчисления в оценочные резервы	250	x	-	x	x
Списание дебиторской и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	260	x	x	x	x
	270				

Руководитель _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер _____
(подпись) (расшифровка подписи)

"18" марта 2018 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

**БЛАГОДАРСТВЕННОЕ
ПИСЬМО**

**ПАЗЛ
Гелаеву Р.А.**

**«Сетелем Банк» ООО
выражает Вам свою Благодарность.
Мы очень ценим наши партнерские
отношения и искренне признательны Вам
за плодотворное сотрудничество.**

**Желаем в 2016 году успешного развития
бизнеса, новых побед и достижений.**

**Директор Тверского Представительства:
Борисова Ксения**

Бор



"Сетелем Банк" ООО, лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 2168 (бессрочная), ОГРН 1027735664260.
Местонахождение: Российская Федерация, 125040, г. Москва, ул. Прохорова, д. 26.