



**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Поволжская академия образования и искусств имени Святителя Алексия,  
митрополита Московского»**

Кафедра экономики и бизнес-развития

Направление подготовки 44.03.01 Педагогическое образование  
Направленность (профиль) «Экономическое образование»

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

на тему:

«Маркетплейсы как инструмент повышения экономической эффективности  
деятельности организации: экономические и методические аспекты»

Выполнила студентка 4  
курса группы ЭО-401 очной  
формы обучения Мязина  
Наталья Александровна

---

(подпись)

Научный руководитель  
Торхова Анна Николаевна,  
кандидат экономических  
наук, доцент

---

(подпись)

**Допустить к защите:**

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Торхова Анна Николаевна  
(подпись)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Тольятти  
2023





## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	5
Глава 1. Теоретические аспекты экономической эффективности деятельности организации .....	9
1.1 Сущность и основные понятия экономической эффективности деятельности организации .....	9
1.2 Показатели и методы оценки экономической эффективности деятельности организации .....	15
1.3 Выход на маркетплейсы как инструмент повышения экономической эффективности .....	22
Глава 2. Анализ экономической эффективности деятельности компании ООО «Неллия Плюс» .....	35
2.1 Общая характеристика предприятия ООО «Неллия Плюс» .....	35
2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации ООО «Неллия Плюс». ....	49
2.3 Факторный анализ прибыли ООО «Неллия Плюс» .....	62
2.4 Анализ показателей имущественного состояния организации и эффективности использования ресурсов ООО «Неллия Плюс» .....	65
2.5 Сравнительный анализ стратегий выхода на маркетплейсы .....	71
Глава 3. Методы использования маркетплейсов как средства наглядности на уроках обществознания в средней школе. ....	91
3.1 Анализ содержания блока «Экономика» в школьном курсе обществознания .....	91
3.2 Разработка урока «Виды и формы бизнеса» с использованием маркетплейсов как средств наглядности на уроках обществознания .....	105
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	116
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	121
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	127

## ВВЕДЕНИЕ

Экономическая эффективность предприятия — это совокупность показателей, которые оценивают эффективность использования ресурсов предприятия и позволяют определить, насколько производственный процесс соответствует требованиям рынка. Она является одним из ключевых показателей успешности бизнеса и основным критерием оценки его деятельности. Актуальность оценки экономической эффективности предприятия заключается в том, что она позволяет определить степень эффективности использования ресурсов, а также оценить конкурентоспособность предприятия на рынке. Без эффективности бизнес не сможет конкурировать с другими предприятиями и удерживаться на рынке.

Актуальность использования средств наглядности на уроках обществознания состоит в том, что является важной и неотъемлемой частью Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС). Это связано с тем, что средства наглядности позволяют улучшить качество обучения и повысить эффективность усвоения материала учениками. Использование средств наглядности является важным фактором в современном образовании и может помочь повысить качество обучения и улучшить результаты учеников.

Экономическая эффективность характеризуется несколькими критериями, включая прибыль, рентабельность, общую эффективность использования ресурсов и другие. Она определяется на основе сравнения доходов и затрат предприятия и может быть рассчитана по конкретной отрасли или для всей экономики. Чтобы повысить экономическую эффективность предприятия, необходимо проводить анализ всех факторов, влияющих на его деятельность, и оптимизировать использование ресурсов. Среди методов повышения эффективности можно выделить автоматизацию производственных процессов, снижение издержек на транспортировку и хранение продукции, разработку устойчивой стратегии и другие.

Экономическая эффективность предприятия является ключевым критерием его успеха в современном мире. Ее повышение требует постоянного анализа и оптимизации производственных процессов и использования ресурсов.

Предметами исследования являются:

1. Экономическая эффективность деятельности организации и пути ее повышения;
2. Маркетплейсы как средство наглядности на уроках обществознания в школьном курсе.

Объектами исследования являются:

1. Организация ООО «Неллия Плюс»;
2. Блок «Экономика» в школьном курсе.

Экономической целью работы является повышение экономической эффективности исследуемой организации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- 1) Исследовать теоретические аспекты экономической эффективности организации;
- 2) Произвести комплексный анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Неллия Плюс»;
- 3) Разработать мероприятие по повышению экономической эффективности деятельности организации;
- 4) Провести оценку эффективности предложенного мероприятия.

Педагогической целью работы является повышение наглядности уроков обществознания с использованием калькулятора маркетплейса для расчета прибыльности бизнеса.

Данная цель предполагает решение ряда последовательных задач:

- 1) Проанализировать содержание блока «Экономика» в учебниках по обществознанию;
- 2) Разработать урок на тему «Виды и формы бизнеса» и наглядный материал для него в блоке «Экономика» по обществознанию.

Для решения поставленных задач использовался комплекс взаимодополняющих методов исследования: методы теоретического анализа литературы по исследуемой проблеме; совокупность методов экономического и статистического анализов, методы синтеза и анализа экономической и педагогической информации. Собранная информация была проанализирована, обработана, структурирована и сгруппирована в соответствии с выработанным планом. В заключении были сделаны соответствующие выводы по проделанной работе.

Информационную базу исследования составляют научная и учебная литература по исследуемой тематике таких авторов, как Волков О.И., Ковалев В.В., Вязниковцева Е. А., Гайдук В. И., Шендрик П. В. и других, нормативно-правовая документация, данные специализированных периодических изданий, электронные ресурсы. Источниками для написания работы послужили учебники, учебные пособия и труды российских авторов.

Практической значимости экономической эффективности, ее показателях и методам оценки, а также маркетплейсам, как инструментам ее повышения посвящены научные статьи, периодические издания отечественных ученых-экономистов. Широко известными представителями этого направления являются Волков О. И., Воробьева И. П., Жильцова О. И., Корнеева И.В.

Методике и формам преподавания обществознания основного общего и среднего общего образования в школах посвящены статьи Захарова А. В., Ситдиковой Т. Д., Ягункиной К. С.

Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в анализе законодательных, нормативно-правовых актов, определена методика проведения анализа финансовой отчетности; обобщении и систематизации научно-педагогического материала по разработке наглядного средства и применения его на уроке обществознания.

Практическую значимость выпускной квалификационной работы составляют полученные результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности организации и предложенное мероприятие, которые могут быть



использованы ООО «Неллия Плюс» в целях повышения экономической эффективности; разработанный урок и средство наглядности «использование калькулятора маркетплейса для расчета прибыльности бизнеса» могут быть внедрены в образовательный процесс.

Научная новизна выпускной квалификационной работы заключается в изучении и разработке мероприятий, связанных с онлайн-площадками и направленных на повышение экономической эффективности деятельности предприятия.

Работа состоит из оглавления, введения, трёх глав, заключения, библиографического списка и приложений.

В первой главе раскрыты теоретические аспекты экономической эффективности деятельности организации, описаны основные понятия экономической эффективности деятельности организации, показатели оценки эффективности и раскрыта роль маркетплейсов как средства повышения экономической эффективности.

Во второй главе дана общая характеристика предприятия ООО «Неллия Плюс», описана его организационная структура, проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности с выводами по основным показателям экономической эффективности, проведен факторный анализ показателя прибыли организации, представлены и рассчитаны пути выхода организации на маркетплейсы.

В третьей главе дан анализ федерального государственного образовательного стандарта [7], блока «Экономика» в допущенных учебниках и его сравнение в них. Также проанализированы средства наглядности и проведены их виды. Разработан урок с использованием средства наглядности, а именно – маркетплейса, на уроках обществознания в школе.

## **Глава 1. Теоретические аспекты экономической эффективности деятельности организации**

### **1.1 Сущность и основные понятия экономической эффективности деятельности организации**

Термин "эффективность" в экономике является сложным и важным понятием, которое до сих пор не имеет единого определения. Для дальнейшего развития экономической науки необходимо сформулировать более четкие понятия и категории. Только с полным пониманием сущности "эффективности" можно использовать его для определения степени экономической эффективности капитальных вложений, производства, дистрибуции, операционной деятельности и других аспектов хозяйственной деятельности.

В толковом словаре Ефремовой Т. Ф.: «эффективный» – соотносящийся, приводящий к нужным результатам, дающий наибольший эффект и предназначенный для выполнения полезной работы, производительный [25]. Эффективность служит двигателем развития и является стимулом в принятии управленческих решений компаний, определяя их цель и необходимость. В экономическом контексте «эффективность» и «эффект» тесно связаны. Эффект – предполагаемый результат процесса, такой как продукт, который может рассматриваться как первичный эффект производства. Дальнейший результат – прибыль, может быть охарактеризован как вторичный эффект производства, который может быть выражен в денежной форме и считаться экономическим эффектом производства. Хотя концепция «эффекта» не вызывает много разногласий, существует целый ряд подходов и мнений относительно того, как "эффективность" отличается от "результативности". Исторический взгляд на эти подходы позволяет лучше понять сущность этих терминов. Результат в отличие от эффективности может носить негативный характер.

Виды эффективности:

- экономическая эффективность (направлена на оптимальное достижение результата хозяйственной деятельности, особенно в выражении в виде прибыли);
- социальная эффективность (удовлетворение социальных потребностей всех работников предприятия);
- техническая эффективность (выполнение количественных и качественных требований к продукции);
- экологическая эффективность (оптимальная защита окружающей среды).

Практически во всех экономических справочниках дается раскрытие содержания такого понятия, как «экономическая эффективность». Ее содержание, в основном, сводят к оценке соотношения конечного положительного результата к затратам на его достижение.

В литературе насчитывается множество определений термина «экономическая эффективность». Нами была изучена литература по данной теме и выявлены примеры трактовки данного термина. На основании данных источников [13,14,21,22,30,36], была составлена таблица определений (таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Трактовки понятия «экономическая эффективность»

№	Определение	Автор
1	2	3
1	Экономическая эффективность – это показатель, который выражает соотношение между затратами ресурсов и результатом производства. Чем меньше затраты на единицу продукции, тем больше экономическая эффективность.	Фредерик Тейлор, американский инженер и управленец.
2	Экономическая эффективность – это способность организации достигать максимальной прибыли при минимальных затратах.	Питер Друкер, австрийско-американский управленец
3	Экономическая эффективность – это показатель, который отражает соотношение между объемом производства и затратами на его достижение.	Ричард Лайонс, английский экономист
4	Экономическая эффективность – это соотношение между созданным доходом и затратами на его получение.	Карл Маркс, немецкий философ и экономист.

## Окончание таблицы 1.1

5	Экономическая эффективность – это прежде всего результативность проекта, определяемая как отношение эффекта, результата к затратам, обеспечивающим его получение.	Кан Е.Д., Подходы и методы оценки эффективности деятельности предприятия
6	Экономическая эффективность – достижение максимального результата при наименьших затратах.	Г.П. Журавлева, профессор, доктор экономических наук
7	Эффективность отождествлена с продуктивностью использования ресурсов в достижении какой-то цели.	А.Д. Шерemet, Советский и российский экономист, заслуженный профессор МГУ имени М.В. Ломоносова, заслуженный деятель науки РСФСР, создатель научной школы комплексного экономического анализа.
8	Экономическая эффективность – соотношение между затратами на производство и полученным доходом.	А.Г. Гранберг, Советский и российский экономист

Сравнивая определения как зарубежных, так и российских авторов, приходим к выводу, что понятие «экономическая эффективность» не имеет однозначного определения, что свидетельствует, с одной стороны, о многогранности категории экономической эффективности, с другой — о сложности ее представления в показателях и измерителях. Однако все же большинство авторов сходятся во мнении, что экономическая эффективность есть не что иное, как отношение конечного эффекта (результата) к затраченным на это ресурсам.

Во-первых, это способность системы в процессе ее функционирования производить экономический эффект (вероятная эффективность) и реальное формирование такого эффекта (фактическая эффективность).

Во-вторых, это количественно определенная характеристика, позволяющая: а) сопоставить эффективность одной и той же системы при различных факторах; б) сравнить между собой эффективности различных систем; в) определить абсолютную эффективность, что является не всегда

решаемой задачей, так как необходимо надежное измерение экономических величин согласованная установленная точка отсчета.

Для принятия оптимальных и обоснованных управленческих решений в области повышения экономической эффективности деятельности предприятия важно провести классификацию факторов, влияющих на ее динамику, что позволит выявить «вес» и приоритетность каждого из них.

Наиболее универсальная и распространенная классификация факторов, влияющих на эффективность работы предприятия, делит их на внешние и внутренние. Общеизвестно, что эффективность работы предприятия в значительной степени зависит от внешних экономических, социальных, политических и других, связанных с инфраструктурой, факторов. Например, степень образования и обучаемость кадров проявляется в квалификации работников и их отношении к труду.

В работе Борисюк Н.К., Солдатова Л.А., Масюкова Т.Г. «Экономическая эффективность предприятия: понятие, способы определения, особенности повышения» говорится следующее: «внешние факторы в той или иной мере влияют на эффективность работы любой организации, хотя сами они не в состоянии активно управлять этими факторами. В свою очередь внутренние факторы носят индивидуальный характер для каждой организации и находятся под контролем руководства. С другой стороны, внешние факторы, не контролируемые с точки зрения одной организации, нередко являются внутренними для другой. Так, факторы, являющиеся внешними по отношению к предприятию, могут быть внутренними для правительства, национальных и региональных институтов, ассоциаций и групп влияния. Эти институты могут усовершенствовать налоговую политику, разработать надлежащее законодательство, обеспечить лучший доступ к природным ресурсам, улучшить социальную инфраструктуру, ценовую политику и так далее, тогда как отдельные организации этого сделать не могут» [13].

На рисунке 1 представлены факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия.



Рисунок 1 – Внешние факторы, влияющие на экономическую эффективность предприятия

Также можно заметить, что ни в одном из определений эффективности не привязываются к финансовому результату, а лишь используются общие понятия, такие как эффект и блага. В теории экономики предприятий выделяют два вида экономической эффективности: распределение имеющихся ресурсов и использование ресурсов по отраслям. Однако, четкого единства критериев эффективности нет, так как на практике учитывается огромное количество субъективных факторов. Чтобы успешно управлять экономической деятельностью компании, необходимо верно определить ее цели и задачи, и если одной из таких целей является получение максимальной прибыли, то это должно быть закреплено в планах компании на различных временных промежутках. Стоит также учитывать возможные изменения в валюте при работе с иностранными контрагентами. В практическом аспекте предприятия могут

реализовывать две стратегии поведения: инновационную и традиционную. Инновационная стратегия базируется на сильных сторонах деятельности предприятия и агрессивной позиции на рынке, пытаясь не зависеть от изменений на рынке и подстраиваться к потребностям потребителей. Традиционная стратегия направлена на минимизацию недостатков и слабых сторон, занимает защитную позицию на рынке и полагается на свои ресурсы и возможности при принятии бизнес-решений.

Таким образом, в 1 параграфе мы рассмотрели понятие экономической эффективности и факторы, влияющие на нее. Подытожив, экономическая эффективность является одним из ключевых критериев, которые определяют успешность работы компании. Она выражается в оптимальном соотношении полученных результатов и использованных для этого ресурсов. Основной задачей экономической эффективности является достижение максимальных благосостояния и выгоды для всех участников экономических отношений.

Для компаний экономическая эффективность имеет фундаментальное значение, так как рыночная конкуренция диктует жесткие правила игры и требует от них максимальной оптимизации затрат при производстве продуктов или услуг. Увеличение прибыли становится главным заданием компании, различные методы улучшения экономической эффективности позволяют сократить расходы, улучшить качество продукции и услуг и, в итоге, повысить конкурентоспособность компании.

В экономике в целом экономическая эффективность является одной из важнейших составляющих. Она позволяет оптимально использовать ресурсы, сокращая издержки производства, улучшенной качеством продукции и услуг, которые являются залогом экономического роста страны. Страны, занимающие лидирующие позиции в мировой экономике, смогли достичь это благодаря эффективному управлению ресурсами и оптимальной организации производства.

Однако, важно помнить, что экономическая эффективность не является панацеей и не всегда может быть достигнута за счет сокращения затрат.

Например, инвестиции в развитие новых технологий или в обучение сотрудников могут повысить себестоимость продукции, но в долгосрочной перспективе принести компании намного больше выгоды. Для этого рассмотрим в следующем параграфе показатели и методы оценки экономической эффективности.

## **1.2 Показатели и методы оценки экономической эффективности деятельности организации**

Эффективность деятельности организации определяет ее конкурентоспособность на рынке и уровень прибыли, которую она может получить. Для того, чтобы правильно оценить эффективность работы компании, необходимо использовать определенные показатели и методы. Данные показатели и методы оценки экономической эффективности деятельности организации позволяют узнать, насколько эффективно она использует свои ресурсы, каков уровень прибыльности, а также установить причины падения или увеличения эффективности. В данной главе рассмотрены основные показатели и методы оценки экономической эффективности деятельности организации, которые помогут более точно определить текущее положение компании и ее планируемые перспективы.

Экономия – это абсолютный показатель эффективности, так как определяется как разница между нормативным (ресурсом) и реальным уровнем затрат). Такие показатели называются абсолютными.

Если показатели определяются в виде отношения затрат и результатов (например, производительность труда как соотношение между результатами труда и затратами труда и т. д.), они называются относительными. Относительные показатели бывают прямыми и обратными.



Прямые показатели называют показателями отдачи. Эти показатели призваны ответить на вопрос, сколько единиц результата «снимается» с единицы затрат, или какова «результатоотдача» затрат.

Обратные – показателями емкости. Эти показатели призваны ответить на вопрос, сколько необходимо единиц затрат для получения единицы результата, или какова «затратоемкость» результата.

В любом случае, определить эффективность – это значит соотнести результат с затратами (или ресурсами), которые этот результат вызвали. Однако содержание показателя эффективности и то, на какой вопрос он будет давать ответ, зависит от того, что исследователь берет в качестве результата и что в качестве затрат [20].

В период рыночной экономики и усиления конкурентной борьбы задачей какой-либо деятельности является «получение максимума результатов при минимуме затрат». С точки зрения математики, такое выражение некорректно, поскольку это означает, что результат должен стремиться к бесконечности, а затраты к нулю. То есть предлагается получить все из ничего. С точки зрения экономики это очень трудно осуществимая задача. Чаще всего повышения эффективности достигают двумя путями:

- либо достижения максимума результата при фиксированном объеме затрат;
- либо достижения минимума затрат при фиксированном объеме результата.

Таким образом, для того чтобы добиться повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности, необходимо рассмотреть, что собой представляют результаты деятельности предприятия, и что собой представляют его ресурсы и затраты. Система показателей эффективности производства должна давать всестороннюю оценку использования всех ресурсов предприятия и содержать все общеэкономические показатели. Очень важно, чтобы расчеты эффективности производства велись непрерывно: на стадиях

проекта плана, утверждения плана, по мере его выполнения. В системе показателей эффективности производства не все из них имеют одинаковую значимость. Есть главные и дополнительные (дифференцированные) показатели. Если первые принято называть обобщающими, то вторые являются функциональными, характеризующими какую-либо определённую сторону деятельности.

Действенная, мобилизующая роль показателей эффективности производства во многом определяется методологией их расчета.

Следует заметить, что, ориентируясь только на темпы роста как на показатель, характеризующий эффективность производства, можно упустить главный фактор эффективности - интенсификацию производства, т.к. высокие темпы роста могут быть достигнуты и за счет экстенсивных факторов, т.е. в результате дополнительных капитальных вложений на расширение производства (новое строительство, обновление оборудования, реконструкция предприятий), хотя использование средств и внутренних резервов производства при этом может оставаться на низком уровне. Однако было бы ошибочно из сказанного делать вывод о непригодности показателя темпов роста для оценки эффективности производства и отдельных технико-экономических показателей.

Для оценки эффективности производства мы обратились к работе Бородина А. И. «экономическая эффективность предприятия как фактор его устойчивого развития»: «была введена система показателей, в которой показатели оценки и планирования повышения экономической деятельности были объединены в четыре группы (и, таким образом, экономическая эффективность рассматривается как многомерное явление):

1. Обобщающие показатели экономической эффективности производства;
2. Показатели эффективности использования труда;
3. Показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений;
4. Показатели эффективности использования материальных ресурсов.

Классификация большого разнообразия факторов повышения эффективности (производительности) может осуществляться по трем признаками:

- 1) видам затрат и ресурсов (источниками повышения);
- 2) направлениям развития и усовершенствования производства;
- 3) местом реализации в системе управления производством.

Эффективность может быть выражена в количественных показателях, это дает возможность:

- a) сопоставления эффективности одной системы в разных условиях;
- b) сравнения эффективности разных систем между собой;
- c) определения т. ч. абсолютной эффективности, что, однако, является еще далеко не разрешенной задачей, т.к. требует не только надежного измерения экономических величин, но и согласованной, общепринятой точки отсчета [14].

Для определения эффективности хозяйственной деятельности предприятия мы обратились к учебнику Савицкой Г. В., в учебнике применяется система показателей (таблица 1.2), [42]. При рассмотрении показателей важно отметить, что рыночные отношения предполагают, что в каждой сфере бизнеса должны быть свои показатели (часто нигде более не применяемые).

Таблица 1.2 – Система показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия

Показатель	Характеристика	Способ расчета
<b>1. Производительность труда</b>		
1. Выработка	Отражает количество продукции, произведенной в единицу рабочего времени или приходящееся на одного среднесписочного работника в месяц, квартал, год.	Отношение количества произведенной продукции к затратам рабочего времени на производство этой продукции.
2. Трудоемкость	Величина, обратная выработке, характеризует затраты труда на производство единицы продукции.	Отношение затрат труда к объему продукции.

Продолжение таблицы 1.2

<b>2. Показатели использования основных фондов</b>		
1. Фондоотдача	Отражает количество произведенной продукции в расчете на 1 руб. основных производственных фондов.	Отношение годового объема реализованной продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов.
2. Фондоемкость	Показатель, обратный фондоотдаче. Отражает стоимость основных производственных фондов в расчете на 1 руб. реализованной продукции.	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к годовому объему реализованной продукции.
3. Фондовооруженность труда	Характеризует оснащенность работников предприятия основными производственными фондами.	Отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к среднесписочной численности работников.
4. Коэффициент интенсивности использования оборудования	Характеризует эффективность использования оборудования.	Отношение фактического объема выпущенной продукции к установленной производственной мощности оборудования (пропускной способности).
<b>3. Показатели использования оборотных средств</b>		
1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	Показывает, сколько оборотов совершили оборотные средства за анализируемый период (квартал, полугодие, год).	Отношение объема реализованной продукции за отчетный период к среднегодовому остатку оборотных средств за этот же период.
2. Коэффициент закрепления оборотных средств	Показатель, обратный коэффициенту оборачиваемости оборотных средств. Характеризует сумму оборотных средств, приходящихся на 1 руб. выручки от реализации.	Отношение среднего остатка оборотных средств за отчетный период к объему реализации за этот же период.
3. Длительность одного оборота	Показывает, за какой срок к предприятию возвращаются его оборотные средства в виде выручки от реализации продукции.	Число дней в отчетном периоде, деленное на коэффициент оборачиваемости оборотных средств.
4. Материалоемкость продукции	Характеризует суммарный расход всех материальных ресурсов на производство единицы продукции.	Отношение суммы материальных затрат, включенных в себестоимость реализованной продукции, к ее объему.

## Окончание таблицы 1.2

5. Материалоотдача	Показатель, обратный материалоемкости продукции. Отражает количество произведенной продукции в расчете на 1 руб. материальных ресурсов.	Отношение объема реализованной продукции к сумме материальных затрат.
<b>4. Показатели рентабельности</b>		
1. Рентабельность продукции	Эффективность затрат, произведенных предприятием на производство и реализацию продукции.	Отношение прибыли от реализации продукции к сумме затрат на производство и реализацию продукции.
2. Рентабельность производства общая	Характеризует прибыльность (убыточность) производственной деятельности предприятия за определенный период времени (год, квартал).	Отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.
3. Рентабельность продаж (оборота)	Показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля реализованной продукции.	Отношение прибыли к средней за период величине чистых активов.
4. Рентабельность имущества предприятия	Показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в активы.	Отношение чистой прибыли к средней за период величине чистых активов.
5. Рентабельность собственного капитала	Показывает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия. Служит основным критерием при оценке уровня котировки акций на бирже.	Отношение чистой прибыли к средней за период величине собственного капитала.

Методы оценки экономической эффективности предприятия – это инструменты анализа, которые позволяют определить, насколько успешно предприятие работает, использует свои ресурсы и как может повышать эффективность. Эта оценка позволяет узнать, какие аспекты нуждаются в улучшении и позволяет принимать обоснованные решения.

Если предприятие не оценивает свою экономическую эффективность, то возможно, что оно будет вести убыточную деятельность или в будущем не сможет успешно конкурировать на рынке. Оценка экономической эффективности предприятия – это необходимое условие для его роста и развития, поэтому она является важной для всех организаций.

Методология анализа экономической эффективности предприятия многогранна и динамична. Современные авторы разрабатывают новые подходы и методы, охватывающие разные сферы функционирования предприятия. Однако, все еще актуальной остается задача разработки методов анализа интегральных показателей деятельности предприятия, позволяющих комплексно охарактеризовать последние, а также провести параллель с хозяйствующими субъектами отрасли и территории.

Анализ и синтез совокупности методических подходов рассматривает Даутова Г. И.: «анализ и синтез дает возможность авторам разработать методику оценки и рангового рейтингования экономического потенциала. Обозначенная методика предполагает оценку экономического потенциала по трем блокам:

1. производственный потенциал;
2. интеллектуальный потенциал;
3. финансовый потенциал. [22].

В данном параграфе мы рассмотрели основные показатели экономической эффективности и методы их оценки для того, чтобы использовать их во 2 главе выпускной квалификационной работы. Показатели экономической эффективности и их оценка имеют огромное значение для любой организации, так как:

– позволяют оценить и управлять финансовой деятельностью организации (показатели такие как прибыль, рентабельность, затраты, выручка и др., помогают оценить финансовое состояние организации, ее активы, прогнозируемый доход и риск) - эти данные могут быть использованы управляющими организации для принятия решений, которые могут повлиять на финансовую деятельность и результативность;

– определяют потенциальные проблемы - анализ показателей экономической эффективности может помочь организации идентифицировать потенциальные проблемы до того, как они возникнут, и предпринять соответствующие меры;

– демонстрируют результативность организации – показатели экономической эффективности помогают определить, как действительно организация использует свои ресурсы в достижении ее целей;

– информируют инвесторов – показатели экономической эффективности являются важным инструментом для инвесторов, которые могут оценить финансовую результативность организации перед инвестированием своих денег.

В целом, показатели экономической эффективности и оценка имеют важное значение для всех организаций, помогая им выявлять проблемы, управлять финансовой деятельностью и улучшать результативность. Их также использование может помочь принимать осознанные решения, основанные на данных и анализе, что существенно повышает эффективность бизнес-деятельности.

### **1.3 Выход на маркетплейсы как инструмент повышения экономической эффективности**

Тема маркетплейсов и онлайн-торговли заняла одно из главных мест в современном мире. Маркетплейсы – это сетевые рынки, работающие по модели полноценных онлайн-супермаркетов, которые осуществляют доставку товаров в различные регионы, страны и по всему миру. Впервые такие площадки начали появляться с 1990-х годов после создания компании "Amazon", вслед за которой последовали другие. Некоторые из них начали продажу книг, дисков и видеокассет, но после расширили свой ассортимент, а некоторые начали платформы fashion-ритейлов. Однако, в 2017-2018 годах, также начали запуск

маркетплейсов такие крупные компании, как "Яндекс", "Mail.ru" и "Сбербанк", которые получили названия соответственно "Яндекс.Маркет", "Pandao" и "СберМаркет".

По данным агентства "Data Insight" на середину 2021 года, количество бизнесменов, использующих интернет-торговые площадки, достигло 234 тысяч. За первое полугодие 2021 года было продано 330 миллионов единиц товара, что на 109% больше, чем в предыдущем году за аналогичный период (158 миллионов). Согласно данным сайта "Анкетолог", более 2000 респондентов старше 18 лет участвовали в опросе относительно маркетплейсов. Результаты показали, что большинство опрошенных покупают товары на маркетплейсах 2-3 раза в месяц или чаще [33, 46].

Маркетплейс – это бизнес-модель, которая объединяет продавцов и покупателей, которые осуществляют сделки через онлайн-платформу, предлагающую широкий ассортимент товаров и услуг, начиная с оформления заказа до его получения. Использование маркетплейса доступно не только опытным игрокам рынка, но и начинающим предпринимателям. Вся информация об услугах и товарах, предоставляемых продавцами, их характеристиках и ценах, представлена на сайте маркетплейса, чтобы удовлетворить потребности покупателей и мотивировать их сделать выбор и оформить заказ. После заполнения каталога и завершения SEO–оптимизации продуктов, управление и поддержание работы торговой площадки не требуют специальной подготовки и занимают небольшое количество времени. Продажи на маркетплейсах позволяют предпринимателям совмещать основной бизнес с дополнительными проектами.

Далее представлены ключевые преимущества и недостатки работы на маркетплейсах для организаций, рассмотренные в работе Шендрик П. В. «Теоретические особенности функционирования маркетплейсов» [51]:

«Преимущества:

1. Продавец может экономить на рекламе и развитии своего бизнеса, например, на стадии построения бизнеса. Ведь продажа через маркетплейсы



позволяет даже не содержать своего сайта. То есть, по большому счёту, любой человек может купить недорого товар за рубежом, и с минимальной накруткой сдать его на маркетплейс, имея необходимость лишь нанять дистанционного бухгалтера, а также сделать карточки товара для своего продукта (для размещения на сайте).

2. Начав работу с маркетплейсом, продавец может получить для себя сразу большую, лояльную к нему аудиторию торговой площадки, которая будет рассматривать его предложение. Это также экономит много ресурсов, которые необходимо было бы потратить на «раскрутку» бренда, а также написание, поддержание и развитие интернет-сайта.

3. Сформированное доверие покупателей. Так, маркетплейсы – это официальная, большая, дорогая в разработке торговая площадка, на которой гарантируется оптимальная и безопасная доставка товара или услуги, то есть обычно покупатель не боится совершать на ней покупки, потому что стоимость создания, раскрутки бренда маркетплейса гораздо дороже, чем стоимость любого, даже самого дорогого товара, и маркетплейс в связи с этим заинтересован в том, чтобы клиент был полностью удовлетворён взаимодействием с его платформой. Итак, необходимо понимать, что при создании и развитии собственного интернет-магазина у компании уходит огромное количество финансовых, людских, иных средств и сил, для того чтобы создать своему сайту доверие, сформировать позитивный образ продукта. Все это не нужно при продаже через каналы маркетплейса.

4. Расширение ареала продаж. Ещё одним «плюсом» маркетплейсов является возможность развить географию своих продаж. Продавец может продавать свой товар по всей стране, не тратя лишних финансовых ресурсов на рекламу, открытие складов продукции в городах продаж. За него логистику осуществляет маркетплейс.

5. Повышение среднего чека. Повышение среднего чека – это то, к чему стремится любой магазин. И если продавец в магазине может забыть, либо быть негативно воспринятым при попытке продать дополнительные

аксессуары клиенту с основной покупкой, то система маркетплейсов всегда автоматически предлагает дополнительные товары к основной покупке, что приводит к увеличению суммы заказа у продавца. Например, к обуви будет предложено купить крем для ухода за обувью, подобрать подходящий по цвету шарфик.

6. При работе с маркетплейсами некоторые аспекты работы предпринимателя ложатся на специалистов маркетплейса. Например, для развития собственного интернет-магазина продавцу необходимо грамотно создать «корзину», либо привязать платёжную систему к сайту. Необходимо зарегистрировать платёжный терминал в налоговой службе. И таких моментов огромное множество, — и многие из них становятся неактуальными при продаже товара продавцами через маркетплейс.

Недостатки:

1. Ценовая конкуренция. Сегодня ценовая конкуренция на различные товары — чуть ли не основная причина разрыва работы с маркетплейсами со стороны продавцов. Существует даже обвинение по отношению к маркетплейсам о том, что они директивно заставляют своих продавцов снижать цены на тот или иной товар, шантажируя их разрывом договора с площадкой.

Действительно, на маркетплейсах сегодня можно увидеть огромное количество однотипных товаров. Естественно, что продавцы не хотят снижать цену товара, а маркетплейсы получают прибыль в виде процентов от продаж. То есть, маркетплейс вовсю заинтересован в увеличении продаж товара, то есть повышении объёма выручки.

2. Невыгодные условия сотрудничества. Маркетплейсы получают свою прибыль, как было уже сказано выше, за счёт процентов от продаж продавцов, зарегистрированных на них. При этом, этот процент может варьироваться от 3 до 20%. Но самое важное состоит в том, что маркетплейс очень часто требует в ультимативной форме предоставлять скидки при различных акциях, которые проводит маркетплейсы для повышения продаж товаров,

размещённых на них. При этом, в договоре обычно записано что в случае отказа от снижения цены маркетплейс может снизить рейтинг товара, либо понизить его ротацию, что приводит к уменьшению покупок товара.

3. Условия работы с продавцами. Точно также, администрация маркетплейса может в одностороннем порядке, что записано у них в договоре, менять условия сотрудничества с продавцами. Либо предупреждение о таких изменениях доводится до клиентов всего лишь за несколько дней до их введения. Зачастую, это приводит к массовой блокировке клиентов, что не так давно можно было наблюдать на примере маркетплейса Wildberries.

4. Виды договоров на продвижение товаров на маркетплейсах предусматривают потерю доступа к своему товару. Это значит, что продавец не может сам назначать периоды проведения скидочных акций, а также отслеживать упаковку и доставку товара до потребителя. Следует понимать, что при возникновении претензий у покупателей по этим вопросам, будут обращения именно к продавцу, а не к маркетплейсу.

5. Отсутствие лояльности к конкретному продавцу.»

Чтобы производственное предприятие эффективно развивалось на онлайн-платформе, необходимо определить приоритетность маркетплейса, где приоритетностью является относительная важность исследуемого объекта по определенным показателям. Многие авторы считают, что, выбирая маркетплейс, следует: уделить особое внимание упаковке и доставке товаров; изучить правила маркетплейса, которые не всегда выгодны продавцам, и комиссию с оплаты заказа; обратить внимание на конкурентов с аналогичной продукцией и ознакомиться с информацией о полном контроле со стороны торговой площадки.

На рисунке 2 представлен сравнительный анализ объема продаж через маркетплейсы и собственный интернет-магазин по данным Data Insight [33]. Он показывает различие между объемом продаж через маркетплейсы и через собственный магазин путем сравнения ответов анкетирования людей, имеющих опыт в этих сферах.



Рисунок 2 – Сравнение изменения объема продаж через маркетплейсы и собственный интернет-магазин

Общую картину популярности товарных категорий приводит агентство Data Insight [33] за 2022 на рисунке 3.

	AliExpress Россия	Wildberries	Ozon	Яндекс Маркет	СберМегаМаркет
Электроника и техника	46%	25%	38%	51%	39%
Одежда и обувь для взрослых	29%	65%	24%	22%	17%
Автотовары	34%	25%	30%	37%	26%
Товары для дома и дачи	46%	53%	40%	45%	35%
Товары для ремонта и строительства	22%	24%	26%	36%	25%
Книги, диски	19%	32%	31%	29%	24%
Детские товары, включая одежду	31%	54%	29%	28%	25%
Косметика, парфюмерия	23%	45%	30%	27%	26%
Зоотовары	22%	39%	30%	34%	27%
Товары для занятий спортом	36%	42%	31%	33%	25%
Продукты питания (без учета готовой еды)	6%	20%	21%	22%	21%
Канцтовары, товары для хобби и творчества	34%	43%	32%	35%	29%
Лекарства и другой аптечный ассортимент	6%	13%	14%	15%	16%
Затрудняюсь ответить	34%	24%	24%	38%	44%

Рисунок 3 – Процент продавцов в разных товарных категориях на пяти популярных маркетплейсах

Сейчас на российских маркетплейсах можно выделить следующие популярные товарные категории:

- Электроника - смартфоны, планшеты, наушники, телевизоры и другие гаджеты.
- Одежда, обувь и аксессуары - категория, которая включает в себя как брендовую, так и массовую одежду, обувь, аксессуары для мужчин, женщин и детей.

- Косметика и парфюмерия - все необходимое для ухода за собой, от средств для ухода за кожей и волосами до духов и туалетной воды.
- Товары для дома и быта - категория, которая включает в себя мебель, бытовую технику, посуду, текстиль и многое другое.
- Спортивные товары - категория, заполненная спортивными товарами, включая одежду, обувь, аксессуары и все, что нужно для тренировок.
- Продукты питания и товары для домашних животных - категория, включающая в себя все необходимое для питания и ухода за домашними животными.
- Игрушки и товары для детей - категория, включающая игрушки, одежду, обувь и другие товары для детей всех возрастов.

Каждая из этих категорий является конкурентной на маркетплейсах, поэтому продавцам приходится вести активную борьбу за покупателей.

Ниже представлены аналитические данные из научной статьи Жоховой В. В. «Роль маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия», где представлено количество посещений маркетплейсов в 2022 году (рисунок 4) [27].

#### **Количество посещений маркетплейса**

Маркетплейс	Количество посещений, человеко-день
WildBerries	8 187 097
Ozon	5 722 581
Яндекс.Маркет	5 119 355

Рисунок 4 – Количество посещений маркетплейсов в 2022 году

Также, немаловажным фактором для выхода на маркетплейс является его политика сотрудничества с продавцами. Договорная политика маркетплейса с продавцами. Собственно, особенности договорной политики данных интернет-площадок являются производным от особенностей маркетплейсов и их отличий от интернет-магазинов. Отличие номер «один» – маркетплейсы торгуют не

своим товаром, у них нет складов или «шоурумов». Второе отличие: собственные отработанные механизмы оплаты и доставки. То есть, площадка маркетплейса не несет ответственности за качество купленного потребителями товара.

Администрация маркетплейса реализует силами программного обеспечения и программистов веб-сайт и приложение к нему (в большинстве случаев), который помогает потребителю в доступной для них форме заказать какую-либо услугу, либо приобрести необходимой продукт.

Также администрация маркетплейса поддерживает и включает в работу сайта удобную систему оплаты товаров, где комиссия обычно взывается с продавца, а не с покупателя.

Также, наконец, администрация маркетплейса разрабатывает логистическую схему доставки товаров в разветвленную сеть пунктов выдачи. Обычно, сумма доставки включается в комиссию оплаты.

Так как эти три пункта, рассматриваемые воедино, зачастую являются самыми крупными статьями расходов на организацию онлайн-продаж, то наиболее раскрученные маркетплейсы сегодня расцветают, становясь всё более всеобъемлющими и крупными, за счёт возможности лёгкого выбора, оплаты, и доставки товара до его покупателя.

В работе Шендрик П. В. [51] приведены схемы взаимодействия маркетплейсов и продавца:

1. OZON

- 1) FBO (Fulfillment by Ozon)

Это означает поставку производителем или продавцом товара их на склад Озона с тем, чтобы маркетплейс занимался остальным: это логистика, сборка на складе, упаковка товара отделом доставки, логистика товара до пункта выдачи (или, — ПВЗ).

- 2) FBS (Fulfillment by Seller)

То есть, говоря проще, доставку и всё вышеперечисленное осуществляет сам продавец. Продавец берет товар на своем складе и собирает, упаковывает заказ, передаёт его службе доставки.

### 3) Гибридная модель.

Она объединяет FBO и FBS, то есть одна часть товара может храниться на складе Озона, а вторая часть товара хранится на собственном складе продавца, и оттуда же она и отгружается. Зачастую, это делается, когда среди продаваемых на площадке маркетплейса товаров есть такие, которые запрещены для хранения на складе Озона.

## 2. Wildberries

### 1) FBW (Fulfilled by Wildberries)

В этом случае за хранение и логистику отвечает маркетплейс, продавцу лишь нужно вовремя привозить товар на склад.

Здесь продавец не несёт затраты на склад и персонал, логистика товара осуществляется гораздо быстрее, поскольку маркетплейс как более крупная структура может разработать и испытать большее количество логистических маршрутов заранее. Единственным минусом для продавца товаров в этом случае является отсутствие контроля качества за логистикой товара, что может повлиять (и влияет!) на его сохранность при доставке потребителю. Это очень важный момент, поскольку именно тут можно наблюдать большое количество негативных отзывов, взысканий, а также судебных споров, которые возникают в тех случаях, когда товар при транспортировке потерял свой товарный вид и товарную ценность.

### 2) FBS (Fulfillment by Seller)

Также необходимо отметить, что у Wildberries на сегодняшний день существует и система FBS. В этом случае маркетплейс осуществляет лишь логистику товара. Важно отметить, что при выборе любой модели сотрудничества отличие как у Wildberries, так и у Озона заключается в той сумме, которую маркетплейс удерживает с продавца товара. Также немного отличаются внутренние правила сотрудничества.

### 3) FBS + FBW

Комбинация двух предыдущих схем: в этом случае продавец может распределить товар и продавать часть со склада маркетплейса, а часть – с собственного склада.

3. Yandex.Market. У Яндекса также имеются три модели продаж:

#### 1) Первая модель – FBY (Fulfillment by Yandex).

Здесь продавец, реализующий свои товары на Яндекс–Маркете, сам проводит ценовую политику, также привозит товар на склад. А преимуществами данного вида сотрудничество является отсутствие затрат на склад, на логистику, на рекламу, потому что все это выполняет площадка маркетплейса (рисунок 5).



Рисунок 5 – Схема взаимодействия FBY (Fulfillment by Yandex)

#### 2) Второе – FBS (Fulfillment by Seller).

Данный вид рассмотрен нами выше: продавец сам привозит свой товар на склад, отвечает за упаковку заказов, а также занимается их логистикой. А потом Яндекс–Маркет доставляет заказ конечному покупателю. При этом продавец может расширить ассортимент продаваемых на площадки маркетплейса товаров, поскольку у каждого маркетплейса есть свой перечень товаров, которые не могут находиться (храниться) на их складах.

Эта модель подходит для бизнеса любого размера и географического положения: сортировочные центры и пункты приёма заказов есть в 45 городах России. Продавец хранит товары у себя (на складе, в магазине или, например, в офисе), пока покупатель не закажет их. Тогда продавец собирает заказ,



упаковывает его и отвозит в ближайший сортировочный центр или пункт приёма заказов. Далее доставкой занимается Маркет (рисунок 6).



Рисунок 6 – Схема взаимодействия FBS (Fulfillment by Seller)

### 3) Экспресс-доставка по модели FBS.

В десятках городов можно подключиться к экспресс-доставке Маркета и получать дополнительные заказы. Товары будут отображаться на витрине маркетплейса с бейджем «Доставим за 1–2 часа» и попадут в раздел «Экспресс». Покупатели легко найдут их с помощью фильтра: всё чаще они ищут товары, которые нужны им здесь и сейчас. Главное: продавец должен быть готов за полчаса собрать и упаковать заказ, чтобы передать курьеру-партнёру Яндекса, который сразу повезёт его покупателю (рисунок 7).



Рисунок 7 – Схема взаимодействия – экспресс–доставка по модели FBS

#### 4) DBS (Delivery by Seller)

Маркет привлекает покупателей, продавец самостоятельно работает с заказами. Можно использовать Маркет только как витрину для своих товаров, на которую ежедневно заходят тысячи пользователей. Модель DBS подойдёт, если рядом нет склада, сортировочного центра и пункта приёма заказов, или если вы хотите увеличить продажи в своём регионе. За сборку, упаковку и доставку заказа до покупателя отвечаете вы (рисунок 8).



Рисунок 8 – Схема взаимодействия DBS (Delivery by Seller)

Если подвести итоги различных моделей взаимодействия продавцов товаров с маркетплейсами, то можно отметить, что перед тем, как выбирать модель работы, нужно очень хорошо изучить все варианты. Кроме того, просчитать их рентабельность. И, самое важное – для большего охвата территории нашей страны продавцу зачастую приходится работать по разным схемам со всеми основными игроками в сфере маркетплейсов.

Итак, в первой главе мы рассмотрели сущность понятия «экономическая эффективность», ее теоретический аспект, который изучали многие авторы. Мы структурировали определения и сделали свой вывод о понятии экономической эффективности предприятия, ее важности для оценки успешности компании и факторов, влияющих на нее.

Также, изучая литературу по данной теме, мы выделили основные показатели для оценки экономической эффективности. Эти показатели мы будем

использовать в практической части нашей работы. Мы рассмотрели систему показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия, способы их расчёта и методы оценки. Методы оценки экономической эффективности фирмы являются средством анализа, которые помогают оценить эффективность деятельности фирмы, ее использование ресурсов. Эта оценка помогает определить недостатки, причины снижения того или иного критерия и общего состояния компании, давая возможность принимать обоснованные решения на основе данных, что является одной из задач данной ВКР.

Также, мы отразили роль маркетплейсов для организаций, как раз как инструмента повышения экономической эффективности предприятия. Мы рассмотрели недостатки и преимущества маркетплейсов для продавцов. Также, представили статистику по категориям товаров, продающихся на пяти самых популярных маркетплейсах России, статистику их посещений в 2022 году. Также, мы рассмотрели политику сотрудничества для продавцов с тремя маркетплейсами, которые будут рассматриваться нами во 2 главе. Эти схемы взаимодействия онлайн-площадки и продавца влияют не только на метод доставки или хранения, но и на прибыль от продажи на маркетплейсах. Нашей задачей будет выбрать наилучший вариант сотрудничества для получения наибольшей прибыли.

## **Глава 2. Анализ экономической эффективности деятельности компании ООО «Неллия Плюс»**

### **2.1 Общая характеристика предприятия ООО «Неллия Плюс»**

ООО «Неллия» было создано в марте 2008 года в городе Тольятти Самарской области. Изначально общество состояло из 10 человек. В 2016 году произошла реорганизация в ООО «Неллия Плюс». В настоящее время на ООО «Неллия Плюс» работает 52 человека.

Сегодня «Неллия Плюс» динамично развивающаяся компания. Следуя запросам и требованиям заказчиков, в компании выделены следующие направления производства: столярные и метало-изделия, поролоновые модули, комбинированные модели. Успешный опыт работы позволил расширить географию поставок от Калининграда до Магадана.

ООО «Неллия Плюс» состоит из производственных цехов, склада и администрации. К административной части структуры относится непосредственно руководство ООО «Неллия Плюс».

«Неллия Плюс» – общество с ограниченной ответственностью, учреждено одним физическим лицом, уставной капитал составляет 10 000 рублей.

Основное направление ООО – коммерческая деятельность, т.е. извлечение прибыли, а также расширение рынка товаров и услуг. Сбыт производится через офис, путем приема заявок от покупателей через интернет и телефон, а также путем участия в государственных и муниципальных закупках. Продукция продается напрямую торговым организациям и через посредников.

В ходе своей деятельности предприятие выполняет и другие функции, связанные с доведением товаров до конечного потребителя. К ним относятся: изучение покупательского спроса на товары, формирование товарного ассортимента, реклама, оказание помощи покупателям в выборе товаров.

Осуществляя свои функции, предприятие обеспечивает:

- развитие производства путем организации коммерческой работы по заключению договоров, контрактов, заказов на производство и поставку товаров, тем самым стимулируя процесс производства в части объема и ассортимента выполняемой продукции;

- денежное распределение – путем развития финансово-кредитной системы, установления уровня и соотношения цен на товары путем поддержания баланса между спросом и предложением;

- личное потребление – посредством удовлетворения потребностей населения путем применения различных форм и методов торгового обслуживания, эффективной направленности рекламных и маркетинговых мероприятий.

Главная цель деятельности ООО «Неллия Плюс» – полное и качественное удовлетворение потребностей покупателей и, как следствие, получение максимальной прибыли.

Миссия организации в известной степени влияет на прогноз действия фирмы, который определяется рыночными условиями и выбранным сроком существования фирмы. Миссия — это совокупность стратегий, которые вырабатывает администрация компании для достижения глобальных целей.

Миссию ООО «Неллия Плюс» можно сформулировать как «максимальное удовлетворение покупательского спроса на качественный товар и индивидуальный подход к каждому клиенту».

В рамках данной миссии предприятие предоставило сформулированные цели, стоящие перед ним. Они представлены графически в виде дерева целей (рисунок 9):

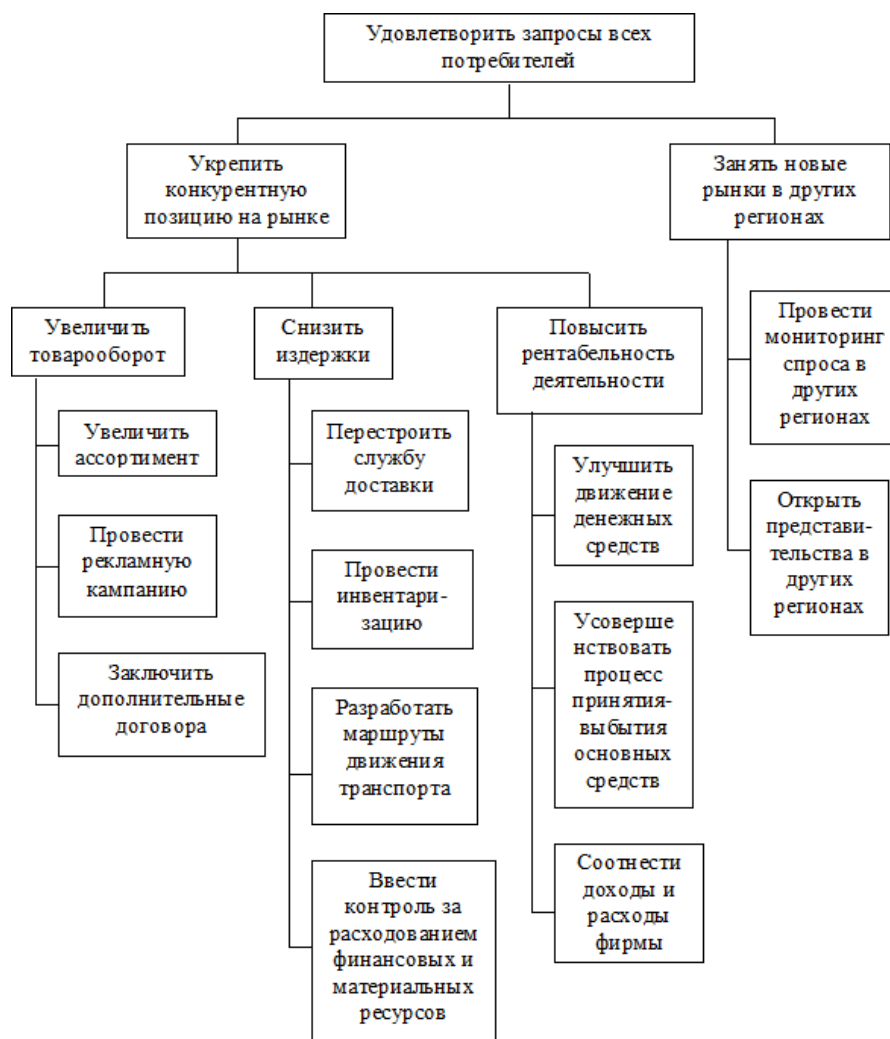


Рисунок 9 - Дерево целей ООО «Неллия Плюс»

Ниже перечислены приоритетные цели ООО «Неллия Плюс», которые предприятие хотело бы достичь до конца 2023 года:

- увеличение объема продаж ассортимента продукции;
- конкурентоспособность цен;
- увеличение доли рынка;
- повышение качества услуг;
- продвижение на рынок новинок;
- поиск путей избегания последствий мировой экономики.

Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Дата регистрации: 29.07.2016.

Статус: действующая организация.

Система налогообложения: упрощенная (УСН 6% - доход менее 200 млн.руб. и кол-во сотрудников менее 130 человек, по данным ФНС России).

Квитанция о приеме налоговой декларации в электронном виде представлена в Приложении А.

Руководит ООО «Неллия Плюс» Пелипенко Елена Валерьевна.

Основные реквизиты представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 - Основные реквизиты ООО «Неллия Плюс»

ИНН	6321414100
КПП	632101001
ОКПО	03878772
ОГРН	1166313119720
ОКФС	16 - Частная собственность
ОКОГУ	4210014 - Организации, учрежденные юридическими лицами или гражданами, или юридическими лицами и гражданами совместно
ОКОПФ	12300 - Общества с ограниченной ответственностью
ОКТМО	36740000001
ОКАТО	36440363 - Автозаводский, Тольятти, Города областного значения Самарской области, Самарская область

На рисунке 10 представлена организационная структура ООО «Неллия Плюс».

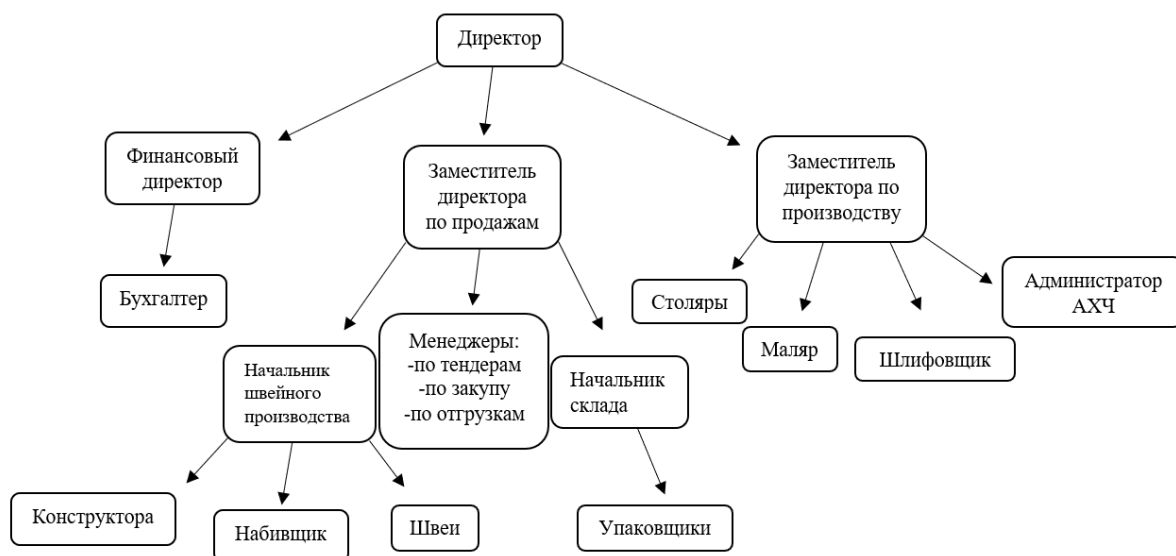


Рисунок 10 – Организационная структура ООО «Неллия Плюс»

Организационная структура ООО «Неллия Плюс» относится к виду линейно-функциональной - модель, при которой процессами управляют линейные и функциональные руководители. В линейном управлении находятся подразделения, каждое из которых выполняет определенную функцию. Линейный руководитель контролирует выполнение по всем направлениям и функциональным блокам. На функциональных руководителях возлагается управление одним или несколькими блоками.

Штат сотрудников организации ООО «Неллия Плюс» состоит из 52 сотрудников и представлен в таблице 2.2, штатное расписание (унифицированная форма № Т-3, форма по ОКУД 0301017) представлено в Приложении Б.

Таблица 2.2 – Штат сотрудников ООО «Неллия Плюс»

Должность	Количество сотрудников
Директор	1
Финансовый директор	1
Заместитель директора по продажам	1
Заместитель директора по производству	1
Бухгалтер	1
Начальник швейного производства	1
Менеджеры:	
-по тендерам	3
-по закупкам	1
-по отгрузкам	1
-офисный менеджер	1
Начальник склада	1
Столяр	6
Маляр	2
Шлифовщик	1
Администратор АХЧ	1
Конструктор	10
Набивщик	9
Швея	8
Упаковщик	2
Итого	52

Функции и обязанности сотрудников ООО «Неллия Плюс» структурированы и кратко изложены в таблице 2.3.



Таблица 2.3 – Функции и обязанности сотрудников ООО «Неллия Плюс»

Должность	Функции и обязанности
Директор	Управление фирмой, контроль за деятельностью и взаимодействием структурных подразделений, ведение переговоров с крупными поставщиками и клиентами
Финансовый директор	Управлять финансами компании, создать и поддерживать систему показателей, которая помогает менеджерам принимать решения. Взаимодействовать с налоговой, банками и контролирующими органами по всем бухгалтерским вопросам.
Заместитель директора по продажам	Разрабатывает новые и адаптирует известные формы и методы продаж. Контролирует доставку или отгрузку товаров покупателям и их своевременную оплату. Анализирует жалобы и предложения покупателей. Анализирует объемы продаж, по результатам анализа разрабатывает предложения руководства предприятия торговли по повышению эффективности продаж.
Заместитель директора по производству	В должностные обязанности заместителя директора по производству входит контроль деятельности подразделений, выпускающих продукцию, а также подготовка распоряжений по вопросам, связанным с модернизацией, стандартизацией и развитием производства.
Бухгалтер	Сотрудник обязан составлять бухотчетность, в том числе пояснения к Балансу и к Отчету о финансовых результатах, вести внутренний контроль за учетом и отчетностью, вести налоговый учет, формировать отчеты по налогообложению, сообщать главбуху об ошибках, проводить финансовый анализ, вести бюджетирование и управление денежными потоками, вовремя архивировать документы.
Начальник швейного производства	Осуществляет руководство производственной деятельностью швейного цеха. Координирует работу мастеров и цеховых служб. Организует текущее производственное планирование, учет, составление и своевременное представление отчетности о производственной деятельности цеха.
Менеджер по тендерам	Анализ процедуры закупок; проверка заключенных контрактов и выполнения обязательств; управление подразделением, отвечающим за проведение закупок; проверка профессиональных навыков сотрудников подразделения; выявление и устранение проблем в процессе госзакупок.
Менеджер по закупкам	Проводит работы по снабжению товарами в необходимом количестве и ассортименте, осуществляет поиск поставщиков, изучает коммерческие предложения от них, обосновывает предложения о привлечении новых поставщиков, осуществляет документальное сопровождение сделок, организует и участвует в сдаче-приемке поставленных товаров.

Продолжение таблицы 2.3

Менеджер по отгрузкам	Осуществляет руководство анализом условий договоров поставок и надежности поставок. Производит разработку бюджета на логистику и обеспечивает его соблюдение. Определяет перевозчика грузов, обеспечивает заключение договоров на перевозку, транспортно-экспедиционное и иное обслуживание, связанное с транспортировкой грузов, производит разработку планов перевозок, обеспечивает документооборот транспортно-технологического процесса, проводит анализ качества перевозки и своевременность доставки грузов.
Офисный менеджер	Обеспечение функционирования офиса, прием и обработка входящей и исходящей корреспонденции, организация встреч, совещаний, переговоров, участие в организации корпоративных мероприятий, выполнение поручений руководства, ведение статистики по продаже и себестоимости товаров.
Начальник склада	Организует и контролирует работу склада по приему, размещению и отпуску ТМЦ; обеспечивает сохранность имущества, поступившего на склад, следит за соблюдением режима хранения; организует погрузочно-разгрузочные работы, с соблюдением норм охраны труда; контролирует порядок оформления и сдачи приходно-расходной документации, учета складских операций; участвует в инвентаризациях.
Столяр	Проводит столярные и ремонтные работы в соответствии с требуемыми критериями, чистит деревянные поверхности, а также готовит их к дальнейшей обработке, проводит расчеты, использует в работе чертежи и эскизы.
Маляр	Осуществлять покрасочные работы всех видов поверхностей, соблюдать правила пожарной безопасности, соблюдать правила охраны труда, подчиняться правилам внутреннего распорядка, который установлен на предприятии
Шлифовщик	Подготовка зуборезных инструментов; шлифовка различных плоскостей деталей; нарезка рифлений; полировка деталей; снятие контрольно-измерительных показаний; проведение плановых ТО.
Администратор АХЧ	Определяет качественные и количественные затраты, необходимые в рамках сервисного обслуживания или для устранения неисправностей мебели, офисного и бытового оборудования, определяет целесообразность проведения сервисного обслуживания или ремонта мебели, офисного и бытового оборудования, контролирует сроки гарантии и сервисного обслуживания мебели и оборудования, организует сервисное обслуживание или ремонт мебели, офисного и бытового оборудования

### Окончание таблицы 2.3

Конструктор	Разрабатывает эскизные, технические и рабочие проекты особо сложных, сложных и средней сложности изделий, составляет кинематические схемы, общие компоновки и теоретические увязки отдельных элементов конструкций на основании принципиальных схем и эскизных проектов, проверяет рабочие проекты и осуществляет контроль чертежей по специальности или профилю работы, снимает эскизы сложных деталей
Набивщик	Набивка поролоном кожаных изделий с равномерным распределением поролона и соблюдением требуемой формы и веса.
Швея	Выполнение на машинах или вручную сложных операций по пошиву изделий из различных материалов, устранение мелких неполадок в работе обслуживаемых машин, контроль соответствия цвета деталей, изделий, прикладных материалов, ниток.
Упаковщик	Он обязан выполнять фасовку, разборку и упаковку продуктов в различные упаковочные элементы. Работник занимается следующими действиями: фасовка полуфабрикатов и готовой продукции в тару, завертывание товара в оберточный материал, ручная укладка предметов, изделий и деталей, протирка и обертывание товаров и элементов, которые подлежат укладке в упаковочный материал.

Основным видом деятельности ООО «Неллия Плюс» по ОКВЭД является оптовая торговля прочими бытовыми товарами, также предприятие ООО «Неллия Плюс», функционирует в сфере производства: столярных и металлоизделия, поролоновых модулей, комбинированной мебели, оптовой торговли детскими и спортивными товарами. Но, помимо этого, можно выделить следующие виды деятельности организации (таблица 2.4):

Таблица 2.4 – ОКВЭД ООО «Неллия Плюс»

31.09	Производство прочей мебели
32.40	Производство игр и игрушек
46.13	Деятельность агентов по оптовой торговле лесоматериалами и строительными материалами
46.36	Торговля оптовая сахаром, шоколадом и сахаристыми кондитерскими изделиями
46.37	Торговля оптовая кофе, чаем, какао и пряностями
46.38	Торговля оптовая прочими пищевыми продуктами, включая рыбу, ракообразных и моллюсков
46.41	Торговля оптовая текстильными изделиями
46.42	Торговля оптовая одеждой и обувью

#### Окончание таблицы 2.4

46.42.12	Торговля оптовая нательным бельем
46.49.42	Торговля оптовая играми и игрушками
46.73	Торговля оптовая лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием
46.75	Торговля оптовая химическими продуктами
46.90	Торговля оптовая неспециализированная
47.51	Торговля розничная текстильными изделиями в специализированных магазинах
47.52	Торговля розничная скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах
47.71	Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах
47.72	Торговля розничная обувью и изделиями из кожи в специализированных магазинах
47.78	Торговля розничная прочая в специализированных магазинах

Выпускаемая продукция предназначена для детей и взрослых и делится на несколько категорий:

##### 1) Мягкие модули

Игровые мягкие модули — это детские мягко набивные конструкторы. Разнообразие модулей по форме и цвету позволяет создать детское игровое оборудование, которое способствует сенсорному и познавательному развитию детей. Во время игр у детей развиваются творческие способности и пространственное мышление. Играя с модулями, дети начинают ориентироваться в таких свойствах предмета, как форма и величина. Игровые модули развивают способности ребенка избирательно относиться к цвету.

Строительные конструкторы из мягких модулей позволяют ребенку реализовать все, что подскажет ему собственное воображение. Мягкие строительные наборы идеально подходят для использования в детских садах и других дошкольных учреждениях.

Мебель из мягких модулей – легко трансформирующаяся травмобезопасная модульная детская мебель, может быть использована как для оформления интерьера, так и для организации ролевых игр детей.

Как наборы, так и самостоятельные элементы детской мебели прекрасно подходят для оформления детских игровых зон.

Спортивные мягкие модули, при использовании на физкультурных занятиях, развивают чувство равновесия и координацию движения, ловкость, умение ориентироваться в пространстве, а также формируют способность к сотрудничеству и взаимодействию.

Игровые спортивные комплексы из мягких модулей для детей изготовлены из высококачественных материалов с использованием гипоаллергенной искусственной кожи ярких цветов. Они хорошо выдерживают нагрузку, не теряя при этом своей первоначальной формы, легко очищаются моющими гигиеническими средствами.

Мягкие модули хорошо подходят для оборудования игровых комнат, детских зон отдыха и спортивных, физкультурных залов

Дидактические модули развивают у детей мелкую моторику рук, внимание, речь. Детские развивающие дидактические модули способствуют сенсорному и познавательному развитию ребенка.

С помощью дидактических игрушек и игр из мягких модулей, малыши в увлекательной форме учатся застегивать пуговицы и молнии, а также завязывать шнурки. Яркие мягкие кубики научат детей буквам, цифрам, знакам сложения и вычитания. Основное достоинство дидактических мягких модулей в том, что процесс получения знаний и навыков ребенком воспринимается как увлекательная игра и не вызывает протеста.

## 2) Сухие бассейны с шариками для детей.

В настоящее время сухие бассейны с шариками - самый распространённый элемент игрового оборудования для лечебно-образовательных учреждений, детских развлекательных и реабилитационных центров. В квартирах, домах и на дачах часто используются в качестве безопасного манежа. Сухие бассейны идеальны для детских уголков, игровых комнат, физкультурных залов. Ведь сухой бассейн может служить средством для развития и коррекции нарушений дыхания, координационных способностей не только у детей, но и у взрослых. В зависимости от целей занятий в бассейне можно достичь эффекта расслабления

(релаксации) или наоборот повышения двигательной и эмоциональной активности.

### 3) Мебель (фанера)

Кухонный уголок, парикмахерская, салон красоты, больница, магазин, аптека, мастерская, театр – такие наборы необходимы для ролевых игр. Играя, дети познают жизнь, учатся обращаться с игрушечной посудой и инструментами, что в дальнейшем находит применение в жизни. Игровая мебель надолго занимает детей, способствует развитию воображения, позволяет взаимодействовать друг с другом, благодаря чему дети учатся договариваться, решать конфликты.

### 4) Детская мягкая мебель

Игровая в детском саду обязательно должна включать мягкую мебель: детские диваны, кресла, пуфики, скамейки со спинками, комплекты с журнальными столиками, за которыми удобно играть и общаться. Отдать предпочтение лучше модулям с обивкой из виниловой кожи: она износостойкая, отлично сохраняет цвет и легко моется. Хорошо зарекомендовала себя бескаркасная мебель-конструктор – добавляя или убирая модули, можно превратить диван в кресло, линейное изделие – в угловое, изменить размеры элементов.

### 5) Развивающее оборудование

Тактильно-развивающее оборудование для детей от компании «Неллия Плюс» может использоваться как в сенсорных, так и в игровых комнатах практически в любых детских и специальных учреждениях. Тактильные панели отличаются простотой в эксплуатации, доступной ценой и отличной функциональностью.

Основное назначение таких панелей – стимуляция тактильных ощущений и развитие мелкой моторики, но отдельные модели имеют и свои уникальные особенности. Например, акустическая тактильная панель, в состав которой помимо тактильных материалов и игровых элементов входят музыкальные инструменты.

Тактильное оборудование – это современный и эффективный способ для всестороннего развития детей как дома, так и в ДОУ. Модели разнообразны по способам воздействия на органы чувств ребенка, это могут быть, как планшет для рисования песком, так и бизиборды в виде животных, машин, домов, с различными закрепленными аксессуарами. В результате игр с тактильными игрушками ребенок развивает визуальное восприятие, тренирует мелкую моторику, учится отличать на ощупь различные материалы и предметы, учится понимать логику работы простых игровых механизмов и интерактивного взаимодействия. Также ребенок развивает зрительную память, интерес к творческой и познавательной деятельности, воображение, фантазию.

#### б) Спортивное оборудование

Мебель в игровой уголок для детского сада отлично дополняют мягкие горки и дуги, коврики для ходьбы, полосы препятствий, классики и прочий спортивный инвентарь. Наличие таких элементов позволит организовать безопасную двигательную активность детей и обеспечит гармоничное физическое развитие.

#### 7) Песочная терапия

Песочная терапия используется психологами, логопедами и педагогами в работе с детьми. Рисование песком, лепка фигур из кинетического песка, игра в песочнице – все эти техники вызывают интерес у ребенка, делая процесс психокоррекции не только эффективным, но и увлекательным.

Компания «Неллия Плюс» предлагает песочницы, световые столы для рисования песком собственного производства, а также песок различных цветов и фракций. Оборудование для песочной терапии, изготовленное нашей компанией, отличается повышенной влагоустойчивостью и износостойкостью.

#### 8) Аттракционы и игры

Компания "Неллия Плюс" осуществляет производство аттракционов из мягких модулей. Командные аттракционы дарят отличное настроение взрослым и детям. Они помогут провести время нестандартно, активно, весело. Такие аттракционы используются для организации различных развлекательных мероприятий.

Так же компания изготавливает аттракционы согласно эскизу, цвету заказчика, в том числе могут нанести необходимый логотип.

#### 9) Маты и зоны

Игровые маты — это мягкие модули для игр и занятий с детьми, физической культуры и спорта, медико-социальной реабилитации. Маты из поролона и винилискожи — это маты из экологически чистых, ярких, долговечных материалов, имеющих гигиенические сертификаты.

Рекомендованы для оборудования игровых комнат, детских зон отдыха и спортивных, физкультурных залов.

Подвижные игры на детских безопасных матах способствуют развитию игровой деятельности у детей, фантазии, творческого мышления, благоприятно воздействуют на физическое, эмоциональное и психическое здоровье мальчиков и девочек.

#### 10) Продукция для реабилитации

Оборудование реабилитации для детей с ограниченными возможностями и восстановления после травм. Так, в ассортименте ООО «Неллия Плюс» представлены:

- Вертикализаторы.
- Тренажеры координации и баланса.
- Тренажеры для восстановления навыков ходьбы.
- Системы для тренировки крупной и мелкой моторики.
- Комбинированные (для верхних и нижних конечностей).
- Активные тренажеры (для самостоятельной ходьбы, бега, велотренажеры).

#### 11) Сенсорно-динамический зал, мягкие модули и оборудование для сенсорной комнаты

Сенсорные комнаты, оборудованные в медицинских и образовательных учреждениях, предназначены прежде всего для развития и нормального функционирования нервной системы, отвечающей за правильную реакцию организма на внешние раздражители. Стимулирование органов чувств, в



качестве которых выступают органы зрения, обоняния, осязания, слуха, вестибулярной системы, приводит к образованию новых нервных клеток и их связей в мозге ребенка.

## 12) Интерактивные комплексы

Интерактивная песочница позволяет детям с интересом исследовать окружающее пространство. Это целый комплекс, наделённый преимуществами дополненной реальности. Малыши получают возможность создавать собственный мир, в котором есть горы, моря и равнины. Это помогает им в изучении географии, фигур, оттенков, тренирует логику и память. Улучшается ориентация в пространстве и уровень общего развития.

Интерактивные песочницы очень просто превратить в интерактивные столы. Они выпускаются в различных размерах и формах. Дополнительно прилагается программный комплекс, содержащий весёлые игры и развивающие занятия для детей.

## 13) Интерактивный пол «MAGIUM»

С Magium обычные полы становятся интерактивной поверхностью. Заниматься могут дети любого возраста и уровня физического развития. При этом принимаются во внимание индивидуальные особенности каждого. Такой интерактивный пол откликается не только на надавливания. Он способен определить габарит и цвет геометрической фигуры, рост ребенка, его движения. Рекомендован специалистами для детского сада, центров раннего развития, школ.

Magium дает возможность проведения командных игр для детей в группах до двадцати человек. Педагог с его помощью с легкостью может разнообразить процесс обучения. Интерактивное поле полностью безопасно, устойчиво к воздействиям извне.

Прайс-лист, устав предприятия и сертификация предоставлены в Приложениях В, Г и Д соответственно.

15-летний опыт работы помогает подобрать необходимое оборудование по ФГОС. Также в ассортименте компании огромный перечень товаров других

производителей. Заказывая продукцию в одном месте, не привлекая множество поставщиков, получается экономия и упрощение процесса оснащения учреждения.

Компания ориентируется на продукции, которая имеет спрос практически всегда. Товары для детей, развивающие товары, товары для реабилитации, все это является не сезонным товаром, и при достаточно хорошей маркетинговой стратегии компания может выходить на высокие уровни продаж.

## **2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности организации ООО «Неллия Плюс».**

На основе отчета о финансовых результатах и бухгалтерского баланса проанализируем показатели производственно-финансовой деятельности предприятия через динамику основных технико-экономических показателей предприятия в таблице 2.5. Отчет о финансовых результатах 2022 г. представлен в Приложении Е. Бухгалтерский баланс за 2022 г. представлен в Приложении Ж.

Исходя из анализа видно, что выручка организации в 2021 году по сравнению с 2020 годом уменьшилась на 53 817 000 рублей, а это - 36,14%, но в 2022 году по сравнению с 2021 годом появилась положительная динамика и выручка составила 111 411 000 рублей, увеличение которой произошло на 17,18%. Наглядные данные о выручке представлены в таблице 2.10 и на рисунке 2. Себестоимость организации ООО «Неллия Плюс» в динамике 2020-2021 годов уменьшилась на 11,37%, а в 2022 году практически не изменилась.

Таблица 2.5 - Анализ основных экономических показателей деятельности предприятия ООО «Неллия плюс»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020, тыс. руб.	Относительное отклонение 2021 к 2020, %	Темп прироста 2021 к 2020, %	Абсолютное отклонение 2022 к 2021, тыс. руб.	Относительное отклонение 2022 к 2021, %	Темп прироста 2022 к 2021, %
1	Объем реализации продукции (выручка), тыс. руб.	148 893	95 076	111 411	-53 817	63,86	- 36,14	16 335	117,18	17,18
2	Полная себестоимость, тыс. руб.	98 577	87 367	86 704	-11 210	88,63	- 11,37	337	100,39	0,39
3	Прибыль от продаж, тыс. руб.	74 393	11 409	30 080	- 62 984	15,34	- 84,66	18 671	263,7	163,7
4	Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	50 412	6 449	23 783	- 43 963	12,8	- 87,2	17 334	368,79	268,79
5	Прочие доходы, тыс. руб.	342	590	793	248	172,51	72,51	203	134,4	34,4
6	Прочие расходы	246	1 850	1 717	1 604	752	652	- 133	92,81	- 7,19
7	Текущий налог на прибыль, тыс. руб.	945	941	1 150	-4	99,58	- 0,42	209	122,21	22,21

Окончание таблицы 2.5

8	Чистая прибыль (убыток), тыс.руб.	49 467	5 508	22 633	- 43 959	11,13	-88,87	17 125	410,9	310,9
9	Затраты на 1 рубль реализации = С/В, руб	0,66	0,92	0,78	0,26	139,4	39,4	- 0,14	84,8	- 15,2
10	Рентабельность продукции, %	51,04	8,82	28,5	- 42,22	17,3	- 82,7	19,68	323,13	223,13
11	Рентабельность реализации или продаж, %	49,96	12	27	- 37,96	24,02	- 75,98	15	225	125
12	Рентабельность капитала, %	49,05	6,13	17,08	-51,1	14,41	- 85,59	10,95	278,63	178,63

Чистая прибыль организации в 2021 году критически уменьшилась на 88,87%, но уже в 2022 году мы видим прирост на 17 125 000 рублей, а это 310,9%. Эти изменения говорят о нестабильности прибыли организации. Это можно обусловить некоторыми экономическими и политическими факторами. Специфика предприятия в том, что оно работает в большей степени по госзаказам, которые ориентируются на планирование. В 2020 году был карантин, и большинство людей было на удаленной работе, также не было известно будущее, чтобы точно спланировать и спрогнозировать ситуацию. Поэтому выделенные деньги не тратились на детское оборудование, а откладывались для непредвиденных обстоятельств и затрат. Заказы поступают чаще всего в конце года (из-за выделения государством средств) и в качестве выручки, поступившие средства признаются в следующем календарном году. Таким образом, 2021 год стал проверочным и осторожным годом после пандемии. Наглядно изменения чистой прибыли представлены на рисунке 11.

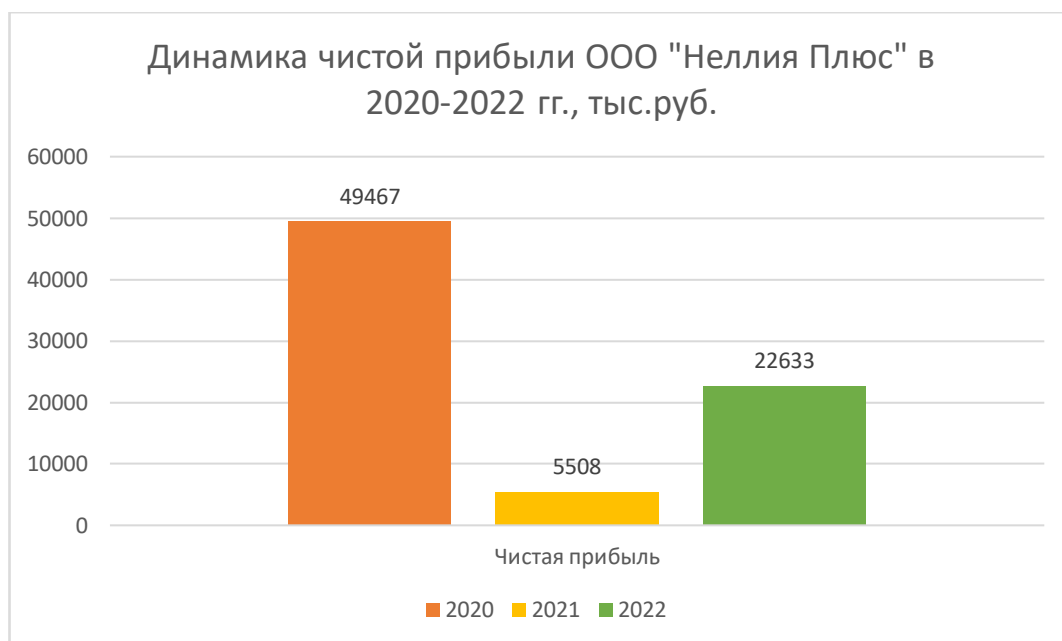


Рисунок 11 – Динамика чистой прибыли ООО «Неллия Плюс» в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Увеличение в 2021 и 2022 годах по сравнению с 2020 годом и приближенность к единице показателя «затраты на 1 рубль реализации», говорит о снижении рентабельности предприятия, увеличении затрат на произведенную

продукцию (увеличение цен на материалы). Здесь же мы произвели расчеты нескольких показателей рентабельности, а именно рентабельности продукции, продаж и капитала. Действительно, 2020 год самый показательный из трех (рисунок 12).



Рисунок 12 – Динамика рентабельности ООО «Неллия Плюс» в 2020-2022 гг., %

Проанализируем выручку предприятия ООО «Неллия Плюс» через динамические ряды, расчеты представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Анализ выручки через динамические ряды

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Товарооборот, сопоставимый ценам, тыс. руб.	74 299	66 642	110 141	148 893	95 076	111 411
Базисный темп роста, %		89,7	148,2	200,4	128	149,95
Цепной темп роста, %		89,7	165,3	135,2	63,86	117,18
Абсолютный прирост, тыс. руб.		- 7 657	43 499	38 752	- 53 817	16 335
Темп роста, %		89,7	165,3	135,2	63,86	117,18
Темп прироста, %		-10,3	65,3	35,2	- 36,14	17,18

Как мы видим, выручка предприятия нестабильна. Резкие изменения выручки на 65,3 % и 35%, резкое увеличение на 43 499 тыс. руб., и резкое снижение на 53 817 тыс. руб., можно аргументировать спецификой работы предприятия с государственными заказами и нестабильностью экономики страны в последнее время. Мировые экономические факторы напрямую влияют на показатели выручки данного предприятия и ставят его в непостоянное положение, что влияет на показатели прибыли и рентабельности.

Изменения выручки компании ООО «Неллия Плюс» и её динамика в денежном соотношении за 2017-2022 гг. представлены на рисунке 13.



Рисунок 13 – Соотношение показателей выручки за 2017-2022 гг., тыс. руб.

Для наглядного оценивания динамики выручки, мы составили диаграмму, показывающую темпы прироста выручки компании ООО «Неллия Плюс» на рисунке 14.



Рисунок 14 – Динамика темпов прироста выручки ООО «Неллия Плюс» за 2017-2022 гг., %

На рисунке мы видим, что выручка достаточно сильно скачет и не стабильна, как было сказано ранее. Самый успешный рост был в 2019 году и составил прирост в 65% по сравнению с предыдущим годом. Самым неудачным годом мы считаем 2021 год, где выручка по сравнению с прошлым (2020) годом снизилась на 36,14 %.

Нами был проведен анализ выручки по категориям (Государственные заказы и коммерческие заказы (ООО/ИП)), рисунок 15.

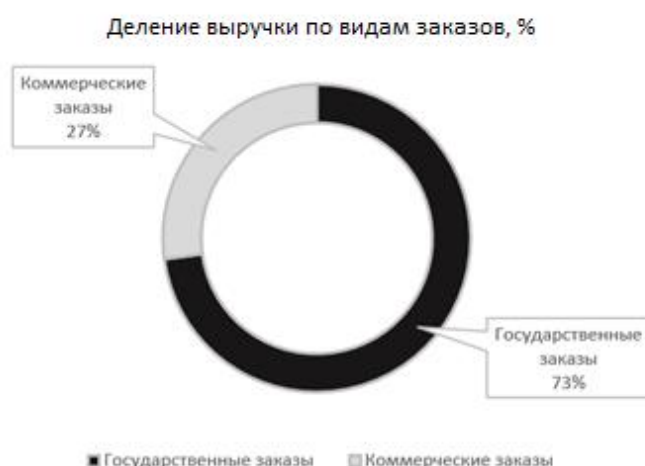


Рисунок 15 – Деление выручки по категориям заказов 2021-2022 гг., %



На рисунке мы видим, что компания в большинстве своем ориентирована на аукционы и государственные заказы. Это объясняет рост дебиторской задолженности (несвоевременная выплата государством денежных средств для учебных и других учреждений) и снижение выручки, так как экономические и политические события 2020-2022 гг. существенно повлияли на деятельность множества компаний и их сотрудничество с государством.

В таблице 2.7 мы произвели анализ показателей использования трудовых ресурсов ООО «Нелли Плюс».

На предприятии должен проводиться анализ соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.

Опережающий рост производительности труда по сравнению с ростом средней заработной платы говорит о соблюдении рациональных экономических пропорций. Если этот принцип не соблюдается, то происходит перерасход ФЗП, повышение себестоимости продукции и снижение суммы прибыли.

Расчет коэффициента опережения роста производительности труда над ростом заработной платы.:

$$\begin{aligned} \text{К. опережения роста производительности труда над ростом з. п. 2021} &= \\ &= \frac{\text{Индекс ГВ}}{\text{Индекс ЗП}} = \frac{\text{Произв. труда 2021}}{\text{Произв. труда 2020}} \div \frac{\text{Среднегод. з. п. 2021}}{\text{Среднегод. з. п. 2020}} = \\ &= \frac{1\,828,38}{2\,977,86} \div \frac{360\,000}{330\,000} = 0,56 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{К. опережения роста производительности труда над ростом з. п. 2022} &= \\ &= \frac{\text{Индекс ГВ}}{\text{Индекс ЗП}} = \frac{\text{Произв. труда 2022}}{\text{Произв. труда 2021}} \div \frac{\text{Среднегод. з. п. 2022}}{\text{Среднегод. з. п. 2021}} = \\ &= \frac{2\,142,52}{1\,828,38} \div \frac{396\,000}{360\,000} = 1,06 \end{aligned}$$

Расчеты показывают, что в 2021 году коэффициент опережения равен 0,56, т.е. производительность труда и заработная плата изменяются в разном темпе. Мы видим в 2021 году увеличение среднегодовой заработной платы на 3 000 рублей, в то время как производительность труда снизилась на 61,4% по сравнению с 2020 годом.

Таблица 2.7 - Анализ показателей использования трудовых ресурсов деятельности предприятия ООО «Неллия Плюс»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020, тыс. руб.	Относительное отклонение 2021 к 2020, %	Темп прироста 2021 к 2020, %	Абсолютное отклонение 2022 к 2021, тыс. руб.	Относительное отклонение 2022 к 2021, %	Темп прироста 2022 к 2021, %
1	Объем реализации продукции (выручка), тыс. руб.	148 893	95 076	111 411	-53 817	63,86	- 36,14	16 335	117,18	17,18
2	Численность работающих, чел.	50	52	52	2	104,00	4,00	0	100	0
3	Среднемесячная з/п работающего, руб.	27 500	30 000	33 000	2 500	109	9	3 000	110	10
4	Среднегодовая з/п работающего, руб.	330 000	360 000	396 000	30 000	109	9	36 000	110	10
5	Производительность труда, руб./чел.	2 977,86	1 828,38	2142,52	- 1 149,48	61,4	- 38,6	314,14	117,2	17,2
6	Индекс заработной платы, руб.	-	1,09	1,1	-	-	-	0,01	101	1
7	Индекс ГВ, руб.	-	0,614	1,17	-	-	-	0,556	190,6	90,6
8	К-т опережения роста ГВ над ЗП	-	0,56	1,06	-	-	-	0,5	189,3	89,3
9	Экономия (перерасход) по ФЗП, млн.руб.	-	+ 8,175	- 1,31	-	-	-	-	-	-

В 2022 году коэффициент опережения равен 1,06, это означает, что производительность труда и среднегодовая заработная плата растут одинаковыми темпами.

На рисунке 16 мы наглядно изучим темпы прироста двух этих показателей, чтобы перейти к оценке такого показателя как коэффициент эластичности.

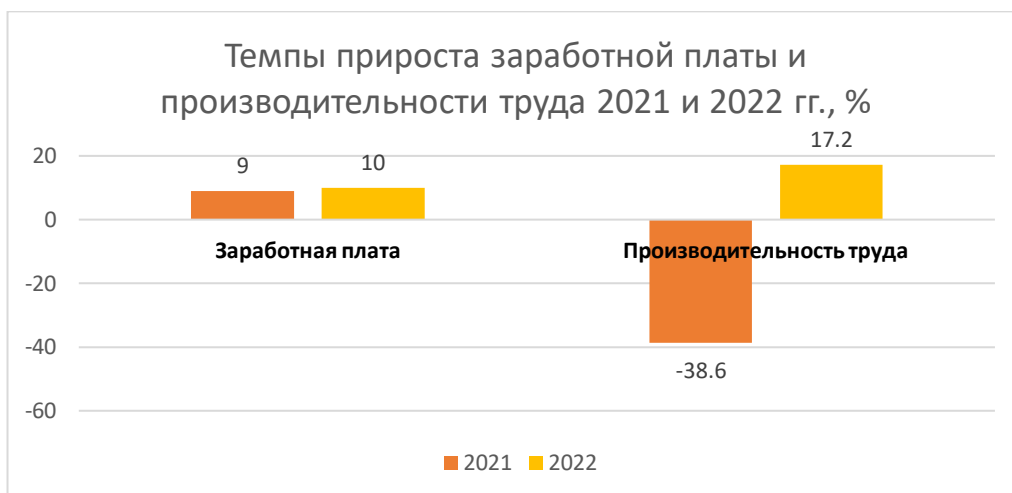


Рисунок 16 – Темпы прироста заработной платы и производительности труда в 2021 и 2022 гг., %

Зарплата увеличивается с каждым годом на 9-10%, это хороший показатель, который говорит о том, что компания старается придерживаться индексации заработной платы. Компания ценит своих сотрудников, а сотрудники ценят компанию, об этом, в свою очередь, говорит такой показатель как производительность труда. В 2022 году этот показатель возрос на 17,2%, а 2021 можно считать просто неудачным, выводы о котором мы сделали выше. На рисунке 17 мы представили наглядную динамику производительности труда за 3 года.

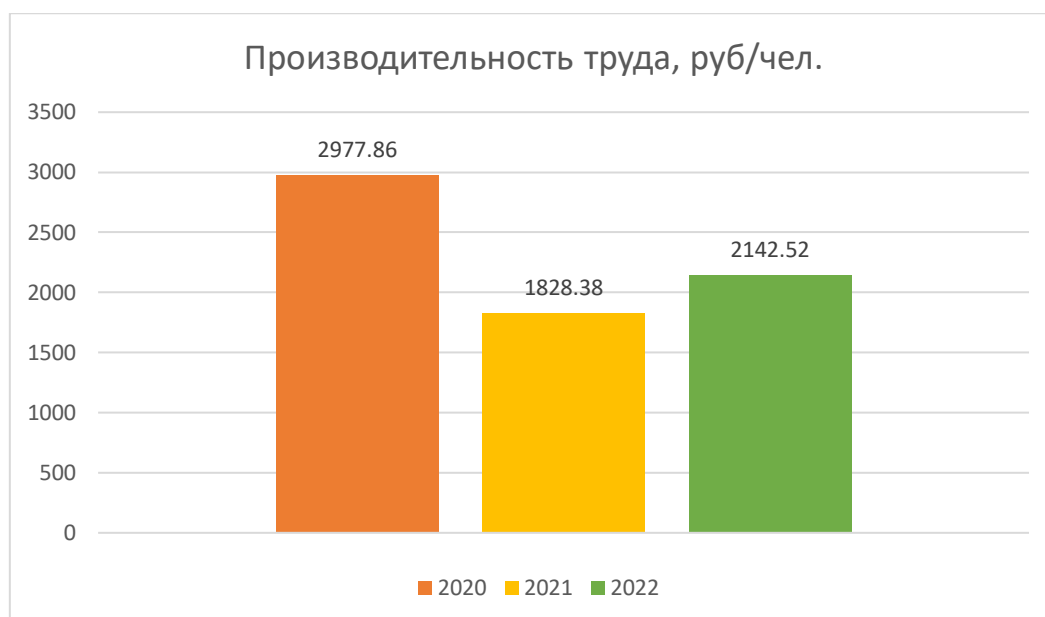


Рисунок 17 - Динамика производительности труда компании ООО «Неллия Плюс» в 2020-2022 гг., руб./чел.

Рассчитаем сумму экономии (-Э) или перерасхода (+Э) ФЗП в связи с изменением соотношения между темпами роста производительности труда и его оплаты:

$$\begin{aligned}
 \pm \text{Э}_{\text{фзп}} 2021 &= \text{ФЗП} 2021 \times ((I_{\text{зп}} 2021 - I_{\text{гв}} 2021) \div I_{\text{зп}} 2021) \\
 &= 18\,720\,000 \times \left( \frac{1,09 - 0,614}{1,09} \right) = 18\,720\,000 \times 0,436 \\
 &= + 8\,174\,972,48 \text{ руб.}
 \end{aligned}$$

Таким образом, в 2021 году произошел перерасход ФЗП на 8 174 972,48 рубля. Оптимальным вариантом является превышение темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда. Если это соотношение не соблюдается, то происходит перерасход ФЗП, повышение себестоимости продукции и, соответственно, уменьшение прибыли, что мы и видим в вычислениях и данных выше.

$$\begin{aligned}
 \pm \text{Э}_{\text{фзп}} 2022 &= \text{ФЗП} 2022 \times ((I_{\text{зп}} 2022 - I_{\text{гв}} 2022) \div I_{\text{зп}} 2022) \\
 &= 20\,592\,000 \times \left( \frac{1,1 - 1,17}{1,1} \right) = 20\,592\,000 \times (-0,064) = \\
 &= -1\,310\,400 \text{ руб.}
 \end{aligned}$$

Таким образом, в 2022 году произошла экономия ФЗП, составившая 1 310 400 рублей, чему способствовало увеличение производительности труда и опережение темпов ее роста над заработной платой.

В таблице 2.8 представлены среднеарифметические данные о количестве проданной продукции, стоимости и себестоимости одного изделия.

Эти данные показывают изменение среднего количества проданных единиц, например, самый высокий показатель был в 2020 году, а самый низкий в 2021 году, когда динамика показала снижение продаж на 44%. Также мы видим изменение средней себестоимости изделия в 2021 году увеличение на 55,23%, а в 2022 году снижение на 35,2%. Средняя цена продукции изменилась в 2021 году на 2149,4 рублей, а в 2022 года на – 1 512 рублей. Эти показатели повлияли на прибыль от реализации продукции, динамику которой мы отразили на рисунке 18.

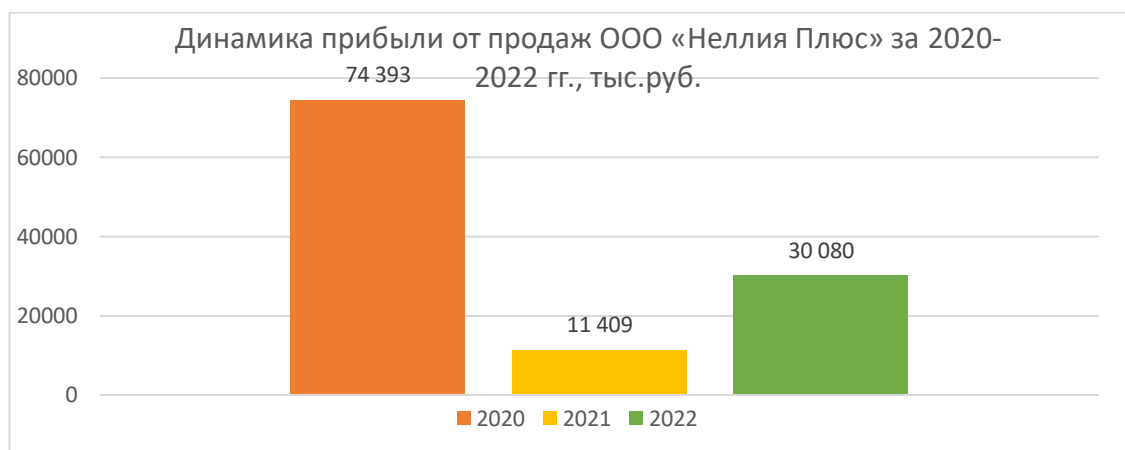


Рисунок 18 – Динамика прибыли от продаж ООО «Неллия Плюс» за 2020-2022 гг., тыс. руб.

Таким образом, мы видим изменение прибыли в 2021 году на 62 984 000 рублей, что является критически высокой разницей, а также показывает, что продажи компании снизились. В 2022 году появляется положительная динамика, но показатели 2020 года все еще не догоняет, что тоже является отрицательным явлением. В следующем параграфе мы произведем расчеты прибыли от продаж ООО «Неллии Плюс» с помощью факторного анализа.

Таблица 2.8 – Средние показатели продаж компании ООО «Неллия Плюс»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020, тыс. руб.	Относительное отклонение 2021 к 2020, %	Темп прироста 2021 к 2020, %	Абсолютное отклонение 2022 к 2021, тыс. руб.	Относительное отклонение 2022 к 2021, %	Темп прироста 2022 к 2021, %
1	Объем реализации продукции (выручка), тыс. руб.	148 893	95 076	111 411	- 53 817	63,86	- 36,14	16335	117,18	17,18
2	Себестоимость продаж, тыс. руб.	74 500	83 667	81 331	9 167	112,3	12,3	- 2 336	97,2	-2,8
3	Количество единиц реализованной продукции, шт.	31 256	13 753	20 629	-17 503	44	-56	6 876	149,9	49,9
4	Средняя цена продукции, руб.	4 763,7	6 913,1	5 401	2 149,4	145,12	45,12	- 1 512	78,13	- 21,87
5	Средняя себестоимость изделия, руб.	2 383,5	6 083,5	3 942,7	3700	255,23	55,23	- 2 140,8	64,8	- 35,2
6	Прибыль от продаж, тыс. руб.	74 393	11 409	30 080	- 62 984	15,34	-84,66	18 671	263,7	163,7

### 2.3 Факторный анализ прибыли ООО «Неллия Плюс»

С помощью факторного анализа определим изменение прибыли от реализации продукции ООО «Неллия плюс» и факторы, повлиявшие на это изменение в 2020 и 2021 годах.

В таблице 2.9 представленные данные для расчётов, которые понадобятся в факторном анализе прибыли от продаж.

Таблица 2.9. Показатели, формирующие прибыль

Показатель	Год			Отклонения	
	2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020	Абсолютное отклонение 2022 к 2021
Среднее кол-во продукции, шт. Q	31 256	13 753	20 629	- 17 503	6 876
Средняя цена продукции, руб./ед. Ц	4 763,7	6 913,1	5 401	2 149,4	- 1 512
Средняя себестоимость изделия, руб./ед. С	2 383,5	6 083,5	3 942,7	3 700	- 2 104,8
Прибыль от продаж, тыс. руб. П	74 393	11 409	30 080	- 62 984	18 671

Модель факторного анализа изменения прибыли от продаж:

$$П = Q \times (Ц - С), \quad (1)$$

где П – прибыль от продаж;

Q – среднее кол-во продукции;

Ц – средняя цена продукции;

С – средняя себестоимость изделия.

Расчитаем факторные изменения для 2020 и 2021 годов способом абсолютных разниц:

$\Delta П(Q) = (13\,753 - 31\,256) \times (4\,763,7 - 2\,383,5) = -41\,660\,640,6$  руб.,  
за счет снижения среднего количества единиц продукции ООО «Неллия Плюс»  
на 17 503 шт., прибыль от продаж снизилась на 41 660 640,6 руб.

$\Delta П(C) = (6\,913,1 - 4\,763,7) \times 13\,753 = 29\,560\,698,2$  руб., за счет  
увеличения средней цены единицы продукции на 2 149,4 руб./ед., прибыль от  
продаж увеличилась на 29 560 698,2 руб.

$\Delta П(C) = -(6\,083,5 - 2\,383,5) \times 13\,753 = -50\,886\,100$  руб., за счет  
увеличения средней себестоимости единицы продукции на 3 700 руб./ед.,  
прибыль от продаж уменьшилась на 50 886 100 руб.

Выполним проверку:

$\Sigma П = -41\,660\,640,6 + 29\,560\,698,2 - 50\,886\,100 =$   
 $-62\,986\,042,4$  руб.,

$П_{2021} - П_{2020} = 11\,409\,000 - 74\,393\,000 = -62\,984\,000$  руб.

Рассмотрим на рисунке 19 изменения прибыли за счет трех факторов и  
резервы роста прибыли компании.

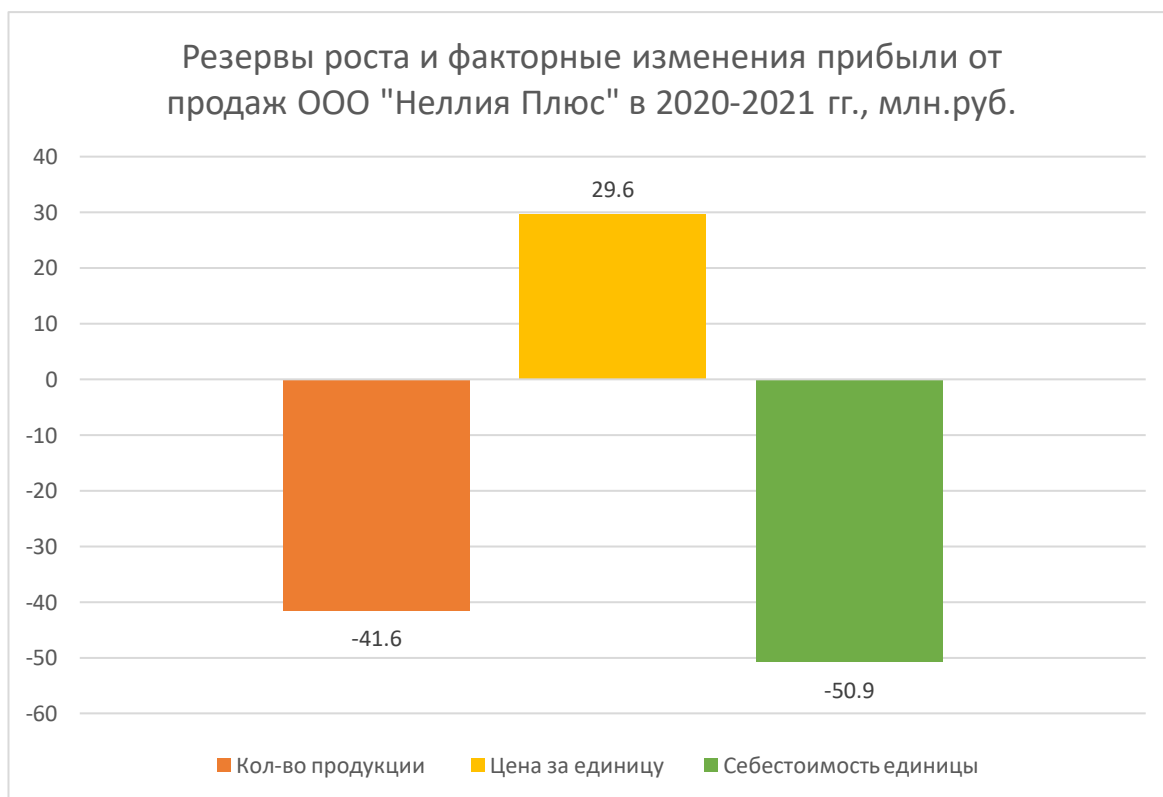


Рисунок 19 – Резервы роста и факторные изменения прибыли от продаж ООО  
"Неллия Плюс" в 2020-2021 гг., млн. руб.



Из факторного анализа видно, что все факторы оказали большое влияние на прибыль от продаж. Резервы прибыли составили 92 546 740,6 рублей. Если бы среднее количество продаваемой продукции не снизилось на 17 503 шт., а себестоимость не выросла на 3 700 руб./ед., мы бы смогли сохранить прибыли в практически 93 миллионов рублей.

Рассчитаем факторные изменения прибыли от продаж компании ООО «Неллия Плюс» для 2020 и 2021 годов способом абсолютных разниц:

$\Delta П(Q) = (20\,629 - 13\,753) \times (6\,913,1 - 6\,083,5) = 6\,876 \times 829,6 = 5\,704\,329,6$  руб., за счет увеличения среднего количества продукции предприятия ООО «Неллия Плюс» на 6 876 шт., прибыль от продаж увеличилась на 5 704 329,6 руб.

$\Delta П(\Pi) = (5\,401 - 6\,913,1) \times 20\,629 = (-1\,512,1) \times 20\,629 = -31\,193\,110,9$  руб., за счет снижения средней цены единицы продукции на 1 512 руб./ед., прибыль от продаж уменьшилась на 31 193 110,9 руб.

$\Delta П(C) = -(3\,942,7 - 6\,083,5) \times 20\,629 = 43\,162\,563,2$  руб., за счет снижения средней себестоимости единицы продукции на 2 104 руб./ед, прибыль от продаж увеличилась на 43 419 919,2 руб.

Выполним проверку:

$\sum \Pi = 5\,704\,329,6 - 31\,193\,110,9 + 43\,162\,563,2 = 18\,673\,781,9$  руб.,

$\Pi_{2022} - \Pi_{2021} = 30\,080\,000 - 11\,409\,000 = 18\,671\,000$  руб.

Рассмотрим на рисунке 20 изменения прибыли за счет трех факторов и резервы роста прибыли компании.

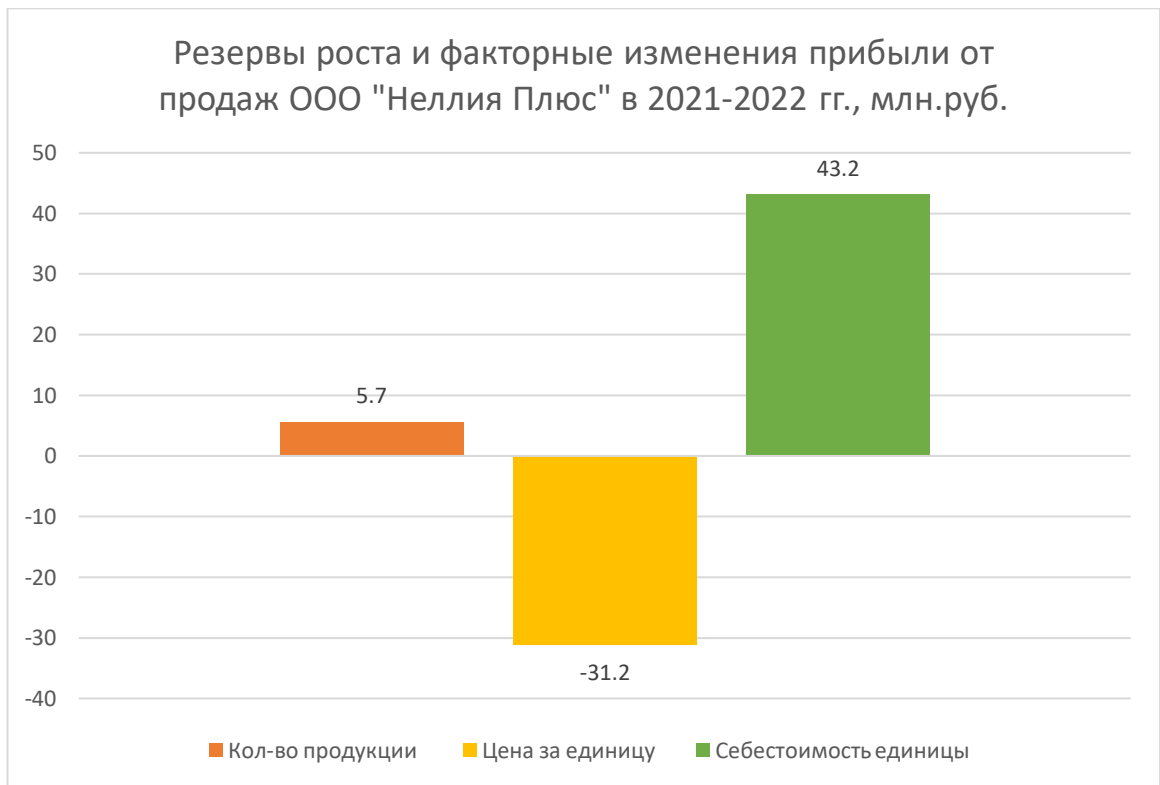


Рисунок 20 – Резервы роста и факторные изменения прибыли от продаж ООО "Неллия Плюс" в 2021-2022 гг., млн. руб.

Из факторного анализа видно, наибольшее влияние на прибыль от продаж произвели снижение средней цены единицы продукции и снижение средней себестоимости единицы продукции. Резервы прибыли составили 31 193 110,9 рублей. Если бы средняя цена единицы продукции не снизилась на 1 512,1 руб., мы бы смогли сохранить прибыли в практически 32 миллиона рублей.

На основании факторного анализа мы видим, что нам необходимо наращивать объемы продаж и развивать коммерческие продажи.

#### **2.4 Анализ показателей имущественного состояния организации и эффективности использования ресурсов ООО «Неллия Плюс»**

Анализ показателей имущественного состояния организации является важным этапом финансового анализа. Задача анализа состоит в том, чтобы изучить текущее состояние имущества компании, а также выявить тенденции в

его изменении и определить факторы, которые могут влиять на изменение показателей.

Основная значимость анализа показателей имущественного состояния заключается в том, что он позволяет оценить финансовую устойчивость организации. Анализируя показатели имущественного состояния, можно определить, насколько компания защищена от рисков и как велика вероятность банкротства.

Ниже, в таблице 2.10, представлены данные о капитале и резервах предприятия ООО «Неллия Плюс» в течении трех лет, а также рассчитана динамика этих показателей.

Таблица 2.10 – Анализ показателей капитала деятельности предприятия ООО «Неллия Плюс»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020	Относительное отклонение 2021 к 2020, %	Темп прироста 2021 к 2020, %	Абсолютное отклонение 2022 к 2021	Относительное отклонение 2022 к 2021, %	Темп прироста 2022 к 2021, %
1	Уставный капитал, тыс. руб.	10	10	10	0	100	0	0	100	0
2	Капитал и резервы, тыс. руб.	84 294	89 802	132 476	5508	106,53	6,53	42 674	147,5	47,5

Уставный капитал остался прежним – минимальным, это не считается минусом, но чем больше средств в уставном капитале, тем надежнее компания для самой себя, и для контрагентов.

Также, мы видим с каждым годом всё больший рост капитала и резервов, что говорит об увеличении собственных средств компании (резервных фондов, нераспределенной прибыли, добавочном капитале, собственных акций, переоценке внеоборотных активов), а также может свидетельствовать об увеличении обязательств компании. Динамику капитала и резервов мы отразили в рисунке 21.

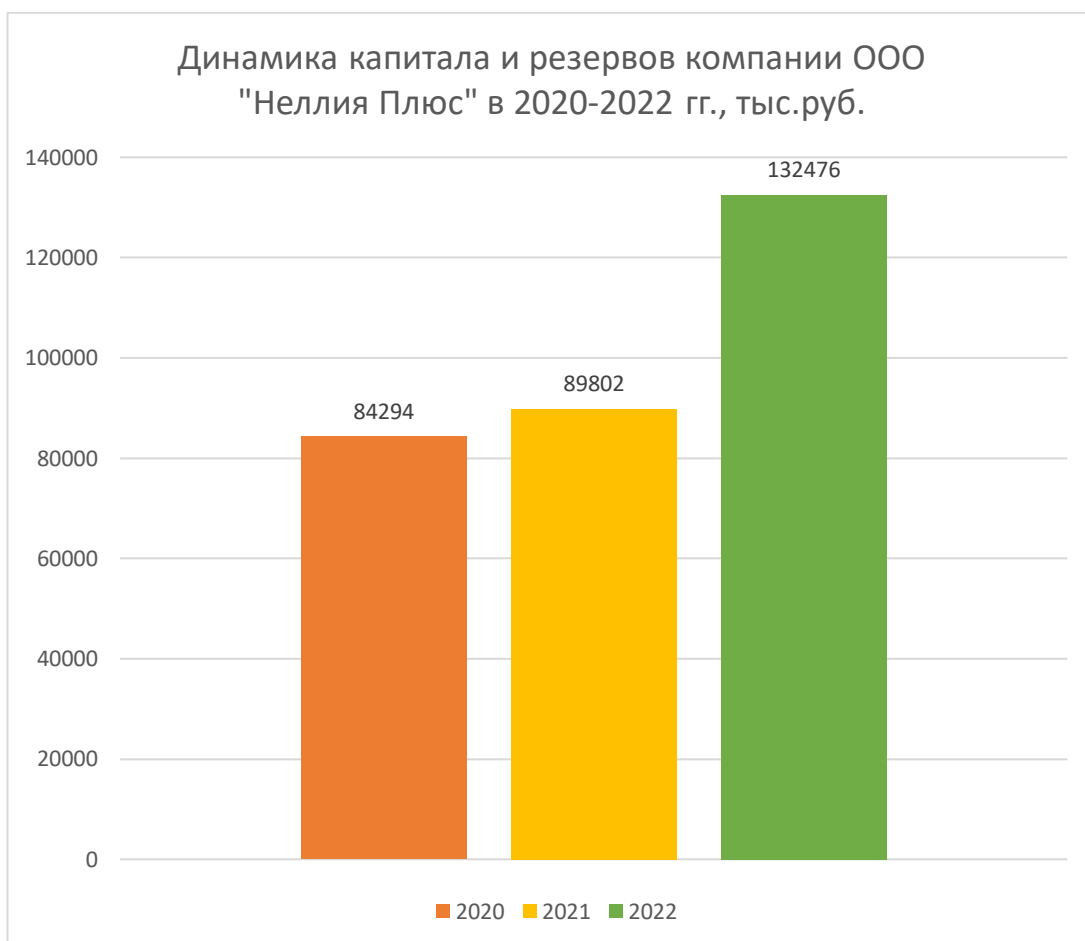


Рисунок 21 – Динамика капитала и резервов компании ООО "Неллия Плюс" в 2020-2022 гг., тыс. руб.

В таблице 2.11 представлены показатели активов организации – оборотных активов ООО «Неллия Плюс». Оборотные активы – это активы, которые регулярно возобновляются и необходимы для обеспечения деятельности организации. Данные представлены в динамике трех лет.

Таблица 2.11 – Анализ показателей использования оборотных активов предприятия ООО «Неллия Плюс»

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя			Изменение показателя					
		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020, тыс. руб.	Относительное отклонение 2021 к 2020, %	Темп прироста 2021 к 2020, %	Абсолютное отклонение 2022 к 2021, тыс. руб.	Относительное отклонение 2022 к 2021, %	Темп прироста 2022 к 2021, %
1	Запасы, тыс. руб.	2 118	439	27 123	-1679	20,73	- 79,27	26 684	6 178,4	6 078,4
2	Оборотные активы, тыс. руб.	219 616	221 524	233 934	1 908	100,87	0,87	12 410	105,6	5,6
3	Дебиторская задолженность, тыс. руб.	215 869	215 440	187 137	-429	99,8	- 0,2	- 28 303	86,9	- 13,1
4	К-т оборачиваемости активов	0,678	0,429	0,476	- 0,249	63,27	- 36,73	0,047	111	11
5	К-т оборачиваемости запасов	70,3	216,6	4,11	146,3	308,1	208,1	- 212,49	1,9	- 98,1

Главная причина снижения дебиторской задолженности — это сокращение продаж (что мы и видим в показателях выручки и рентабельности продаж). Такой высокий показатель дебиторской задолженности говорит о том, что предприятие в низкой ликвидности, около 200 миллионов рублей у предприятия не реализованы, они не могут получить их на руки и реализовать в выручку и прибыль, а это очень плохо.

Увеличение доли запасов в общем объеме оборотных активов может свидетельствовать: 1) о наращивании производственного потенциала предприятия; 2) стремлении за счет вложений в запасы обезопасить денежные средства от обесценения вследствие высокой инфляции; 3) неэффективности выбранной экономической стратегии, вследствие которой значительная часть оборотных активов иммобилизована в материально-производственных запасах, чья ликвидность может оказаться невысокой

В таблице 2.12 представлены показатели активов организации – внеоборотных активов ООО «Неллия Плюс». Внеоборотные актив – это имущество, которое используется в производственном процессе более одного года и его стоимость включается в себестоимость готовой продукции по частям. К внеоборотным активам относятся основные средства. Также нами была рассчитана фондоотдача. Данные представлены в динамике трех лет.

Увеличение стоимости основных средств говорит о расширении предприятия (открытие подразделения, закупка оборудования).

Обычно снижение фондоотдачи организации свидетельствует о снижении эффективности использования основных фондов, но в нашем случае это связано, прежде всего, с обновлением оборудования и увеличением стоимости ОС, и открытием нового цеха, а именно цеха по изготовлению детской мебели из ЛДСП и закупкой оборудования для него. Капитальные затраты растут быстрее, чем доходы от реализации, это, как мы уже сказали, может быть временная ситуация – открытие нового подразделения, расширение производства.

Таблица 2.12 – Анализ показателей использования внеоборотных активов предприятия ООО «Неллия Плюс»

№ п/п	Наименование показателя и его сущность	Значение показателя			Изменение показателя					
		2020	2021	2022	Абсолютное отклонение 2021 к 2020, тыс. руб.	Относительное отклонение 2021 к 2020, %	Темп прироста 2021 к 2020, %	Абсолютное отклонение 2022 к 2021, тыс. руб.	Относительное отклонение 2022 к 2021, %	Темп прироста 2022 к 2021, %
1	Стоимость ОС, тыс. руб.	8 655	10 250	16 717	1 595	118,43	18,43	6 467	163,1	63,1
2	Фондоотдача (кол-во прод-ии на 1 руб. ОФ)	17,2	9,3	6,67	- 7,9	54,1	- 45,9	- 2,63	71,7	- 28,3
3	Фондорентабельность, % (кол-во прибыли на рубль стоимости ОФ)	582,5	62,9	142,27	- 519,6	10,8	- 89,2	79,37	226,2	126,2
4	Фондовооруженность, руб./чел. (уровень технического оснащения в расчете на одного сотрудника)	173 100	197 115,4	321 480,8	24 015,4	113,9	13,9	124 365,4	163,1	63,1
5	Фондоемкость, руб. (сумма ОС, приходящихся на 1 руб. выручки)	0,059	0,108	0,15	0,049	183,05	83,05	0,042	138,9	38,9

Уменьшение показателя фондорентабельности в динамике 2020-2022 гг. также связано с открытием новых подразделений и закупкой оборудования, что не может в первые годы отразиться в этом показателе с положительной динамикой. При это среднегодовая стоимость основных средств увеличивается, что говорит нам о том, что темпы увеличения/обновления ОФ происходят более высокими темпами, чем компания увеличивает отдачу на вложенный капитал.

Также, увеличение такого показателя как фондовооруженность говорит нам о росте производительности труда рабочего персонала.

## **2.5 Сравнительный анализ стратегий выхода на маркетплейсы**

На основе анализа в главе 2.2 и 2.3 мы сделали выводы о том, что предприятию нужно наращивать объемы продаж и выходить на коммерческие заказы, т.к. 73% выручки приходится на государственные заказы.

Наилучшим решением по увеличению коммерческих заказов с целью увеличения экономической эффективности компании ООО «Неллия Плюс», мы видим – выход компании на маркетплейсы.

Оценим популярность, производимых товаров предприятием ООО «Неллия Плюс», на маркетплейсах. Общую таблицу популярности товарных категорий приводит агентство Data Insight за 2022 на рисунке 22, которая была представлена в главе 1.3.

На основании этих данных, можно сделать вывод, что деятельность организации ООО «Неллия Плюс», а именно производство товаров для детей, на маркетплейсах будет пользоваться спросом (данные популярности категории 31%, 54%, 29%, 28% и 25%) среди самых известных маркетплейсов в России.





	AllExpress Россия	Wildberries	Ozon	Яндекс Маркет	СберМегаМаркет
Электроника и техника	46%	25%	38%	51%	39%
Одежда и обувь для взрослых	29%	65%	24%	22%	17%
Автотовары	34%	25%	30%	37%	26%
Товары для дома и дачи	46%	53%	40%	45%	35%
Товары для ремонта и строительства	22%	24%	26%	36%	25%
Книги, диски	19%	32%	31%	29%	24%
Детские товары, включая одежду	31%	54%	29%	28%	25%
Косметика, парфюмерия	23%	45%	30%	27%	26%
Зоотовары	22%	39%	30%	34%	27%
Товары для занятий спортом	36%	42%	31%	33%	25%
Продукты питания (без учета готовой еды)	6%	20%	21%	22%	21%
Канцтовары, товары для хобби и творчества	34%	43%	32%	35%	29%
Лекарства и другой аптечный ассортимент	6%	13%	14%	15%	16%
Затрудняюсь ответить	34%	24%	24%	38%	44%





Рисунок 22 – Сравнительная таблица популярности товаров по мнению продавцов на пяти маркетплейсах

В таблице 2.13 представлена продукция организации ООО «Неллия Плюс», которая будет предложена для выхода на маркетплейсы. При оценке ходовых и часто заказываемых товаров, мы определили 13 популярных и пользующихся спросом продуктов.

Таблица 2.13 – Товары, выбранные для продвижения на маркетплейсах

№ п/п	Наименование товара	Изображение товара	Стоимость руб./шт.
1	Тактильная пирамида		2 520
2	Балансир Лабиринт напольный		2 790

Продолжение таблицы 2.13

3	Лестница веревочная		1000
4	Щит навесной баскетбольный с кольцом		3 500
5	Световой планшет		5 065
6	Тактильная дорожка		2 450

Продолжение таблицы 2.13

7	Набор тактильный "Текстуры"		2 870
8	Пуф Груша		4 000
9	Кресло для релаксации		5 000
10	Кресло для релаксации детское		3 900
11	Сухой бассейн круглый		8 700

### Окончание таблицы 2.13

12	Сенсорная тропа для ног		2 845
13	Межполушарный лабиринт		1 800

Нами были выбраны 3 маркетплейса для сравнения:

1. OZON
2. Wildberries
3. Яндекс.Маркет

Схемы взаимодействия с маркетплейсам были выбраны с тем условием, что в нашем арсенале товары разных габаритов, есть как крупные, так и мелкие. В таком случае выгоднее всего выбрать смешанную схему взаимодействия, где мелкие товары будут храниться на складах маркетплейсов, а крупные на складе компании, однако не во всех маркетплейсах это возможно. Таким образом, мы выбираем:

1. OZON – Гибридная модель. Она объединяет FBO и FBS, то есть одна часть товара может храниться на складе Озона, а вторая часть товара хранится на собственном складе продавца, и оттуда же она и отгружается.

2. Wildberries – FBS + FBW. Комбинация двух предыдущих схем: в этом случае продавец может распределить товар и продавать часть со склада маркетплейса, а часть — с собственного склада.

3. Яндекс.Маркет – FBY (Fulfillment by Yandex).

Для расчёта затрат и прибыли по каждой позиции можно обратиться к калькулятору OZON от сайта «Seller» (рис. 23).

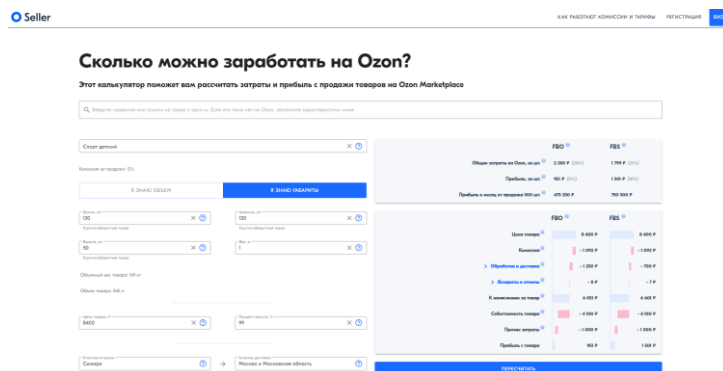


Рисунок 23 – Пример расчета одного товара с прибылью и затратами на OZON

Для удобного посещения сайта с калькулятором OZON мы создали QR-код, им можно воспользоваться для просмотра сайта, апробирования или проверки (рисунок 24).



Рисунок 24 – QR-код для посещения сайта с калькулятором для OZON

Для расчёта затрат и прибыли по каждой позиции на Wildberries можно обратиться к калькулятору от сайта «WBHELP» (рисунок 25).

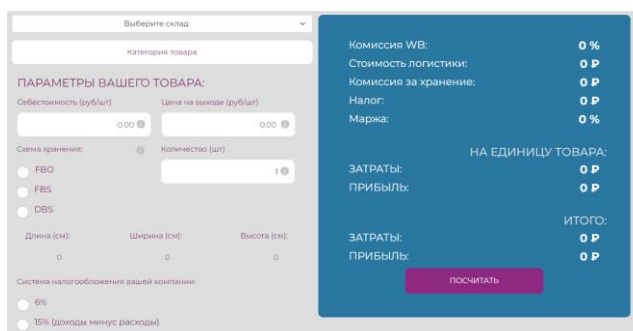


Рисунок 25 – Страница для расчета одного товара с прибылью и затратами на Wildberries

Для удобного посещения сайта с калькулятором Wildberries мы создали QR-код, им можно воспользоваться для просмотра сайта, апробирования или проверки (рисунок 26).



Рисунок 26 – QR-код для посещения сайта с калькулятором для Wildberries

Для расчёта затрат и прибыли по каждой позиции на Яндекс.Маркете можно обратиться к калькулятору от самого маркетплейса – Яндекса (рисунок 27).

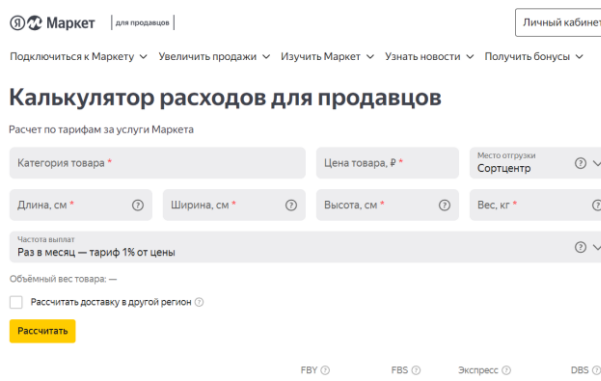


Рисунок 27 – Страница для расчета одного товара с прибылью и затратами на Яндекс.Маркете

Для удобного посещения сайта с калькулятором Яндекс.Маркета мы создали QR-код, им можно воспользоваться для просмотра сайта, апробирования или проверки (рисунок 28).




Рисунок 28 – QR–код для посещения сайта с калькулятором для  
Яндекс.Маркета

Для выхода на маркетплейсы OZON, Wildberries и Яндекс.Маркет были рассчитаны расходы и доходы по каждой позиции из таблицы 2.13. (таблица 2.14). Здесь мы рассчитаем прибыль по каждой позиции на каждом маркетплейсе с учетом комиссий маркетплейсов, логистики для малогабаритных товаров (от сортировочного центра до пункта выдачи), налога (6% от цены каждого товара) и себестоимости.

Также, рассчитаем дополнительные расходы на год реализации мероприятия, в которые входят оплата заработной платы сотрудника, который будет отвечать за маркетплейс и отчисления за него страховых взносов, создание дизайнерами карточек товаров, отправка на склады в Самару для FBO, логистика FBS, реклама и оплата регистрации. Расчеты представлены в таблице 2.15.

Таблица 2.14 – Доходы и расходы по каждой позиции при выходе на Wildberries, OZON и Yandex Market

Наименование товара и его кол-во для продажи на маркетплейсах	<p style="text-align: center;">Wildberries</p> 	<p style="text-align: center;">OZON</p> 	<p style="text-align: center;">Yandex Market</p> 																																																																																		
<p>Тактильная пирамида (300 шт.)</p>	<table border="1" style="width: 100%; background-color: #0056b3; color: white;"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td style="text-align: right;">12.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td style="text-align: right;">36.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td style="text-align: right;">0.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td style="text-align: right;">151.20 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td style="text-align: right;">38.95 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td style="text-align: right;">1689.60 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td style="text-align: right;">830.40 Р</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td style="text-align: right;">506880.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td style="text-align: right;">249120.00 Р</td> </tr> </table> <p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">Прибыль за 300 шт. = 249 120 руб.</p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	36.00 Р	Комиссия за хранение:	0.00 Р	Налог:	151.20 Р	Маржа:	38.95 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	1689.60 Р	ПРИБЫЛЬ:	830.40 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	506880.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	249120.00 Р	<table border="1" style="width: 100%; background-color: #e6e6e6;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">FBO</th> <th style="text-align: center;">FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td style="text-align: center;">512 Р (20%)</td> <td style="text-align: center;">491 Р (19%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td style="text-align: center;">656 Р (26%)</td> <td style="text-align: center;">678 Р (27%)</td> </tr> <tr> <td><b>Прибыль в месяц от продажи 300 шт.</b></td> <td style="text-align: center;"><b>196 894 Р</b></td> <td style="text-align: center;"><b>203 264 Р</b></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; background-color: #e6e6e6;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">FBO</th> <th style="text-align: center;">FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Цена товара</td> <td style="text-align: center;">2 520 Р</td> <td style="text-align: center;">2 520 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td style="text-align: center;">- 328 Р</td> <td style="text-align: center;">- 328 Р</td> </tr> <tr> <td>&gt; Обработка и доставка</td> <td style="text-align: center;">- 183 Р</td> <td style="text-align: center;">- 162 Р</td> </tr> <tr> <td>&gt; Возвраты и отмены</td> <td style="text-align: center;">- 2 Р</td> <td style="text-align: center;">- 2 Р</td> </tr> <tr> <td>К начислению за товар</td> <td style="text-align: center;">2 008 Р</td> <td style="text-align: center;">2 029 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td style="text-align: center;">- 1 200 Р</td> <td style="text-align: center;">- 1 200 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td style="text-align: center;">- 151 Р</td> <td style="text-align: center;">- 151 Р</td> </tr> <tr> <td><b>Прибыль с товара</b></td> <td style="text-align: center;"><b>656 Р</b></td> <td style="text-align: center;"><b>678 Р</b></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">Прибыль за 300 шт. = 196 894 руб.</p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	512 Р (20%)	491 Р (19%)	Прибыль, за шт.	656 Р (26%)	678 Р (27%)	<b>Прибыль в месяц от продажи 300 шт.</b>	<b>196 894 Р</b>	<b>203 264 Р</b>		FBO	FBS	Цена товара	2 520 Р	2 520 Р	Комиссия	- 328 Р	- 328 Р	> Обработка и доставка	- 183 Р	- 162 Р	> Возвраты и отмены	- 2 Р	- 2 Р	К начислению за товар	2 008 Р	2 029 Р	Себестоимость товара	- 1 200 Р	- 1 200 Р	Прочие затраты	- 151 Р	- 151 Р	<b>Прибыль с товара</b>	<b>656 Р</b>	<b>678 Р</b>	<table border="1" style="width: 100%; background-color: #e6e6e6;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">FBY</th> <th style="text-align: center;">FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td style="text-align: center;">2 029,28 Р</td> <td style="text-align: center;">2 074,28 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета ^</td> <td style="text-align: center;">-490,72 Р (19,5%)</td> <td style="text-align: center;">-445,72 Р (17,7%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td style="text-align: center;">-226,80 Р (9%)</td> <td style="text-align: center;">-226,80 Р (9%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td style="text-align: center;">-25,32 Р (1%)</td> <td style="text-align: center;">-25,32 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка v</td> <td style="text-align: center;">-238,60 Р (9,5%)</td> <td style="text-align: center;">-193,60 Р (7,7%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td style="text-align: center;">2 520,00 Р</td> <td style="text-align: center;">2 520,00 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p style="font-weight: bold; font-size: 1.2em;">Себестоимость = 1 200 руб.          Налог = 151,2 руб.          Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 029,28 – 1 200 – 151,2 = 678,08 руб.          Прибыль за 300 шт. = 678,08 * 300 = 203 424 руб.</p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 029,28 Р	2 074,28 Р	Услуги Маркета ^	-490,72 Р (19,5%)	-445,72 Р (17,7%)	Размещение товаров на витрине	-226,80 Р (9%)	-226,80 Р (9%)	Тариф на приём и перевод платежей	-25,32 Р (1%)	-25,32 Р (1%)	Обработка и доставка v	-238,60 Р (9,5%)	-193,60 Р (7,7%)	Цена продажи товара	2 520,00 Р	2 520,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																				
Стоимость логистики:	36.00 Р																																																																																				
Комиссия за хранение:	0.00 Р																																																																																				
Налог:	151.20 Р																																																																																				
Маржа:	38.95 %																																																																																				
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	1689.60 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	830.40 Р																																																																																				
ИТОГО:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	506880.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	249120.00 Р																																																																																				
	FBO	FBS																																																																																			
Общие затраты на Ozon, за шт.	512 Р (20%)	491 Р (19%)																																																																																			
Прибыль, за шт.	656 Р (26%)	678 Р (27%)																																																																																			
<b>Прибыль в месяц от продажи 300 шт.</b>	<b>196 894 Р</b>	<b>203 264 Р</b>																																																																																			
	FBO	FBS																																																																																			
Цена товара	2 520 Р	2 520 Р																																																																																			
Комиссия	- 328 Р	- 328 Р																																																																																			
> Обработка и доставка	- 183 Р	- 162 Р																																																																																			
> Возвраты и отмены	- 2 Р	- 2 Р																																																																																			
К начислению за товар	2 008 Р	2 029 Р																																																																																			
Себестоимость товара	- 1 200 Р	- 1 200 Р																																																																																			
Прочие затраты	- 151 Р	- 151 Р																																																																																			
<b>Прибыль с товара</b>	<b>656 Р</b>	<b>678 Р</b>																																																																																			
	FBY	FBS																																																																																			
Выручка после вычета стоимости услуг	2 029,28 Р	2 074,28 Р																																																																																			
Услуги Маркета ^	-490,72 Р (19,5%)	-445,72 Р (17,7%)																																																																																			
Размещение товаров на витрине	-226,80 Р (9%)	-226,80 Р (9%)																																																																																			
Тариф на приём и перевод платежей	-25,32 Р (1%)	-25,32 Р (1%)																																																																																			
Обработка и доставка v	-238,60 Р (9,5%)	-193,60 Р (7,7%)																																																																																			
Цена продажи товара	2 520,00 Р	2 520,00 Р																																																																																			



Продолжение таблицы 2.14

<p><b>Балансир Лабиринт напольный</b>  (400 шт.)</p>	<table border="1"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td>12.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td>120.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td>6.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td>167.40 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td>33.48 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>2023.20 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>766.80 Р</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>809280.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>306720.00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 400 шт. = 306 720 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	167.40 Р	Маржа:	33.48 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	2023.20 Р	ПРИБЫЛЬ:	766.80 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	809280.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	306720.00 Р	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>FBO</td> <td>FBS</td> </tr> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td>616 Р (22%)</td> <td>613 Р (22%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td>612 Р (22%)</td> <td>615 Р (22%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль в месяц от продажи 400 шт.</td> <td>244 672 Р</td> <td>246 022 Р</td> </tr> </table> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>FBO</td> <td>FBS</td> </tr> <tr> <td>Цена товара</td> <td>2 790 Р</td> <td>2 790 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td>- 419 Р</td> <td>- 419 Р</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>- 195 Р</td> <td>- 191 Р</td> </tr> <tr> <td>Возвраты и отмены</td> <td>- 3 Р</td> <td>- 3 Р</td> </tr> <tr> <td>К начислению за товар</td> <td>2 174 Р</td> <td>2 177 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td>- 1 395 Р</td> <td>- 1 395 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td>- 167 Р</td> <td>- 167 Р</td> </tr> <tr> <td>Прибыль с товара</td> <td>612 Р</td> <td>615 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 400 шт. = 244 672 руб.</b></p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	616 Р (22%)	613 Р (22%)	Прибыль, за шт.	612 Р (22%)	615 Р (22%)	Прибыль в месяц от продажи 400 шт.	244 672 Р	246 022 Р		FBO	FBS	Цена товара	2 790 Р	2 790 Р	Комиссия	- 419 Р	- 419 Р	Обработка и доставка	- 195 Р	- 191 Р	Возвраты и отмены	- 3 Р	- 3 Р	К начислению за товар	2 174 Р	2 177 Р	Себестоимость товара	- 1 395 Р	- 1 395 Р	Прочие затраты	- 167 Р	- 167 Р	Прибыль с товара	612 Р	615 Р	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>FBY</td> <td>FBS</td> </tr> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td>2 145,83 Р</td> <td>2 190,83 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета</td> <td>-644,17 Р (23,1%)</td> <td>-599,17 Р (21,5%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td>-362,70 Р (13%)</td> <td>-362,70 Р (13%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td>-28,02 Р (1%)</td> <td>-28,02 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>-253,45 Р (9,1%)</td> <td>-208,45 Р (7,5%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td>2 790,00 Р</td> <td>2 790,00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Себестоимость = 1 395 руб.; Налог = 167,4 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 145,83 – 1 395 – 167,4 = 583,43 руб.; Прибыль за 400 шт. = 583,43 * 400 = 233 372 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 145,83 Р	2 190,83 Р	Услуги Маркета	-644,17 Р (23,1%)	-599,17 Р (21,5%)	Размещение товаров на витрине	-362,70 Р (13%)	-362,70 Р (13%)	Тариф на приём и перевод платежей	-28,02 Р (1%)	-28,02 Р (1%)	Обработка и доставка	-253,45 Р (9,1%)	-208,45 Р (7,5%)	Цена продажи товара	2 790,00 Р	2 790,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																				
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																				
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																				
Налог:	167.40 Р																																																																																				
Маржа:	33.48 %																																																																																				
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	2023.20 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	766.80 Р																																																																																				
ИТОГО:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	809280.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	306720.00 Р																																																																																				
	FBO	FBS																																																																																			
Общие затраты на Ozon, за шт.	616 Р (22%)	613 Р (22%)																																																																																			
Прибыль, за шт.	612 Р (22%)	615 Р (22%)																																																																																			
Прибыль в месяц от продажи 400 шт.	244 672 Р	246 022 Р																																																																																			
	FBO	FBS																																																																																			
Цена товара	2 790 Р	2 790 Р																																																																																			
Комиссия	- 419 Р	- 419 Р																																																																																			
Обработка и доставка	- 195 Р	- 191 Р																																																																																			
Возвраты и отмены	- 3 Р	- 3 Р																																																																																			
К начислению за товар	2 174 Р	2 177 Р																																																																																			
Себестоимость товара	- 1 395 Р	- 1 395 Р																																																																																			
Прочие затраты	- 167 Р	- 167 Р																																																																																			
Прибыль с товара	612 Р	615 Р																																																																																			
	FBY	FBS																																																																																			
Выручка после вычета стоимости услуг	2 145,83 Р	2 190,83 Р																																																																																			
Услуги Маркета	-644,17 Р (23,1%)	-599,17 Р (21,5%)																																																																																			
Размещение товаров на витрине	-362,70 Р (13%)	-362,70 Р (13%)																																																																																			
Тариф на приём и перевод платежей	-28,02 Р (1%)	-28,02 Р (1%)																																																																																			
Обработка и доставка	-253,45 Р (9,1%)	-208,45 Р (7,5%)																																																																																			
Цена продажи товара	2 790,00 Р	2 790,00 Р																																																																																			
<p><b>Лестница веревочная</b>  (1000 шт.)</p>	<table border="1"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td>12.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td>120.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td>6.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td>60.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td>35.40 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>706.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>294.00 Р</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>706000.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>294000.00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 1000 шт. = 294 000 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	60.00 Р	Маржа:	35.40 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	706.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	294.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	706000.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	294000.00 Р	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>FBO</td> <td>FBS</td> </tr> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td>246 Р (25%)</td> <td>259 Р (26%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td>294 Р (29%)</td> <td>281 Р (28%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль в месяц от продажи 1000 шт.</td> <td>294 357 Р</td> <td>280 625 Р</td> </tr> </table> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>FBO</td> <td>FBS</td> </tr> <tr> <td>Цена товара</td> <td>1 000 Р</td> <td>1 000 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td>- 150 Р</td> <td>- 150 Р</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>- 93 Р</td> <td>- 107 Р</td> </tr> <tr> <td>Возвраты и отмены</td> <td>- 3 Р</td> <td>- 3 Р</td> </tr> <tr> <td>К начислению за товар</td> <td>754 Р</td> <td>741 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td>- 400 Р</td> <td>- 400 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td>- 60 Р</td> <td>- 60 Р</td> </tr> <tr> <td>Прибыль с товара</td> <td>294 Р</td> <td>281 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 1000 шт. = 294 357 руб.</b></p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	246 Р (25%)	259 Р (26%)	Прибыль, за шт.	294 Р (29%)	281 Р (28%)	Прибыль в месяц от продажи 1000 шт.	294 357 Р	280 625 Р		FBO	FBS	Цена товара	1 000 Р	1 000 Р	Комиссия	- 150 Р	- 150 Р	Обработка и доставка	- 93 Р	- 107 Р	Возвраты и отмены	- 3 Р	- 3 Р	К начислению за товар	754 Р	741 Р	Себестоимость товара	- 400 Р	- 400 Р	Прочие затраты	- 60 Р	- 60 Р	Прибыль с товара	294 Р	281 Р	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>FBY</td> <td>FBS</td> </tr> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td>754,88 Р</td> <td>764,88 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета</td> <td>-245,12 Р (24,5%)</td> <td>-235,12 Р (23,5%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td>-130,00 Р (13%)</td> <td>-130,00 Р (13%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td>-10,12 Р (1%)</td> <td>-10,12 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>-105,00 Р (10,5%)</td> <td>-95,00 Р (9,5%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td>1 000,00 Р</td> <td>1 000,00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Себестоимость = 400 руб.; Налог = 60 руб. Прибыль за ед-цу (по FBY) = 754,88 – 400 – 60 = 294,88 Прибыль за 1000 шт. = 294,88 * 1000 = 294 880 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	754,88 Р	764,88 Р	Услуги Маркета	-245,12 Р (24,5%)	-235,12 Р (23,5%)	Размещение товаров на витрине	-130,00 Р (13%)	-130,00 Р (13%)	Тариф на приём и перевод платежей	-10,12 Р (1%)	-10,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-105,00 Р (10,5%)	-95,00 Р (9,5%)	Цена продажи товара	1 000,00 Р	1 000,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																				
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																				
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																				
Налог:	60.00 Р																																																																																				
Маржа:	35.40 %																																																																																				
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	706.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	294.00 Р																																																																																				
ИТОГО:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	706000.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	294000.00 Р																																																																																				
	FBO	FBS																																																																																			
Общие затраты на Ozon, за шт.	246 Р (25%)	259 Р (26%)																																																																																			
Прибыль, за шт.	294 Р (29%)	281 Р (28%)																																																																																			
Прибыль в месяц от продажи 1000 шт.	294 357 Р	280 625 Р																																																																																			
	FBO	FBS																																																																																			
Цена товара	1 000 Р	1 000 Р																																																																																			
Комиссия	- 150 Р	- 150 Р																																																																																			
Обработка и доставка	- 93 Р	- 107 Р																																																																																			
Возвраты и отмены	- 3 Р	- 3 Р																																																																																			
К начислению за товар	754 Р	741 Р																																																																																			
Себестоимость товара	- 400 Р	- 400 Р																																																																																			
Прочие затраты	- 60 Р	- 60 Р																																																																																			
Прибыль с товара	294 Р	281 Р																																																																																			
	FBY	FBS																																																																																			
Выручка после вычета стоимости услуг	754,88 Р	764,88 Р																																																																																			
Услуги Маркета	-245,12 Р (24,5%)	-235,12 Р (23,5%)																																																																																			
Размещение товаров на витрине	-130,00 Р (13%)	-130,00 Р (13%)																																																																																			
Тариф на приём и перевод платежей	-10,12 Р (1%)	-10,12 Р (1%)																																																																																			
Обработка и доставка	-105,00 Р (10,5%)	-95,00 Р (9,5%)																																																																																			
Цена продажи товара	1 000,00 Р	1 000,00 Р																																																																																			

Продолжение таблицы 2.14

<p><b>Щит навесной баскетбольный с кольцом</b> (200 шт.)</p>	<table border="1"> <tr><td>Комиссия WB:</td><td>12.00 %</td></tr> <tr><td>Стоимость логистики:</td><td>120.00 Р</td></tr> <tr><td>Комиссия за хранение:</td><td>6.00 Р</td></tr> <tr><td>Налог:</td><td>210.00 Р</td></tr> <tr><td>Маржа:</td><td>51.54 %</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: right;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>1906.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>1594.00 Р</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: right;">ИТОГО:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>381200.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>318800.00 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 200 шт. = 318 000 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	210.00 Р	Маржа:	51.54 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	1906.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	1594.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	381200.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	318800.00 Р	<table border="1"> <tr><th colspan="2">Общие затраты на Ozon, за шт.</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>877 Р (25%)</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>860 Р (25%)</td></tr> <tr><th colspan="2">Прибыль, за шт.</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>1 263 Р (36%)</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>1 280 Р (37%)</td></tr> <tr><th colspan="2">Прибыль в месяц от продажи 200 шт.</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>252 605 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>255 919 Р</td></tr> </table> <table border="1"> <tr><th colspan="2">Цена товара</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>3 500 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>3 500 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Комиссия</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 560 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 560 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Обработка и доставка</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 295 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 274 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Возвраты и отмены</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 22 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 26 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">К начислению за товар</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>2 623 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>2 640 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Себестоимость товара</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 1 150 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 1 150 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Прочие затраты</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 210 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 210 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Прибыль с товара</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>1 263 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>1 280 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 200 шт. = 252 605 руб.</b></p>	Общие затраты на Ozon, за шт.		FBO	877 Р (25%)	FBS	860 Р (25%)	Прибыль, за шт.		FBO	1 263 Р (36%)	FBS	1 280 Р (37%)	Прибыль в месяц от продажи 200 шт.		FBO	252 605 Р	FBS	255 919 Р	Цена товара		FBO	3 500 Р	FBS	3 500 Р	Комиссия		FBO	- 560 Р	FBS	- 560 Р	Обработка и доставка		FBO	- 295 Р	FBS	- 274 Р	Возвраты и отмены		FBO	- 22 Р	FBS	- 26 Р	К начислению за товар		FBO	2 623 Р	FBS	2 640 Р	Себестоимость товара		FBO	- 1 150 Р	FBS	- 1 150 Р	Прочие затраты		FBO	- 210 Р	FBS	- 210 Р	Прибыль с товара		FBO	1 263 Р	FBS	1 280 Р	<table border="1"> <thead> <tr><th></th><th>FBO</th><th>FBS</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Выручка после вычета стоимости услуг</td><td>2 697,38 Р</td><td>2 737,38 Р</td></tr> <tr><td>Услуги Маркета</td><td>-802,62 Р (22,9%)</td><td>-762,62 Р (21,8%)</td></tr> <tr><td>Размещение товаров на витрине</td><td>-455,00 Р (13%)</td><td>-455,00 Р (13%)</td></tr> <tr><td>Тариф на приём и перевод платежей</td><td>-35,12 Р (1%)</td><td>-35,12 Р (1%)</td></tr> <tr><td>Обработка и доставка</td><td>-312,50 Р (8,9%)</td><td>-272,50 Р (7,8%)</td></tr> <tr><td>Цена продажи товара</td><td>3 500,00 Р</td><td>3 500,00 Р</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 1 150 руб.; Налог = 210 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 697,38 - 1 150 - 210 = 1 337,38; Прибыль за 200 шт. = 1 337,38 * 200 = 267 476 руб.</b></p>		FBO	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 697,38 Р	2 737,38 Р	Услуги Маркета	-802,62 Р (22,9%)	-762,62 Р (21,8%)	Размещение товаров на витрине	-455,00 Р (13%)	-455,00 Р (13%)	Тариф на приём и перевод платежей	-35,12 Р (1%)	-35,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-312,50 Р (8,9%)	-272,50 Р (7,8%)	Цена продажи товара	3 500,00 Р	3 500,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																																															
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																																															
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																																															
Налог:	210.00 Р																																																																																																															
Маржа:	51.54 %																																																																																																															
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																																																
ЗАТРАТЫ:	1906.00 Р																																																																																																															
ПРИБЫЛЬ:	1594.00 Р																																																																																																															
ИТОГО:																																																																																																																
ЗАТРАТЫ:	381200.00 Р																																																																																																															
ПРИБЫЛЬ:	318800.00 Р																																																																																																															
Общие затраты на Ozon, за шт.																																																																																																																
FBO	877 Р (25%)																																																																																																															
FBS	860 Р (25%)																																																																																																															
Прибыль, за шт.																																																																																																																
FBO	1 263 Р (36%)																																																																																																															
FBS	1 280 Р (37%)																																																																																																															
Прибыль в месяц от продажи 200 шт.																																																																																																																
FBO	252 605 Р																																																																																																															
FBS	255 919 Р																																																																																																															
Цена товара																																																																																																																
FBO	3 500 Р																																																																																																															
FBS	3 500 Р																																																																																																															
Комиссия																																																																																																																
FBO	- 560 Р																																																																																																															
FBS	- 560 Р																																																																																																															
Обработка и доставка																																																																																																																
FBO	- 295 Р																																																																																																															
FBS	- 274 Р																																																																																																															
Возвраты и отмены																																																																																																																
FBO	- 22 Р																																																																																																															
FBS	- 26 Р																																																																																																															
К начислению за товар																																																																																																																
FBO	2 623 Р																																																																																																															
FBS	2 640 Р																																																																																																															
Себестоимость товара																																																																																																																
FBO	- 1 150 Р																																																																																																															
FBS	- 1 150 Р																																																																																																															
Прочие затраты																																																																																																																
FBO	- 210 Р																																																																																																															
FBS	- 210 Р																																																																																																															
Прибыль с товара																																																																																																																
FBO	1 263 Р																																																																																																															
FBS	1 280 Р																																																																																																															
	FBO	FBS																																																																																																														
Выручка после вычета стоимости услуг	2 697,38 Р	2 737,38 Р																																																																																																														
Услуги Маркета	-802,62 Р (22,9%)	-762,62 Р (21,8%)																																																																																																														
Размещение товаров на витрине	-455,00 Р (13%)	-455,00 Р (13%)																																																																																																														
Тариф на приём и перевод платежей	-35,12 Р (1%)	-35,12 Р (1%)																																																																																																														
Обработка и доставка	-312,50 Р (8,9%)	-272,50 Р (7,8%)																																																																																																														
Цена продажи товара	3 500,00 Р	3 500,00 Р																																																																																																														
<p><b>Световой планшет</b> (200 шт.)</p>	<table border="1"> <tr><td>Комиссия WB:</td><td>12.00 %</td></tr> <tr><td>Стоимость логистики:</td><td>120.00 Р</td></tr> <tr><td>Комиссия за хранение:</td><td>6.00 Р</td></tr> <tr><td>Налог:</td><td>303.90 Р</td></tr> <tr><td>Маржа:</td><td>35.56 %</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: right;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>3567.70 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>1497.30 Р</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: right;">ИТОГО:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>713540.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>299460.00 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 200 шт. = 299 460 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	303.90 Р	Маржа:	35.56 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	3567.70 Р	ПРИБЫЛЬ:	1497.30 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	713540.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	299460.00 Р	<table border="1"> <tr><th colspan="2">Общие затраты на Ozon, за шт.</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>990 Р (20%)</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>942 Р (19%)</td></tr> <tr><th colspan="2">Прибыль, за шт.</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>1 241 Р (28%)</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>1 289 Р (28%)</td></tr> <tr><th colspan="2">Прибыль в месяц от продажи 200 шт.</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>248 288 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>257 730 Р</td></tr> </table> <table border="1"> <tr><th colspan="2">Цена товара</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>5 065 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>5 065 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Комиссия</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 658 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 658 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Обработка и доставка</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 329 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 282 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Возвраты и отмены</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 2 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 2 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">К начислению за товар</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>4 075 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>4 123 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Себестоимость товара</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 2 530 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 2 530 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Прочие затраты</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>- 304 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>- 304 Р</td></tr> <tr><th colspan="2">Прибыль с товара</th></tr> <tr><td>FBO</td><td>1 241 Р</td></tr> <tr><td>FBS</td><td>1 289 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 200 шт. = 248 288 руб.</b></p>	Общие затраты на Ozon, за шт.		FBO	990 Р (20%)	FBS	942 Р (19%)	Прибыль, за шт.		FBO	1 241 Р (28%)	FBS	1 289 Р (28%)	Прибыль в месяц от продажи 200 шт.		FBO	248 288 Р	FBS	257 730 Р	Цена товара		FBO	5 065 Р	FBS	5 065 Р	Комиссия		FBO	- 658 Р	FBS	- 658 Р	Обработка и доставка		FBO	- 329 Р	FBS	- 282 Р	Возвраты и отмены		FBO	- 2 Р	FBS	- 2 Р	К начислению за товар		FBO	4 075 Р	FBS	4 123 Р	Себестоимость товара		FBO	- 2 530 Р	FBS	- 2 530 Р	Прочие затраты		FBO	- 304 Р	FBS	- 304 Р	Прибыль с товара		FBO	1 241 Р	FBS	1 289 Р	<table border="1"> <thead> <tr><th></th><th>FBO</th><th>FBS</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Выручка после вычета стоимости услуг</td><td>4 109,16 Р</td><td>4 149,16 Р</td></tr> <tr><td>Услуги Маркета</td><td>-955,85 Р (18,9%)</td><td>-915,85 Р (18,1%)</td></tr> <tr><td>Размещение товаров на витрине</td><td>-506,50 Р (10%)</td><td>-506,50 Р (10%)</td></tr> <tr><td>Тариф на приём и перевод платежей</td><td>-50,77 Р (1%)</td><td>-50,77 Р (1%)</td></tr> <tr><td>Обработка и доставка</td><td>-398,58 Р (7,9%)</td><td>-358,58 Р (7,1%)</td></tr> <tr><td>Цена продажи товара</td><td>5 065,00 Р</td><td>5 065,00 Р</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 2 530 руб.; Налог = 303,9 руб. Прибыль за ед-цу (по FBY) = 4 109,16 - 2 530 - 303,9 = 1 275,26; Прибыль за 200 шт. = 1 275,26 * 200 = 255 052 руб.</b></p>		FBO	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	4 109,16 Р	4 149,16 Р	Услуги Маркета	-955,85 Р (18,9%)	-915,85 Р (18,1%)	Размещение товаров на витрине	-506,50 Р (10%)	-506,50 Р (10%)	Тариф на приём и перевод платежей	-50,77 Р (1%)	-50,77 Р (1%)	Обработка и доставка	-398,58 Р (7,9%)	-358,58 Р (7,1%)	Цена продажи товара	5 065,00 Р	5 065,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																																															
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																																															
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																																															
Налог:	303.90 Р																																																																																																															
Маржа:	35.56 %																																																																																																															
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																																																
ЗАТРАТЫ:	3567.70 Р																																																																																																															
ПРИБЫЛЬ:	1497.30 Р																																																																																																															
ИТОГО:																																																																																																																
ЗАТРАТЫ:	713540.00 Р																																																																																																															
ПРИБЫЛЬ:	299460.00 Р																																																																																																															
Общие затраты на Ozon, за шт.																																																																																																																
FBO	990 Р (20%)																																																																																																															
FBS	942 Р (19%)																																																																																																															
Прибыль, за шт.																																																																																																																
FBO	1 241 Р (28%)																																																																																																															
FBS	1 289 Р (28%)																																																																																																															
Прибыль в месяц от продажи 200 шт.																																																																																																																
FBO	248 288 Р																																																																																																															
FBS	257 730 Р																																																																																																															
Цена товара																																																																																																																
FBO	5 065 Р																																																																																																															
FBS	5 065 Р																																																																																																															
Комиссия																																																																																																																
FBO	- 658 Р																																																																																																															
FBS	- 658 Р																																																																																																															
Обработка и доставка																																																																																																																
FBO	- 329 Р																																																																																																															
FBS	- 282 Р																																																																																																															
Возвраты и отмены																																																																																																																
FBO	- 2 Р																																																																																																															
FBS	- 2 Р																																																																																																															
К начислению за товар																																																																																																																
FBO	4 075 Р																																																																																																															
FBS	4 123 Р																																																																																																															
Себестоимость товара																																																																																																																
FBO	- 2 530 Р																																																																																																															
FBS	- 2 530 Р																																																																																																															
Прочие затраты																																																																																																																
FBO	- 304 Р																																																																																																															
FBS	- 304 Р																																																																																																															
Прибыль с товара																																																																																																																
FBO	1 241 Р																																																																																																															
FBS	1 289 Р																																																																																																															
	FBO	FBS																																																																																																														
Выручка после вычета стоимости услуг	4 109,16 Р	4 149,16 Р																																																																																																														
Услуги Маркета	-955,85 Р (18,9%)	-915,85 Р (18,1%)																																																																																																														
Размещение товаров на витрине	-506,50 Р (10%)	-506,50 Р (10%)																																																																																																														
Тариф на приём и перевод платежей	-50,77 Р (1%)	-50,77 Р (1%)																																																																																																														
Обработка и доставка	-398,58 Р (7,9%)	-358,58 Р (7,1%)																																																																																																														
Цена продажи товара	5 065,00 Р	5 065,00 Р																																																																																																														

Продолжение таблицы 2.14

<p>Тактильная дорожка (500 шт.)</p>	<table border="1"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td>12.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td>120.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td>6.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td>147.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td>32.86 %</td> </tr> </table> <p>НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</p> <table border="1"> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>1792.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>658.00 Р</td> </tr> </table> <p>ИТОГО:</p> <table border="1"> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>896000.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>329000.00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 500 шт. = 329 000 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	147.00 Р	Маржа:	32.86 %	ЗАТРАТЫ:	1792.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	658.00 Р	ЗАТРАТЫ:	896000.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	329000.00 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td>575 Р (23%)</td> <td>565 Р (23%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td>503 Р (21%)</td> <td>513 Р (21%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль в месяц от продажи 500 шт.</td> <td>251 599 Р</td> <td>256 302 Р</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Цена товара</td> <td>2 450 Р</td> <td>2 450 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td>- 319 Р</td> <td>- 319 Р</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>- 243 Р</td> <td>- 230 Р</td> </tr> <tr> <td>Возвраты и отмены</td> <td>- 14 Р</td> <td>- 16 Р</td> </tr> <tr> <td>К начислению за товар</td> <td>1 875 Р</td> <td>1 885 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td>- 1 225 Р</td> <td>- 1 225 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td>- 147 Р</td> <td>- 147 Р</td> </tr> <tr> <td>Прибыль с товара</td> <td>503 Р</td> <td>513 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Прибыль за 500 шт. = 251 599 руб.</b></p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	575 Р (23%)	565 Р (23%)	Прибыль, за шт.	503 Р (21%)	513 Р (21%)	Прибыль в месяц от продажи 500 шт.	251 599 Р	256 302 Р		FBO	FBS	Цена товара	2 450 Р	2 450 Р	Комиссия	- 319 Р	- 319 Р	Обработка и доставка	- 243 Р	- 230 Р	Возвраты и отмены	- 14 Р	- 16 Р	К начислению за товар	1 875 Р	1 885 Р	Себестоимость товара	- 1 225 Р	- 1 225 Р	Прочие затраты	- 147 Р	- 147 Р	Прибыль с товара	503 Р	513 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBY</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td>2 023,63 Р</td> <td>2 063,63 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета</td> <td>-426,37 Р (17,4%)</td> <td>-386,37 Р (15,8%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td>-147,00 Р (6%)</td> <td>-147,00 Р (6%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td>-24,62 Р (1%)</td> <td>-24,62 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>-254,75 Р (10,4%)</td> <td>-214,75 Р (8,8%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td>2 450,00 Р</td> <td>2 450,00 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 1 225 руб.; Налог = 147 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 023,63 – 1 225 – 147 = 651,63 руб.; Прибыль за 500 шт. = 651,63 * 500 = 325 815 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 023,63 Р	2 063,63 Р	Услуги Маркета	-426,37 Р (17,4%)	-386,37 Р (15,8%)	Размещение товаров на витрине	-147,00 Р (6%)	-147,00 Р (6%)	Тариф на приём и перевод платежей	-24,62 Р (1%)	-24,62 Р (1%)	Обработка и доставка	-254,75 Р (10,4%)	-214,75 Р (8,8%)	Цена продажи товара	2 450,00 Р	2 450,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																
Налог:	147.00 Р																																																																																
Маржа:	32.86 %																																																																																
ЗАТРАТЫ:	1792.00 Р																																																																																
ПРИБЫЛЬ:	658.00 Р																																																																																
ЗАТРАТЫ:	896000.00 Р																																																																																
ПРИБЫЛЬ:	329000.00 Р																																																																																
	FBO	FBS																																																																															
Общие затраты на Ozon, за шт.	575 Р (23%)	565 Р (23%)																																																																															
Прибыль, за шт.	503 Р (21%)	513 Р (21%)																																																																															
Прибыль в месяц от продажи 500 шт.	251 599 Р	256 302 Р																																																																															
	FBO	FBS																																																																															
Цена товара	2 450 Р	2 450 Р																																																																															
Комиссия	- 319 Р	- 319 Р																																																																															
Обработка и доставка	- 243 Р	- 230 Р																																																																															
Возвраты и отмены	- 14 Р	- 16 Р																																																																															
К начислению за товар	1 875 Р	1 885 Р																																																																															
Себестоимость товара	- 1 225 Р	- 1 225 Р																																																																															
Прочие затраты	- 147 Р	- 147 Р																																																																															
Прибыль с товара	503 Р	513 Р																																																																															
	FBY	FBS																																																																															
Выручка после вычета стоимости услуг	2 023,63 Р	2 063,63 Р																																																																															
Услуги Маркета	-426,37 Р (17,4%)	-386,37 Р (15,8%)																																																																															
Размещение товаров на витрине	-147,00 Р (6%)	-147,00 Р (6%)																																																																															
Тариф на приём и перевод платежей	-24,62 Р (1%)	-24,62 Р (1%)																																																																															
Обработка и доставка	-254,75 Р (10,4%)	-214,75 Р (8,8%)																																																																															
Цена продажи товара	2 450,00 Р	2 450,00 Р																																																																															
<p>Набор тактильный "Текстуры" (300 шт.)</p>	<table border="1"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td>12.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td>120.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td>6.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td>172.20 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td>33.61 %</td> </tr> </table> <p>НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</p> <table border="1"> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>2077.60 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>792.40 Р</td> </tr> </table> <p>ИТОГО:</p> <table border="1"> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>623280.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>237720.00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 300 шт. = 237 720 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	172.20 Р	Маржа:	33.61 %	ЗАТРАТЫ:	2077.60 Р	ПРИБЫЛЬ:	792.40 Р	ЗАТРАТЫ:	623280.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	237720.00 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td>568 Р (20%)</td> <td>553 Р (19%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td>695 Р (24%)</td> <td>710 Р (25%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль в месяц от продажи 300 шт.</td> <td>208 485 Р</td> <td>213 070 Р</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Цена товара</td> <td>2 870 Р</td> <td>2 870 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td>- 373 Р</td> <td>- 373 Р</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>- 187 Р</td> <td>- 171 Р</td> </tr> <tr> <td>Возвраты и отмены</td> <td>- 8 Р</td> <td>- 9 Р</td> </tr> <tr> <td>К начислению за товар</td> <td>2 302 Р</td> <td>2 317 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td>- 1 435 Р</td> <td>- 1 435 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td>- 172 Р</td> <td>- 172 Р</td> </tr> <tr> <td>Прибыль с товара</td> <td>695 Р</td> <td>710 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Прибыль за 300 шт. = 208 485 руб.</b></p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	568 Р (20%)	553 Р (19%)	Прибыль, за шт.	695 Р (24%)	710 Р (25%)	Прибыль в месяц от продажи 300 шт.	208 485 Р	213 070 Р		FBO	FBS	Цена товара	2 870 Р	2 870 Р	Комиссия	- 373 Р	- 373 Р	Обработка и доставка	- 187 Р	- 171 Р	Возвраты и отмены	- 8 Р	- 9 Р	К начислению за товар	2 302 Р	2 317 Р	Себестоимость товара	- 1 435 Р	- 1 435 Р	Прочие затраты	- 172 Р	- 172 Р	Прибыль с товара	695 Р	710 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBY</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td>2 391,13 Р</td> <td>2 431,13 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета</td> <td>-478,87 Р (16,7%)</td> <td>-438,87 Р (15,3%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td>-172,20 Р (6%)</td> <td>-172,20 Р (6%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td>-28,82 Р (1%)</td> <td>-28,82 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>-277,85 Р (9,7%)</td> <td>-237,85 Р (8,3%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td>2 870,00 Р</td> <td>2 870,00 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 1 435 руб.; Налог = 172,2 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 391,13 – 1 435 – 172,2 = 783,93 руб.; Прибыль за 300 шт. = 783,93 * 300 = 235 179 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 391,13 Р	2 431,13 Р	Услуги Маркета	-478,87 Р (16,7%)	-438,87 Р (15,3%)	Размещение товаров на витрине	-172,20 Р (6%)	-172,20 Р (6%)	Тариф на приём и перевод платежей	-28,82 Р (1%)	-28,82 Р (1%)	Обработка и доставка	-277,85 Р (9,7%)	-237,85 Р (8,3%)	Цена продажи товара	2 870,00 Р	2 870,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																
Налог:	172.20 Р																																																																																
Маржа:	33.61 %																																																																																
ЗАТРАТЫ:	2077.60 Р																																																																																
ПРИБЫЛЬ:	792.40 Р																																																																																
ЗАТРАТЫ:	623280.00 Р																																																																																
ПРИБЫЛЬ:	237720.00 Р																																																																																
	FBO	FBS																																																																															
Общие затраты на Ozon, за шт.	568 Р (20%)	553 Р (19%)																																																																															
Прибыль, за шт.	695 Р (24%)	710 Р (25%)																																																																															
Прибыль в месяц от продажи 300 шт.	208 485 Р	213 070 Р																																																																															
	FBO	FBS																																																																															
Цена товара	2 870 Р	2 870 Р																																																																															
Комиссия	- 373 Р	- 373 Р																																																																															
Обработка и доставка	- 187 Р	- 171 Р																																																																															
Возвраты и отмены	- 8 Р	- 9 Р																																																																															
К начислению за товар	2 302 Р	2 317 Р																																																																															
Себестоимость товара	- 1 435 Р	- 1 435 Р																																																																															
Прочие затраты	- 172 Р	- 172 Р																																																																															
Прибыль с товара	695 Р	710 Р																																																																															
	FBY	FBS																																																																															
Выручка после вычета стоимости услуг	2 391,13 Р	2 431,13 Р																																																																															
Услуги Маркета	-478,87 Р (16,7%)	-438,87 Р (15,3%)																																																																															
Размещение товаров на витрине	-172,20 Р (6%)	-172,20 Р (6%)																																																																															
Тариф на приём и перевод платежей	-28,82 Р (1%)	-28,82 Р (1%)																																																																															
Обработка и доставка	-277,85 Р (9,7%)	-237,85 Р (8,3%)																																																																															
Цена продажи товара	2 870,00 Р	2 870,00 Р																																																																															

Продолжение таблицы 2.14

<p>Пуф Груша (350 шт.)</p>	<table border="1"> <tr><td>Комиссия WB:</td><td>7.00 %</td></tr> <tr><td>Стоимость логистики:</td><td>1125.00 Р</td></tr> <tr><td>Комиссия за хранение:</td><td>67.50 Р</td></tr> <tr><td>Налог:</td><td>240.00 Р</td></tr> <tr><td>Маржа:</td><td>34.88 %</td></tr> <tr><td colspan="2">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>2845.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>1155.00 Р</td></tr> <tr><td colspan="2">ИТОГО:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>995750.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>404250.00 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 350 шт. = 404 250 руб.</b> (без учета логистики)</p>	Комиссия WB:	7.00 %	Стоимость логистики:	1125.00 Р	Комиссия за хранение:	67.50 Р	Налог:	240.00 Р	Маржа:	34.88 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	2845.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	1155.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	995750.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	404250.00 Р	<p><b>Прибыль за 350 шт. = 518 630 руб.</b> (без учета логистики)</p>	<table border="1"> <thead> <tr><th></th><th>FBY</th><th>FBS</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Выручка после вычета стоимости услуг</td><td>2 239,88 Р</td><td>2 579,88 Р</td></tr> <tr><td>Услуги Маркета</td><td>-1 760,12 Р (44%)</td><td>-1 420,12 Р (35,5%)</td></tr> <tr><td>Размещение товаров на витрине</td><td>-320,00 Р (8%)</td><td>-320,00 Р (8%)</td></tr> <tr><td>Тариф на приём и перевод платежей</td><td>-40,12 Р (1%)</td><td>-40,12 Р (1%)</td></tr> <tr><td>Обработка и доставка</td><td>-1 400,00 Р (35%)</td><td>-1 060,00 Р (26,5%)</td></tr> <tr><td>Цена продажи товара</td><td>4 000,00 Р</td><td>4 000,00 Р</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 1 200 руб.; Налог = 240 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 239,88 - 1 200 - 240 = 799,88 руб.; Прибыль за 350 шт. = 799,88 * 350 = 279 958 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 239,88 Р	2 579,88 Р	Услуги Маркета	-1 760,12 Р (44%)	-1 420,12 Р (35,5%)	Размещение товаров на витрине	-320,00 Р (8%)	-320,00 Р (8%)	Тариф на приём и перевод платежей	-40,12 Р (1%)	-40,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-1 400,00 Р (35%)	-1 060,00 Р (26,5%)	Цена продажи товара	4 000,00 Р	4 000,00 Р
Комиссия WB:	7.00 %																																													
Стоимость логистики:	1125.00 Р																																													
Комиссия за хранение:	67.50 Р																																													
Налог:	240.00 Р																																													
Маржа:	34.88 %																																													
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																														
ЗАТРАТЫ:	2845.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	1155.00 Р																																													
ИТОГО:																																														
ЗАТРАТЫ:	995750.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	404250.00 Р																																													
	FBY	FBS																																												
Выручка после вычета стоимости услуг	2 239,88 Р	2 579,88 Р																																												
Услуги Маркета	-1 760,12 Р (44%)	-1 420,12 Р (35,5%)																																												
Размещение товаров на витрине	-320,00 Р (8%)	-320,00 Р (8%)																																												
Тариф на приём и перевод платежей	-40,12 Р (1%)	-40,12 Р (1%)																																												
Обработка и доставка	-1 400,00 Р (35%)	-1 060,00 Р (26,5%)																																												
Цена продажи товара	4 000,00 Р	4 000,00 Р																																												
<p>Кресло для релаксации (350 шт.)</p>	<table border="1"> <tr><td>Комиссия WB:</td><td>7.00 %</td></tr> <tr><td>Стоимость логистики:</td><td>1078.00 Р</td></tr> <tr><td>Комиссия за хранение:</td><td>64.68 Р</td></tr> <tr><td>Налог:</td><td>300.00 Р</td></tr> <tr><td>Маржа:</td><td>31.44 %</td></tr> <tr><td colspan="2">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>3728.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>1272.00 Р</td></tr> <tr><td colspan="2">ИТОГО:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>1304800.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>445200.00 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 350 шт. = 445 200 руб.</b> (без учета логистики)</p>	Комиссия WB:	7.00 %	Стоимость логистики:	1078.00 Р	Комиссия за хранение:	64.68 Р	Налог:	300.00 Р	Маржа:	31.44 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	3728.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	1272.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	1304800.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	445200.00 Р	<p><b>Прибыль за 350 шт. = 536 130 руб.</b> (без учета логистики)</p>	<table border="1"> <thead> <tr><th></th><th>FBY</th><th>FBS</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Выручка после вычета стоимости услуг</td><td>3 149,88 Р</td><td>3 489,88 Р</td></tr> <tr><td>Услуги Маркета</td><td>-1 850,12 Р (37%)</td><td>-1 510,12 Р (30,2%)</td></tr> <tr><td>Размещение товаров на витрине</td><td>-400,00 Р (8%)</td><td>-400,00 Р (8%)</td></tr> <tr><td>Тариф на приём и перевод платежей</td><td>-50,12 Р (1%)</td><td>-50,12 Р (1%)</td></tr> <tr><td>Обработка и доставка</td><td>-1 400,00 Р (28%)</td><td>-1 060,00 Р (21,2%)</td></tr> <tr><td>Цена продажи товара</td><td>5 000,00 Р</td><td>5 000,00 Р</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 2 000 руб.; Налог = 300 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 3 149,88 - 2 000 - 300 = 849,88 руб.; Прибыль за 350 шт. = 849,88 * 350 = 297 458 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	3 149,88 Р	3 489,88 Р	Услуги Маркета	-1 850,12 Р (37%)	-1 510,12 Р (30,2%)	Размещение товаров на витрине	-400,00 Р (8%)	-400,00 Р (8%)	Тариф на приём и перевод платежей	-50,12 Р (1%)	-50,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-1 400,00 Р (28%)	-1 060,00 Р (21,2%)	Цена продажи товара	5 000,00 Р	5 000,00 Р
Комиссия WB:	7.00 %																																													
Стоимость логистики:	1078.00 Р																																													
Комиссия за хранение:	64.68 Р																																													
Налог:	300.00 Р																																													
Маржа:	31.44 %																																													
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																														
ЗАТРАТЫ:	3728.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	1272.00 Р																																													
ИТОГО:																																														
ЗАТРАТЫ:	1304800.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	445200.00 Р																																													
	FBY	FBS																																												
Выручка после вычета стоимости услуг	3 149,88 Р	3 489,88 Р																																												
Услуги Маркета	-1 850,12 Р (37%)	-1 510,12 Р (30,2%)																																												
Размещение товаров на витрине	-400,00 Р (8%)	-400,00 Р (8%)																																												
Тариф на приём и перевод платежей	-50,12 Р (1%)	-50,12 Р (1%)																																												
Обработка и доставка	-1 400,00 Р (28%)	-1 060,00 Р (21,2%)																																												
Цена продажи товара	5 000,00 Р	5 000,00 Р																																												

Продолжение таблицы 2.14

<p>Кресло для релаксации детское  (350 шт.)</p>	<table border="1"> <tr><td>Комиссия WB:</td><td>7.00 %</td></tr> <tr><td>Стоимость логистики:</td><td>576.00 Р</td></tr> <tr><td>Комиссия за хранение:</td><td>34.56 Р</td></tr> <tr><td>Налог:</td><td>234.00 Р</td></tr> <tr><td>Маржа:</td><td>42.33 %</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>2483.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>1417.00 Р</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>869050.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>495950.00 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 350 шт. = 495 950 руб.</b> (без учета логистики)</p>	Комиссия WB:	7.00 %	Стоимость логистики:	576.00 Р	Комиссия за хранение:	34.56 Р	Налог:	234.00 Р	Маржа:	42.33 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	2483.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	1417.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	869050.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	495950.00 Р	<p><b>Прибыль за 350 шт. = 418 880 руб.</b> (без учета логистики)</p>	<table border="1"> <thead> <tr><th></th><th>FBY</th><th>FBS</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Выручка после вычета стоимости услуг</td><td>2 148,88 Р</td><td>2 488,88 Р</td></tr> <tr><td>Услуги Маркета</td><td>-1 751,12 Р (44,9%)</td><td>-1 411,12 Р (36,2%)</td></tr> <tr><td>Размещение товаров на витрине</td><td>-312,00 Р (8%)</td><td>-312,00 Р (8%)</td></tr> <tr><td>Тариф на приём и перевод платежей</td><td>-39,12 Р (1%)</td><td>-39,12 Р (1%)</td></tr> <tr><td>Обработка и доставка</td><td>-1 400,00 Р (35,9%)</td><td>-1 060,00 Р (27,2%)</td></tr> <tr><td>Цена продажи товара</td><td>3 900,00 Р</td><td>3 900,00 Р</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 1 400 руб.; Налог = 234 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 148,88 – 1 400 – 234 = 514,88 руб.; Прибыль за 350 шт. = 514,88 * 350 = 180 208 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 148,88 Р	2 488,88 Р	Услуги Маркета	-1 751,12 Р (44,9%)	-1 411,12 Р (36,2%)	Размещение товаров на витрине	-312,00 Р (8%)	-312,00 Р (8%)	Тариф на приём и перевод платежей	-39,12 Р (1%)	-39,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-1 400,00 Р (35,9%)	-1 060,00 Р (27,2%)	Цена продажи товара	3 900,00 Р	3 900,00 Р
Комиссия WB:	7.00 %																																													
Стоимость логистики:	576.00 Р																																													
Комиссия за хранение:	34.56 Р																																													
Налог:	234.00 Р																																													
Маржа:	42.33 %																																													
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																														
ЗАТРАТЫ:	2483.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	1417.00 Р																																													
ИТОГО:																																														
ЗАТРАТЫ:	869050.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	495950.00 Р																																													
	FBY	FBS																																												
Выручка после вычета стоимости услуг	2 148,88 Р	2 488,88 Р																																												
Услуги Маркета	-1 751,12 Р (44,9%)	-1 411,12 Р (36,2%)																																												
Размещение товаров на витрине	-312,00 Р (8%)	-312,00 Р (8%)																																												
Тариф на приём и перевод платежей	-39,12 Р (1%)	-39,12 Р (1%)																																												
Обработка и доставка	-1 400,00 Р (35,9%)	-1 060,00 Р (27,2%)																																												
Цена продажи товара	3 900,00 Р	3 900,00 Р																																												
<p>Сухой бассейн круглый  (200 шт.)</p>	<table border="1"> <tr><td>Комиссия WB:</td><td>7.00 %</td></tr> <tr><td>Стоимость логистики:</td><td>1014.00 Р</td></tr> <tr><td>Комиссия за хранение:</td><td>60.84 Р</td></tr> <tr><td>Налог:</td><td>522.00 Р</td></tr> <tr><td>Маржа:</td><td>38.24 %</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>5895.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>2805.00 Р</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td></tr> <tr><td>ЗАТРАТЫ:</td><td>1179000.00 Р</td></tr> <tr><td>ПРИБЫЛЬ:</td><td>561000.00 Р</td></tr> </table> <p><b>Прибыль за 200 шт. = 561 000 руб.</b> (без учета логистики)</p>	Комиссия WB:	7.00 %	Стоимость логистики:	1014.00 Р	Комиссия за хранение:	60.84 Р	Налог:	522.00 Р	Маржа:	38.24 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	5895.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	2805.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	1179000.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	561000.00 Р	<p><b>Прибыль за 200 шт. = 585 360 руб.</b> (без учета логистики)</p>	<table border="1"> <thead> <tr><th></th><th>FBY</th><th>FBS</th></tr> </thead> <tbody> <tr><td>Выручка после вычета стоимости услуг</td><td>5 994,88 Р</td><td>6 334,88 Р</td></tr> <tr><td>Услуги Маркета</td><td>-2 705,12 Р (31,1%)</td><td>-2 365,12 Р (27,2%)</td></tr> <tr><td>Размещение товаров на витрине</td><td>-1 218,00 Р (14%)</td><td>-1 218,00 Р (14%)</td></tr> <tr><td>Тариф на приём и перевод платежей</td><td>-87,12 Р (1%)</td><td>-87,12 Р (1%)</td></tr> <tr><td>Обработка и доставка</td><td>-1 400,00 Р (16,1%)</td><td>-1 060,00 Р (12,2%)</td></tr> <tr><td>Цена продажи товара</td><td>8 700,00 Р</td><td>8 700,00 Р</td></tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 3 750 руб.; Налог = 522 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 5 994,88 – 3 750 – 522 = 1 722,88 руб.; Прибыль за 200 шт. = 1 722,88 * 200 = 344 576 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	5 994,88 Р	6 334,88 Р	Услуги Маркета	-2 705,12 Р (31,1%)	-2 365,12 Р (27,2%)	Размещение товаров на витрине	-1 218,00 Р (14%)	-1 218,00 Р (14%)	Тариф на приём и перевод платежей	-87,12 Р (1%)	-87,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-1 400,00 Р (16,1%)	-1 060,00 Р (12,2%)	Цена продажи товара	8 700,00 Р	8 700,00 Р
Комиссия WB:	7.00 %																																													
Стоимость логистики:	1014.00 Р																																													
Комиссия за хранение:	60.84 Р																																													
Налог:	522.00 Р																																													
Маржа:	38.24 %																																													
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																														
ЗАТРАТЫ:	5895.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	2805.00 Р																																													
ИТОГО:																																														
ЗАТРАТЫ:	1179000.00 Р																																													
ПРИБЫЛЬ:	561000.00 Р																																													
	FBY	FBS																																												
Выручка после вычета стоимости услуг	5 994,88 Р	6 334,88 Р																																												
Услуги Маркета	-2 705,12 Р (31,1%)	-2 365,12 Р (27,2%)																																												
Размещение товаров на витрине	-1 218,00 Р (14%)	-1 218,00 Р (14%)																																												
Тариф на приём и перевод платежей	-87,12 Р (1%)	-87,12 Р (1%)																																												
Обработка и доставка	-1 400,00 Р (16,1%)	-1 060,00 Р (12,2%)																																												
Цена продажи товара	8 700,00 Р	8 700,00 Р																																												




Продолжение таблицы 2.14

<p>Сенсорная тропя для ног (500 шт.)</p>	<table border="1"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td>7.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td>120.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td>6.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td>170.70 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td>46.60 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>1689.85 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>1155.15 Р</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>844925.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>577575.00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 500 шт. = 577 575 руб.</b></p>	Комиссия WB:	7.00 %	Стоимость логистики:	120.00 Р	Комиссия за хранение:	6.00 Р	Налог:	170.70 Р	Маржа:	46.60 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	1689.85 Р	ПРИБЫЛЬ:	1155.15 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	844925.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	577575.00 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td>602 Р (21%)</td> <td>588 Р (21%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td>872 Р (31%)</td> <td>886 Р (31%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль в месяц от продажи 500 шт.</td> <td>436 177 Р</td> <td>443 159 Р</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Цена товара</td> <td>2 845 Р</td> <td>2 845 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td>- 370 Р</td> <td>- 370 Р</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>- 221 Р</td> <td>- 206 Р</td> </tr> <tr> <td>Возвраты и отмены</td> <td>- 11 Р</td> <td>- 12 Р</td> </tr> <tr> <td>К исчислению за товар</td> <td>2 243 Р</td> <td>2 257 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td>- 1 200 Р</td> <td>- 1 200 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td>- 171 Р</td> <td>- 171 Р</td> </tr> <tr> <td>Прибыль с товара</td> <td>872 Р</td> <td>886 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Прибыль за 500 шт. = 436 177 руб.</b></p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	602 Р (21%)	588 Р (21%)	Прибыль, за шт.	872 Р (31%)	886 Р (31%)	Прибыль в месяц от продажи 500 шт.	436 177 Р	443 159 Р		FBO	FBS	Цена товара	2 845 Р	2 845 Р	Комиссия	- 370 Р	- 370 Р	Обработка и доставка	- 221 Р	- 206 Р	Возвраты и отмены	- 11 Р	- 12 Р	К исчислению за товар	2 243 Р	2 257 Р	Себестоимость товара	- 1 200 Р	- 1 200 Р	Прочие затраты	- 171 Р	- 171 Р	Прибыль с товара	872 Р	886 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBY</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td>2 369,26 Р</td> <td>2 409,26 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета</td> <td>-475,75 Р (16,7%)</td> <td>-435,75 Р (15,3%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td>-170,70 Р (6%)</td> <td>-170,70 Р (6%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td>-28,57 Р (1%)</td> <td>-28,57 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>-276,48 Р (9,7%)</td> <td>-236,48 Р (8,3%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td>2 845,00 Р</td> <td>2 845,00 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 1 200 руб.; Налог = 170,7 руб.; Прибыль за ед-цу (по FBY) = 2 369,26 - 1 200 - 170,7 = 998,56 руб.; Прибыль за 500 шт. = 998,56 * 500 = 499 280 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	2 369,26 Р	2 409,26 Р	Услуги Маркета	-475,75 Р (16,7%)	-435,75 Р (15,3%)	Размещение товаров на витрине	-170,70 Р (6%)	-170,70 Р (6%)	Тариф на приём и перевод платежей	-28,57 Р (1%)	-28,57 Р (1%)	Обработка и доставка	-276,48 Р (9,7%)	-236,48 Р (8,3%)	Цена продажи товара	2 845,00 Р	2 845,00 Р
Комиссия WB:	7.00 %																																																																																				
Стоимость логистики:	120.00 Р																																																																																				
Комиссия за хранение:	6.00 Р																																																																																				
Налог:	170.70 Р																																																																																				
Маржа:	46.60 %																																																																																				
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	1689.85 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	1155.15 Р																																																																																				
ИТОГО:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	844925.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	577575.00 Р																																																																																				
	FBO	FBS																																																																																			
Общие затраты на Ozon, за шт.	602 Р (21%)	588 Р (21%)																																																																																			
Прибыль, за шт.	872 Р (31%)	886 Р (31%)																																																																																			
Прибыль в месяц от продажи 500 шт.	436 177 Р	443 159 Р																																																																																			
	FBO	FBS																																																																																			
Цена товара	2 845 Р	2 845 Р																																																																																			
Комиссия	- 370 Р	- 370 Р																																																																																			
Обработка и доставка	- 221 Р	- 206 Р																																																																																			
Возвраты и отмены	- 11 Р	- 12 Р																																																																																			
К исчислению за товар	2 243 Р	2 257 Р																																																																																			
Себестоимость товара	- 1 200 Р	- 1 200 Р																																																																																			
Прочие затраты	- 171 Р	- 171 Р																																																																																			
Прибыль с товара	872 Р	886 Р																																																																																			
	FBY	FBS																																																																																			
Выручка после вычета стоимости услуг	2 369,26 Р	2 409,26 Р																																																																																			
Услуги Маркета	-475,75 Р (16,7%)	-435,75 Р (15,3%)																																																																																			
Размещение товаров на витрине	-170,70 Р (6%)	-170,70 Р (6%)																																																																																			
Тариф на приём и перевод платежей	-28,57 Р (1%)	-28,57 Р (1%)																																																																																			
Обработка и доставка	-276,48 Р (9,7%)	-236,48 Р (8,3%)																																																																																			
Цена продажи товара	2 845,00 Р	2 845,00 Р																																																																																			
<p>Межполушарный лабиринт (500 шт.)</p>	<table border="1"> <tr> <td>Комиссия WB:</td> <td>12.00 %</td> </tr> <tr> <td>Стоимость логистики:</td> <td>36.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия за хранение:</td> <td>0.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Налог:</td> <td>108.00 Р</td> </tr> <tr> <td>Маржа:</td> <td>44.33 %</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>1110.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>690.00 Р</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">ИТОГО:</td> </tr> <tr> <td>ЗАТРАТЫ:</td> <td>555000.00 Р</td> </tr> <tr> <td>ПРИБЫЛЬ:</td> <td>345000.00 Р</td> </tr> </table> <p><b>Прибыль за 500 шт. = 345 000 руб.</b></p>	Комиссия WB:	12.00 %	Стоимость логистики:	36.00 Р	Комиссия за хранение:	0.00 Р	Налог:	108.00 Р	Маржа:	44.33 %	НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:		ЗАТРАТЫ:	1110.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	690.00 Р	ИТОГО:		ЗАТРАТЫ:	555000.00 Р	ПРИБЫЛЬ:	345000.00 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Общие затраты на Ozon, за шт.</td> <td>405 Р (23%)</td> <td>392 Р (22%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль, за шт.</td> <td>537 Р (30%)</td> <td>550 Р (31%)</td> </tr> <tr> <td>Прибыль в месяц от продажи 500 шт.</td> <td>268 394 Р</td> <td>274 789 Р</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBO</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Цена товара</td> <td>1 800 Р</td> <td>1 800 Р</td> </tr> <tr> <td>Комиссия</td> <td>- 234 Р</td> <td>- 234 Р</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>- 169 Р</td> <td>- 156 Р</td> </tr> <tr> <td>Возвраты и отмены</td> <td>- 2 Р</td> <td>- 2 Р</td> </tr> <tr> <td>К исчислению за товар</td> <td>1 395 Р</td> <td>1 408 Р</td> </tr> <tr> <td>Себестоимость товара</td> <td>- 750 Р</td> <td>- 750 Р</td> </tr> <tr> <td>Прочие затраты</td> <td>- 108 Р</td> <td>- 108 Р</td> </tr> <tr> <td>Прибыль с товара</td> <td>537 Р</td> <td>550 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Прибыль за 500 шт. = 268 394 руб.</b></p>		FBO	FBS	Общие затраты на Ozon, за шт.	405 Р (23%)	392 Р (22%)	Прибыль, за шт.	537 Р (30%)	550 Р (31%)	Прибыль в месяц от продажи 500 шт.	268 394 Р	274 789 Р		FBO	FBS	Цена товара	1 800 Р	1 800 Р	Комиссия	- 234 Р	- 234 Р	Обработка и доставка	- 169 Р	- 156 Р	Возвраты и отмены	- 2 Р	- 2 Р	К исчислению за товар	1 395 Р	1 408 Р	Себестоимость товара	- 750 Р	- 750 Р	Прочие затраты	- 108 Р	- 108 Р	Прибыль с товара	537 Р	550 Р	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>FBY</th> <th>FBS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Выручка после вычета стоимости услуг</td> <td>426,88 Р</td> <td>791,88 Р</td> </tr> <tr> <td>Услуги Маркета</td> <td>-1 373,12 Р (76,3%)</td> <td>-1 008,12 Р (56%)</td> </tr> <tr> <td>Размещение товаров на витрине</td> <td>-180,00 Р (10%)</td> <td>-180,00 Р (10%)</td> </tr> <tr> <td>Тариф на приём и перевод платежей</td> <td>-18,12 Р (1%)</td> <td>-18,12 Р (1%)</td> </tr> <tr> <td>Обработка и доставка</td> <td>-1 175,00 Р (65,3%)</td> <td>-810,00 Р (45%)</td> </tr> <tr> <td>Цена продажи товара</td> <td>1 800,00 Р</td> <td>1 800,00 Р</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Себестоимость = 750 руб.; Налог = 108 руб. Прибыль за ед-цу (по FBY) = 426,88 - 750 - 108 = - 431,12 руб. Прибыль (убыток) за 500 шт. = (- 431,12) * 500 = - 215 560 руб.</b></p>		FBY	FBS	Выручка после вычета стоимости услуг	426,88 Р	791,88 Р	Услуги Маркета	-1 373,12 Р (76,3%)	-1 008,12 Р (56%)	Размещение товаров на витрине	-180,00 Р (10%)	-180,00 Р (10%)	Тариф на приём и перевод платежей	-18,12 Р (1%)	-18,12 Р (1%)	Обработка и доставка	-1 175,00 Р (65,3%)	-810,00 Р (45%)	Цена продажи товара	1 800,00 Р	1 800,00 Р
Комиссия WB:	12.00 %																																																																																				
Стоимость логистики:	36.00 Р																																																																																				
Комиссия за хранение:	0.00 Р																																																																																				
Налог:	108.00 Р																																																																																				
Маржа:	44.33 %																																																																																				
НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	1110.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	690.00 Р																																																																																				
ИТОГО:																																																																																					
ЗАТРАТЫ:	555000.00 Р																																																																																				
ПРИБЫЛЬ:	345000.00 Р																																																																																				
	FBO	FBS																																																																																			
Общие затраты на Ozon, за шт.	405 Р (23%)	392 Р (22%)																																																																																			
Прибыль, за шт.	537 Р (30%)	550 Р (31%)																																																																																			
Прибыль в месяц от продажи 500 шт.	268 394 Р	274 789 Р																																																																																			
	FBO	FBS																																																																																			
Цена товара	1 800 Р	1 800 Р																																																																																			
Комиссия	- 234 Р	- 234 Р																																																																																			
Обработка и доставка	- 169 Р	- 156 Р																																																																																			
Возвраты и отмены	- 2 Р	- 2 Р																																																																																			
К исчислению за товар	1 395 Р	1 408 Р																																																																																			
Себестоимость товара	- 750 Р	- 750 Р																																																																																			
Прочие затраты	- 108 Р	- 108 Р																																																																																			
Прибыль с товара	537 Р	550 Р																																																																																			
	FBY	FBS																																																																																			
Выручка после вычета стоимости услуг	426,88 Р	791,88 Р																																																																																			
Услуги Маркета	-1 373,12 Р (76,3%)	-1 008,12 Р (56%)																																																																																			
Размещение товаров на витрине	-180,00 Р (10%)	-180,00 Р (10%)																																																																																			
Тариф на приём и перевод платежей	-18,12 Р (1%)	-18,12 Р (1%)																																																																																			
Обработка и доставка	-1 175,00 Р (65,3%)	-810,00 Р (45%)																																																																																			
Цена продажи товара	1 800,00 Р	1 800,00 Р																																																																																			

Окончание таблицы 2.14

Прибыль от малогабаритных товаров (без доставки в Самару)	2 956 595 руб.	2 401 444 руб.	2 098 918 руб.
Прибыль от многогабаритных товаров без доставки, в год.	1 906 400 руб.	2 059 000 руб.	1 102 200 руб.
<b>Итого прибыль от продаж</b>	<b>4 862 995 руб.</b>	<b>4 460 444 руб.</b>	<b>3 201 118 руб.</b>

Таблица 2.15 – Дополнительные расходы для выхода на маркетплейсы

Дополнительные расходы:			
Позиция расхода	Wildberries 	OZON 	Yandex Market 

Окончание таблицы 2.15




Сотрудник, который будет отвечать за маркетплейс + отчисления в страховые взносы, в год	300 000 руб./год.	300 000 руб./год.	300 000 руб./год.
Карточки товаров, единовременно	1 шт. = 500 руб. 13 x 500 = 6 500 руб.	1 шт. = 500 руб. 13 x 500 = 6 500 руб.	1 шт. = 500 руб. 13 x 500 = 6 500 руб.
Отправка на склады (доставка в Самару) для FBO – 5% от прибыли	147 829,75 руб.	120 072,2 руб.	163 555,9 руб.
Доставка FBS – 10% от прибыли, в год.	190 640 руб.	205 900 руб.	-
Реклама, в год.	200 000 руб.	200 000 руб.	200 000 руб.
Регистрация, единовременно	30 000 руб.	-	-
<b>Итого расходы</b>	<b>874 969,75 руб.</b>	<b>832 472,2 руб.</b>	<b>670 055,9 руб.</b>



Подведем итоги наших расчетов в сводной таблице. В таблице 2.14 мы рассчитали всю прибыль многогабаритных и малогабаритных товаров, а в таблице 2.15 мы рассчитали дополнительные расходы, которые не учитывались в предыдущей таблице.

Таким образом, мы составили сводную таблицу (таблица 2.16) выручки, себестоимости продукции, комиссии (включая доставку маркетплейса, возвратов и налога 6% от стоимости единицы), дополнительных расходов и чистой прибыли от внедрения мероприятия.

Таблица 2.16 – Сводная таблица по каждому маркетплейсу

Показатель	Wildberries 	OZON 	Yandex Market 
Выручка, руб.	15 248 500	15 248 500	15 248 500
Себестоимость продукции, руб.	6 432 000	6 432 000	6 432 000
Комиссия, доставка маркетплейса, возвраты и налог	3 953 505	4 356 056	5 615 382
Дополнительный расходы, руб.	874 969,75	832 472,2	670 055,9
Прибыль, руб.	+ 3 988 025,25	+ 3 627 971,8	+ 2 531 062,1

Таким образом, учитывая все расходы на комиссию маркетплейсов, логистику, рекламу, сотрудника, себестоимости и прочих расходов, мы видим наибольшую прибыль на Wildberries. В основном, на это повлияла наименьшая комиссия маркетплейса, по сравнению с другими онлайн-площадками, а также более удобная схема взаимодействия для продавцов. Отразим эти данные в диаграмме (рисунок 29).



Рисунок 29 – Сравнительная диаграмма прибыли от внедрения мероприятий по выходу на маркетплейсы, млн. руб.

Подведем окончательный результат внедрения нами мероприятия по выходу организации ООО «Неллия Плюс», составив сравнительную таблицу с основными технико-экономическими показателями компании до и после внедрения мероприятия по выходу на Wildberries (таблица 2.17).

Таблица 2.17 – Основные технико-экономические показатели компании ООО «Неллия Плюс» до и после внедрения мероприятия по выходу на Wildberries

Показатель	До внедрения мероприятия	После внедрения мероприятия	Изменения абсолютные	Изменения относительные, % (темп прироста)
Выручка от реализации, тыс. руб.	111 411	126 659, 5	15 248,5	13,7
Себестоимость продукции, тыс. руб.	81 331	87 763	6 432	7,9
Полная себестоимость, тыс. руб.	86 704	92 591,5	5 887,5	6,8
Прибыль от продаж, тыс. руб.	30 080	38 896,5	8 816,5	29,3
Прибыль, тыс. руб.	22 633	26 621	3 988	17,6

### Окончание таблицы 2.17

Стоимость основных средств, тыс. руб.	16 717	16 717	-	-
Фондоотдача, руб.	6,7	7,6	0,9	13,5
Численность персонала, чел.	52	53	1	1,9
Выручка на одного работника (производительность труда), руб./чел.	2 142,52	2 389,8	247,38	11,5
Рентабельность продаж, %	27	30,7	3,7	13,7
Уровень затрат на 1 рубль товарной продукции, руб.	0,78	0,73	-0,05	-6,4

Таким образом, мы видим, что благодаря выбранному мероприятию, а именно выведению предприятия на маркетплейс Wildberries, за год мы можем поднять выручку на 13,7%, а чистую прибыль на 17,6%. Также, увеличится и рентабельность продаж, как и выручка на 13,7%. Динамика остальных показателей экономической эффективности также положительна.

В целом, мероприятие можно считать успешным, ведь мы рассчитали его на целый год с минимальными продажами.

Таким образом, во 2 главе нашей работы мы проанализировали экономические показатели ООО «Неллия Плюс», благодаря чему выявили сильные и слабые стороны компании. Также, мы выявили проблему благодаря оценке основных технико-экономических показателей, факторного анализа прибыли, анализу выручки в динамике 5 лет и сравнению выручки от государственных заказов и коммерческих.

На основании выявленной проблемы, а именно снижению экономической эффективности и ее основных показателей (прибыли, выручки и рентабельности), нами было предложено мероприятие по выходу компании на маркетплейсы.

Мы произвели подробные расчеты и доказали, что мероприятие является успешным и достигает поставленной нами цели.

### **Глава 3. Методы использования маркетплейсов как средства наглядности на уроках обществознания в средней школе**

#### **3.1 Анализ содержания блока «Экономика» в школьном курсе обществознания**

Блок экономики является неотъемлемой частью курса обществознания и выполняет важную роль на уроках. Изучение экономики позволяет учащимся понимать, как функционирует мировая экономика, как формируются цены на товары и услуги, что такое инфляция и безработица, как создаются рабочие места и привлекаются инвестиции. Все это имеет прямое отношение к жизни и будущей профессиональной деятельности учащихся.

В современном мире знания в области экономики являются необходимыми для успешной адаптации к современной жизни и профессиональному росту. Независимо от того, в какой сфере будет работать школьник в будущем, понимание экономических процессов и явлений является важным навыком, который поможет принимать правильные решения в жизни и бизнесе.

Экономика играет важную роль для детей в современном мире. Дети сталкиваются с экономикой ежедневно, когда покупают товары или услуги, когда родители говорят о своей работе и денежных вопросах. Изучение экономики на уроках обществознания помогает детям лучше понимать, как функционирует мир вокруг них, как принимать решения на основе экономических знаний и как управлять личными финансами в будущем.

В рассмотренном нами Приказе Министерства просвещения РФ от 31.05.2021 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования», с изменениями на 8.11.2022 [7], мы проанализировали следующее:

– Программа основного общего образования (далее ООО) направлена на формирование общей культуры, личностное развитие обучающихся, их саморазвитие, формирование самостоятельности и самосовершенствования;

развитие творческих и физических способностей, а также сохранение и укрепление здоровья обучающихся. Таким образом, цель программы основного общего образования заключается в развитии обучающихся на всех уровнях от формирования общей культуры до сохранения и укрепления здоровья. В рамках программы ООО дети изучают основные дисциплины и науки, при этом развивая в себе личностные, творческие, физические и прочие качества.

– Обществознание входит в учебный план как обязательный учебный предмет, входящий в предметную область – общественно-научных предметов.

– Программа формирования универсальных учебных действий у обучающихся должна обеспечивать – формирование знаний и навыков в области финансовой грамотности и устойчивого развития общества. Здесь наибольшее значение относится к экономике, ведь изучение экономики помогает лучше понимать, как функционируют экономические системы и рынок, как различные отрасли экономики взаимодействуют друг с другом, как такие факторы, как цены, производительность и инфляция, влияют на экономическую активность и благосостояние государства. Все это изучается в блоке «Экономика» в рамках предмета – «обществознание» и, также, все это формирует у детей навыки в области экономической и финансовой грамотности.

– Для того, чтобы участники образовательного процесса могли реализовывать программу основного общего образования, необходимо создавать подходящие условия в Организации. Эти условия должны обеспечить возможность участия и успешного прохождения образовательной программы. Одним из условий является – формирование функциональной грамотности обучающихся (способности решать учебные задачи и жизненные проблемные ситуации на основе сформированных предметных, метапредметных и универсальных способов деятельности), включающей овладение ключевыми компетенциями, составляющими основу дальнейшего успешного образования и ориентации в мире профессий. Функциональная грамотность определяется как способность использовать знания, умения и навыки в практических ситуациях,

связанных с жизнью и работой в различных областях. Функциональная грамотность может быть использована на уроках обществознания в школе для анализа и интерпретации различных источников информации, таких как новости, статистика, графики и т.д. Учащиеся с помощью функциональной грамотности могут выполнять задания, которые требуют выработки идей, формулирования аргументов, оценки достоверности и критической оценки информации. Функциональная грамотность так поможет ученикам развивать навыки эффективного коммуникативного взаимодействия с другими учащимися и преподавателем. Например, они смогут успешно участвовать в дискуссиях, высказывать свои мысли и вести диалоги на темы, связанные с социальными и политическими вопросами.

– Некоторые предметные результаты по учебному предмету «Обществознание» должны обеспечивать:

1) освоение и применение системы знаний о социальных свойствах человека, общества, социальных норм, правовых норм, общественных отношений, о процессах и явлениях в экономической, социальной, духовной и политических сферах жизни общества;

2) умение описать традиционные духовно-нравственные ценности России, включая защиту жизни и прав человека, семью, труд, служение Родине, нормы морали и гуманизма, взаимопомощь, коллективизм, историческое единство народов и преемственность истории, понимание роли государства как социального института;

3) умение приводить конкретные примеры деятельности людей, социальных объектов, явлений, процессов в разных областях общественной жизни, их структурных элементов и проявлений основных функций;

4) умение применять знания для объяснения связей явлений социальной действительности, в том числе для указания на значение информации и информационных технологий в нашем мире; здорового образа жизни и непрерывного образования;

5) овладение приемами поиска и извлечения социальной информации из разных источников (учебные материалы, публикации СМИ) о заданной теме в текстовом, графическом и аудиовизуальном виде, включая работу в Интернете с обязательной соблюдением правил информационной безопасности

б) умение критически оценивать социальную информацию из разных источников (учебные материалы, публикации СМИ) включая экономическую и статистическую информацию;

7) получение практического опыта использования знаний (включая основы финансовой грамотности) в повседневной жизни, защите прав потребителей (в том числе финансовых услуг), выполнении гражданских обязанностей и реализации прав человека и гражданина; а также анализа расходов домашнего хозяйства, составления личного финансового плана, выбора профессии и оценки своих перспектив в карьере.

Таким образом, главным достижением в системе образования является успешная социализация учащихся, которая достигается благодаря новым образовательным технологиям и реализации обучения в инновационных условиях.

Основная цель обучения обществознанию заключается в развитии социально-коммуникативных навыков учащихся и интеграции подростков в общество путем приобщения их к ценностям демократии, правового государства и гражданского общества, что соответствует потребностям общества и интересам учеников. Новый подход к преподаванию обществознания ориентирован на создание благоприятных условий для индивидуального роста личности, включая свободу мысли и информированность, а также осознание личной ответственности за совершаемые поступки.

Обществознание – это особенная дисциплина в школе, которая отличается от других тем, что в ней рассматриваются новые содержательные области, такие как право и экономика, и она интегрирует другие предметы, такие как история, литература, география и биология, а также привлекает социальный опыт

учащихся. Принципиальным отличием современного подхода является ориентация стандартов не только на предметные знания, но и умение применять эти знания в практической деятельности.

В рамках изучения обществознания освоение экономики формирует экономическую культуру и способствует развитию экономического мышления у учащихся. Для создания нами средств наглядности и для внедрения их в урок по обществознанию в сфере экономики, нам необходимо было проанализировать содержание учебников школьного курса обществознания.

Федеральный перечень учебников (2022) ООО содержит учебники по обществознанию [8]:

- Обществознание 6 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Рутковская Е.Л., Иванова Л.Ф. и другие, 1-ое издание, АО «Издательство Просвещение»
- Обществознание 7 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Лазебникова А.Ю., Половникова А.В. и другие, 1-ое издание, АО «Издательство Просвещение»
- Обществознание 8 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Городецкая Н.И., Иванова Л.Ф. и другие, 1-ое издание, АО «Издательство Просвещение»
- Обществознание 9 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Лазебникова А.Ю., Лобанов И.А. и другие, 1-ое издание, АО «Издательство Просвещение»

Федеральный перечень учебников (2022) СОО содержит учебники по обществознанию [8]:

- Обществознание 10 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Городецкая Н.И., Иванова Л.Ф. и другие, 1-ое издание, АО «Издательство Просвещение»
- Обществознание 11 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Городецкая Н.И., Иванова Л.Ф. и другие, 1-ое издание, АО «Издательство Просвещение»

Учебным планом основного общего образования [9] на изучение обществознания отводится:

- в 6 классе 34 часа в год, 1 час в неделю;



- в 7 классе 34 часа в год, 1 час в неделю;
- в 8 классе 35 часов в год, 1 час в неделю;
- в 9 классе 34 часа в год, 1 час в неделю.

В среднем общем образовании на базовом уровне отводится в 10 и 11 классе по 70 часов в год, 2 часа в неделю, а на профильном уровне отводится 204 часа в год, 3 часа в неделю

Обществознание является интересным, но достаточно глубоким и сложным предметом, для полного освоения которого нужно уделять достаточно времени и усилий. Также, обществознание включает в себя множество других сфер (политика, социум, духовенство, экономика, право), изучение которых в рамках одной дисциплины – проблематично. Однако, оно зависит от конкретного учебного плана и целей, которые ставятся перед учеником и учителем. Если учитель обществознания умело структурирует свой урок и интегрирует с ним дополнительные учебные источники, то один час может быть достаточным, чтобы достичь поставленных результатов по ФГОС. В целом, качество и эффективность учебного процесса зависят от многих факторов, включая время, затрачиваемое на каждую дисциплину.

Рассмотрим тематическое планирование блока «Экономика» каждого учебника, упомянутого нами выше. Экономический блок появляется в учебниках обществознания с 7 класса. Рассмотрим содержания учебника Л.Н. Боголюбова 7 класса, 2013 г. [38] блок экономики в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Содержание главы 2 «человек в экономических отношениях», Л.Н. Боголюбов, 7 класс

Параграф	Тема
8	Экономика и ее основные участники
9	Мастерство работника
10	Производство: затраты, выручка, прибыль
11	Виды и формы бизнеса
12	Обмен, торговля, реклама
13	Деньги и их функции

### Окончание таблицы 3.1

14	Экономика семьи
----	-----------------

В данном учебнике происходит первое полноценное и осознанное знакомство ребенка с темами экономики. Темы даются на легкодоступном и простом языке, приводится много примеров из жизни, чтобы ребенку было проще воспринимать материал. Также, мы видим небольшое количество тем, а именно – 7. По сравнению с другими блоками в этом учебнике блок «экономика» обширен, но по сравнению с другими классами, изучающими обществознание, блок малосодержателен по темам. В учебнике приводится достаточно много иллюстраций, что говорит о связи предмета с искусством, развитием эстетической грамотности (в теме «мастерство работника» авторы изобразили картины великих русских художников Тропинина В.А., Пластова А.А) и развитием у детей творческого мышления, ведь после изображений всегда идет наводящий вопрос. Ребенок не просто рассматривает картины, но и размышляет, а картины в свою очередь играют роль средства наглядности. Также, в учебнике приводятся исторические данные, например в теме «производство: затраты, выручка, прибыль», авторы разместили исторический материал о том, какое производство господствовало до 20 века.

Мы видим, что в учебнике 7 класса происходит первичное знакомство ребенка с экономикой. Даются основополагающие определения экономики, труда, квалификации, производства, себестоимости, прибыли, бизнеса, стоимости, торговли и многих других, чтобы детям усвоить и изучить более углубленно эти темы в классах старше. Также, помимо исторического контекста самих тем, мы видим исторические сводки о людях. Например, в теме «виды и формы бизнеса» приводится рубрика «жил на свете человек», где рассказывают о самом известном книгоиздателе в России. К тексту, также, задаются вопросы, что позволяет детям поразмышлять и ознакомить с историей поближе.

Теперь мы рассмотрим задания после параграфов. Самое первое задание «проверим себя» содержит вопросы к параграфу по содержанию. Они помогают

ребенку пробежаться по теме и ее самым основным вопросам, вспомнить определения и подготовиться к следующему заданию. Второе задание – «в классе и дома» содержит вопросы для рассуждения. Ребенку предлагаются творческие задания (вырезать из газет рекламные объявления, привести примеры предпринимателей, пообщаться с выпускниками школ и другие), обычно помещающиеся звездочкой. Также, предлагается порассуждать над терминами, ситуациями, пословицами. Последнее задание содержится в конце главы. Оно содержит в себе практические задания, такие как: подготовить сообщение, провести конкурс, провести опрос. В некоторых заданиях предлагается выступить в роли предпринимателя или, например, аналитика. Задания практикум в обществознании для детей являются важной частью образовательного процесса, которая помогает ученикам лучше понимать и запоминать теоретический материал, развивает их навыки и умения, и помогает учителям оценить понимание учеников и эффективность своей методики обучения.

На наш взгляд, экономический блок в учебнике 7 класса рассмотрен согласно требованиям ФГОС и помогает в достижении предметных, личностных и метапредметных УУД, которые требуется получить ребенку при изучении обществознания.

Следующий класс, в котором затрагивается экономика - Обществознание 8 класс, авторы Боголюбов Л.Н., Городецкая Н.И., Иванова Л.Ф. и другие, 2014 года [39]. Рассмотрим содержания учебника Л.Н. Боголюбова 8 класса, блок экономики в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Содержание главы 4 «Экономика» Л.Н. Боголюбов, 8 класс

Параграф	Тема
17	Экономика и её роль в жизни общества
18	Главные вопросы экономики
19	Собственность
20	Рыночная экономика
21	Производство – основа экономики

### Окончание таблицы 3.2

22	Предпринимательская деятельность
23	Роль государства в экономике
24	Распределение доходов
25	Потребление
26	Инфляция и семейная экономика
27	Безработица, ее причины и последствия
28	Мировое хозяйство и международная торговля

В учебнике 8 класса мы видим большее количество тем – 12, но не только их количество говорит нам о более глубоком изучении экономики. Мы видим уже больше теоретического текста и меньше рисунков. Как наглядный инструмент появляются такие рубрики, как «документ», «ситуация», «мнения», «факты», а также диаграммы и статистика. Например, в теме «собственность» приводится фрагмент из Конституции РФ. Мы видим не только описание экономических процессов, но и первое знакомство детей с правовой частью экономики; людьми, вложивших огромный вклад в эту науку; с современной российской экономикой и ее чертами и другими данными. Также, следует отметить, что сами темы стали более обширными, например, если в 7 классе дети изучали понятия экономики и ее основных участников, то в 8 классе уже зная, что такое экономика и кто в ней участвует, дети переходят к изучению роли экономики в жизни общества. То есть, в 8 классе учащиеся находятся на продолжении программы, начатой в 7 классе и помогающей понимать более сложные темы.

Важно отметить, что, если мы говорим о глубине и сложности материала, это подкрепляется не только тематикой и содержанием, но и текстом, которым подается тема, а также определениями. Мы видим более глубокие определения, например, в 7 классе дается следующее определение собственности: «собственность – это принадлежность экономических благ (как материальных, так и интеллектуальных) определенным лицам (отдельным людям, организациям, предприятиям, государству)» [38]; в 8 классе определение дается

следующее: «собственность понимается как принадлежность определённым лицам – собственникам; как юридическое право на такую принадлежность, на владение, пользование и распоряжение объектом собственности», а также понятие собственности расширяется на категории – собственность как экономическая категория и юридическая категория [39]. Таким образом, можно сделать вывод, что учебник 8 класса развивает понятийный аппарат в более сложном и глубоком материале.

В конце, мы снова оценим задания, дающиеся в учебнике:

- Вспомним, подумаем – задания даются в начале параграфа, чтобы повторить и подготовить ученика к изучению темы.
- Несколько вопросов после материала внутри параграфа по теме (подумай, приведи примеры, вспомни, объясни, почему, на твой взгляд), которые помогают учащемуся окунуться и порассуждать над прочитанным материалом.
- Вопросы к рубрике – помогает детям включиться в ситуацию, как решение задачи; высказать собственное мнение в рубрике «мнения», дискуссировать; порассуждать над документом, приведенном в параграфе, узнать дополнительную информацию.
- Проверим себя - содержит вопросы к параграфу по содержанию. Они помогают ребенку пробежаться по теме и ее самым основным вопросам, вспомнить определения и подготовиться к следующему заданию.
- В классе и дома - содержит вопросы для рассуждения. Ребенку предлагаются творческие задания, обычно помещающиеся звездочкой. Также, предлагается порассуждать над терминами, ситуациями, пословицами; выбрать примеры и прочее.
- Вопросы для повторения в конце главы – повторение всех тем, пройденных во время изучения блока «экономика».

- Практикум – практические упражнения в обществознании могут включать в себя выполнение тестовых заданий, написание эссе и исследовательских работ, анализ и обсуждение текстов, решение практических задач и т.д. Цель таких упражнений - проверить понимание учениками теоретических концепций, а также развить их аналитические и критические навыки. Еще одним преимуществом заданий практикум является то, что они помогают учителям оценить уровень понимания и знаний учеников. По результатам выполнения заданий практикум, учителя могут корректировать свою методику преподавания и настраивать дальнейшую работу в классе. Некоторые задания представлены в формате ЕГЭ, чтобы помочь ученикам лучше понимать, какие навыки и знания им необходимы для успешной сдачи ЕГЭ в будущем. Решение таких заданий поможет учащимся в 8 классе развить свой аналитический и логический склад ума, также, как и способность к самостоятельной работе с информацией. Но стоит отметить, что изучение заданий из ЕГЭ в учебниках в 8 классе ставит другие цели, нежели прямая подготовка к экзамену. Учащимся предоставляются примеры тестов, заданий, с которыми они могут столкнуться в будущем, ключевые концепции, которые будут важны для изучения как в 8 классе, так и в более старших классах.

Итак, некоторые сходства с заданиями 7 класса мы все же видим, но также видим, что заданий стало больше. Детям предлагается больше рассуждать, рассматривать ситуации, дискутировать и, основываясь на уже полученных знаниях, высказывать собственное мнение или отношение. На наш взгляд, экономический блок в учебнике 8 класса рассмотрен согласно требованиям ФГОС и помогает в достижении предметных, личностных и метапредметных УУД, которые требуется получить ребенку при изучении обществознания.

В учебниках 9 и 10 (базового уровня) класса Л.Н. Боголюбова блока экономики нет. Следующий класс, в котором затрагивается экономика -

Обществознание 11 класс (базовый уровень), авторы Боголюбов Л.Н., Городецкая Н.И., Лазебникова А.Ю. и другие, 2014 года [40]. Рассмотрим содержания учебника Л.Н. Боголюбова 11 класса, блок экономики в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Содержание главы 1 «Экономическая жизнь общества» Л.Н. Боголюбова, 11 класс

Параграф	Темы
1	Роль экономики в жизни общества
2	Экономика: наука и хозяйство
3	Экономический рост и развитие
4	Рыночные отношения в экономике
5	Фирма в экономике
6	Правовые основы предпринимательской деятельности
7	Слагаемые успеха в бизнесе
8	Экономика и государства
9	Финансы в экономике
10	Занятость и безработица
11	Мировая экономика
12	Экономическая культура

Изучение экономики в обществознании в 8 классе и в 11 классе различается в глубине и широте материала, а также в степени детализации. В 8 классе учащиеся знакомятся с основными понятиями экономики (но более глубокими, чем в 7 классе), учатся анализировать современную экономическую ситуацию и озакамливаются с основными сферами экономики, такими как производство, финансы и рынок.

В 11 классе изучение экономики в обществознании уже более глубокое. Учащиеся знакомятся с более сложными и детализированными темами, такими как микро- и макроэкономика, национальные экономические системы, экономическая глобализация и международный торговый баланс. Также, в 11 классе учащиеся изучают более комплексные исторические и политические

аспекты экономики, такие как экономическая история, экономическая теория и экономическая политика.

Рассмотрим объем и содержание тем в учебнике для 11 класса. Хотя количество тем осталось тем же – 12, их объем увеличился в 1,5 раза (8 класс – 97 страниц на изучение блока, 11 класс – 137 страниц). Действительно, темы стали еще объемнее и не только по количеству страниц, но и по теоретическому тексту. Мы видим, что рисунки практически отсутствуют во всех параграфах. Остались только - статистические таблицы, схемы, формулы. В 8 классе учащиеся изучали темы «предпринимательская деятельность», «рыночная экономика», «инфляция, ее причины и последствия». В 11 классе мы видим пересекающиеся темы «правовые основы предпринимательской деятельности», «рыночные отношения в экономике», «финансы в экономике». Если соответственно сравнить эти темы, то мы увидим, что в 11 классе темы изучаются обширнее: предпринимательская деятельность 8 классе – изучаются роль предпринимательства в экономике, организационно-правовые формы фирмы (4 шт. – основные); в 11 классе – подробное определение предпринимательства, предпринимательских правоотношений, правовые основы предпринимательства (примеры из Гражданского кодекса РФ), организационно-правовые формы предпринимательства (9 шт. – расписанные более подробно), пункт «как открыть свое дело».

Таким образом, изучение экономики в обществознании в 11 классе глубже, чем в 8 классе. На этом этапе обучения ученики более глубоко изучают основы экономической теории и ее практические применения. Кроме того, в 11 классе ученики могут изучать конкретные экономические системы, такие как социалистический и капиталистический, сравнивая их преимущества и недостатки. Ученики также могут более глубоко изучать мировой рынок и международные экономические отношения. Изучение экономики в обществознании в 11 классе предоставляет ученикам углубленные знания, которые могут быть полезными для будущей профессиональной деятельности или для дальнейшего изучения экономики в высшем образовании.



Следует отметить, что задания, которые мы видим в учебнике 11 класса, становятся также более углубленными и сложными. В конце параграфа приводится рубрика «практические выводы»; «документы» с вопросами и заданиями; «вопросы для самопроверки»; «задания», где встречаются как устные, так и практические задания; «мысли мудрых» - мотивационная цитата. Задания в силу возраста становятся более интересными и глубокими, например, анализ и интерпретация статистических данных о ВВП, безработице, инфляции и других экономических показателях; объяснение ключевых понятий макроэкономической теории, такие как инфраструктура, циклические колебания, фискальная политика, монетарная политика и т. д.; создание графиков и инфографиков, которые иллюстрируют различные экономические процессы или явления; разработка экономических проектов или бизнес-планов и другие.

Таким образом, мы оценили значимость и содержание каждого учебника для ООО и СОО. В каждом из учебников 7, 8 и 11 класса блок «экономика» раскрыт в достаточной мере для его изучения в соответствующих возрастах. Мы считаем, что учебники и дающиеся в них материалы, задания, теория, сводки и прочее, соответствуют ФГОС и помогают в получении тех УУД, которые там прописаны.

Стоит отметить, что понятия или примеры о маркетплейсах в данных учебниках нет, что подтверждает значимость и актуальность внедрения нами данного наглядного средства в урок. Для него нами была разработана технологическая карта (Приложение И), которая позволит учителю эффективно и качественно подготовиться к проведению урока: выделить цели и задачи, детализировать содержание, отразить основные моменты рабочей программы, соответствующие изучаемой теме занятия, а также выделить планируемые результаты учащихся от данного занятия.

### **3.2 Разработка урока «Виды и формы бизнеса» с использованием маркетплейсов как средств наглядности на уроках обществознания**

Средство наглядности – это учебный материал, помогающий представить информацию более наглядно и доступно учащимся. В педагогике оно играет важную роль в процессе обучения, поскольку помогает усвоить новые знания и запомнить пройденный материал. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) также уделяет большое внимание использованию средств наглядности в процессе обучения. Они рекомендуются для использования на всех уровнях обучения, от начальной школы до высшего образования. Согласно ФГОС, средства наглядности нужны для демонстрации учебного материала, дополнения лекций и для облегчения запоминания информации. Использование средств наглядности является одним из важных компонентов современного учебного процесса.

Обращаясь к работе Ситдиковой Т.Д. «характеристика наглядности как средства обучения обществознанию в 5-9 классах», мы выделили следующее: «Принцип наглядности является одним из старейших и важнейших в дидактике, он был сформулирован в XVII веке Яном Амосом Коменским, выдающимся чешским педагогом и понимался им как отражение необходимости привлечения всех органов чувств обучаемого для лучшего и ясного восприятия вещей и явлений, то есть предмета изучения. Я.А. Коменский называл этот принцип «золотым правилом дидактики» и стал первым, кто попытался создать теорию наглядного обучения. Я.А. Коменский отмечал, что зримое следует воспринимать зрением, слышимое – слухом, запахи – обонянием и т.д.» [44].

Наглядность является одним из компонентов целостной системы обучения, которая может помочь ребенку качественнее усвоить изучаемый материал на более высоком уровне. Наглядно представленный материал способствует развитию мыслительных операций и всей мыслительной деятельности учащихся, тем самым обеспечивается переход от конкретного к

абстрактному в процессе формирования представлений. Наглядность в обучении обеспечивается применением разнообразных иллюстраций, демонстраций, лабораторно-практических работ, использованием ярких примеров и жизненных фактов. Особое место в осуществлении принципа наглядности имеет применение наглядных пособий, слайдов, карт, схем.

В работе Ягункиной Я. С. «Психолого-педагогические особенности использования средств наглядности в современном образовательном процессе» мы отметили следующее: «наглядность может применяться на всех этапах процесса обучения. Его роль тем выше, чем менее знакомы обучаемые с изучаемыми явлениями и процессами. Виды наглядности по мере возрастания их абстрактности можно согласно концепции Т.А. Ильиной подразделить на: естественную наглядность, представляет собой реальные предметы или процессы (объекты и явления, раздаточный материал и др.); экспериментальную наглядность, включает опыты, эксперименты; объемную наглядность, предполагает знакомство с предметами, где объемное изображение играет роль восприятия (макеты, фигуры); изобразительную наглядность, применяется когда показ натурального предмета затруднен, а созерцание конкретного образа необходимо (художественные картины, фотографии, рисунки); звуковую наглядность, выражается в передаче учебной информации посредством звука (грамзаписи, компакт-диски, флэш-карты); звукоизобразительную наглядность (кинофильмы, телепрограммы); символическую и графическую наглядность по существу является своеобразным языком, а потому должна специально изучаться, чтобы стать понятной (чертежи, графики, схемы, карты, формулы); внутреннюю наглядность – образы, создаваемые речью учителя (образные словесные описания событий, фактов, действий)» [52].

Понятие «средство обучения» является также одной из категорий дидактики. В педагогическом процессе средства обучения рассматриваются как источники получения знаний, формирования умений, представленные в формах для зрительного восприятия учащимися. Как средство передачи знаний на уроке обществознания, наглядность способствует тому, что у школьников, благодаря

восприятию предметов, процессов и явлений окружающего мира, формируются представления об объективной действительности. Прежде всего, это учебники, учебные пособия, тетради на печатной основе, справочники, энциклопедии и т.д. Существуют также макеты и муляжи, приборы и приспособления для учебных экспериментов, устройства для контроля за знаниями и умениями учащихся и т.д.

Для усвоения наглядного материала по обществознанию у учащихся 6-9 классов необходима эффективная организация процесса обучения, где восприятие наглядного материала будет успешным и продуктивным. Потому как, при стихийном, неорганизованном восприятии ученику трудно воспринять ту информацию, которую ему преподносит учитель, что конечно же скажется на дальнейшей успеваемости и результатах обучения ученика.

Таким образом, принцип наглядности – один из ключевых в дидактике – означает, что эффективность обучения зависит от целесообразного привлечения органов чувств к восприятию и переработке учебного материала.

Использование наглядности способствует не только запоминанию и фиксации материала, но также развитию критического и логического мышления, умственных способностей учащихся, на уроках обществознания. Средства наглядности должны обеспечивать формирование какого-либо образа, понятия и тем самым должны обеспечить усвоение обучающимися научных знаний, понимания связи этих знаний в первую очередь с жизнью. Можно подчеркнуть, что значение наглядности в изучении обществоведческого материала в школе достаточно велика, так как именно на основе наглядности в процессе обучения у школьников формируются образные представления и понятия о жизни общества в целом, которые долго хранятся в памяти.

Обществознание как учебная дисциплина отличается, прежде всего, своей практической направленностью, поэтому обучающиеся должны понимать каким образом полученные ими знания могут быть применены в повседневной жизни. В связи с этим предлагаем разработанный нами урок для 7 класса, на тему «виды и формы бизнеса», направленного на формирование у учащихся общего

представления о предпринимательской деятельности, а также о видах и формах бизнеса. Мы выбрали 7 класс, потому что Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) при изучении обществознания в 7 классе определяет такие требования, как формирование умений – сравнение, анализ, критическое мышление. Таким образом, изучение экономического блока в 7 классе должно помочь ученикам развивать умения подходить к изучению данной области с практической стороны взгляда, одновременно увеличивая их теоретические знания. Почему мы выбрали тему «виды и формы бизнеса»? Эта тема идеально подходит под внедрение наглядного средства, связанного с маркетплейсами. Это поможет нам и повторить предыдущую тему «производство: затраты, выручка, прибыль» и сложить понимание, как работает бизнес и какой он может быть.

Актуальность данного урока обусловлена тем, что современный мир не может существовать без бизнеса, который включает в себя множество видов и форм. Изучение этой темы поможет ученикам понимать, как функционируют бизнес-структуры и как они взаимодействуют между собой.

Цель урока: сформировать целостное представление о предпринимательской деятельности (видах и формах бизнеса) у обучающихся; выяснить, что значит «делать бизнес»; определить роль бизнеса в современном обществе.

Задачи:

- 1) Познакомить учащихся с понятием «бизнес»;
- 2) Рассмотреть какими качествами должен обладать человек, занимающийся бизнесом;
- 3) Сформировать представление о бизнесе
- 4) Рассмотреть торговый бизнес с использованием онлайн площадок и маркетплейсов
- 5) Познакомить с основными видами и формами бизнеса.

Этапы урока:

I. Организационный – Проверка количества учащихся и их готовности к уроку, приветствие учащихся.

II. Мотивационный – Эмоциональная, психологическая и мотивационная настроенность учащихся к занятию. Учитель создает условия для возникновения у учащихся внутренней потребности включения в деятельность. Для начала учащимся предлагается цитата известного предпринимателя Джефа Безоса: «Бизнес может зайти в тупик, если сосредоточиться не на покупателях, а на конкурентах. Вам нужно определить, чего хотят покупатели и как им это дать». Учитель предлагает детям порассуждать над цитатой и угадать, чем занимается этот предприниматель.

Далее учитель вместе с учащимися формируют тему урока, а также отвечают на вопрос «какими качествами должен обладать бизнесмен и предприниматель?».

Дети читают фрагмент «жил на свете человек» и отвечают на вопросы к нему.

III. Актуализация знаний и умений и «открытие» детьми нового знания – на этом этапе урока «открывается» новая информация для учеников. Ученики актуализируют свои знания и умения, связанные с темой урока. Учитель представляет новую тему урока, демонстрирует примеры, использует наглядные пособия и другие средства обучения, чтобы помочь ученикам понять и усвоить новое знание.

Учитель дает ученикам понятие бизнеса и предлагает записать его в тетради.

Далее учитель предлагает детям применить наглядное средство и воспользоваться интернет-ресурсом для вовлечения в тему (рисунок 30).

Представьте себя  
предпринимателем



QR-код



Склад – Казань  
Категория – книжная  
продукция – книги  
Себестоимость – 100  
рублей  
Цена на выходе – 300  
рублей  
Схема хранения – FBO  
Количество – 1000 штук  
Система  
налогообложения –  
6%



ПОСЧИТАТЬ

Рисунок 30 – Наглядное средство для изучения темы «Виды и формы бизнеса»

С помощью маркетплейса учащиеся представляют себя в роли предпринимателя и узнают, что такое бизнес. Им предлагается рассчитать прибыль и затраты от продажи книги с помощью калькулятора маркетплейса. Учитель задает наводящие вопросы, например, «как вы считаете, те, кто работают с маркетплейсами – занимаются бизнесом?», чтобы дети смогли порассуждать. Детям предлагается вспомнить прошлую тему: «вспомним, без чего мы никогда не узнаем, какую прибыль мы с вами получим? Какие показатели для этого нужны?». Дети вспоминают о показателях выручки, себестоимости и прибыли. Также, после проведенного задания, учитель предлагает ответить учащимся на вопросы, чтобы оценить успешность использования наглядного средства (рисунок 31).

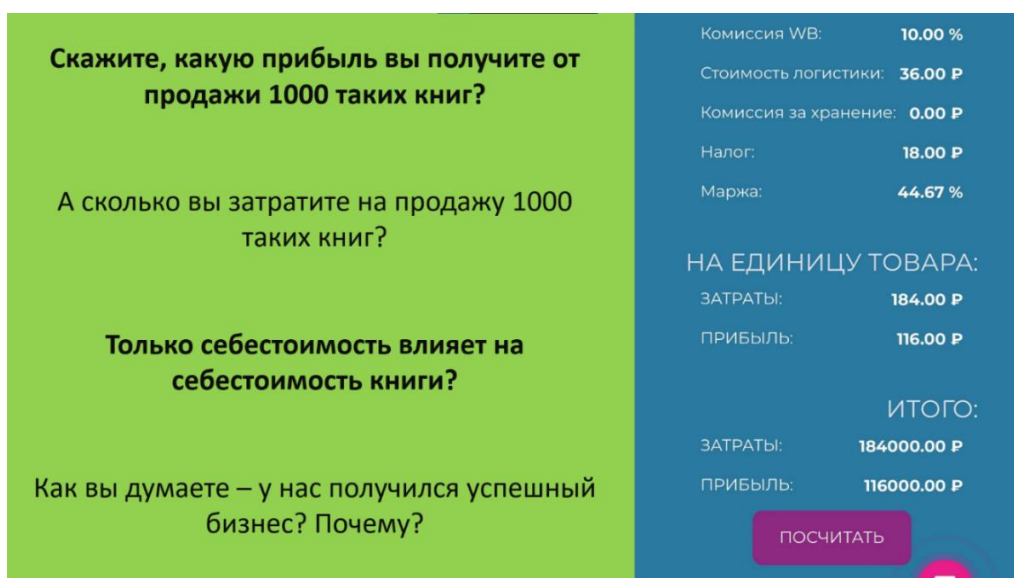


Рисунок 31 – Оценка использования наглядного средства, путем проверки учащихся

Таким образом, мы повлияем на усвоение темы детей и проведем небольшую рефлексию внутри урока.

Вторая часть «открытия» нового знания состоит в определении видов и форм бизнеса. Учитель предлагает детям информацию со слайдов. На рисунке 32 представлены формулировки видов бизнеса, использованные на уроке.



Рисунок 32 – Формулировки видов бизнеса

Обществознание в 7 классе знакомит учащихся с основными понятиями, принципами и функциями бизнеса. Один из ключевых аспектов учебного



материала – это виды бизнеса. В данной теме можно выделить несколько основных видов бизнеса: производственный, торговый, страховой, финансовый и посреднический.

Последним теоретическим материалом выступит формулировка собственности, классификация форм бизнеса и их формулировки.

Далее учитель предлагает учащимся провести физкульт минутку.

IV. Физкульт минутка – это короткое физическое упражнение, которое проводится в классе во время учебных занятий. Она проводится в целях повышения работоспособности, улучшения кровообращения, укрепления мышц, улучшения настроения и приведения детей в бодрое и активное состояние.

V. Закрепление изученного материала – это этап урока, на котором ученики закрепляют знания и умения, полученные на предыдущих этапах урока.

Учащимся предлагается задание на закрепление полученной теории. Задание состоит из сопоставления вида бизнеса и его содержания:

Соотнесите вид бизнеса и его содержание:

- 1) Производственный
- 2) Торговый
- 3) Финансовый
- 4) Посреднический
- 5) Страховой

А) Вид бизнеса, направленный на организацию и развитие денежного обращения, заключающийся в купле-продаже финансовых активов (денежные средства и ценные бумаги).

Б) Отрасль предпринимательства, производящая и реализующая услуги страхования на страховом рынке (личное и имущественное страхование).

В) Деятельность по содействию заключению контрактов между поставляющей и потребляющей сторонами

Г) Вид бизнеса, при котором предприниматель

выступает непосредственно в роли торговца, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц, потребителю

Д) Бизнес, цель которого – создание вещей, ценностей, благ, любого полезного продукта, необходимого потребителям и способного быть проданным по определенной цене.

1)	2)	3)	4)	5)

VI. Информация о домашнем задании – дети получают информацию о домашнем задании.

VII. Итоги урока. Рефлексия. – это этап урока, на котором ученики анализируют свои знания, умения и процесс изучения материала. На этом этапе ученики могут рассказать, что они узнали, какие проблемы были у них во время изучения материала, какие качества в себе проявили, и что им удалось сделать.

Детям предлагается ответить на вопросы:

- Что такое бизнес?
- Какими качествами должен обладать бизнесмен?
- С какой целью занимаются бизнесом?
- О каких видах и формах бизнеса вы узнали сегодня?

Предлагаемый нами урок на тему «Виды и формы бизнеса» направлено на активизацию и вовлечение учащихся в учебный процесс с помощью практического применения полученных знаний с помощью средства наглядности, в роли которого выступает маркетплейс.

С помощью данного урока учащиеся на практике применят полученные знания, получат опыт анализа и оценки бизнеса, закрепят умения и навыки самостоятельной поисковой деятельности, отбору информации, работы с использованием ИКТ.

Таким образом, в 3 главе нашей работы нами были рассмотрены Приказ Министерства просвещения РФ от 31.05.2021 «Об утверждении федерального

государственного образовательного стандарта основного общего образования», (с изменениями на 8.11.2022), Федеральный Закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказ Министерства Просвещения РФ от 21.09.2022 №858 «Об утверждении федерального перечня учебников, допущенных к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования организациями, осуществляющими образовательную деятельность и установления предельного срока использования исключённых учебников», Федеральная рабочая программа ООО по обществознанию от Министерства Просвещения РФ. Эти документы позволили провести анализ и определить значимость обществознания в школьной программе. Также, они послужили оценке и определению роли экономики в школьном курсе обществознания ООО и СОО.

Также, хочется отметить, что уже с младших классов учащиеся начнут изучать финансовую грамотность. В Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 годы, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 25.09.2017 г. № 2039-р., задача формирования финансовой грамотности обучающихся учреждений начального и общего образования рассматривается как одна из приоритетных [4]. Основы финансовой грамотности, учащиеся будут осваивать благодаря дополненной программе таких предметов, как «Окружающий мир», «Математика», «Информатика», «Обществознание», «История».

Нами были рассмотрены учебники Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкая, Л.Ф. Иванова и др. 7, 8 и 11 (базовый уровень) классов. Проанализировав данные учебники, мы пришли к выводу, что рассмотренный нами блок «Экономика» является актуальным и важным для учащихся блоком. Изучение экономики на уроках обществознания в школе имеет большое значение для формирования представлений о функционировании современного мира и жизни в нем. Экономические процессы являются неразрывно связанными с социальными и политическими процессами, что делает экономику важной составляющей

образования в целом. Изучение экономики на уроках обществознания помогает учащимся понимать взаимодействие государства и рынка, роли банков, предприятий и индивидуальных предпринимателей в экономическом процессе. Оно также учит учеников основам финансовой грамотности – управлению личными финансами, бюджетированию и инвестированию. Изучение экономики на уроках обществознания формирует у учеников понимание основных понятий, законов и принципов экономической теории, что помогает им становиться социально ответственными и разумными потребителями и практикующими гражданами. Наконец, знание экономики может быть основой для будущих карьерных успехов учеников. Изучение экономики на ранних ступенях образования может также привести к интеллектуальному и профессиональному развитию и помочь в выборе профессий в областях экономики, финансов и управления. В результате, изучение экономики на уроках обществознания имеет ключевое значение для формирования полезной картины мира у учащихся и готовит их к современному миру, давая им возможность лучше понимать и управлять своей жизнью, карьерой и финансами.

Также, нами предлагается урок на тему «Виды и формы бизнеса» для учеников 7 класса. Изучение экономического блока в 7 классе должно помочь ученикам развивать умения подходить к изучению данной области с практической стороны взгляда, одновременно увеличивая их теоретические знания. А внедрение в данную тему наглядного средства – идеальное решение.

В настоящее время использование средств наглядности является важной и неотъемлемой частью Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) и других образовательных программ в России. Это связано с тем, что средства наглядности позволяют улучшить качество обучения и повысить эффективность усвоения материала учениками. Использование средств наглядности является важным фактором в современном образовании и может помочь повысить качество обучения и улучшить результаты учеников. Оно необходимо для успешной реализации Федерального государственного образовательного стандарта и других программ образования в России.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время повышение экономической эффективности является актуальной темой для многих компаний, так как это позволяет достигать более высоких результатов при более эффективном использовании ресурсов. Эффективность выступает как одна из основных составляющих развития и стимулирует принятие управленческих решений компаниями, определяя их цели и необходимость.

В первой главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические аспекты сущности и содержания экономической эффективности организации, факторы и методы ее оценки, а также роль маркетинговых стратегий для организаций как стратегия повышения экономической эффективности.

Экономическая эффективность – это способность организации к получению максимальной прибыли при минимальных затратах. Она описывает эффективность использования ресурсов компании и показывает, насколько она сможет выжить и развиваться в современных условиях рынка. Экономическая эффективность — это показатель, который выражает соотношение между затратами ресурсов и результатом производства. Чем меньше затраты на единицу продукции, тем больше экономическая эффективность [37].

Для компаний экономическая эффективность имеет фундаментальное значение, так как рыночная конкуренция диктует жесткие правила игры и требует от них максимальной оптимизации затрат при производстве продуктов или услуг. Увеличение прибыли становится главным заданием компании, различные методы улучшения экономической эффективности позволяют сократить расходы, улучшить качество продукции и услуг и, в итоге, повысить конкурентоспособность компании. В экономике в целом экономическая эффективность является одной из важнейших составляющих. Она позволяет оптимально использовать ресурсы, сокращая издержки производства, улучшенной качеством продукции и услуг, которые являются залогом экономического роста страны. Страны, занимающие лидирующие позиции в

мировой экономике, смогли достичь это благодаря эффективному управлению ресурсами и оптимальной организации производства.

Эффективность может быть выражена в количественных показателях, это дает возможность:

- а) сопоставления эффективности одной системы в разных условиях;
- б) сравнения эффективности разных систем между собой;
- в) определения т. ч. абсолютной эффективности, что, однако, является еще далеко не разрешенной задачей, т.к. требует не только надежного измерения экономических величин, но и согласованной, общепринятой точки отсчета [14].

Маркетплейс — это бизнес-модель, которая объединяет продавцов и покупателей, которые осуществляют сделки через онлайн-платформу, предлагающую широкий ассортимент товаров и услуг, начиная с оформления заказа до его получения. Использование маркетплейса доступно не только опытным игрокам рынка, но и начинающим предпринимателям. Вся информация об услугах и товарах, предоставляемых продавцами, их характеристиках и ценах, представлена на сайте маркетплейса, чтобы удовлетворить потребности покупателей и мотивировать их сделать выбор и оформить заказ. После заполнения каталога и завершения SEO-оптимизации продуктов, управление и поддержание работы торговой площадки не требуют специальной подготовки и занимают небольшое количество времени. Продажи на маркетплейсах позволяют предпринимателям совмещать основной бизнес с дополнительными проектами.

Одним из преимуществ маркетплейса является то, что, начав работу с маркетплейсом, продавец может получить для себя сразу большую, лояльную к нему аудиторию торговой площадки, которая будет рассматривать его предложение. Это также экономит много ресурсов, которые необходимо было бы потратить на «раскрутку» бренда, а также написание, поддержание и развитие интернет-сайта.

Во второй главе проведена исследовательская работа по анализу показателей экономической эффективности, выявлены следующие тенденции и

проблемы: увеличение себестоимости; перебои с поставками сырья; уменьшение объема продаж, и как следствие, уменьшение количества государственных закупок; критическое снижение прибыли предприятия на 85% в 2021 году и увеличение на 163,7% в 2022 году; снижение производительности труда в 2021 году (коэффициент опережения  $<1$  и является коэффициентом отставания, это говорит о том, что средняя з/п растет с большими темпами по сравнению с производительностью труда) и выравнивание этого показателя с нормой в 2022 году. Самый успешный рост выручки был в 2019 году и составил прирост в 65% по сравнению с предыдущим годом. Самым неудачным годом мы считаем 2021 год, где выручка по сравнению с прошлым (2020) годом снизилась на 36,14 %. Заработная плата увеличивается с каждым годом на 9-10%, это хороший показатель, который говорит о том, что компания старается придерживаться индексации заработной платы. Компания ценит своих сотрудников, а сотрудники ценят компанию, об этом, в свою очередь, говорит такой показатель как производительность труда.

Из факторного анализа 2020-2021 гг. видно, что все факторы оказали большое влияние на прибыль от продаж. Резервы прибыли составили 92 546 740,6 рублей. Если бы среднее количество продаваемой продукции не снизилось на 17 503 шт., а себестоимость не выросла на 3 700 руб./ед., мы бы смогли сохранить прибыли в практически 93 миллионов рублей. Из факторного анализа 2021-2022 гг. видно, наибольшее влияние на прибыль от продаж произвели снижение средней цены единицы продукции и снижение средней себестоимости единицы продукции. Резервы прибыли составили 31 193 110,9 рублей. Если бы средняя цена единицы продукции не снизилась на 1 512,1 руб., мы бы смогли сохранить прибыли в практически 32 миллиона рублей.

По результатам проведенного анализа нами была предложена рекомендация, направленная на решения выявленных проблем: ориентир на коммерческие заказы; расширение рынка сбыта; реклама, маркетинг и продвижение, где мероприятием выступило повышение выручки и прибыли за счет выхода на маркетплейс. Благодаря выбранному мероприятию, а именно

выведению предприятия на маркетплейс Wildberries, за год мы можем увеличить выручку на 13,7%, а чистую прибыль на 17,6%. Также, увеличится и рентабельность продаж, как и выручка на 13,7%. Динамика остальных показателей экономической эффективности также положительна. В целом, мероприятие можно считать успешным, ведь мы рассчитали его на целый год с минимальными продажами.

В третьей главе были рассмотрены теоретические аспекты изучения блока «Экономика» в школьном курсе обществознания. В настоящее время знания в экономической сфере являются неотъемлемой частью общего образования. Изучение экономики в курсе обществознания создает условия для формирования экономической культуры и экономического мышления учащихся.

Нами были рассмотрены учебники Л.Н. Боголюбов, Н.И. Городецкая, Л.Ф. Иванова и др. 7, 8 и 11 (базовый уровень) классов. Проанализировав данные учебники, мы пришли к выводу, что рассмотренный нами блок «Экономика» является актуальным и важным для учащихся блоком. Изучение экономики на уроках обществознания в школе имеет большое значение для формирования представлений о функционировании современного мира и жизни в нем. Экономические процессы являются неразрывно связанными с социальными и политическими процессами, что делает экономику важной составляющей образования в целом. Изучение экономики на уроках обществознания помогает учащимся понимать взаимодействие государства и рынка, роли банков, предприятий и индивидуальных предпринимателей в экономическом процессе. Оно также учит учеников основам финансовой грамотности – управлению личными финансами, бюджетированию и инвестированию.

Также, нами было разработано средство наглядности «использование калькулятора маркетплейса для расчета прибыльности бизнеса», которое помогло сформировать у учащихся понимание темы «Виды и формы бизнеса» путем практического применения и наглядного изучения.

В настоящее время использование средств наглядности является важной и неотъемлемой частью Федерального государственного образовательного



стандарта (ФГОС) и других образовательных программ в России. Это связано с тем, что средства наглядности позволяют улучшить качество обучения и повысить эффективность усвоения материала учениками. Использование средств наглядности является важным фактором в современном образовании и может помочь повысить качество обучения и улучшить результаты учеников.

Таким образом, цели выпускной квалификационной работы достигнуты и поставленные задачи решены.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Налоговый кодекс РФ. Часть первая. От 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. От 29.11.2021) // СПС «Консультант плюс»: сайт. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/). – (дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.
2. Федеральный Закон № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8.02.1998 г. (ред. от 02.07.2021). // СПС «Консультант плюс»: сайт. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17819/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/). – (дата обращения: 06.05.2023). – Текст: электронный.
3. Федеральный Закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г., (ред. 16.04.2022) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: сайт. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения 02.05.2023). – Текст: электронный.
4. Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 г. № 2039-р. Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017-2023 гг.
5. Министерство Просвещения РФ: сайт. – URL: <https://edu.gov.ru/> – (дата обращения: 27.04.2023)
6. Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 19.04.2019) // СПС «Консультант плюс»: сайт. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_103394/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/). – (дата обращения: 06.05.2023). – Текст: электронный.
7. Приказ Министерства Просвещения РФ от 31.05.2021 №287 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования» (с изменениями на 8 ноября 2022 года): документ. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/607175848> - (дата обращения 30.04.2023)
8. Приказ Министерства Просвещения РФ от 21.09.2022 №858 «Об утверждении федерального перечня учебников, допущенных к использованию

при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования организациями, осуществляющими образовательную деятельность и установления предельного срока использования исключённых учебников»: документ. – URL: <https://fpu.edu.ru/uploads/files/873b41e86b55044f2c596d64a47a1fd9.pdf> – (дата обращения 01.05.2023)

9. Федеральная рабочая программа ООО по обществознанию от Министерства Просвещения РФ: документ. – URL: [https://sch86-saranpaul.gosuslugi.ru/netcat\\_files/userfiles/obrazovatel\\_nye\\_standarty/foop/Federalnaya\\_rabochaya\\_programma\\_Obschestvoznanie\\_OOO.pdf](https://sch86-saranpaul.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/obrazovatel_nye_standarty/foop/Federalnaya_rabochaya_programma_Obschestvoznanie_OOO.pdf) – (дата обращения 30.04.2023)

10. Алексеев, В. М., Алексеева М. С. Управление прибылью предприятия: основные задачи // Молодой ученый. — 2019. — №23. — С. 198-200.

11. Бердников, А. А. Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект // Молодой ученый. — 2018. — №2. — С. 111-113.

12. Биглова, А. А. Факторы, влияющие на финансовый результат / А. А. Биглова // NovaInfo 2017. Т. 4. № 58. С. 290-294.

13. Борисюк Н. К., Солдатова Л. А., Масюкова Т. Г. Экономическая эффективность предприятия: понятие, способы определения, особенности повышения // журнал интеллект: инновации и инвестиции. 2018. №8 (21). С. 57-65.

14. Бородин А. И. Экономическая эффективность как фактор устойчивого развития компании // Ученые записки Российского государственного гидрометеорологического университета. 2019. №25. С. 163-172.

15. Быстрова Н. В., Максимова К.А. Электронная коммерция и перспективы ее развития // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 7 (33). Т. 1. С. 86 - 90.

16. Власенко В. В., Вотчель Л.М. Факторный анализ прибыли корпорации / В.В. Власенко, Л. М. Вотчель // В сборнике: Наука и инновации в современных

условиях / сборник статей международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2017. С. 48-51.

17. Волков, О. И. Экономика предприятия: учебное пособие / О.И. Волков, В.К. Складенко. – 2-е изд. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 264 с.

18. Воробьева, И. П. Экономика и управление производством: учебное пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 191 с.

19. Вязниковцева, Е. А. Маркетинговое сопровождение компаний на электронных торговых площадках (маркетплейсах) : [16+] / Е. А. Вязниковцева ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет менеджмента. – Нижний Новгород: б.и., 2022. – 82 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694572> (дата обращения: 22.05.2023). – Текст: электронный.

20. Гайдук, В. И. Экономика фирмы (предприятия) / В. И. Гайдук, Е. А. Шибанихин. – Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2020. – 161 с.

21. Горячева Л. Экономическая эффективность деятельности предприятий розничной торговли / Л. Горячева // Вестник Кубанского государственного аграрного университета. – 2019. – Том 87. – №3. – С. 24-31.

22. Даутова Г. И. Методика интегральной оценки экономической эффективности предприятия // Форум молодых ученых. 2019. №12(40). С. 232-239.

23. Дементьев, М. Ю., Шульга, Н.Н. Резервы повышения прибыли и рентабельности на предприятии / М.Ю. Дементьев, Н.Н. Шульгина // В сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей победителей III международной научно-практической конференции. 2017. С. 74-77.

24. Депутатова Е. Ю., Перельман М. А. Пути формирования потребительской лояльности в розничной торговле // Экономика и предпринимательство. 2019. № 3 (104). С. 737-741.
25. Ефремова Т. Ф. Вселенная // Современный толковый словарь русского языка: В 3 т. — М. : АСТ, Астрель, Харвест, 2006. — Т. 1 : А — Л. — С. 357. — 1165 с. — 3000 экз.
26. Жильцова О. Н. [и др.] Интернет-маркетинг: учебник для вузов // под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 301 с.
27. Жохова В. В., Роль маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия, территория новых возможностей // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, 2022, Т. 14, № 3. С. 42–59
28. Захаров А. В. О содержании блока «Экономика» в курсе обществознания // Сборник научных трудов "Экономические и социальные процессы". 2018. №10. С. 75-89.
29. Ковалев, В. В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью: учебное пособие / В.В. Ковалев. — Москва: Проспект, 2019. — 333 с.
30. Комарова И. В. Экономическая эффективность предприятия. - М.: Юнити, 2019.
31. Корнеева, И. В. Экономика фирмы. Практикум: учебное пособие для вузов / И. В. Корнеева, Г. Н. Русакова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 123 с.
32. Кубкина Ю.С. Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития // Terraeconomicus. - 2016. - Т. 10. №2. Ч. 2. - С. 52.
33. Марченков А. А. Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Научные стремления. 2019. № 26. С. 65-67.
34. Михайлюк М. В. Маркетплейсы как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России: логистический аспект // Экономические науки. 2019. № 172. С. 57-61.

35. Мишурова, И. В. Бизнес-анализ: теория и практика: учебно-методическое пособие: [16+] / И. В. Мишурова, Т. Ю. Синюк ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. – 240 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=616892> (дата обращения: 26.05.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-2763-2. – Текст: электронный.
36. Оборина, О. Е. Экономическая эффективность: понятие и сущность // Молодой ученый. — 2020. — № 23 (313). — С. 427-429.
37. Обществознание: 7 класс: учебник / Л. Н. Боголюбов, Н. И. Городецкая, Л. Ф. Иванова и др. – М.: Просвещение, 2013. – 159 с.
38. Обществознание: 11 класс: учебник / Л. Н. Боголюбов, Н. И. Городецкая, Л. Ф. Иванова и др. – М.: Просвещение, 2014. – 335 с.
39. Пурлик В. М. Управление эффективностью деятельности организации: учебник для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 207 с.
40. Ревина С. Ю. Тенденции и перспективы российской электронной коммерции // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2017. Т. 25. № 4. С. 487-497.
41. Романов, П. Л. Безубыточность и увеличения прибыли предприятия / П. Л. Романов. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 58 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97744> (дата обращения: 14.03.2023). – ISBN 978-5-905815-28-7. – Текст: электронный
42. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник для студентов высших учебных заведений. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 647 с.
43. Ситдикова Т. Д. Характеристика наглядности как средства обучения обществознанию в 5-9 классах // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. 2022. №2., с 93-98.
44. Солдатенко, Т. А. Разработка мероприятий по повышению прибыли торговой организации / Т.А. Солдатенко // Молодой ученый. — 2017. — №4. — С. 528-530.

45. Словарь экономических терминов / под ред. А.А. Красавина. – М.: Логос, 2019
46. Твердохлебова М. Д. Интернет-маркетинг: учебник. — Москва: КНОРУС, 2019. — 192 с. — (Бакалавриат).
47. Твердохлебова М. Д., Никишкин В.В. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг // Практический маркетинг. 2019. № 6. С. 3 – 8
48. Шендрик П. В. Теоретические особенности функционирования маркетплейсов // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. №10(124), с 128-139.
49. Ягункина К. С. Психолого-педагогические особенности использования средств наглядности в современном образовательном процессе // Материалы V международной студенческой научной конференции «студенческий научный форум». 2013. С. 241-249.
50. Маркетинговые исследования рынка интернет-торговли Data Insight [Электронный ресурс]. – URL: <https://datainsight.ru/>
51. Сервис онлайн-опросов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://anketolog.ru/?utm\\_campaign=ds\\_search\\_anketolog\\_rus\\_new&utm\\_source=yandex&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=сайт%20анкетолог&yclid=1650389258638983167](https://anketolog.ru/?utm_campaign=ds_search_anketolog_rus_new&utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_term=сайт%20анкетолог&yclid=1650389258638983167)
52. Список лучших маркетплейсов для бизнеса – рейтинг по России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://semantica.in/blog/spisok-luchshih-marketplejsov-dlya-biznesa-rejting-po-rossii.html>(дата обращения: 30.05.2023 г.)
53. Неллия Плюс: производство игрового, развивающего, спортивного, реабилитационного оборудования и мягких модулей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nellya.ru/>

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение А

### Квитанция о приеме налоговой декларации

КНД 1166002

место штампа  
налогового органа

**Общество с ограниченной  
ответственностью "Неллия Плюс",  
6321414100/632101001**

(реквизиты налогоплательщика  
(представителя):  
- полное наименование  
организации, ИНН(КПП);  
- Ф.И.О. индивидуального  
предпринимателя (физического  
лица), ИНН (при наличии))

#### Квитанция о приеме налоговой декларации (расчета) в электронном виде

Налоговый орган **Межрайонная ИФНС России № 2  
по Самарской области (код 6320)** настоящим документом подтверждает, что  
(наименование и код налогового органа)

**Общество с ограниченной ответственностью "Неллия Плюс", 6321414100/632101001**

(полное наименование организации, ИНН(КПП), ФИО индивидуального  
предпринимателя (физического лица), ИНН (при наличии))

представил(а) **30.03.2023 в 16.22.38** налоговую декларацию (расчет)

**Упрощенная бухгалтерская (финансовая) отчетность (КНД 0710096) , первичный , за 12 месяцев,  
квартальный, 34, 2022 год**

(наименование налоговой декларации, вид документа, отчетный период, отчетный год)

в файле **NO\_BOUPR\_6320\_6320\_6321414100632101001\_20230330\_E61B9AD  
D-B79D-4507-BADB-E6D40444CFB9**

(наименование файла)

в налоговый орган **Межрайонная ИФНС России № 2 по Самарской области (код 6320)**

(наименование и код налогового органа)

которая поступила **30.03.2023** и принята налоговым органом **30.03.2023**,  
регистрационный номер **0000000001787480400**

Должностное лицо

(наименование налогового органа)

(главный чек)

М.П.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Документ подписан электронной подписью  
Оператор ЭДО ООО "Компания "Галаор"  
Электронный документ 7b5ab3a0-2fe9-49b2-bca4-aa5050ce957b

МЕЖРАЙОННАЯ ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ № 2 ПО САМАРСКОЙ  
ОБЛАСТИ, ХАДЖИНСКИ ДИ ЕГЕННИЙ ИВАНОВИЧ, ИИ-КАЛЬНИК  
30.03.2023 18:39 (МФК), Сертификат 00829708F97637483172BF7AD5EAD0FES4



## Приложение Б

### Штатное расписание ООО «Неллия Плюс»

Общество с ограниченной ответственностью "Неллия Плюс"  
наименование организации

Форма по ОКУД 0301017  
 по ОКПО 03878772

Номер документа	Дата составления
10	31.05.2022

#### ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

**УТВЕРЖДЕНО**

Приказом организации  
 от 31 мая 2022 года  
 штат в количестве 44 единицы

на период 01 июня 2022г.

Структурное подразделение наименование	код	Должность (специальность, профессия), разряд, класс (категория) квалификации	количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад) и пр., руб.	Надбавка, руб.			Всего, руб.	Примечание	
					6	7	8			
Основное подразделение	2	Набивщик мягкой мебели	9,00	25 000,00	18000			9	243 000,00	10
Основное подразделение	1	Начальник склада	1,00	35 000,00	4000				39 000,00	
Основное подразделение	1	Конструктор швейного производства	10,00	32 500,00	30000				355 000,00	
Основное подразделение	1	Швея	8,00	30 000,00	24000				264 000,00	
Основное подразделение	1	Менеджер	6,00	29 500,00	18000				195 000,00	
Основное подразделение	1	Столяр	6,00	27 000,00	18000				180 000,00	
Основное подразделение	1	Упаковщик	2,00	25 000,00	4000				54 000,00	
Основное подразделение	1	Начальник швейного производства	1,00	35 000,00	4000				39 000,00	
Основное подразделение	1	Администратор АХ4	1,00	25 000,00	3000				28 000,00	
Основное подразделение	1	Шлифовщик	1,00	27 000,00	3000				30 000,00	
Основное подразделение	1	Маляр	2,00	27 000,00	6000				60 000,00	
Основное подразделение	1	Бухгалтер	1,00	30 000,00	4000				34 000,00	
Администрация	3	Директор	1,00	45 000,00	5000				50 000,00	
Администрация	3	Заместитель директора по продажам	1,00	40 000,00	5000				45 000,00	
Администрация	3	Заместитель директора по производству	1,00	40 000,00	5000				45 000,00	
Администрация	3	Финансовый директор	1,00	40 000,00	5000				45 000,00	
			Итого по листу	52,00					1 706 000,00	
			Итого по документу	95,00					1 706 000,00	

Руководитель кадровой службы Директор Е. В. Пелипенко расшифровка подписи  
 должность Е. В. Пелипенко  
 личная подпись Е. В. Пелипенко  
 Главная бухгалтер Евсильцова подпись

Приложение В  
 Прайс-лист ООО «Неллия Плюс»



445032, Самарская область, г. Тольятти, а/я 3499 тел./факс 8(8482) 600-155, 600-505, 8-927-893-34-16, 8-927-892-34-01,  
 e-mail: ooonellya@mail.ru, www.nellya.ru


ПРАЙС ЛИСТ ОПТ от 01.05.2022 г.

№	Наименование		Описание	Цена, руб.
1	Больница игровая		Размер: ширина 50*30*74 см, стол окулиста 48*40*95 см, банкетка 105*30*25 см, ростомер 40*30*150 см, весы напольные 33*30*3 см. Материал фанера	16045
2	Горка со скатом высокая		Размер: 200*54*85 см. Материал: фанера.	21660
3	Дидактический стол без наполнения		Размер: 120-190*50*46. Материал: фанера, столешница, две тумбочки. Предназначен для развития сенсорного восприятия, мелкой моторики, умения классифицировать и обобщать, начальных математических представлений.	10470/1578 0
4	Ящик для дидактического стола		Ящик 38*38	2280
5	Наполнение к дидактическому столу, пластик		Счеты, Познавательно-развивающая игра, Пирамидка стаканчик, Пирамидка, Мозаика, Чудо-пирамидка, Вкладыш рамка, Домино, Волчок, Шнуровка, Набор кубиков, Мягкие пазлы	3120
6	Наполнение к дидактическому столу, дерево		Счеты, грибочки на поляне 9 шт., Лабиринт с бусинками, Пирамидка, Стучалка, КОНСТРУКТОР "ПИРАМИДЫ", Вкладыш рамка, Домино, Волчок, Шнуровка к, кубики 12шт., Часы"	5990
7	Дидактический стол с комплектом развивающих пособий		Размер 2,0x0,46x0,48м.	23090



445032, Самарская область, г. Тольятти, а/я 3499 тел./факс 8(8482) 600-155, 600-505, 8-927-893-34-16, 8-927-892-34-01,  
e-mail: ooonellya@mail.ru, www.nellya.ru



**ПРАЙС ЛИСТ ОПТ от 01.05.2022 г.**

№	Наименование		Описание	Цена, руб.
1	Арки "Радуга", 4шт.		Размер: 70, 60, 50, 40	4180
2	Балансир Лабиринт напольный		Размер: 60x45 см	2790
3	Балансир напольный с тремя вкладышами		Размер: 60x35 см	6190
4	Балансир Лабиринт (рисунок по выбору)		Размер: 60x30 см	2255
5	Балансир Лабиринт-восьмерка		Размер: 60x30 см	2255
6	Башня для лазания (с канатом)		Размер: высота 150 см, ширина основания - 90 см	26335
7	Башня для лазания с рулем		Размер: h145*93, с защелками. В комплекте: канат 170 см- 2 шт.	23710



445032, Самарская область, г. Тольятти, а/я 3499 тел./факс 8(8482) 600-155, 600-505, 8-927-893-34-16, 8-927-892-34-01,  
e-mail: ooonellya@mail.ru, www.nellya.ru








ПРАЙС ЛИСТ ОПТ от 01.05.2022 г.

№	Наименование		Описание	Цена, руб.
1	Световой стол, светодиодная подсветка, пульт		Световой стол для рисования песком, фанера Размеры: 70x50x63 см. В комплект поставки входит 12,5 кг. песка.	9570
2	Световой стол, светодиодная подсветка, пульт		Световой стол для рисования песком, дерево. Размеры: 70x50x63 см. В комплект поставки входит 12,5 кг. песка.	13135
3	Световой стол с кнопками		Световой стол для рисования песком. Переключение подсветки стола осуществляется при помощи кнопок, вмонтированных в корпус стола. Размер: 63x70x63 см. В комплект поставки входит 12,5 кг. песка. Бук/фанера	19645/16920
4	Световой планшет		50*35	5065
5	Световой планшет		50*35, подсветка цветная, пульт	6625



445032, Самарская область, г. Тольятти, а/я 3499 тел./факс 8(8482) 600-155, 600-505, 8-927-893-34-16, 8-927-892-34-01,  
e-mail: ooonellya@mail.ru, www.nellya.ru

ПРАЙС ЛИСТ ОПТ от 01.05.2022 г.

№	Наименование		Описание	Цена, руб
1	Балансир Лабиринт напольный		Размер: 60x45 см	3090
2	Балансир напольный с тремя вкладышами		Размер: 60x35 см	7430
3	Балансир Лабиринт (рисунок по выбору)		Размер: 60x30 см	2700
4	Балансир Всколочность, Восемьмерка		Размер: 60x30 см	2255
5	Лабиринт для опорно-двигательного аппарата (рисунок по выбору)		Лабиринт предназначен для развития двигательных навыков. Панель может устанавливаться как на столе, так и крепиться к стене на удобной высоте. Крепления надеваются либо на руки, либо на ноги, и проводятся рукой или ногой от начала до конца лабиринта. Размер 60*30 см.	5675
6	Платформа на колесиках		Д.70 см, коврик	4775
7	Тактильная дорожка		Тактильная дорожка (7 составных модулей). Размер модуля 50*20*2см. Общая длина - 3,5 м. Фанера/Дерево	13195/18588



# Приложение Г

## Устав предприятия ООО «Неллия Плюс»

"УТВЕРЖДЕН"

Решением единственного участника  
№ 2 от «08» сентября 2017 г.  
Единственный участник

 Пелипенко Е.В./

## УСТАВ Общества с ограниченной ответственностью «Неллия Плюс»

Самарская область,  
город Тольятти  
2017 г.

### 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Общество с ограниченной ответственностью «Неллия Плюс» (именуемое в дальнейшем – «Общество») создается в целях удовлетворения потребностей предприятий и граждан в производимой им продукции; товарах народного потребления, оказываемых услугах, а также в целях получения прибыли.
- 1.2. Полное наименование общества - **Общество с ограниченной ответственностью «Неллия Плюс».**  
Сокращенное наименование общества - **ООО «Неллия Плюс».**  
Фирменное наименование общества - **Общество с ограниченной ответственностью «Неллия Плюс».**
- 1.3. Место нахождения общества: **Российская Федерация, Самарская область, город Тольятти.**
- 1.4. Общество считается созданным как юридическое лицо с момента его регистрации. Общество создается без ограничения срока деятельности.
- 1.5. Единственный участник Общества не отвечает по обязательствам Общества и не несет риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.
- 1.6. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.  
Общество не отвечает по обязательствам своего единственного участника.  
В случае несостоятельности (банкротства) Общества по вине его единственного участника или по вине других лиц, которые имеют право давать обязательные для общества указания либо иным образом имеют возможность определять его действия, на единственного участника или других лиц в случае недостаточности имущества общества может быть возложена субсидиарная ответственность по его обязательствам.
- 1.7. Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования не несут ответственности по обязательствам Общества, равно как и Общество не несет ответственности по обязательствам Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.
- 1.7. Общество имеет круглую печать, содержащую его полное наименование на русском языке и указание на место нахождения Общества.  
Общество вправе иметь штамп и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.
- 1.8. Общество вправе открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами.
- 1.9. Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.
- 1.10. Общество может создавать филиалы и открывать представительства на территории Российской Федерации и за ее пределами.
- 1.11. Общество может иметь дочерние и зависимые хозяйственные общества с правами юридического лица, созданные на территории Российской Федерации в соответствии с федеральными законами, а за пределами территории Российской Федерации также в соответствии с законодательством иностранного государства, на территории которого создано дочернее или зависимое хозяйственное общество, если иное не предусмотрено международными договорами Российской Федерации.
- 1.12. Общество имеет право самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации.
- 1.13. Общество в своей деятельности руководствуется законодательством Российской Федерации и настоящим Уставом.

2

### 2. ЦЕЛИ И ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 2.1. Общество является коммерческой организацией, преследующей в качестве основной цели своей предпринимательской деятельности извлечение прибыли.
- 2.2. Общество вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом, в том числе, но не ограничиваясь:  
Видами экономической деятельности Общества являются:  
Производство игр и игрушек;  
Производство спортивного и реабилитационного оборудования;  
Производство мебели из дерева и фанеры, мягких модулей, корпусной и мягкой мебели;  
Производство строительных металлических конструкций;  
Розничная торговля спортивными изделиями, лакокрасочными материалами и материалами для остекления;  
Оптовая торговля играми и игрушками;  
Розничная торговля обувью и изделиями из кожи;  
Розничная торговля одеждой;  
Розничная торговля текстильными и галантерейными изделиями;  
Прочая розничная торговля в специализированных магазинах;  
Оптовая торговля лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием;  
Оптовая торговля одеждой, включая нательное белье, и обувью;  
Оптовая торговля текстильными и галантерейными изделиями;  
Оптовая торговля прочими пищевыми продуктами;  
Оптовая торговля кофе, чаем, какао в приносящих;  
Оптовая торговля сахаром и сахаристыми кондитерскими изделиями, включая шоколад;  
Оптовая торговля химическими продуктами;  
Прочая оптовая торговля;  
Деятельность агентов по оптовой торговле лесоматериалами и строительными материалами.

Общество вправе осуществлять иные виды деятельности, не запрещенные действующим законодательством РФ, направленные на достижение уставных целей.

- 2.3. Осуществлению деятельности, отнесенной законодательством к лицензируемой, предшествует получение Обществом соответствующей лицензии (лицензий) в установленном порядке.  
Если условиями предоставления специального разрешения (лицензии) на осуществление определенного вида деятельности предусмотрено требование осуществлять такую деятельность как исключительную, то Обществу в течение срока действия лицензии вправе осуществлять только виды деятельности, предусмотренные лицензией, и сопутствующие виды деятельности.

### 3. ИМУЩЕСТВО ОБЩЕСТВА

- 3.1. Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе. На праве собственности Обществу принадлежит имущество, внесенное в уставный капитал, а также имущество, приобретенное им по другим основаниям.  
Общество, осуществляя правомочия собственника своего имущества, вправе по своему усмотрению совершать в отношении принадлежащего ему имущества любые действия, не противоречащие законодательству и не нарушающие права и охраняемые законом интересы других лиц, в т.ч. отчуждать свое имущество в собственность другим лицам, передавать им, оставаясь собственником, права владения, пользования и распоряжения имуществом, отдавать имущество в залог и обременять его другими способами, распоряжаться им иным образом. Общество вправе

3

также передавать свое имущество в доверительное управление другому лицу (доверительному управляющему).

Имущество Общества принадлежит ему на праве собственности и образуется из:

- вкладов единственного участника в уставный капитал Общества;
- продукции, произведенной Обществом в процессе его деятельности;
- полученных доходов;
- иного имущества, приобретенного Обществом по иным основаниям, допускаемым законодательством.

В связи с участием в образовании имущества Общества Учредитель имеет обязательственные права в отношении Общества, в том числе: право на участие в управлении, на долю в чистой прибыли, и на долю в имуществе при ликвидации Общества (после всех расчетов, установленных законодательством), иные права, установленные действующим законодательством и настоящим Уставом.

- 3.2. Имущество, принадлежащее Обществу, учитывается на его балансе в соответствии с правилами бухгалтерского учета, установленными Федеральным законом "О бухгалтерском учете" и иными правовыми актами. Финансовый год Общества устанавливается в соответствии с правовыми актами о бухгалтерском учете и отчетности.

- 3.3. Общество вправе один раз в год принимать решение о распределении своей чистой прибыли получаемой обществом после уплаты налогов и других обязательных платежей в государственные внебюджетные фонды, формирования фондов Общества. Решение о распределении части прибыли общества, размере, порядке и сроках принимается решением единственного участника общества.

Общество обязано соблюдать установленные Законом ограничения на распределения прибыли Общества и ограничения выплаты прибыли Общества.

- 3.4. Общество может создавать самостоятельно и совместно с другими физическими и юридическими лицами на территории Российской Федерации и за ее границей хозяйственные общества и товарищества.

- 3.5. Общество вправе создавать филиалы и представительства по решению единственного участника Общества.

Филиалы и представительства наделяются Обществом основными и оборотными средствами, которые учитываются на собственных балансах филиала и представительства и на самостоятельном балансе Общества.

После создания филиала и (или) представительства в настоящий Устав вносятся соответствующие изменения, связанные с указанием наименования и места нахождения соответствующего обособленного подразделения.

- 3.6. Дочерние и зависимые общества, являющиеся юридическими лицами, не отвечают по обязательствам Общества, а Общество отвечает по обязательствам дочерних хозяйственных обществ в случаях и в пределах, установленных Законом.

### 4. УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ

- 4.1. Уставный капитал Общества определяет минимальный размер имущества Общества, гарантирующего интересы его кредиторов.

- 4.2. Уставный капитал Общества состоит из номинальной стоимости доли его единственного участника, равен 100 000 (Сто тысяч) рублей и составляет 100% уставного капитала Общества.

- 4.3. Уставный капитал должен быть оплачен в течение 4 месяцев с момента регистрации.

- 4.4. Общество вправе, а в случаях, предусмотренных Законом, обязано уменьшить свой уставный капитал. Уменьшение уставного капитала может осуществляться путем уменьшения номинальной стоимости доли единственного участника Общества в уставном капитале и (или) погашения долей, принадлежащих Обществу.

4

# Приложение Д

## Сертификаты соответствия ООО «Неллия Плюс»

**СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

**СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ**

№ **РОСС RU C-RU.NP15.H05558/20**  
Срок действия с **23.04.2020** по **22.04.2023**  
№ **0563161**

**ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ** Орган по сертификации Общество с ограниченной ответственностью «Юценна продукция и систем менеджмента». Место нахождения: 115580, Российская Федерация, город Москва, улица Мусы Джалиля, дом 29, корпус 1, помещением/комната И/3, Телефон: +79034451952, Адрес электронной почты: oen@yandex.ru, Аттестат аккредитации регистрационный № RA.RU.11NP15, Дата регистрации аттестата аккредитации: 25 апреля 2019 года

**ПРОДУКЦИЯ** Предметы игрового обихода мягконабивные для общественного пользования: детский игровой мебель и оборудование игровое торговой марки «Неллия». Серийный выпуск. См. Приложение (Бланк № 0094190) **код ОК 32.40.39**


**СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ** ТУ 9634-001-741703231-2008, ГОСТ 25779-90 «Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля» **код ТН ВЭД 9503**

**ИЗГОТОВИТЕЛЬ** ООО «Неллия Плюс». Адрес: 445028, Самарская обл., г. Тольятти, пр-т Московский, д.4 Р, офис 2. ОГРН: 1166313119720. Телефон: +7(8482)600-155, 600-605, +7-827-892-34-01, e-mail: oonellia@mail.ru

**СЕРТИФИКАТ ВЫДАН** ООО «Неллия Плюс». Адрес: 445028, Самарская обл., г. Тольятти, пр-т Московский, д.4 Р, офис 2. ОГРН: 1166313119720. Телефон: +7(8482)600-155, 600-605, +7-827-892-34-01, e-mail: oonellia@mail.ru

**НА ОСНОВАНИИ** Протокола испытаний №2020-VO-01-0518, Испытательной лаборатории Общества с ограниченной ответственностью «СИСТЕМА КАЧЕСТВА», аттестат аккредитации РОСС RU.31484.04ИДЗЦ.0011.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** Схема сертификации: 3с


 Руководитель органа *С.Е. Федоров* **Д. А. Петри**  
 Эксперт *А.А. Алексеева* **А. А. Алексеева**  
 Сертификат не применяется при обязательной сертификации


**СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

**ПРИЛОЖЕНИЕ** № **0094190**

К сертификату соответствия № **РОСС RU C-RU.NP15.H05558/20**

Перечень конкретной продукции, на которую распространяется действие сертификата соответствия

код ОК код ТН ВЭД	Наименование и обозначение продукции, ее изготовитель	Обозначение документации, по которой выпускается продукция
	Мебель игровая	
	Наборы строительные	
	Игровые модули	
	Спортивные модули	
	Спортивные и игровые маты	
	Дидактические модули	
	Стол Бастини, игровой	
	Модуль для сенсорной комнаты	
	Матричные модули - игровые	
	Развлекательные модули	
	Развлекательные игровые и дорожки	
	Наборы спортивные	
	Наборы развлекательные настольные	
	Наборы для детей с ОВЗ	


 Руководитель органа *С.Е. Федоров* **Д. А. Петри**  
 Эксперт *А.А. Алексеева* **А. А. Алексеева**

**СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

**СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ**

№ **РОСС RU.AE67.H00961**  
Срок действия с **12.11.2019** по **11.11.2022**  
№ **0460787**

**ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ** РОСС RU.0001.18AE67

Орган по сертификации продукции ООО «Тверь-Сертификат». Адрес: 170041, РОССИЯ, Тверская область, Тверь, б-р. Шиндлера, дом 12, 023. Телефон: +7 4822633219, адрес электронной почты: tvr.zet@yandex.ru

**ПРОДУКЦИЯ** Мягконабивное оборудование для реабилитации с маршировкой «Неллия». Согласно приложению бланк №0060154. Серийный выпуск. **код ОК 32.30.14**

**СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ НОРМАТИВНЫХ ДОКУМЕНТОВ** ТУ 9634-001-741703231-2008 ГОСТ Р 54736-2011 РЕАБИЛИТАЦИЯ ИНВАЛИДОВ. СПЕЦИАЛЬНОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ УЧРЕЖДЕНИЙ РЕАБИЛИТАЦИИ ИНВАЛИДОВ **код ТН ВЭД 9506**

**ИЗГОТОВИТЕЛЬ** ООО «Неллия Плюс». ОГРН: 1166313119720, ИНН: 6321414100, КПП: 632101001. Адрес: 445028, РОССИЯ, Самарская область, город Тольятти, Московский пр-т, д.4 Р, офис 2, телефон/факс: 78482600155, адрес электронной почты: oonellia@mail.ru.

**СЕРТИФИКАТ ВЫДАН** ООО «Неллия Плюс». ОГРН: 1166313119720, ИНН: 6321414100, КПП: 632101001. Адрес: 445028, РОССИЯ, Самарская область, город Тольятти, Московский пр-т, д.4 Р, офис 2, телефон/факс: 78482600155, адрес электронной почты: oonellia@mail.ru.

**НА ОСНОВАНИИ** Протокол испытаний № 002-Q-12/1/19 от 12.11.2019 года, выданный Испытательной лабораторией «Орион» ООО «Вега» (аттестат аккредитации РОСС RU.1578.04.01.ИП.009)

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** Схема сертификации: 3


 Руководитель органа *С.Е. Федоров* **С.Е. Федоров**  
 Эксперт *А.В. Никитин* **А.В. Никитин**  
 Сертификат не применяется при обязательной сертификации


**СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ ГОСТ Р**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

**ПРИЛОЖЕНИЕ** № **0060154**

К сертификату соответствия № **РОСС RU.AE67.H00961**

Перечень конкретной продукции, на которую распространяется действие сертификата соответствия

код ОК код ТН ВЭД	Наименование и обозначение продукции, ее изготовитель	Обозначение документации, по которой выпускается продукция
	Матричные модули для кабинетов ЛФК	
	Реабилитационное оборудование	
	Матричные модули для детей с ОВЗ	
	Модульные наборы для инвалидов	
	Оборудование для ЛФК	
	Коррекционное оборудование	
	Матричные модули	
	Тренажеры	
	Тоннели	
	Опоры	
	Матры	
	Пуфы	
	Полушки	
	Зоны	
	Дорожки	
	Матч, мезишболы	
	Мельбы	
	Валики	
	Оборудование для сенсорной интеграции	
	Утяжеленный плед	
	Утяжеленный шарф	
	Утяжеленный жилет	
	Утяжеленная одежда	
	Тренажер мешок-ябло	


 Руководитель органа *С.Е. Федоров* **С.Е. Федоров**  
 Эксперт *А.В. Никитин* **А.В. Никитин**



## Приложение Е

### Отчет о финансовых результатах ООО «Неллия Плюс», 2022 г.

#### Отчет о финансовых результатах за 2022 г.

			Коды
Организация Общество с ограниченной ответственностью "Неллия Плюс"	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	0710002
Идентификационный номер налогоплательщика		По ОКПО	03878772
Вид экономической деятельности Торговля оптовая прочими бытовыми товарами		ИНН	6321414100
Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКВЭД 2	46.49
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКФС/ОКФС	12300 16
		по ОКЕИ	384

Пояснения	Наименование показателя	Код строки	На 2022 г. <sup>1</sup>	На 2021 г. <sup>2</sup>
	Выручка <sup>7</sup>	2110	111 411	95 076
	Расходы по обычной деятельности <sup>8</sup>	2120	( 86 704 )	( 87 367 )
	Проценты к уплате	2330	( - )	( - )
	Прочие доходы	2340	793	590
	Прочие расходы	2350	( 1 717 )	( 1 850 )
	Налог на прибыль (доходы) <sup>9</sup>	2410	( 1 150 )	( 941 )
	Чистая прибыль (убыток)	2400	22 633	5 508

Руководитель \_\_\_\_\_ Пелипенко Е. В.  
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 2023 г.

**Примечания**

1. Указывается отчетный год.
2. Указывается предыдущий год.
3. Указывается год, предшествующий предыдущему.
4. Включая основные средства, незавершенные капитальные вложения в основные средства.
5. Включая результаты исследований и разработок, незавершенные вложения в нематериальные активы, исследования и разработки, отложенные налоговые активы.
6. Включая дебиторскую задолженность.
7. За минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
8. Включая стоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.
9. Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Документ подписан электронной подписью  
Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"  
Электронный документ 7b6ab3a0-dfe9-49b2-bca4-aa5050ce957b

ООО "НЕЛЛИЯ ПЛЮС", Пелипенко Елена Валерьевна, ДИРЕКТОР  
30.03.2023 16:22 (MSK), Сертификат 014D3AA600B1AFF09C4CB12EC1898D5A80

МЕЖРАЙОННАЯ ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ № 2 ПО САМАРСКОЙ  
ОБЛАСТИ, ХАДЖИОНИДИ ЕВГЕНИЙ ИВАНОВИЧ, НАЧАЛЬНИК  
30.03.2023 18:39 (MSK), Сертификат 00B29708F97637483172BF7AD5EAD0FE54

## Приложение Ж

### Бухгалтерский баланс ООО «Неллия Плюс» за 31 декабря 2022г.

#### Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2022 г.

				Коды
Организация Общество с ограниченной ответственностью "Неллия Плюс"	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	По ОКПО	0710001
Идентификационный номер налогоплательщика			ИНН	6321414100
Вид экономической деятельности Торговля оптовая прочими бытовыми товарами			по ОКВЭД 2	46.49
Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность			по ОКOPФ/OKФС	12300   16
Единица измерения: тыс. руб.			по ОКЕИ	384
Местонахождение (адрес) 445028, Самарская обл, Тольятти г, Московский пр-кт, вл. № 4р, оф. 2				

Пояснения	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2022 г. <sup>1</sup>	На 31 декабря 2021 г. <sup>2</sup>	На 31 декабря 2020 г. <sup>3</sup>
	<b>АКТИВ</b>				
	Материальные внеоборотные активы <sup>4</sup>	1150	16 717	396	1 299
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы <sup>5</sup>	1170	-	-	-
	Запасы	1210	27 123	439	2 433
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	2 957	5 645	1 629
	Финансовые и другие оборотные активы <sup>6</sup>	1230	187 137	235 522	215 786
	<b>БАЛАНС</b>	1600	233 934	242 002	221 147
	<b>ПАССИВ</b>				
	Капитал и резервы <sup>10</sup>	1300	132 476	109 842	104 334
	Долгосрочные заемные средства	1410	9 256	25 440	41 349
	Другие долгосрочные обязательства	1450	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	1510	1	1	1
	Кредиторская задолженность	1520	92 201	106 719	75 462
	Другие краткосрочные обязательства	1550	-	-	-
	<b>БАЛАНС</b>	1700	233 934	242 002	221 147

Руководитель \_\_\_\_\_ Пелипенко Е.В.  
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 2023 г.



## Приложение И

### Технологическая карта урока

**Предмет:** урок обществознания

**Класс:** 7

**Тема урока:** «Виды и формы бизнеса»

**Тип урока:** комбинированный.

**Цель:** сформировать целостное представление о предпринимательской деятельности (видах и формах бизнеса) у обучающихся; выяснить, что значит «делать бизнес»; определить роль бизнеса в современном обществе.

**Планируемые образовательные результаты:**

**Предметные** (знания, умения, представления):

- знают, что такое «бизнес»;
- называют качества, которыми должен обладать бизнесмен;
- имеют общее представление о видах бизнеса;
- характеризуют каждую форму бизнеса, выделяют достоинства и недостатки.

**Метапредметные** (познавательные, регулятивные, коммуникативные УУД):

- поиск и выделение необходимой информации;
- умение организовывать сотрудничество с учителем и учениками;
- перерабатывать полученную информацию: делать выводы на основе обобщения знаний.

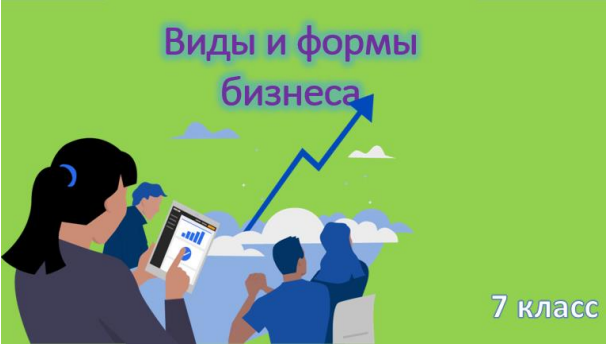
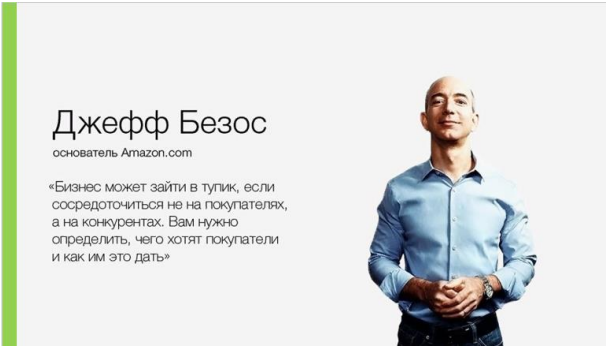
**Личностные** УУД:

- желание к самостоятельному поиску информации во время урока;
- готовность и способность к саморазвитию и личностному самоопределению;
- формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками и взрослыми.

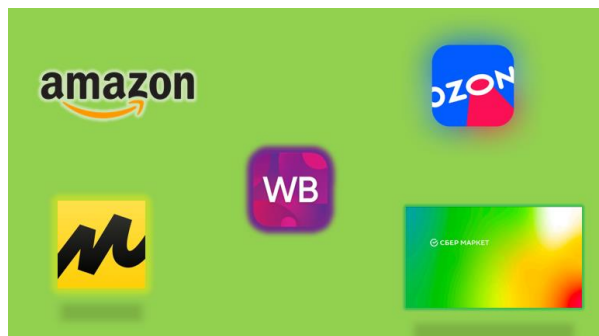
**Методы обучения:** наглядные, практические, объяснение, дискуссия, упражнение, работа с учебником

**Формы организации познавательной деятельности:** коллективная

**Методическое и дидактическое обеспечение занятия:** учебник, Интернет (телефоны, камеры), экран, проектор

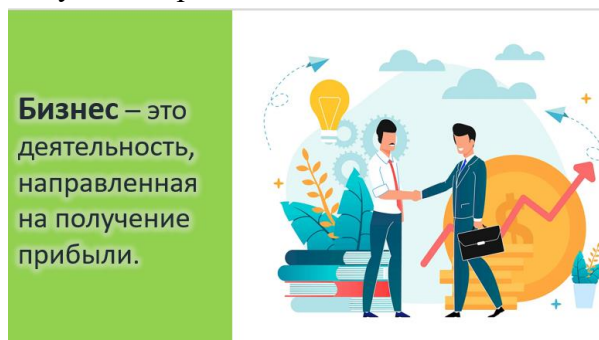
Этап урока	Действия учителя	Действия учеников	Формирование УУД
<p>I. Организационный (2 мин.)</p>	<p>Приветствует обучающихся, проверяет их готовность к уроку, проверяет отсутствующих.</p> 	<p>Приветствуют учителя, проверяют свою готовность к уроку.</p>	<p>Умение организовать рабочее место.</p>
<p>II. Мотивационный (7 мин.)</p>	<p>Учитель предоставляет ученикам цитату известного предпринимателя, предлагает поразмышлять (слайд 1):</p>  <p>– Кто знает, кто такой Джефф Безос и в какой сфере бизнеса он добился успеха? – Верно! – Скажите, а каких еще успешных предпринимателей вы знаете и в каких сферах бизнеса?</p>	<p>Дети отвечают: – Это основатель маркетплейса Amazon</p>	<p>Формулирование ответов.</p> <p>Умение слушать друга, учитывать позиции других людей.</p> <p>Умение работать с текстом учебника: внимательно и вдумчиво читать и отвечать на поставленный вопрос к тексту.</p>

	<p>– А как вы думаете какими качествами должен обладать бизнесмен и предприниматель?</p> <p>– Давайте прочтем фрагмент учебника на странице 32 + «рубрика жил на свете человек»</p> <p>–Отлично!</p>	<p>– Стив Джобс, основатель Apple, Марк Цукенберг, основатель facebook и другие</p> <p>– смелый, целеустремленный, умный</p> <p>– читают учебник</p>	
<p>III. Актуализация знаний и умений и «открытие» детьми нового знания. (25 мин.)</p>	<p><b>Учитель:</b> Ребята, давайте вернемся к нашему первому упомянутому сегодня предпринимателю – Джеффу Безосу. Как мы уже сказали, он основал Amazon, а что же это такое?</p> <p><b>Учитель:</b> верно! Маркетплейс – это тот же магазин, только в онлайн формате. В России такие магазины стали популярнее в 2017-20х годах. Какие российские маркетплейсы вы знаете? (слайд 3)</p>	<p><b>Ученики:</b> это первый американский маркетплейс</p> <p><b>Ученики:</b> мы знаем wildberries, ozon, Yandex market, сбермаркет, казаньэкспресс и другие.</p>	<p>Умение работать с интернет-ресурсом.</p> <p>Умение соотносить информацию со слайда и в калькуляторе.</p> <p>Формулирование ответов. Умение слушать друг друга, учитывать позиции других людей.</p>



**Учитель:** отлично! Как вы считаете те, кто работают с маркетплейсами – занимаются бизнесом?

**Учитель:** конечно! Слайд 4 (определение бизнеса). Мы видим, что бизнес – это деятельность, направленная на получение прибыли.



**Учитель:** итак, посмотрим на следующий слайд. **Давайте представим себя в роли предпринимателя!** Вам предлагается qr-код и товар. QR-код отправит вас на онлайн-калькулятор, который поможет произвести вам расчеты для выхода на маркетплейс.

**Ученики:** да, конечно.

**Ученики –** записывают определение.

Осмысление услышанной информации. Умение структурировать знания.

Умение правильно говорить и излагать свои мысли в логической последовательности.

Умение организовать себя на выполнение поставленной задачи.

Давайте попробуем зайти и посмотрим, какие критерии нам требуется знать.

Представьте себя предпринимателем



QR-код

Склад – Казань  
Категория – книжная продукция – книги  
Себестоимость – 100 рублей  
Цена на выходе – 300 рублей  
Схема хранения – FBO  
Количество – 1000 штук  
Система налогообложения – 6%



ПОСЧИТАТЬ

Давайте заполним все также, как у меня на слайде.

Вспомним, без чего мы никогда не узнаем, какую прибыль мы с вами получим? Какие показатели нам нужны?

**Учитель:** верно! Это наша с вами прошлая тема! Теперь, когда мы с вами указали все показатели со слайда, нажимаем «посчитать». Что у нас получилось? (слайд 6)

Скажите, какую прибыль вы получите от продажи 1000 таких книг?

А сколько вы затратите на продажу 1000 таких книг?

Только себестоимость влияет на себестоимость книги?

Как вы думаете – у нас получился успешный бизнес? Почему?

Комиссия WB:	10.00 %
Стоимость логистики:	36.00 Р
Комиссия за хранение:	0.00 Р
Налог:	18.00 Р
Маржа:	44.67 %

НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА:

ЗАТРАТЫ:	184.00 Р
ПРИБЫЛЬ:	116.00 Р

ИТОГО:

ЗАТРАТЫ:	184000.00 Р
ПРИБЫЛЬ:	116000.00 Р

ПОСЧИТАТЬ

Давайте ответим на вопросы со слайда.

**Ученики:**

открывают qr-код.  
Отвечают на вопрос:  
чтобы посчитать  
прибыль нужно знать  
выручку и  
себестоимость.

**Учитель:** теперь мы с вами узнаем какие виды и формы бизнеса существуют.

Итак, посмотрим на презентацию.



**Производственный бизнес** представлен заводами и фабриками, например, изготовители мебели на заказ, делают мебель и привозят ее тому, кто за это заплатил заранее



**Страховой бизнес** – это деятельность, связанная с оказанием страховых услуг.



**Торговый бизнес** - предпринимательство, основанное на купле-продаже товаров.



**Финансовый бизнес** — вид экономической деятельности, заключающийся в купле-продаже финансовых активов на финансовых рынках.



**Посреднический бизнес** — это форма предпринимательской деятельности, заключающаяся в способствовании налаживанию связей между производителями и потребителями. То есть это бизнес, который регулирует отношения между "заказчиком" (потребитель) и изготовителем.

**Ученики:**

-Мы получим прибыль 116 000 рублей

-Мы затратим 184 000 рублей

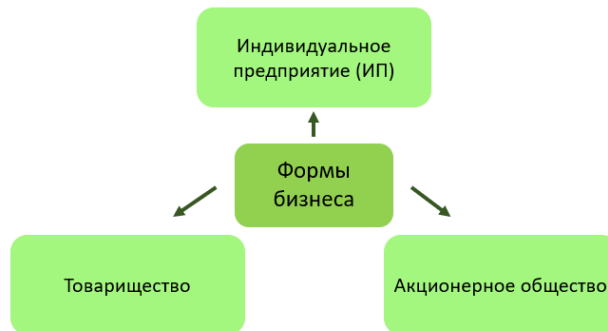
-Нет, еще комиссия, логистика, налог - да! потому что прибыль положительная!

**Ученики:** смотрят презентацию, записывают информацию

Мы с вами рассматривали  
бизнес на маркетплейсах  
Как вы думаете к какому виду  
бизнеса он относится?



Собственность – это принадлежность  
экономических благ (как материальных,  
так и интеллектуальных)  
определенным лицам  
(отдельным людям,  
организациям,  
предприятиям, государству)



**Ученики:** к  
торговому

**Индивидуальное предприятие (ИП)** – предприятие, которым владеет и управляет один человек (он единственный хозяин, но вправе нанимать других работников)



**Товарищество** – добровольное объединение двух или более человек для организации своего дела. Участники объединяют имущество, способности и, управляя предприятием, несут коллективную ответственность за результаты его деятельности.



**Акционерное общество** – предприятие, собственником которого выступают держатели **акций**.





<p>IV. Физкульт минутка (2 мин.)</p>	<p><b>Профессии</b>          Если хочешь стать маляром - делай так, (красят кистью)          Если хочешь стать швеей, то делай так (строчат на машинке)          Если будешь ты водитель - делай так (вращают руль)          Если будешь ты сапожник - делай так (топают ногами)          Если будешь ты столяр - делай так (хлопают руками)          Если будешь ты спортсмен - делай так (приседают)          Хватит в профессии играть,          Пора занятие продолжать</p>	<p>Выполняют физкульт минутку</p>	<p>Способность расслабляться в коллективе</p>										
<p>V. Закрепление изученного материала (5 мин.)</p>	<p>Соотнесите вид бизнеса и его содержание:</p> <p>1) Производственный          2) Торговый          3) Финансовый          4) Посреднический          5) Страховой</p> <table border="1" data-bbox="584 954 943 1023"> <tr> <td>1)</td> <td>2)</td> <td>3)</td> <td>4)</td> <td>5)</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>А) Вид бизнеса, направленный на организацию и развитие денежного обращения, заключающийся в купле-продаже финансовых активов (денежные средства и ценные бумаги).</p> <p>Б) Отрасль предпринимательства, производящая и реализующая услуги страхования на страховом рынке (личное и имущественное страхование).</p> <p>В) Деятельность по содействию заключению контрактов между поставляющей и потребляющей сторонами</p> <p>Г) Вид бизнеса, при котором предприниматель выступает непосредственно в роли торговца, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц, потребителю</p> <p>Д) Бизнес, цель которого – создание вещей, ценностей, благ, любого полезного продукта, необходимого потребителям и способного быть проданным по определенной цене.</p>	1)	2)	3)	4)	5)						<p>Сопоставляют:          1) – Д)          2) – В)          3) – А)          4) – Г)          5) – Б)</p>	<p>Осуществление самостоятельного поиска необходимой информации</p>
1)	2)	3)	4)	5)									
<p>VI. Информация о домашнем задании (1 мин.)</p>	<p>Объясняет выполнение домашнего задания: учить параграф 11, задание № 1 из рубрики «в классе и дома», придумать свой товар и рассчитать прибыль, затраты с помощью калькулятора.</p>	<p>Записывают домашнее задание в дневник.</p>	<p>Умение аргументировать свою точку зрения. Формулирование ответов на вопросы.</p>										

VII. Итоги урока. Рефлексия (3 мин.)	Беседа с учащимися по вопросам: -Что такое бизнес? -Какими качествами должен обладать бизнесмен? -С какой целью занимаются бизнесом? -О каких видах и формах бизнеса вы узнали сегодня?	Отвечают на вопросы учителя.	Развитие самоконтроля, умение перерабатывать полученную информацию
--	---	---------------------------------	---

