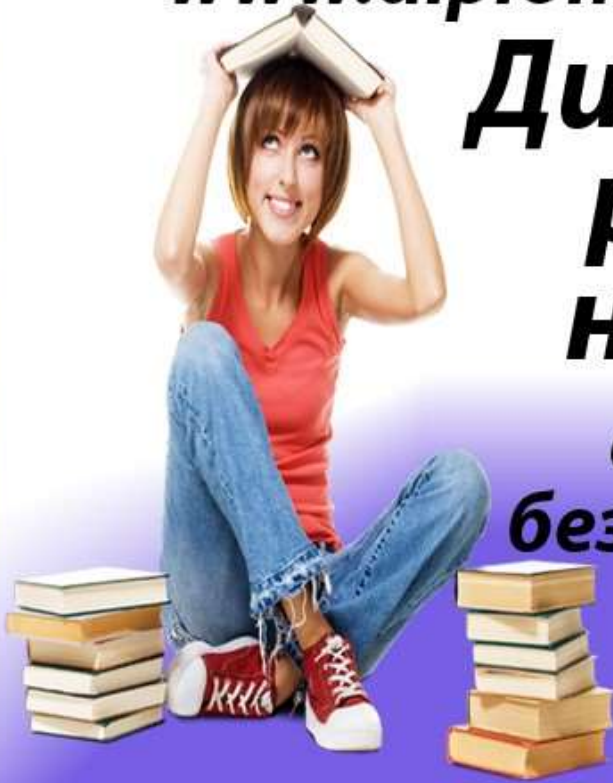


[www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)

**Дипломные  
работы  
на заказ**

**от автора  
без предоплаты**



## Содержание

|  |    |
|--|----|
| 1. Наименование, организационно-правовая форма организации.....  | 4  |
| 2. Организационная структура управления организацией .....   | 8  |
| 3. Финансовая отчетность организации .....   | 12 |
| 4. Проведение денежных расчетов в организации .....  | 17 |
| 5. Перечень налогов, уплачиваемых организацией .....   | 18 |
| 6. Показатели финансово-хозяйственной деятельности организации.....  | 20 |
| 7. Анализ маркетинговой среды организации.....   | 22 |
| 8. Товарная, ценовая и сбытовая политика организации.....  | 28 |
| 9. Проведение рекламных акций и кампаний, других маркетинговых<br>коммуникаций в организации .....                       | 28 |
| 10. Предложения студента по совершенствованию организации экономической<br>и маркетинговой деятельности организации..... | 28 |
| Список литературы .....  | 31 |
| Приложения .....   | 32 |

## **1.Наименование, организационно-правовая форма организации**

Объектом прохождения практики является магазин «Глория», который расположен по адресу: ул. Фокина, дом 55 в городе Людиново Калужской области. Магазин организован Индивидуальным предпринимателем, основной вид деятельности магазина- реализация канцелярских товаров и книжной продукции, ассортимент по основным группам товара выглядит следующим образом: бумага для оргтехники, бумажная продукция для офиса, бумажная продукция для школы, бумажно-гигиенические товары, канцтовары для офиса и школы, пакеты, папки, пишущие принадлежности, таблица 1.1. Всего насчитывается более 100 единиц наименований канцелярских товаров и школьно-письменных принадлежностей.

Для любой коммерческой организации необходимым является изучение экономики региона, города, в котором она работает, так как факторы внешней среды напрямую влияют на деятельность компании. Рассмотрим кратко экономику города Людиново.

Город расположен на реке Неполоть (бассейн Десны), в 151 км от Калуги, в 80 км от Брянска и на расстоянии 350 км от Москвы. Площадь Людиновского района составляет 930 км<sup>2</sup>, территория его расположена в центре Восточно-Европейской равнины, на юго-западе Центрального экономического района Нечернозёмной зоны Российской Федерации. Территория лежит на древней докембрийской Русской платформе, сложенной кристаллическими породами, обнаружены и следы вулканической деятельности. Сверху кристаллический фундамент перекрыт мощной толщей (около 1000 м) осадочных отложений разного возраста. На территории есть месторождения керамических глин, песков, фосфоритов (Слободо-Которецкое в Людиновском и Думиничском районах). На 1 января 2019 года по численности населения город Людиново находился на 416-м месте из 1115 городов Российской Федерации. Это третий по величине город в Калужской области после Калуги и Обнинска. По данным на 2020г. численность населения города Людиново составляет 37252 человек, замечена динамика ежегодного снижения численности города, рисунок 1.1.[5]

## Основные группы товаров магазина «Глория»

| №п/п | Наименование                         | № п/п | Наименование                        |
|------|--------------------------------------|-------|-------------------------------------|
| 1    | <b>БУМАГА ДЛЯ ОРГТЕХНИКИ</b>         | 5     | <b>БУМАЖНАЯ ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ ШКОЛЫ</b> |
| 1.1  | Бумага пачечная белая                | 5.1   | Альбомы и папки для рисования       |
| 1.2  | Бумага для полноцветной печати       | 5.2   | Дневники                            |
| 1.3. | Бумага для факса                     | 5.3   | Расписание уроков                   |
| 1.4. | Бумага писчая                        | 5.4   | Раскраски                           |
| 1.5. | Чековая лента                        | 5.5   | Тетради                             |
| 1.6. | Этикетки самоклеящиеся в листах      | 5.6   | Цветная бумага и картон             |
| 2    | <b>БУМАЖНАЯ ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ ОФИСА</b>  | 6     | <b>БУМАЖНО-ГИГИЕНИЧЕСКИЕ ТОВАРЫ</b> |
| 2.1  | Бухгалтерские бланки                 | 6.1   | Бумага туалетная                    |
| 2.2  | Блоки для записи                     | 6.2   | Полотенца бумажные                  |
| 2.3  | Блокноты                             | 6.3   | Салфетки                            |
| 2.4  | Бумага для чертежных работ           | 7     | <b>КАНЦТОВАРЫ ДЛЯ ШКОЛЫ</b>         |
| 2.5  | Ежедневники                          | 7.1   | Глобусы и карты                     |
| 2.6. | Календари                            | 7.2   | Карандаши цветные                   |
| 2.7. | Книги учета, журналы                 | 7.3   | Линейки и трафареты                 |
| 2.8. | Конверты                             | 7.4   | Обложки для книг и тетрадей         |
| 3    | <b>КАНЦТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА</b>          | 7.5   | Органайзеры настольные детские      |
| 3.1  | Визитницы                            | 7.6   | Папки для тетрадей и труда          |
| 3.2  | Дыроколы                             | 7.7   | Ранцы, рюкзаки, сумки               |
| 3.3  | Зажимы для бумаг                     | 7.8   | Циркули и готовальни                |
| 3.4  | Клей                                 | 7.9   | Фломастеры                          |
| 3.5  | Клейкая лента и диспенсеры           | 7.10  | Кисти                               |
| 3.6  | Кнопки и булавки                     | 7.11  | Краски                              |
| 3.7  | Корзины для бумаги                   | 7.12  | Ручки                               |
| 3.8  | Лотки вертикальные для бумаг         | 7.13  | Карандаши                           |
| 3.9  | Лотки горизонтальные для бумаг       | 7.14  | Маркеры                             |
| 3.10 | Ножи и лезвия                        | 7.15  | Фартуки для труда                   |
| 4    | <b>ПОРТФЕЛИ И ПАПКИ, КНИГИ</b>       | 8     | <b>ФОТОРАМКИ И ФОТОАЛЬБОМЫ</b>      |
| 4.1  | Папки на кольцах                     | 9     | <b>ПАКЕТЫ</b>                       |
| 4.2  | Папки на резинках                    | 10    | <b>ТОВАРЫ ДЛЯ ПРАЗДНИКА</b>         |
| 4.3  | Папки с прижимами и скоросшивателями | 10.1  | Мыльные пузыри                      |
| 4.4  | Пластиковые портфели и сумки         | 10.2  | Шары воздушные                      |
| 4.5  | Портфели и папки из кожзаменителя    | 10.3  | Открытки, гирлянды, плакаты         |
| 4.6  | Сумки тканевые деловые               | 10.4  | Наклейки                            |
| 4.7  | Папки-уголки                         | 10.5  | Свечи                               |
| 4.8  | Разделители листов                   | 10.6  | Бумага упаковочная                  |
| 4.9  | Файлы / Папки-вкладыши с перфорацией | 11    | <b>ЧАСЫ НАСТЕННЫЕ</b>               |

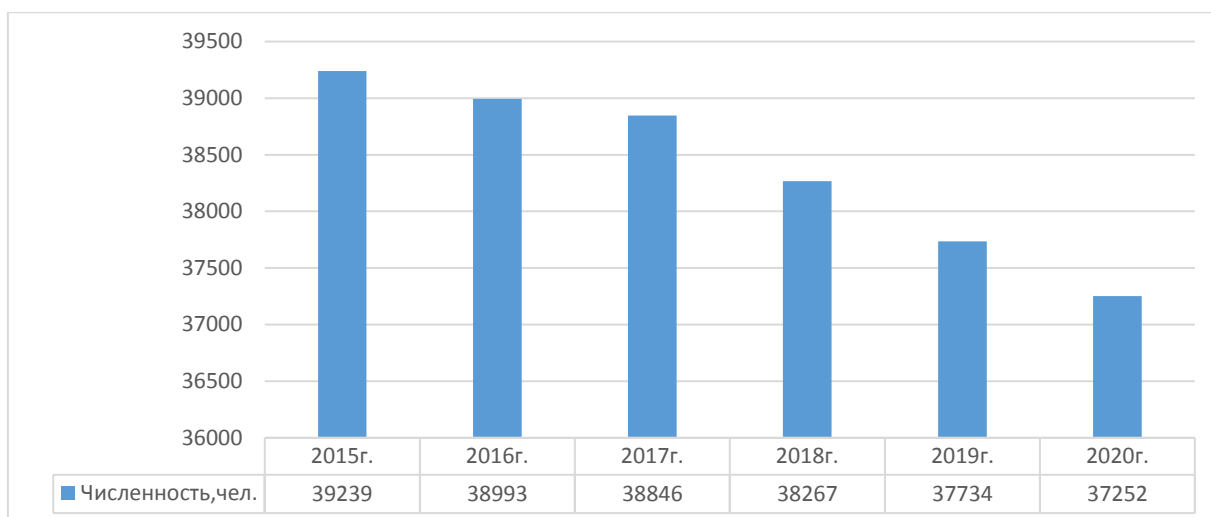


Рисунок 1.1. Динамика численности города Людиново с 2015-2020гг. [5]

Рассмотрим подробнее экономику города Людиново и отрасли промышленности. Основные отрасли промышленности: металлургия (АО «Сукремльский чугунолитейный завод»), машиностроение (АО «Людиновский тепловозостроительный завод», ПАО «Агрегатный завод», Людиновский филиал АО КЗ «Ремпутьмаш»), электротехническая промышленность (АО «Людиновокабель»), легкая промышленность (ООО «Людиновская швейная фабрика», ООО «Лира»), пищевая промышленность (АО «Людиновский хлебокомбинат», ООО «Пирсен»). В районе обнаружены месторождения керамических глин, песков, фосфоритов. Резидентами особой экономической зоны являются: [5]

ООО «Агро-Инвест» – самый крупный в Центральном Федеральном округе России холдинг по круглогодичному производству тепличных овощей. Холдинг «Агро-Инвест» завершает строительство новых теплиц, увеличивая территорию своего комплекса до 130 га. Когда аграрный холдинг начнет производство продукции в полную силу, он сможет выращивать до 75000 тонн овощей в год. Общее количество агрокультур овощей, выращиваемых на территории агрокомплекса, – около 40. При этом большую долю среди них занимают премиальные сорта томатов: темнокоричневые, оранжевые, черри, розовые, коктейльные, сливовидные, желтые.

ООО «СанМаркоРуссия». Реализует проект по строительству завода по производству красок на водной основе. Открытие завода позволяет удовлетворять потребности местных рынков, и сосредоточиться на производстве

красок и лаков широкого потребления в сфере профессионального строительства, таких категорий товаров, которые требуют близости к рынку и конкурентоспособности.

ООО «ДЕКО ГРУП». Строительство завода по производству обоев на флизелиновой основе производственной мощностью 2 102,4 тысяч рулонов в год.

ООО «Алхимет». Реализует проект по строительству завода по производству метизной продукции. Пилотное внедрение лучших мировых ресурсосберегающих технологий производства стальной оцинкованной проволоки с антикоррозионным покрытием повышенной долговечности. Уникальные технологии, которые будут применены на заводе, не только обеспечивают снижение энергоёмкости продукции в 3-4 раза, но и являются абсолютно экологически чистыми. [5]

ООО «Кроношпан Калуга». Мировой лидер в области производства высококачественных древесных плит и смежной продукции. Реализует проект по строительству завода по производству древесноволокнистых плит (МДФ). Объем выпуска готовой продукции составит не менее 313 тысяч м<sup>3</sup> в год. Также планируется производство ХДФ плит (древесноволокнистая плита высокой плотности), ЛМДФ – древесноволокнистые плиты средней плотности, покрытые специальной декоративной ламинированной пленкой.

Итак, магазин «Глория» расположен в городе Людиново, это небольшой по численности город Калужской области. Основные отрасли промышленности: металлургия (АО «Сукремльский чугунолитейный завод»), машиностроение (АО «Людиновский тепловозостроительный завод», ПАО «Агрегатный завод», Людиновский филиал АО КЗ «Ремпутьмаш»), электротехническая промышленность (АО «Людиновокабель»), легкая промышленность (ООО «Людиновская швейная фабрика», ООО «Лира»), пищевая промышленность (АО «Людиновский хлебокомбинат», ООО «Пирсен»). [5]

Магазин «Глория» организован индивидуальным предпринимателем. Ассортимент магазина насчитывает более 100 наименований канцелярских товаров и школьно-письменных принадлежностей. Согласно структуры отчета

,перейдем к рассмотрению организационной структуры управления организацией.

## 2. Организационная структура управления организацией

Магазин «Глория» организован индивидуальным предпринимателем, и по численности всего в компании работает два человека- директор и продавец-кассир. Структура управления- линейная, рисунок 2.1.

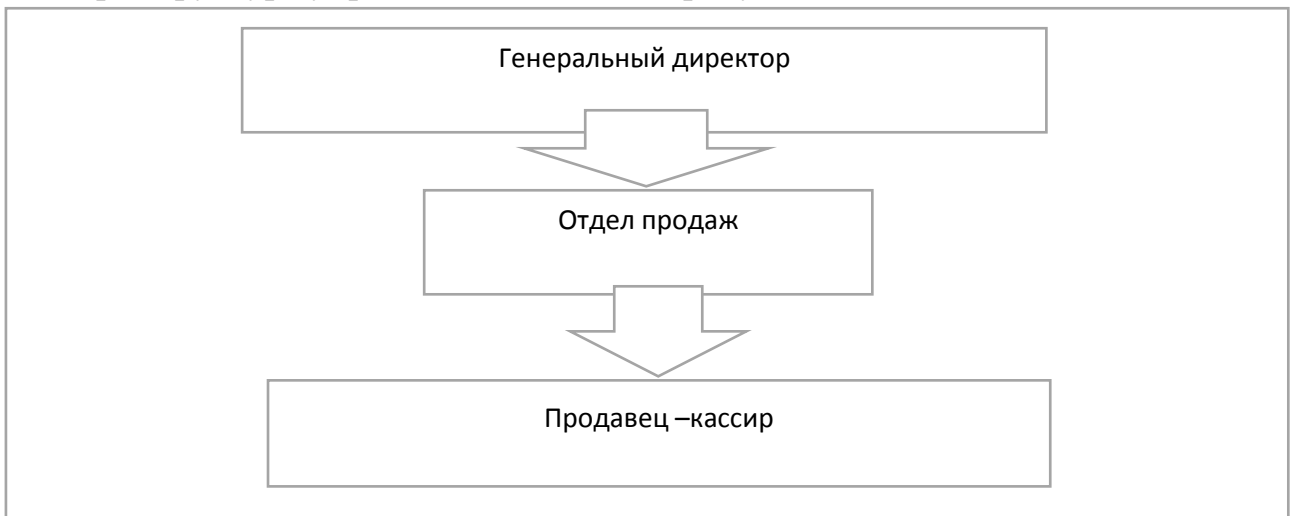


Рисунок 2.1.Линейная структура управления магазина «Глория»

Линейная структура управления образуется в результате построения аппарата управления только из взаимоподчиненных органов в виде иерархической лестницы. Во главе находится руководитель, наделенный всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками, сосредотачивающий в своих руках все функции управления. Линейная структура управления является простейшей. Преимущества линейной структуры управления: единство и четкость распорядительства; согласованность действий исполнителей; четкая система взаимных связей между руководителем и подчиненным; быстрота реакции в ответ на прямые указания; простота управления; получение исполнителями увязанных между собой распоряжений и заданий, обеспеченных ресурсами; личная ответственность руководителя за конечные результаты деятельности своего подразделения; простой контроль.

Недостатки линейной структуры заключаются в следующем: высокие требования к руководителю, который должен иметь обширные разносторонние знания и опыт по всем функциям управления и сферам деятельности, осуществляемым подчиненными, что ограничивает возможности руководителя по эффективному управлению; перегрузка высшего руководства; тенденции к волоките при решении вопросов, касающихся нескольких подразделений (продажи, закупки, бухгалтерия и др.); отсутствие звеньев по планированию и подготовке кадров и др.

Директор и продавец магазина «Глория» осуществляют свою деятельность на основании Правил ТБ, должностных инструкций. Рассмотрим кратко должностные обязанности, права и ответственность работников магазина «Глория». Директор магазина «Глория» обязан:

1. Оформлять, получать лицензии, соответствующие разрешения и иные документы (гигиенические заключения и сертификаты соответствия) и представлять их, либо часть информации, содержащейся в этих документах для ознакомления покупателям.

2. Доводить до сведения покупателей информацию о товарах и иной информации, способствующей правильному выбору товара покупателем.

3. Обеспечивать соблюдение обязательных с учетом профиля и специализации деятельности предприятия розничной торговли требований, установленных для предприятия в государственных стандартах, противопожарных, санитарных, ветеринарных правилах и прочей нормативной документации.

4. Доводить до покупателей сведения об организационно-правовой форме юридического лица, фирменное наименование (наименование), юридический адрес, режим работы и пр.

5. Обеспечивать наличие оборудования, инвентаря в соответствии с требованиями стандартов необходимых для сохранения качества и безопасности товаров при их хранении и реализации в месте продажи.

6. Вести переговоры, связанные с поставками, заказами и реализацией товаров.



7.Оформлять договоры купли - продажи, поставки, комиссии и пр.

8.Обеспечивать организацию учета товарно-материальных ценностей и представлять отчетность об объемах произведенных продаж директору предприятия (владельцу).

9.Обеспечивать наличие и содержание в исправном состоянии средств измерения, своевременное и в установленном порядке проведение их метрологической проверки.

10.Создавать надлежащие условия торгового обслуживания, а также возможность правильного выбора товаров покупателями.

11.Организовывать, планировать и координировать деятельность предприятия розничной торговли.

12.Управлять текущей деятельностью, направленной на доведение товаров до потребителей с наименьшими затратами.

13.Контролировать рациональное использование материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

14.Анализировать результаты продаж и качества обслуживания покупателей, разрабатывает и проводит мероприятия по повышению качества торгового процесса.

15.Принимать решения о назначении, перемещении и освобождении от занимаемых должностей работников торгового предприятия; применяет меры поощрения отличившихся работников, налагает взыскания на нарушителей производственной и трудовой дисциплины.

16.Руководить работниками предприятия торговли.

17.Представлять интересы предприятия и действует от его имени.

Директор магазина «Глория» вправе: участвовать в обсуждении вопросов, касающихся исполняемых им должностных обязанностей; вносить на рассмотрение предложения по улучшению деятельности торгового предприятия и повышению качества обслуживания покупателей; подписывать и визировать документацию только в рамках своей компетенции.

Директор магазина «Глория» ответственен за: правовые нарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности в определенных

рамках действующим административным, уголовным и гражданским законодательством РФ. Нанесение материального вреда в определенных рамках действующим трудовым и гражданским законодательством РФ.

Обязанности продавца-кассира магазина «Глория»: Продавец-кассир осуществляет продажу товаров покупателям в отделе канцелярских товаров и школьно-письменных принадлежностей.

Вежливо и доходчиво рассказывает покупателям о новых товарах, появившихся в продаже, о характеристиках товаров (состав, срок годности, свойства, производитель и др.). Следит за работой вверенного ему кассового и иного оборудования и инвентаря. Ведет учет реализации товаров по своему отделу. Предоставляет по требованию покупателя «Книгу отзывов и предложений». Контролирует состояние запасов товаров в отделе и при необходимости обеспечивает их пополнение. Осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств с обязательным соблюдением правил, обеспечивающих их сохранность. Ведет на основе приходных и расходных документов кассовую книгу. Сверяет фактическое наличие денежных сумм книжным остатком. Составляет описи ветхих купюр, а также соответствующие документы для их передачи в учреждения банка с целью замены на новые. Передает в соответствии с установленным порядком денежные средства инкассаторам. Составляет кассовую отчетность. Бережно относится к вверенным ему ценностям, осуществляет контроль за контрольно-кассовыми лентами, обеспечивает их хранение. Принимает все меры для обеспечения сохранности вверенных ему денежных средств и ценных бумаг и предотвращения ущерба. Выполняет отдельные служебные поручения директора организации, а также иные обязанности, установленные действующим трудовым законодательством.

Продавец-кассир магазина «Глория» имеет право: знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей; знакомиться с проектами решений руководства организации, касающимися его деятельности; вносить на рассмотрение руководства предложения по

совершенствованию работы связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями; запрашивать лично информацию и документы, необходимые для выполнения своих должностных обязанностей; требовать от руководства организации оказания содействия, в том числе обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей; иные права, установленные действующим трудовым законодательством.

Продавец-кассир магазина «Глория» несет ответственность за: ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, в пределах, установленных трудовым законодательством РФ; за правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством РФ; за причинение материального ущерба организации – в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством РФ.

Итак, выше была рассмотрена организационная структура магазина «Глория», должностные обязанности, права и ответственность работников организации. По структуре отчета необходимо перейти к рассмотрению финансовой отчетности организации.

### **3. Финансовая отчетность организации**

В магазине «Глория» ведутся следующие формы финансовой отчетности: товарный отчет - форма ТОРГ-29, приходные и расходные документы по движению товаров; акт приема-передачи материальных ценностей работнику; декларация по УСН (упрощенная система налогообложения ИП); книга учета доходов и расходов; 4-ФСС; Единый расчёт по страховым выплатам; Отчётность по НДСЛ-6-НДСЛ и 2-НДСЛ; СЗВ-М, СЗВ-СТАЖ, СЗВ-ТД. Формы отчетности представлены в Приложении 1. Ниже кратко рассмотрим понятие этой отчетности.

1) Товарный отчет. Форма ТОРГ-29 используется материально ответственным лицом для учета документов по движению товаров. Такой

регистр, как товарный отчет, необходим для учета поступивших на торговое предприятие товарных документов. Он имеет унифицированную форму: товарный отчет ТОРГ-29 утвержден постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 № 132. Отчет заводится на определенный отчетный период, например, неделю, месяц. Этот период определяется руководителем торговой компании и закрепляется в учетной политике или отдельном распоряжении.

ТОРГ-29 всегда составляется в 2 идентичных экземплярах, причем 1 из них после закрытия сразу же передается бухгалтеру (в магазине Глория, бухгалтерией занимается директор) вместе с документами, послужившими основанием для его заполнения. Отчет может быть передан тому же бухгалтеру, который его подписал. Кроме бухгалтера в отчете также должно расписаться материально-ответственное лицо, в обязанности которого входит ведение данного регистра, поэтому 2-й экземпляр отчета остается у того, кто его вел и отвечает за сохранность товаров.

В отчете отображаются сведения, взятые из первичной документации на товары. Так, в него заносятся даты и регистрационные номера приходных и расходных накладных (или иных первичных документов, которые подтверждают приход или выбытие товарно-материальных ценностей). Товары, приобретенные организацией для продажи, оцениваются по стоимости их приобретения.

2) Приходные и расходные документы по движению товаров. Для учета движения товаров между структурными подразделениями или материально ответственными лицами применяется Накладная на внутреннее перемещение, передачу товаров, тары форма № ТОРГ-13. Составляется в двух экземплярах материально ответственным лицом подразделения, сдающего товарно-материальные ценности. Первый экземпляр служит сдающему подразделению основанием для списания товарно-материальных ценностей, а второй экземпляр – принимающему подразделению для оприходования ценностей. Заполненный документ подписывают материально ответственные лица соответственно сдатчика и получателя и сдают в бухгалтерию (в данном случае директору магазина «Глория»), для учета движения товаров.

Для оформления продажи (отпуска) товарно-материальных ценностей сторонней организации применяется Товарная накладная форма №ТОРГ-12. Составляется в двух экземплярах ответственным лицом подразделения, подписывается главным бухгалтером и кладовщиком(в магазине «Глория» эти функции выполняет директор). Первый экземпляр передается бухгалтерию и является основанием для их списания. Второй экземпляр передается сторонней организации и является основанием для оприходования этих ценностей. На складе движение товаров отражают в Журнале учета товаров на складе (форма №ТОРГ-18). Ведется материально ответственным лицом по наименованиям, сортам, количеству и цене. Записи в журнал производятся на основании приходно-расходных документов по учету отпуска товаров и тары за день.

При реализации товаров подотчетным лицом предоставляются первичные документы: при реализации юридическим лицам: копия договора; счет на продажу товара; товарная накладная (форма ТОРГ-12); счет-фактура; доверенность (форма М-2а, М-2). По поступившим, реализованным, выбывшим товарам материально-ответственное лицо в сроки, установленные графиком документо-оборота, предоставляет в бухгалтерию(директору магазина «Глория») товарный отчет формы ТОРГ-29.

3) Акт приема-передачи материальных ценностей работнику. Передачу материальных ценностей как между подразделениями, так и между работниками компании «Глория» документируют актом. Акт подписывают, когда работодатель передает работнику для исполнения его обязанностей материальные ценности. Сотрудник обязуется вернуть имущество по окончании работы. Акт может выступать первичным учетным документом. На его основании бухгалтер (или директор) будет делать отметки в бухучете компании о перемещении объектов основных средств между складами или сотрудниками. Из содержания акта ясно, кто передает и кто принимает объекты, какие это ценности и в каком количестве. Обязательны подписи работодателя и работника. Как составить акт приема-передачи материальных ценностей работнику описано в Приложении 2.

4) Декларация по УСН. Так как магазин «Глория» организован ИП, при этом система налогообложения упрощенная, ИП подает декларацию

в налоговую раз в год, до 30 апреля следующего года. Форма декларации представлена в Приложении 1. Порядок заполнения налоговой декларации по налогу, уплачиваемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения представлен в Приложении 3. Однако, декларацию по УСН компания «Глория» сдавала до 2020г., а с 2020г. произошли изменения, для ИП, которые на УСН с объектом доходы (об этой системе налогообложения будет рассмотрено ниже в следующих параграфах). Поэтому с 2020 г. компания «Глория» не сдает декларацию по УСН. Более подробно продление сроков представления деклараций и сроков уплаты налогов (взносов) в соответствии с Постановлением Правительства РФ №409 от 02.04.2020г. представлены в Приложении 4.

5) Книга учета доходов и расходов (КУДиР). В книгу учета доходов и расходов записывают все операции, чтобы потом рассчитать налог по УСН. Сдавать КУДиР никуда не нужно, а налоговой ее предъявляют только при проверке. Однако, это ранее до 2020 года компания «Глория» вела Книгу учета доходов и расходов, а с 2020г. произошли изменения, для ИП, которые на УСН с объектом доходы (об этой системе налогообложения будет рассмотрено ниже в следующих параграфах). Поэтому с 2020г. компания «Глория» не ведет книгу учета доходов и расходов.

6) Отчетность за сотрудников. По сотрудникам, с которыми заключен трудовой договор, ИП магазина «Глория» сдает несколько видов отчетности:

1) Форма СЗВ-М-Сведения о застрахованных лицах (Приложение 1).

2) Форма 4-ФСС-"Расчет по начисленным и уплаченным страховым взносам на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством и по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве" официально утверждена документом Приказ Фонда социального страхования РФ от 26 сентября 2016 г. N 381 (ред. от 07.06.2017).

3) Форма СЗВ-ТД- У отчета СЗВ-ТД важная функция: передача в ПФР актуальных сведений о трудовой деятельности работников. Благодаря СЗВ-ТД информационная база Пенсионного фонда будет дополняться необходимыми

сведениями, доступ к которым для работников и работодателей будет быстрым и удобным. Эту форму (СЗВ-ТД) впервые начали сдавать в Пенсионный фонд работодатели в феврале 2020г. Появление нового отчета связано с переходом на электронные трудовые книжки. Незаполненный бланк умещается на одной странице (Форма бланка представлена в Приложении 1-Сведения о трудовой деятельности работников). В заглавной части отчета приводится минимальный набор данных о работодателе, представляющем сведения о своих работниках: регистрационный номер в ПФР; наименование организации/ИП; ИНН и КПП. Затем проставляется код отчетного периода и указание на отчетный год. Персональные сведения о работниках приводятся в табличной форме.

4)Форма РСВ (Расчет по страховым взносам) .Новая форма «Расчет по страховым взносам» официально утверждена документом Приказ ФНС России от 15.10.2020 N ЕД-7-11/751@. Срок сдачи: ежеквартально, не позднее 30-го числа месяца, следующего за расчетным (отчетным) периодом. Новая форма РСВ применяется с 2020 года, начиная с отчетности за первый квартал.

5)Форма 6-НДФЛ. Возникновение обязанности по сдаче формы 6-НДФЛ возникает, когда ИП выплачивали вознаграждения в виде денежных средств или вещей: сотрудникам, с которыми подписаны трудовые договоры; физическим лицам, не находящимся в штате, но которые оказали им услуги или выполнили работы согласно заключенным гражданско-правовым договорам; владельцам исключительных прав на интеллектуальную собственность в соответствии с заключенными лицензионными договорами, договорами на отчуждение прав и т.п. Статья 230 Налогового кодекса РФ устанавливает сроки сдачи отчетов по форме 6 НДФЛ. Однако эпидемия коронавируса внесла свои коррективы (Приложение 4).

б) Форма 2-НДФЛ используется налоговым агентом для представления в налоговый орган сведений о выплаченных физлицам доходах, а также об исчисленном, удержанном из них и уплаченном в бюджет НДФЛ (п. 2 ст. 230 НК РФ). Кроме того, справкой о доходах агент сообщает инспекции и работнику о невозможности удержать с человека налог и указывает его сумму (п. 5 ст. 226 НК РФ). Эту же справку выдают работнику для подтверждения величины его

доходов по месту работы. Сведения в ИФНС, оформленные этой справкой, подаются по окончании налогового периода - года. Утверждает форму справки 2-НДФЛ ФНС РФ (ст. 216, п. 5 ст. 226, п. 2 ст. 230 НК РФ).

7)Форма СЗВ-СТАЖ. Форма СЗВ-СТАЖ «Сведения о страховом стаже застрахованных лиц» утверждена постановлением Правления Пенсионного Фонда Российской Федерации от 06.12.2018 № 507п «Об утверждении формы «Сведения о страховом стаже застрахованных лиц (СЗВ-СТАЖ)».

Итак, выше была кратко рассмотрена финансовая отчетность ИП магазина «Глория». Согласно структуры отчета, необходимо рассмотреть проведение денежных расчетов в организации, перейдем к рассмотрению.

#### **4. Проведение денежных расчетов в организации**

В магазине «Глория» предусмотрен наличный расчет и расчеты банковскими картами с покупателями. С поставщиками компания «Глория» осуществляет платежи за товар безналичным путем (через Банк платежными поручениями). При этом, так как компания находится на упрощенной системе налогообложения (УСН) , расчет налога осуществляется по доходам(об этом ниже в другом параграфе), то с 2020г. внесены новые налоговые поправки для таких ИП. ИП при УСН по доходам могут не сдавать налоговые декларации по УСН, однако требования-наличие онлайн кассы. Поэтому на сегодняшний день, в компании «Глория» установлена онлайн касса. Рассмотрим подробнее.

Онлайн-касса - это кассовый аппарат, который в соответствии с Законом № 54-ФЗ, должен обеспечивать передачу фискальных данных (то есть, сведениях о платежах на кассе) в ФНС через интернет при посредничестве специального оператора фискальных данных. Онлайн-касса стала единственно разрешенным к использованию типом кассового аппарата: те ККМ, что применялись ранее (кассы с ЭКЛЗ), перестали быть законными инструментами фискализации.

В онлайн-кассе есть уникальный аппаратный компонент - фискальный накопитель. Он с помощью криптографических алгоритмов надежно шифрует



фискальные данные - так, чтобы они не были перехвачены или несанкционированно извлечены из накопителя.

Онлайн-касса - это инструмент автоматизации работы налоговиков. Получая данные о выручке (и расходах) хозяйствующего субъекта через интернет, они могут более не проверять кассовые аппараты «офлайн». Исключение составляют случаи применения кассы в особом режиме - «без передачи фискальных данных». В нем касса по существу задействует «офлайн» - и подлежит проверкам со стороны ФНС по традиционным схемам. Технология работы онлайн -кассы компании «Глория» представлена на рисунке 4.1.

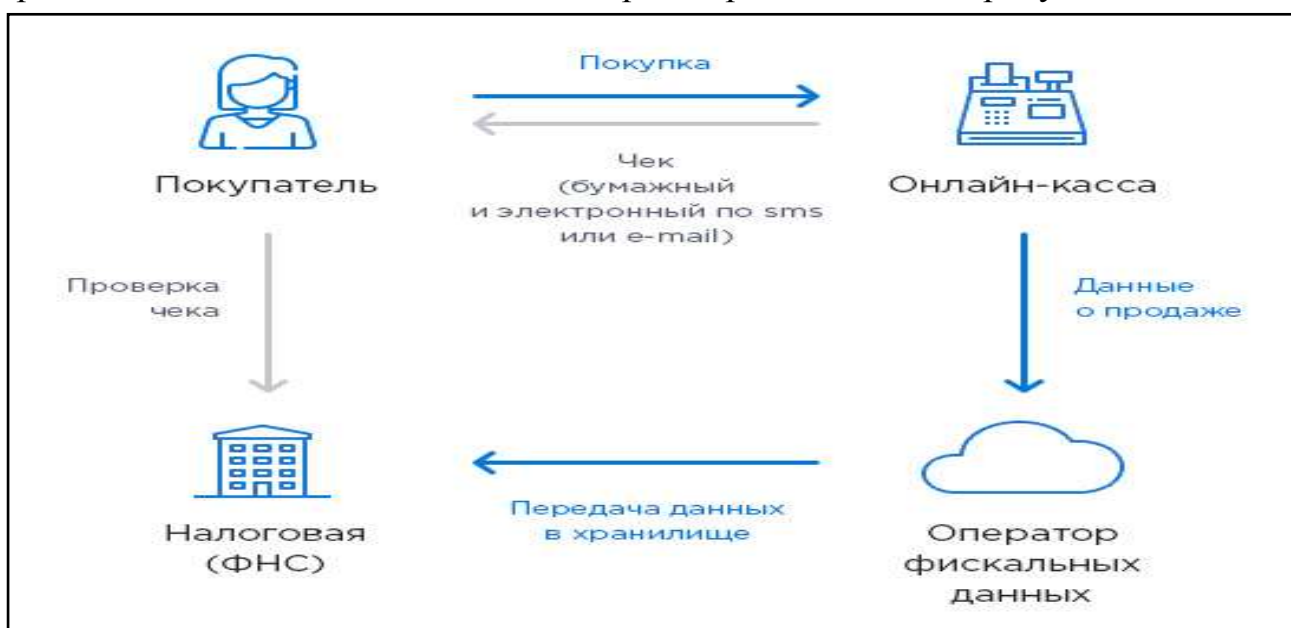


Рисунок 4.1. Технология работы онлайн -кассы компании «Глория»

Проверка денежных билетов компании «Глория» при оплате наличными путем, проверяется на аппаратах проверки подлинности банкнот.

Итак, в компании осуществляются наличные и безналичные формы оплаты. Установлена онлайн-касса, денежные банкноты проверяются на аппаратах проверки подлинности банкнот.

## 5. Перечень налогов, уплачиваемых организацией

Компания «Глория» организована индивидуальным предпринимателем, уплачивает налоги по УСН, а также страховые взносы в ПФ РФ и ФФОМС РФ за себя и за работника. Рассмотрим подробнее.

1) Страховые взносы на обязательное пенсионное страхование в размере, который определяется в следующем порядке:

- в случае, если величина дохода плательщика за расчетный период не превышает 300 000 рублей, - в фиксированном размере 26 545 рублей за расчетный период 2018 года, 29 354 рублей за расчетный период 2019 года, 32 448 рублей за расчетный период 2020 года;

- в случае, если величина дохода плательщика за расчетный период превышает 300 000 рублей, - в фиксированном размере 26 545 рублей за расчетный период 2018 года (29 354 рублей за расчетный период 2019 года, 32 448 рублей за расчетный период 2020 года) плюс 1,0 процента суммы дохода плательщика, превышающего 300 000 рублей за расчетный период.

Формулы для расчета дополнительных взносов в зависимости от системы налогообложения:

Для УСН «Доходы»:  $(\text{Доходы} - 300\,000\ \text{Р}) \times 1\%$

Для УСН «Доходы минус расходы»:  $(\text{Доходы} - \text{Расходы} - 300\,000\ \text{Р}) \times 1\%$

Доходы директора и продавца магазина «Глория» меньше, чем 300 тыс. руб. в год, поэтому был оплачен взнос фиксированный: 2018г.- 26 545 руб., 2019г.-29 354руб.,2020г.-32 448руб.(за каждого). Страховые взносы оплачиваются с доходов ИП. Налог на доходы продавца, оплачивается с доходов продавца (13%).

2) УСН - Упрощённая система налогообложения. Иногда называют «упрощёнкой».

Поскольку УСН не привязана ни к региону, ни к виду деятельности, ее называют наиболее универсальным режимом для ИП. Суть этой системы в том, что вместо налогов общей системы (НДС, налог на имущество, НДФЛ и пр.) платится единый налог. Есть два варианта объектов налогообложения: доходы или доходы минус расходы:

1)«Доходы»: ставка налога составит 6% от всей суммы доходов.

2) «Доходы минус расходы»: ставка единого налога будет 15%.

Но компания «Глория» оплачивает УСН по схеме «доходы», то есть 6% от всей суммы доходов.

Приведем пример расчета:

Чтобы рассчитать сумму единого налога нужно увеличить всю сумму выручки на 6% и из получившегося результата вычесть сумму страховых взносов за себя (100%) и за работников (50%):

Доходы «Глория» за 2020 год составили: 1400000руб.

Сумма взносов за себя -32 448руб.

Сумма взносов за работников - 32 448руб.

Сумма налога =  $1400000 \times 0,06 - 32\,448 - (32\,448 \times 0,50) = 84000 - 32448 - 16224 = 35328$  руб.

Итого налог УСН за 2020г.составил : 35328руб.

Фиксированные взносы в 2021г. -сумма фиксированных страховых взносов для ИП в 2021 году - 40874 руб. Эти взносы идут на обязательное пенсионное страхование и медицинское страхование. Дополнительные страховые взносы в 2021г. -если доход превышает 300000 руб. в год, нужно заплатить дополнительные пенсионные взносы: 1% от дохода свыше 300000 руб. Сумма фиксированных и дополнительных взносов на пенсионное страхование в 2021 году не должна превышать 259584 руб. Поэтому если при расчете в сумме получилось больше, заплатить придется только 259584 руб. Итак, выше рассмотрели основные виды налогов компании «Глория» ,перейдем к оценке финансовых показателей.

## **6. Показатели финансово-хозяйственной деятельности организации**

Так как объектом прохождения практики является магазин «Глория», который организован ИП, бухгалтерской отчетности в компании не ведется. Поэтому представим имеющиеся данные по объемам продаж за первое и второе полугодие 2020г., а также по месяцам, рисунок 6.1.



Рисунок 6.1. Динамика показателей объемов продаж магазина «Глория» за 2020г. по месяцам

Данные рисунка 6.1.показывают, что выручка неравномерная, к декабрю видно снижение объемов, в целом за 2020год объемы продаж составили 1440,0 тыс. руб. В первом полугодии были ниже и составили 668 тыс. руб., во втором полугодии продукции было реализовано на сумму 772тыс.руб. При этом, себестоимость продаж в среднем составляет 70% от выручки, рисунок 6.2.

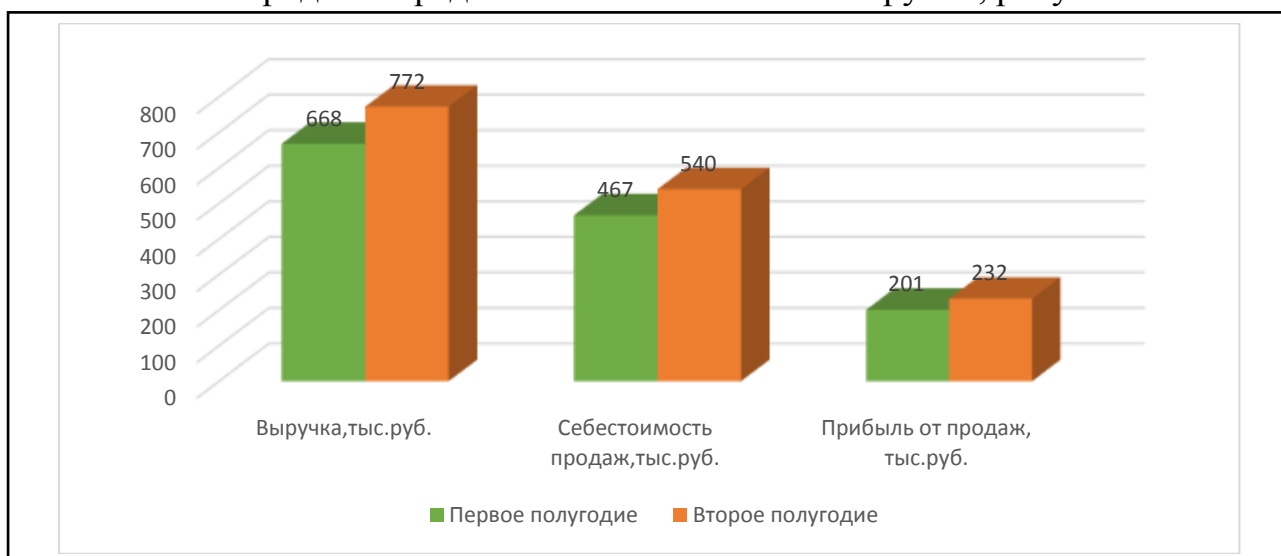


Рисунок 6.2. Динамика показателей объемов продаж, себестоимости продаж и валовой прибыли магазина «Глория» за первое и второе полугодие 2020г.

В целом компания «Глория» работает рентабельно, показатель рентабельности продаж, который рассчитывается отношением прибыли от продаж к выручке составляет 30,0% в среднем. В первом полугодии показатель составил 30,08%, во втором полугодии 30,05%. Однако, для того, чтобы доходы компании ежегодно увеличивались, необходимо совершенствовать маркетинг-

говые стратегии, а для этого предварительно проводят анализ маркетинговой среды, перейдем к его рассмотрению.

## 7. Анализ маркетинговой среды организации

Проведем анализ маркетинговой среды магазина «Глория» по следующим направлениям: PEST-анализ, SWOT- анализ, модель 4P (7P). Прежде чем перейти к анализу, необходимо отметить, что компания «Глория» работает на конкурентном рынке. В настоящее время в Людиново работает не мало магазинов канцелярских товаров, основными из них являются:

1)Магазин «Мастер и Маргарита»( Калужская обл., Людиново г., ул. 3-го Интернационала, 13);

2)Ozon.ru, пункт выдачи заказов( Калужская обл., Людиново г., ул. Фокина, 51 <http://www.ozon.ru>);

3) Магазин «Школьник» (ул. Гогиберидзе, 18, Людиново);

4) Магазин «Учебники»( ул. Ленина, 16, Людиново);

5) Магазин «Канцтовары и книги»( Калужская область, Людиново, улица Урицкого);

6)Магазин «Канцтовары» (площадь Победы, 7, Людиново).

Основные потребители магазина «Глория»- это физические и юридические лица (предприятия, организации, образовательные учреждения). Список образовательных учреждений Людиново представлен в Приложении 5.

Рассмотрим PEST-анализ магазина «Глория». PEST-анализ– маркетинговый инструмент для выявления различных аспектов окружающей среды, которые влияют или могут повлиять на бизнес предприятия. Расшифровка аббревиатуры: Political – политический, Economic – экономический, Social – социальный, Technological– технологический факторы. Более подробно сущность PEST-анализа представлена в Приложении 5. [8]

PEST-анализ на примере предприятия торговли магазин «Глория»:

1.Политические факторы. Продукция в магазин поступает как от российских так и от иностранных поставщиков. Из-за политики санкций на ряд

товаров введены ограничения. Поэтому директору пришлось искать товары-заменители (аналоги) на отечественном рынке и у производителей из стран Таможенного союза. Политика санкций привела также к увеличению числа различных проверок со стороны контрольно-надзорных органов.

2. Экономические факторы. В настоящее время из-за пандемии коронавируса наблюдается снижение всех экономических показателей не только в России, но и в мире в целом. Нет роста основных показателей ВВП, доходов населения, рост безработицы, темпы роста экономики очень слабые, экономика практически не растет. Очень тяжелая экономическая ситуация в мире в целом и в России, в частности. Покупательская способность населения очень низкая. Цены на нефть находятся на нестабильном уровне. Наличие конкуренции в городе Людиново по реализации канцелярских товаров.

3. Социальные факторы. В городе Людиново очень низкий уровень жизни населения, на протяжении нескольких лет наблюдается снижение численности населения в регионе, хотя и в целом численность в регионе небольшая. Отсутствует демографический рост.

4. Технологические факторы. Интернет и мобильные технологии никак не влияют на отрасль. Уровень инноваций в отрасли, развитие технологий и другие технологические факторы также не оказывают никакого влияния.

Далее определим значимость каждого фактора для компании «Глория» по трех бальной шкале от 1 до 3; и оценку влияния каждого фактора на компанию» Глория» «+» или «-» ,сведем все данные в таблицу 7.1.

По данным таблицы 7.1. видно, что наибольшее влияние на компанию «Глория» оказывают экономические и социальные факторы: низкий уровень доходов населения, демографическая ситуация, конкуренция в отрасли, отток населения из региона. Не большое влияние оказывают политические и технологические факторы. Важно то, что те факторы, которые оказывают существенное влияние на развитие компании «Глория», сама компания на них повлиять не может. В целом компания «Глория» работает в очень неблагоприятных экономических условиях, отрицательных факторов, действующих на компанию гораздо больше, чем положительных, особенно это

проявляется сейчас в период пандемии. Возможно, что с ростом экономики, ситуация улучшится как в России и в мире в целом, так и в регионе Людиново, в частности.

Таблица 7.1

## Результаты PEST-анализа предприятия торговли магазин «Глория»

| Вид фактора             | Описание фактора                              | Значимость фактора (вес от 1 до 3 баллов) | Оценка влияния фактора («+» или «-») | Влияние фактора на стратегию компании (кол.3×кол.4) |
|-------------------------|---|---|--------------------------------------|---|
| 1                       | 2   | 3   | 4                                    | 5   |
| Политические факторы    | Ограничение на ввоз импортных товаров         | 1   | -                                    | -1  |
|                         | Увеличение числа проверок                     | 1   | -                                    | -1  |
| Экономические факторы   | Снижение ВВП                                  | 1   | -                                    | -1  |
|                         | Рост безработицы                              | 2   | -                                    | -2  |
|                         | Снижение покупательской способности населения | 1   | -                                    | -1  |
|                         | Конкуренция в отрасли                         | 3   | -                                    | -3  |
|                         | Рост спроса на школьные товары                | 3   | +                                    | +3  |
|                         | Рост спроса на канцелярские товары для офиса  | 3   | +                                    | +3  |
| Социальные факторы      | Отток населения из региона                    | 1   | -                                    | -1  |
|                         | Демографическая ситуация                      | 1   | -                                    | -1  |
|                         | Низкий уровень доходов населения              | 2   | -                                    | -2  |
| Технологические факторы | Интернет и мобильные технологии               | 1   | +                                    | +1  |
|                         | Уровень инноваций в отрасли                   | 1   | +                                    | +1  |
|                         | Развитие технологий                           | 1   | +                                    | +1  |
| Итого положительно      |   |   |                                      | +9  |
| Итого отрицательно      |   |   |                                      | -13   |

В любом случае, какая бы не была ситуация в мире, всегда будут учиться студенты и школьники, хотя из-за демографического кризиса их число снижается. Но канцелярские товары и школьно-письменные принадлежности нужны на любых офисных предприятиях, которые есть в любом регионе, в том числе и в Людиново. Поэтому спрос на эти товары всегда будет.

Для дальнейшей разработки стратегии компании «Глория», необходимо составить SWOT-матрицу. SWOT- анализ - это инструмент для оценки внешних и внутренних факторов, от которых будет зависеть дальнейшее развитие компании на рынке. SWOT означает: S - Strengths (сильные стороны), W - Weaknesses (слабые стороны), O - Opportunities (возможности), T - Threats (угрозы). Таким образом, можно проанализировать сильные и слабые стороны компании. [7] SWOT- анализ компании «Глория» представлен в таблице 7.2. Данные таблицы 7.2. показывают, что компания имеет все возможности для развития на занимаемой нише. Совершенствуя ценовую стратегию, товарную стратегию, компания «Глория», сможет увеличить продажи, тем самым повысив показатели прибыльности и доходности.

Проведем анализ маркетинг микса 4P на примере компании «Глория». Элементы маркетинг-микса 4P - Product, Price, Place, Promotion - это базовый маркетинг-микс и основа любого продукта. Концепция 5P (4P People) - персонал, клиенты, лидеры мнений и все, кто способен воздействовать на процесс совершения покупки целевого потребителя. В маркетинговых стратегиях выделяют особое место программам, направленным на развитие элемента «People».

Концепция 7P (4P People Process Physical Evidence) - появилась с развитием сферы услуг и B2B рынка. Процесс оказания услуг (Process) и физическое окружение этого процесса (Physical Evidence) определяют имиджевые свойства продукта, поэтому элементы стали обязательными для построения сильного бренда и постоянно нуждаются в развитии. Количество P, включаемых в маркетинговый план, определяет маркетолог в зависимости от типа бизнеса, критериев конкуренции, целей компании. В конечном счете концепция маркетинг-микса - это просто модель, инструмент, призванный упростить и



классифицировать работу, отличительные особенности 4P и 7P представлены на рисунке 7.1. [3]

Таблица 7.2

## SWOT- анализ компании «Глория»

|  | <b>О - Opportunities (возможности)</b>  | <b>Т - Threats (угрозы, опасности)</b>  |
|--|---|---|
|  | Рост спроса на канцелярские товары и школьно-письменные принадлежности.<br>Совершенствование товарной политики.   | Появление новых конкурентов.<br>Снижение доходов населения.   |
| <b>S - Strengths (сильные стороны)</b><br><br>Широкий ассортимент товаров. Возможность изменения цены в зависимости от спроса и доходов. | <b>Поле «Силы и возможности»</b><br><br>Изучение спроса населения с помощью опроса и анкетирования позволит расширить ассортимент товаров и вызовет больший спрос.<br>Проведение рекламных акций (карты постоянного покупателя) способствуют снижению цены, скидкам, вызовут рост спроса.       | <b>Поле «Силы и опасности»</b><br><br>Улучшение ассортимента и стимулирование сбыта с помощью акций, карт постоянного покупателя, создадут барьеры для конкурентов.<br>Рекламные акции скидки позволят вызвать рост спроса в периоды падения доходов населения. |
| <b>W - Weaknesses (слабые стороны)</b><br><br>Не удобное место расположения магазина (регион малочисленный).                             | <b>Поле «Слабость и возможности»</b><br><br>Рост спроса на товары позволит улучшить финансовое положение компании.<br>Осуществление продаж новым способом-холодные звонки потенциальным потребителям(в различные офисные фирмы),с целью реализации канцелярских товаров, вызовет больший спрос. | <b>Поле «Слабости и опасности»</b><br><br>Падение спроса из-за снижения доходов населения.<br>Появление новых конкурентов и немногочисленный район, снижают объемы продаж магазина.   |

Рассмотрим состояния 4P на примере компании «Глория».

Product (Продукт)-ассортимент магазина насчитывает более 100 единиц наименований, широкий ассортимент канцелярских товаров и школьно-письменных принадлежностей.

Place (место расположения)-магазин расположен в мало развитом регионе, г. Людиново немногочисленный, наблюдается отток численности населения в другие регионы.

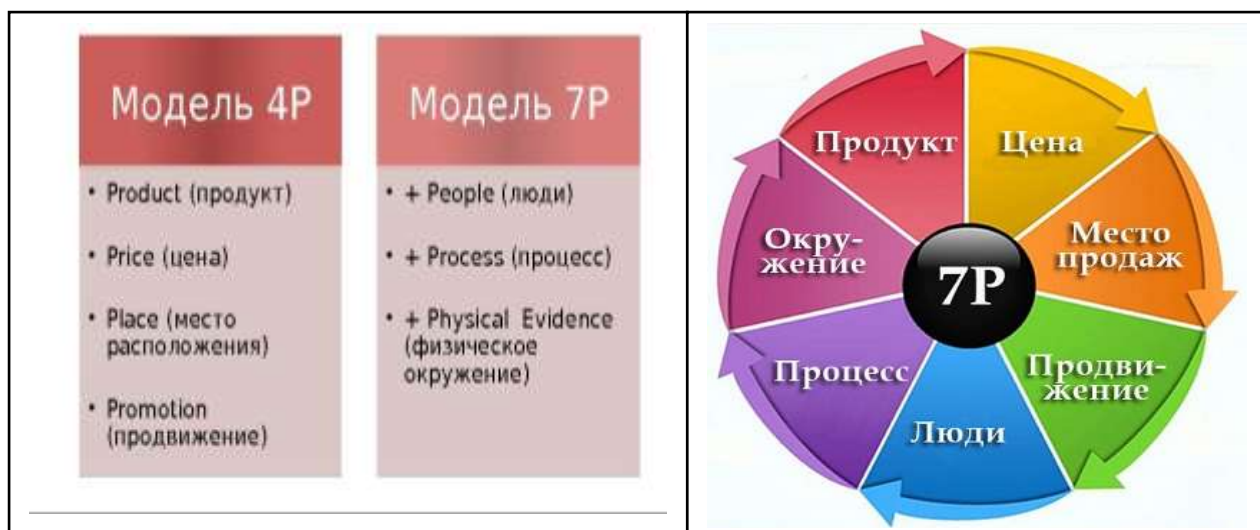


Рисунок 7.1. Отличительные особенности маркетинг –микс 4P и 7P[3]

Price (Цена)- в компании «Глория» применяется стратегия средней цены(средняя цена по отрасли –канцелярских и школьных товаров).Средняя цена исключает войну цен и считается наиболее справедливой.

Promotion (Продвижение)- прямой канал продвижения продукции, не применяются никакие акции и скидки для продвижения товаров.

На основании факторов 4P компании «Глория» можно предложить рекомендации для развития организации,таблица7.3.

Таблица 7.3

#### Анализ 4P компании «Глория»

| P                          | Фактическое значение   | Действия  |
|----------------------------|--|---|
| Product (Продукт)          | Широкий ассортимент товаров  | Изучать спрос, улучшать ассортиментную политику   |
| Price (Цена)               | Средняя стратегия ценообразования                                    | Ориентироваться на уровень доходов населения, снижать цены в случае необходимости, акции, скидки. |
| Place (место расположения) | Не удобное расположение магазина, в малочисленном регионе            | Открывать торговые точки в других регионах  |
| Promotion (Продвижение)    | Не проводятся никакие акции, скидки, нет карт постоянного покупателя | Внедрение карт постоянного покупателя, проводить скидки, акции, стимулировать спрос               |

И так, маркетинговый анализ позволит выделить сильные и слабые места компании «Глория» и наметить основные пути дальнейшего развития организации. По структуре отчета, необходимо далее рассмотреть товарную,

ценовую политику и разработать практические рекомендации, перейдем к рассмотрению.

## **8. Товарная, ценовая и сбытовая политика организации**

Товарная политика- это ассортимент компании, выше было рассмотрено, что в магазине насчитывается более 100 единиц наименований школьно-письменных принадлежностей. При этом, реализация осуществляется по прямому каналу сбыта, от продавца к конечному потребителю. Ценовая стратегия- компания «Глория» ориентируется на среднюю стратегию ценообразования, то есть устанавливает средние цены на свою продукцию. При этом применяется 30,0%наценка на товар. Никакие мероприятия по стимулированию потребителей и персонала не проводятся. Не изучается спрос потребителей, не проводятся никакие опросы.

## **9. Проведение рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций в организации**

В магазине «Глория» не осуществляются никакие маркетинговые мероприятия по стимулированию продаж, отсутствуют карты постоянного покупателя, нет скидок для постоянных клиентов, а также другие виды скидок (праздничные и предпраздничные).

## **10. Предложения студента по совершенствованию организации экономической и маркетинговой деятельности организации**

Представленный анализ показал, что компания «Глория» имеет немало конкурентов, при этом, не осуществляются никакие мероприятия по изучению спроса, стимулированию продаж. Численность населения города ежегодно снижается, поэтому условия региона нельзя назвать простыми. В таких

конкурентных условиях, необходимо улучшить деятельность компании с помощью проведения следующих мероприятий:

1) Разработать анкету и заниматься изучением потребительского спроса населения. Такую анкету предлагать заполнить всем потребителям, которые приходят в магазин. Примерная форма анкеты представлена в таблице 10.1.

Таблица 10.1

Примерная форма анкеты для опроса потребителей магазина «Глория»

| № п/п | Вопросы  | Варианты ответов (поставить галочку)   |
|-------|--|--|
| 1     | Какие товары Вы чаще всего приобретаете в нашем магазине                                   | Канцтовары для офиса<br>Канцтовары для школы<br>Товары для праздника<br>Фоторамки и фотоальбомы<br>Бумажная продукция для школы<br>Бумажная продукция для офиса<br>Портфели и папки<br>Книги<br>Другое |
| 2     | Напишите марки производителей канцелярских товаров, которые Вы хотели бы видеть в магазине | _____<br>_____<br>_____  |
| 3     | Что для Вас важно при покупке канцелярских товаров и школьно-письменных принадлежностей    | Цена<br>Качество<br>Скидки<br>Другое   |
| 4     | Какую книжную продукцию Вы хотели бы видеть в магазине (автор, название)                   | _____<br>_____<br>_____  |
| 5     | Какие канцелярские товары Вам чаще всего необходимы  | _____<br>_____<br>_____  |
| 6     | Какие группы товаров Вы хотели бы видеть в нашем магазине                                  | Детские игрушки<br>Детская одежда<br>Детская обувь<br>Чай, кофе<br>Посуда<br>Хозяйственный инвентарь<br>Другое   |
| 7     | Напишите свои пожелания и предложения  | _____<br>_____<br>_____  |

2) Организовать выдачу пластиковых визиток- карт постоянного покупателя с накопительной системой скидок. Например, скидки на определенные

группы товаров, товары с желтыми ценниками. То есть когда потребитель приходит в магазин, может видеть группы товаров с желтыми ценниками, имея карту постоянного покупателя, такому потребителю будет предоставляться скидка. Это позволит привлекать большее число потребителей.

3) Осуществлять холодные звонки потенциальным потребителям. В настоящее время в городе Людиново работает не мало компаний, в том числе и учебных заведений, которые закупают канцелярские товары оптом. Поэтому, продавец магазина «Глория» мог бы также выполнять функции менеджера по продажам, осуществляя звонок в компанию, предлагать товары-канцелярские и школьные. Если отсутствуют в наличии, заказывать и далее реализовывать. При этом продавцу можно будет установить надбавку к заработной плате в зависимости от продаж.

Итак, выше предложенные мероприятия, позволят компании «Глория» ежегодно увеличивать продажи и прибыли.

## Список литературы

1. Анализ макросреды PEST- анализом в EXCEL на примере предприятия торговли [Электронная версия][Ресурс: [HTTPS://EXCELTABLE.COM/OTCHETY/PEST-ANALIZ-MAKROSREDY](https://EXCELTABLE.COM/OTCHETY/PEST-ANALIZ-MAKROSREDY)];
2. Инструкция для начинающего ИП на упрощенке [Электронная версия][Ресурс: <https://www.klerk.ru/boss/articles/472870/>];
3. Как создать маркетинг-микс 4Р, 5Р, 7Р[Электронная версия][Ресурс: <https://costper.ru/marketing/marketing-miks-4p-5p-7p-primer-analiza>];
4. Как выполняется SWOT-анализ [Электронная версия][Ресурс <https://ivan-shamaev.ru/doing-swot-analysis/>];
5. Людиново [Электронная версия] [Ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Людиново>];
6. Пример PEST- анализа предприятия [Электронная версия] [Ресурс: <https://finzz.ru/pest-analiz-predpriyatiya-primer-matrica-vyvody.html>];
7. SWOT-анализ с примерами[Электронная версия] [Ресурс :<https://spark.ru/startup/esputnik/blog/65565/swot-analiz-s-primerami>];
8. Что такое PEST-анализ [Электронная версия][Ресурс [https://upr-ru.turbopages.org/upr.ru/s/article/pest-analiz-chto-eto-takoe-i-kak-ego-provesti-na-primerah/](https://upr.ru.turbopages.org/upr.ru/s/article/pest-analiz-chto-eto-takoe-i-kak-ego-provesti-na-primerah/)].

## **Приложения**