

Отчет по производственной практике ООО «ВОЛЬТ»

Содержание

Введение.....	3
1. Краткая организационно-экономическая характеристика ООО «Вольт».....	5
2. Оценка организации инженерно-маркетинговой компании ООО «Вольт»	14
3. Анализ преимуществ и недостатков инженерно-маркетинговой компании ООО «Вольт».....	15
Заключение.....	16
Список использованной литературы.....	17

Введение

Актуальность темы исследования. Проблема управления научно-техническим прогрессом на промышленном предприятии в условиях рынка превращается в проблему формирования механизмов и условий инновационного развития науки и техники, отвечающего ценностям и приоритетам его сегодняшнего и будущего функционирования.

Современный научно-технический прогресс приобрел качественно новые черты. Во-первых, неизмеримо возросли его масштабы, стремительность и динамизм. Во-вторых, произошли коренные изменения в производстве средств производства, предметов труда и энергии, в технологии, организации и управлении производственными процессами. В любом научно-техническом нововведении можно различать чисто техническую сторону, являющуюся результатом внедрения принципиально новых достижений науки и техники, экономический и маркетинговый аспекты.

Как известно, главным источником преобразований на предприятии всегда была и остается техника. Представляется, что в рыночных условиях хозяйствования любой инженер должен овладеть маркетинго-ориентированным подходом к решению всех научно-технических, организационных, производственных и социальных задач, возникающих при разработке и коммерциализации научно-технические нововведения. Инженер, опираясь на маркетинг как инструмент адаптации к требованиям рынка и на профессиональные компетенции для опережающего развития предприятия в условиях непрерывно усиливающейся конкуренции, должен рассматривать определенные инженерные решения с точки зрения уникальности, лидерства, ценности для потребителя, возможности выбора модификаций и т.д. В результате инженерный маркетинг становится неотъемлемым элементом в деятельности организации, связанным с исследованием, проектированием, производством и реализацией продукции,

послепродажных услуг, через расширенный комплекс соответствующих рыночных инструментов.

Инженерный маркетинг может стать движущей силой развития предприятия как с точки зрения НИОКР, производства продукции, так и с точки зрения реализации товаров на рынке - как коммерческая реализация продукции предприятия с помощью инженерных решений.

Таким образом, средством реализации данного преимущества для повышения эффективности всей деятельности предприятия (от НИОКР до реализации товара) может стать инженерный маркетинг, позволяющий воплотить знания в действительно нужный на рынке товар через рыночно-ориентированные инженерные решения на всех стадиях исследования, проектирования, производства и реализации товаров.

Целью данной работы является анализ организации инженерно-маркетинговой компании ООО «Вольт».

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- дать краткую организационно-экономическую характеристику ООО «Вольт»;
- провести оценку организации инженерно-маркетинговой компании ООО «Вольт»;
- проанализировать преимуществ и недостатков инженерно-маркетинговой компании ООО «Вольт».

Объектом исследования является инженерно-маркетинговая компании.

Предметом исследования является организация процесса инженерно-маркетинговой компании.

Структурно работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы.

1. Краткая организационно-экономическая характеристика ООО

«Вольт»

ООО «Вольт» является специализированной компанией по производству и поставкам деталей автомобильной электрики. Собственное производство для ключевой продукции и профессиональный производственно-инженерный контроль обеспечивает техническое превосходство перед аналогами. Визитной карточкой бренда являются генераторы и стартеры, которые в ряде случаев имеют уникальные технические решения и характеристики, существенно выделяющие STARTVOLT среди прочих. Продукция STARTVOLT заслуженно имеет репутацию «инновационной».

ООО «Вольт» зарегистрировано в городе Санкт-Петербург, поселок Шушары, Московское ш., д. 177 корпус 2 литер ж, помещ. 57 от 7.11.2019 регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Санкт-Петербургу.

Основным видом деятельности является Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, зарегистрированы 4 дополнительных вида деятельности:

45.32 Торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями

46.90 Торговля оптовая неспециализированная

47.19 Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах

82.99 Деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенная в другие группировки.

ООО «Вольт» присвоены ИНН 7820072220, ОГРН 1197847234529, ОКПО 42387817.

Географию присутствия компании отразим на рисунке 1.



Рисунок 1 - География присутствия компании

Таким образом видно, что компания представлена не только в России, но и в Казахстане, Кыргызстане, Республике Беларусь, ДНР, Армения, Молдова и другие страны СНГ.

Организационную структуру предприятия представим на рисунке 2.

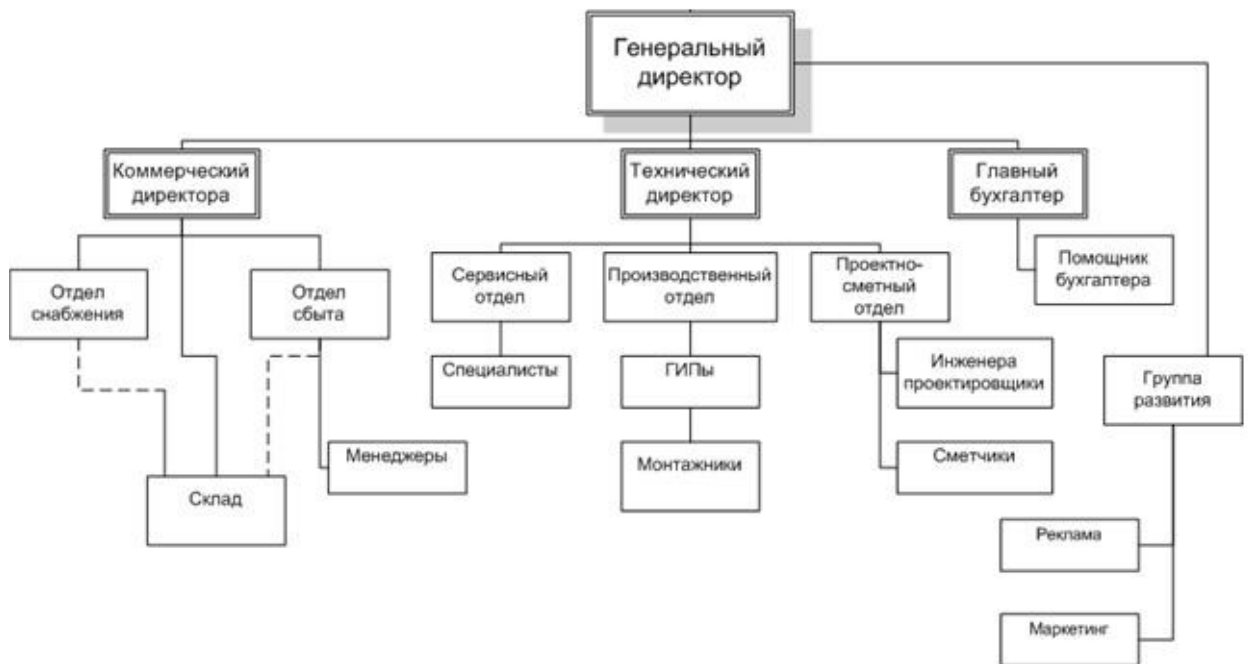


Рисунок 2 - Организационная структура ООО «Вольт»

Организационная структура управления объединяет в себе особенности линейной и функциональной структур. Тут также есть гендиректор,

взаимодействующие между собой функциональные руководители и линейная подчиненность внутри каждого отдела. Предполагается, что функциональные руководители ставят задачи линейным, которые уже делегируют их исполнителям.

У каждого функционального руководителя в подчинении несколько линейных. Например, директор финансово-экономического отдела может руководить начальниками планово-экономического, кадрового отделов, бухгалтерии и т. д. При такой структуре исполнители получают задачи от линейных руководителей, которые в свою очередь получают их от функциональных. Выходит, что у линейного руководителя в зоне ответственности оперативные вопросы, а у функционального - стратегические и влияющие на работу всей компании.

Далее проведем анализа финансово-экономических показателей деятельности предприятия.

Таблица 1 - Структура имущества и источники его формирования ООО «Вольт»

Показатель	Значение показателя					Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		Сумма, тыс. руб., +/-, 2021 г. от 2019 г.	Темп роста, %, 2021 г. к 2019 г.
	2019	2020	2021	2019	2021		
Актив							
2. Оборотные, всего	13 082	245 841	259 626	100	100	+246 544	+19,8 раза
в том числе:							
запасы	-	33 206	47 402	-	18,3	+47 402	-
дебиторская задолженность	7 546	185 045	171 441	57,7	66	+163 895	+22,7 раза
денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	5 536	27 590	40 783	42,3	15,7	+35 247	+7,4 раза
Пассив							
1. Собственный капитал	2 485	29 012	66 073	19	25,4	+63 588	+26,6 раза
3. Краткосрочные обязательства, всего	10 597	216 829	193 553	81	74,6	+182 956	+18,3 раза
Валюта баланса	13 082	245 841	259 626	100	100	+246 544	+19,8 раза

Соотношение основных качественных групп активов организации на 31.12.2021 характеризуется отсутствием внеоборотных средств при 100% текущих активов. Активы организации за два последних года существенно увеличились (в 19,8 раза). Учитывая значительное увеличение активов, необходимо отметить, что собственный капитал увеличился еще в большей степени - в 26,6 раза. Опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов - фактор положительный.

Структура активов организации в разрезе основных групп представлена ниже на рисунке 1.

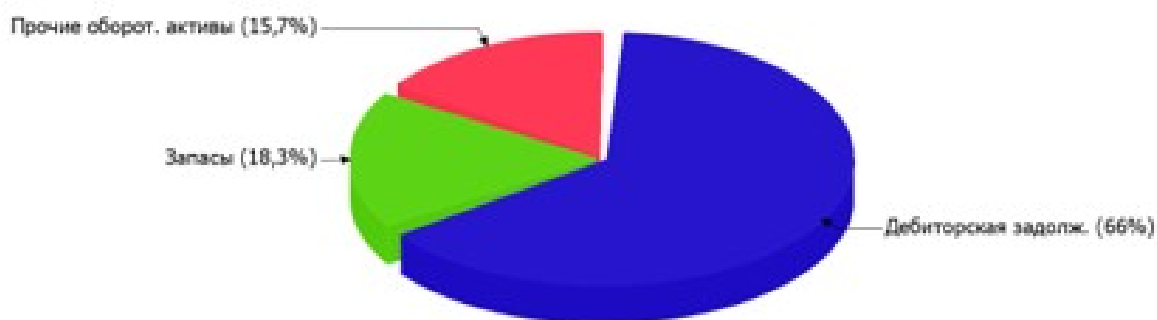


Рисунок 2 - Структура активов ООО «Вольт» в 2021 г., %

Рост величины активов организации связан с ростом следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех положительно изменившихся статей):

- дебиторская задолженность - 163 895 тыс. руб. (66,5%);
- запасы - 47 402 тыс. руб. (19,2%);
- денежные средства и денежные эквиваленты - 35 247 тыс. руб. (14,3%).

Одновременно, в пассиве баланса прирост наблюдается по строкам:

- кредиторская задолженность - 182 956 тыс. руб. (74,2%);
- нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) - 63 588 тыс. руб. (25,8%).

За весь рассматриваемый период имело место очень сильное - с 2 485,0 тыс. руб. до 66 073,0 тыс. руб. (в 27 раз) - повышение собственного капитала.

Таблица 2 - Оценка стоимости чистых активов ООО «Вольт»

Показатель	Значение показателя					Изменение	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		Сумма, тыс. руб., +/-, 2021 г. от 2019 г.	Темп роста, %, 2021 г. к 2019 г.
	2019	2020	2021	2019	2021		
1. Чистые активы	2 485	29 012	66 073	19	25,4	+63 588	+26,6 раза
2. Уставный капитал	1 000	1 000	1 000	7,6	0,4	-	-
3. Превышение чистых активов над уставным капиталом	1 485	28 012	65 073	11,4	25,1	+63 588	+43,8 раза

Чистые активы организации на 31.12.2021 намного (в 66,1 раза) превышают уставный капитал. Данное соотношение положительно характеризует финансовое положение, полностью удовлетворяя требованиям нормативных актов к величине чистых активов организации. К тому же следует отметить увеличение чистых активов в 26,6 раза в течение анализируемого периода. Превышение чистых активов над уставным капиталом и в то же время их увеличение за период говорит о хорошем финансовом положении организации по данному признаку. Ниже на графике представлено изменение чистых активов и уставного капитала.

Таблица 2 - Анализ финансовой устойчивости по величине излишка (недостатка) собственных оборотных средств ООО «Вольт»

Показатель собственных оборотных средств (СОС)	Значение показателя		Излишек (недостаток)*		
	2019	2021	2019	2020	2021
СОС1 (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	2 485	66 073	+2 485	-4 194	+18 671
СОС2 (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу)	2 485	66 073	+2 485	-4 194	+18 671
СОС3 (рассчитанные с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	2 485	66 073	+2 485	-4 194	+18 671

По всем трем вариантам расчета на 31 декабря 2021 г. наблюдается покрытие собственными оборотными средствами имеющихся у организации запасов, поэтому финансовое положение по данному признаку можно характеризовать как абсолютно устойчивое. Более того все три показателя покрытия собственными оборотными средствами запасов за анализируемый период улучшили свои значения.

Таблица 2 - Анализ соотношения активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения ООО «Вольт»

Активы по степени ликвидности	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Норм. соотношение	Пассивы по сроку погашения	На конец отчетного периода, тыс. руб.	Прирост за анализ. период, %	Излишек/недостаток платеж. средств тыс. руб.
А1. Высоколиквидные активы (ден. ср-ва + краткосрочные фин. вложения)	40 783	+7,4 раза	≥	П1. Наиболее срочные обязательства (привлеченные средства) (текущ. кред. задолж.)	193 553	+18,3 раза	-152 770
А2. Быстрореализуемые активы (краткосрочная деб. задолженность)	171 441	+22,7 раза	≥	П2. Среднесрочные обязательства (краткосроч. обязательства кроме текущ. кредит. задолж.)	0	-	+171 441
А3. Медленно реализуемые активы (прочие оборот. активы)	47 402	-	≥	П3. Долгосрочные обязательства	0	-	+47 402
А4. Труднореализуемые активы (внеоборотные активы)	0	-	≤	П4. Постоянные пассивы (собственный капитал)	66 073	+26,6 раза	-66 073

Из четырех соотношений, характеризующих соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения, выполняются все,

кроме одного. Высоколиквидные активы не покрывают наиболее срочные обязательства организации (разница составляет 152 770 тыс. руб.). В соответствии с принципами оптимальной структуры активов по степени ликвидности, краткосрочной дебиторской задолженности должно быть достаточно для покрытия среднесрочных обязательств (краткосрочной задолженности за минусом текущей кредиторской задолженности). В данном случае краткосрочные кредиты и займы отсутствуют.

Таблица 2 - Основные финансовые результаты деятельности ООО «Вольт»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Сумма, тыс. руб., +/-, 2021 г. от 2019 г.	Темп роста, %, 2021 г. к 2019 г.
1. Выручка	18 129	1 333 133	1 797 937		
2. Расходы по обычным видам деятельности	16 251	1 273 251	1 674 581	+1 658 330	+103 раза
3. Прибыль (убыток) от продаж	1 878	59 882	123 356	+121 478	+65,7 раза
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	-21	-26 723	-77 030	-77 009	↓
5. Прибыль до налогообложения	1 857	33 159	46 326	+44 469	+24,9 раза
6. Налог на прибыль, изменение налоговых активов и прочее	-371	-6 632	-9 265	-8 894	↓
7. Чистая прибыль (убыток)	1 486	26 527	37 061	+35 575	+24,9 раза
Совокупный финансовый результат периода	1 486	26 527	37 061	+35 575	+24,9 раза
Изменение за период нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) по данным бухгалтерского баланса	1 485	26 527	37 061	х	х

За 2021 год годовая выручка составила 1 797 937 тыс. руб.; это в 99 раз больше, чем за период 01.01-31.12.2019. Значение прибыли от продаж за 2021 год составило 123 356 тыс. руб. За 3 года наблюдался весьма значительный рост финансового результата от продаж - в 66 раз.

Таблица 3 - Анализ рентабельности ООО «Вольт»

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)			Изменение показателя	
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Сумма, тыс. руб., +/-, 2021 г. от 2019 г.	Темп роста, %, 2021 г. к 2019 г.
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение: не менее 4%.	10,4	4,5	6,9	-3,5	-33,7
2. Рентабельность продаж по прибыли до налогообложения (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки).	10,2	2,5	2,6	-7,6	-74,8
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение: 2% и более.	8,2	2	2,1	-6,1	-74,9
Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	11,6	4,7	7,4	-4,2	-36,3

Все три показателя рентабельности за период с 01.01.2021 по 31.12.2021, приведенные в таблице, имеют положительные значения, поскольку организацией получена как прибыль от продаж, так и в целом прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за данный период.

По результатам проведенного анализа выделены и сгруппированы по качественному признаку основные показатели финансового положения и результатов деятельности ООО «Вольт» за два года.

Показатели финансового положения и результатов деятельности ООО «Вольт», имеющие исключительно хорошие значения:

- чистые активы превышают уставный капитал, к тому же они увеличились за анализируемый период;
- на последний день анализируемого периода (31.12.2021) коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами демонстрирует очень хорошее значение;

- чиста прибыль составляет значительный процент от совокупной стоимости активов организации;
- рост рентабельности продаж;
- положительная динамика собственного капитала относительно общего изменения активов организации;
- абсолютная финансовая устойчивость по величине излишка собственных оборотных средств;
- за последний год получена прибыль от продаж (123 356 тыс. руб.), причем наблюдалась положительная динамика по сравнению с предшествующим годом (+63 474 тыс. руб.);
- чистая прибыль за период 01.01–31.12.2021 составила 37 061 тыс. руб. (+10 534 тыс. руб. по сравнению с предшествующим годом).

С хорошей стороны финансовое положение и результаты деятельности ООО «Вольт» характеризуют следующие показатели: соответствует нормальному значению коэффициент быстрой (промежуточной) ликвидности; коэффициент абсолютной ликвидности соответствует нормативному значению; рост прибыли до процентов к уплате и налогообложения на рубль выручки организации.

Показателем, имеющим значение на границе норматива, является следующий – не в полной мере соблюдается нормальное соотношение активов по степени ликвидности и обязательств по сроку погашения.

Следующие 2 показателя финансового положения ООО «Вольт» имеют неудовлетворительные значения:

- высокая зависимость организации от заемного капитала;
- коэффициент текущей (общей) ликвидности ниже нормального значения.

В ходе анализа был получен только один показатель, имеющий критическое значение – коэффициент покрытия инвестиций значительно ниже нормы (доля собственного капитала и долгосрочных обязательств в общей сумме капитала организации составляет менее 70%).

**2. Оценка организации инженерно-маркетинговой компании ООО
«Вольт»**

3. Анализ преимуществ и недостатков инженерно-маркетинговой компании ООО «Вольт»

Заключение

Список использованной литературы

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 304 с.
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 474 с.
3. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 559 с.
4. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 294 с.
5. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 406 с.
6. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 292 с.
7. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. - 2-е изд., доп. и перераб. - Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. - 302 с.
8. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 474 с.
9. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 367 с.
10. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 170 с.

11. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 315 с.
12. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 408 с.
13. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 444 с.
14. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 486 с.
15. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 436 с.
16. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 242 с.
17. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 15-е изд. - Спб. : Питер, 2018. - 848 с.
18. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 419 с.
19. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 475 с.
20. Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 356 с.

21. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 374 с.
22. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 186 с.
23. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 225 с.
24. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 237 с.
25. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 225 с.
26. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б. Е. Токарев. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 264 с.
27. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 208 с.
28. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : учебное пособие / Ш.Ф. Фарахутдинов. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 231 с.
29. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. - 5-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 548 с.
30. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. - 232 с.

Приложения

Приложение 1

Бухгалтерский баланс

Показатель	Код показателя	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2019
Актив				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	0	0	0
Результаты исследований и разработок	1120	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	1130	0	0	0
Материальные поисковые активы	1140	0	0	0
Основные средства	1150	0	0	0
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0
Финансовые вложения	1170	0	0	0
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	1190	0	0	0
ИТОГО по разделу I	1100	0	0	0
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	47 402	33 206	0
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	0	0
Дебиторская задолженность	1230	171 441	185 045	7 546
задолженность учредителей по взносам в уставный капитал	1231	0	0	0
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	40 783	27 590	5 536
Прочие оборотные активы	1260	0	0	0
ИТОГО по разделу II	1200	259 626	245 841	13 082
БАЛАНС	1600	259 626	245 841	13 082
Пассив				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	1 000	1 000	1 000
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0

Переоценка внеоборотных активов	1340	0	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	65 073	28 012	1 485
ИТОГО по разделу III	1300	66 073	29 012	2 485
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства	1410	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	0	0	0
Оценочные обязательства	1430	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0
ИТОГО по разделу IV	1400	0	0	0
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства	1510	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	193 553	216 829	10 597
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0
доходы будущих периодов, возникшие в связи с безвозмездным получением имущества и государственной помощи	1531	0	0	0
Оценочные обязательства	1540	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0
ИТОГО по разделу V	1500	193 553	216 829	10 597
БАЛАНС	1700	259 626	245 841	13 082

Отчет о финансовых результатах

Показатель	Код показателя	За 2021 г.	За 2020 г.	За 2019 г.
Выручка	2110	1 797 937	1 333 133	18 129
Себестоимость продаж	2120	1 610 767	1 235 680	14 790
Валовая прибыль (убыток)	2100	187 170	97 453	3 339
Коммерческие расходы	2210	63 814	37 571	1 461
Управленческие расходы	2220	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	2200	123 356	59 882	1 878
Доходы от участия в других организациях	2310	0	0	0
Проценты к получению	2320	0	0	0
Проценты к уплате	2330	0	0	0
Прочие доходы	2340	47	0	0
Прочие расходы	2350	77 077	26 723	21
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	46 326	33 159	1 857
Налог на прибыль	2410	-9 265	-6 632	-371
текущий налог на прибыль	2411	9 265	6 632	371
отложенный налог на прибыль	2412	0	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	2450	0	0	0
Прочее	2460	0	0	0
Чистая прибыль (убыток)	2400	37 061	26 527	1 486
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	2510	0	0	0
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	0	0	0
Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода	2530	0	0	0
Совокупный финансовый результат периода	2500	37 061	26 527	1 486