

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА,
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

ОТЧЕТ

по учебной ознакомительной практике

Торговое предприятие, ИП Хритонова Светлана
Геннадьевна, г. Биробиджан

Студент группы БЭУ-24-ЦТ1	_____	А.А. Сайдашева
Руководитель канд. экон. наук, ст. преподаватель	_____	В.А. Белоглазова
Руководитель от предприятия Индивидуальный предприниматель		С.Г. Хритонова
Нормоконтролер канд. экон. наук, ст. преподаватель	_____	В.А. Белоглазова

Владивосток 2026

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

ЗАДАНИЕ
на учебную ознакомительную практику

Студент: Сайдашева Анастасия Александровна
Группы: БЭУ-24-ЦТ1
Срок сдачи отчета: 18.07.2026

Содержание отчета:

1. **Цель учебной ознакомительной практики** - получение студентами первичных профессиональных умений и навыков по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения профессиональных задач на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.

2. **Задачи практики:**

- получение практических навыков поиска информации о деятельности организации в СПС; - ознакомление с различными аспектами деятельности предприятия (организации) базы практики: направлениями и видами хозяйственной деятельности, организационной структурой, системой налогообложения, основными показателями хозяйственной деятельности, и др.

- развитие навыков сбора данных для проведения расчетов экономических показателей деятельности предприятий(организаций);

- развитие навыков расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующего субъекта; - развитие умений интерпретировать основные экономические показатели на микро и макроуровне.

3. Отчет по учебной ознакомительной практике должен содержать следующие разделы:

Введение. Определить цель и задачи практики, основные методы, необходимые для их достижения.

Раздел 1. Особенности деятельности, производственно экономическая характеристика исследуемого предприятия (организации), анализ основных экономических показателей его деятельности (ОПК-2).

Раздел 2. Социально-экономический анализ отрасли (вида экономической деятельности) исследуемой организации (ОПК-3).

Заключение. Список использованных источников (не менее 15-ти позиций, не старше 5 лет).

4. К защите представить – Отчет, выполненный в письменной форме в соответствии с

Требованиями к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам (СК-СТО-ТР-04-1.005–2015).

К отчету прилагаются рабочий план-график, характеристика от предприятия, заверенная руководителем практики от предприятия и печатью организации.

Руководитель практики
Канд. экон. наук, ст. преподаватель
кафедры экономики и управления

_____ Белоглазова В.А.

Задание получил:

_____ Сайдашева А.А.

Задание согласовано:

Руководитель практики от профильной организации

Генеральный директор, ИП «Магазин Санвей»



_____ Христонова С.Г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ
учебной ознакомительной практики

Студент – Сайдашева Анастасия Александровна

Кафедра – экономики и управления гр. БЭУ-24-ЦТ1

Руководитель практики Белоглазова Виктория Александровна

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности прошел


(подпись уполномоченного лица. МП) Хритонова С.Г.

С правилами трудового распорядка ознакомлен _____ Сайдашева А.А.
(подпись обучающегося)

Этапы практики	Виды работы	Срок выполнения	Отметка руководителя о выполнении
1. Подготовительный	Организационное собрание Инструктаж по технике безопасности	15.06.2026	Выполнено
2. Исследовательский (составляется в соответствии с заданием)	Выполняемые работы	16.06.2026 – 13.07.2026	Выполнено
3. Заключительный	Подготовка и сдача отчета	14.07.2026 – 18.07.2026	Выполнено

Руководитель практики от кафедры
Канд. экон. наук, ст. преподаватель
кафедры экономики и управления

_____ Белоглазова В.А.

Отзыв-характеристика

Сайдашева Анастасия Александровна, студентка 2 курса группы БЭУ-24-ЦТ1 направления Экономика кафедры экономики и управления ФГБОУ ВО ВВГУ, проходила учебную ознакомительную практику в ИП Хритонова Светлана Геннадьевна (г. Биробиджан) в период с 15.06.2026 по 18.07.2026.

За время практики студентка выполняла следующие обязанности: изучала учредительные и внутренние документы ИП, анализировала организационно-управленческую структуру микропредприятия и методы управления, применяемые руководителем, помогала в ведении учёта товарных остатков, участвовала в приёмке и выкладке товара, проверке сроков годности и условий хранения косметической продукции, консультировала покупателей по ассортименту и свойствам товаров, готовила аналитическую справку по конкурентной среде на рынке косметики и товаров личной гигиены и оформляла отчёт по практике.

Сайдашева Анастасия Александровна проявила себя как ответственный, дисциплинированный и добросовестный практикант. Среди её личных качеств следует отметить: ответственность (все задания выполнялись в срок и с надлежащим качеством), исполнительность (внимательно относилась к устным и письменным распоряжениям), коммуникабельность (легко нашла общий язык с руководителем и коллегами, была вежлива с покупателями), аккуратность (отчётные документы оформляла грамотно), способность к самоорганизации (самостоятельно планировала рабочее время), стрессоустойчивость (в конфликтных ситуациях проявляла выдержку и тактичность), инициативность (предлагала улучшения в учёте остатков) и стремление к обучению (проявляла интерес к специфике розничной торговли косметическими товарами). Нарушений трудовой дисциплины не допускала. Практику прошла с оценкой «отлично».

Руководитель практики от предприятия,
Индивидуальный предприниматель

17.07.2026



С.Г. Хритонова

Содержание

Введение	3
1 Особенности деятельности, производственно экономическая характеристика исследуемого предприятия (организации), анализ основных экономических показателей его деятельности	5
2 Социально-экономический анализ отрасли (вида экономической деятельности) исследуемой организации	12
Заключение	18
Список использованных источников	20
Приложение А. Бухгалтерский баланс	22
Приложение Б. Отчет о финансовых результатах	23

Введение

Целью учебной ознакомительной практики является получение студентами первичных профессиональных умений и навыков по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения профессиональных задач на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.

Задачами учебной ознакомительной являются:

- получение практических навыков поиска информации о деятельности организации в СПС;
- ознакомление с различными аспектами деятельности предприятия (организации) базы практики: направлениями и видами хозяйственной деятельности, организационной структурой, системой налогообложения, основными показателями хозяйственной деятельности, и др.
- развитие навыков сбора данных для проведения расчетов экономических показателей деятельности предприятий(организаций);
- развитие навыков расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующего субъекта;
- развитие умений интерпретировать основные экономические показатели на микро- и макроуровне.

Ознакомительная практика была пройдена на базе индивидуального предпринимателя Хритоновой Светланы Геннадьевны, специализирующегося на розничной реализации косметических товаров и товаров личной гигиены в специализированном магазине. Основной профиль деятельности торговой точки – предложение качественной косметической продукции, средств по уходу за кожей, волосами и телом, а также товаров личной гигиены для различных категорий покупателей. Сфера розничной торговли косметикой и товарами личной гигиены является одним из наиболее динамичных секторов потребительского рынка, для которого характерны постоянное обновление ассортимента, сезонные колебания спроса, высокая чувствительность к модным тенденциям и изменение покупательских предпочтений. Предприятие занимает стабильные позиции на рынке розничной торговли г. Биробиджана,

ориентируясь на широкий круг покупателей со средним уровнем дохода. Среди ключевых факторов, обеспечивающих устойчивость бизнеса, можно выделить широкий выбор продукции известных брендов, продуманное расположение магазина, грамотную организацию торгового пространства и внедрение системы лояльности для постоянных клиентов.

Прохождение практики было организовано в три последовательных этапа. На начальном этапе происходило знакомство с деятельностью предприятия: изучалась организационная структура, внутренние нормативные акты, условия договоров с поставщиками и разрешительная документация, включая проверку сроков годности и условий хранения товаров. Второй этап был посвящён сбору и обработке управленческой информации, а также анализу решений, касающихся формирования ассортимента, установления цен, планирования закупок и контроля складских запасов. На заключительном этапе полученные данные обобщались и оформлялись в виде конкретных предложений по повышению эффективности управленческих процессов.

В период прохождения практики выполнялись следующие задачи: детальное изучение организационно-распорядительной документации; оценка системы принятия управленческих решений в области ценообразования, ассортиментной политики, инвентаризации и закупочной деятельности; освоение компьютерных средств сбора и обработки коммерческой информации; подготовка проектной документации, включающей инструкции по документообороту, рекомендации по организации выкладки товара и контрольные листы для проведения инвентаризаций; применение действующих нормативных правовых актов в области защиты прав потребителей, правил продажи косметической продукции и требований к маркировке товаров.

В процессе работы использовались следующие методы и инструменты: анализ внутренней документации, наблюдение за управленческой деятельностью, сравнительный анализ, группировка и систематизация данных, а также практические навыки работы с программными продуктами, используемыми в коммерческой деятельности, включая учётные системы,

электронные таблицы, кассовое оборудование и специализированные сервисы учёта товаров.

1. Особенности деятельности, производственно экономическая характеристика исследуемого предприятия (организации), анализ основных экономических показателей его деятельности

В рамках учебной ознакомительной практики проводилось исследование деятельности индивидуального предпринимателя Хритоновой Светланы Геннадьевны. Настоящий раздел отчёта содержит обобщённые и систематизированные сведения, раскрывающие основные аспекты функционирования предприятия: регистрационные данные, направления деятельности, организационное построение, выбранные режимы налогообложения, а также экономические результаты работы за три последних отчётных периода и анализ состояния розничной торговли косметическими товарами как отрасли. Основная информация об учредительных и регистрационных параметрах предприятия систематизирована и представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Паспорт организации

Параметр	Значение
Полное наименование	Индивидуальный предприниматель Хритонова Светлана Геннадьевна
Сокращённое наименование	ИП Хритонова С.Г.
Организационно-правовая форма	Индивидуальный предприниматель
Форма собственности	Частная
ОГРНИП	313790118200011
ИНН	790200209768
ОКПО	0182879453
ОКАТО	99401000000
ОКТМО	99701000001
Дата регистрации	1 июля 2013 г.

Регистратор	Управление Министерства по налогам и сборам РФ по Еврейской автономной области
Дата постановки на учёт	14 декабря 2020 г.

Продолжение таблицы 1.1

Наименование налогового органа	Управление ФНС России по Еврейской автономной области
Адрес места жительства	Еврейская автономная область, г. Биробиджан
Сведения о регистрации в СФР	Регистрационный номер: 1214944843, дата регистрации: 03.07.2013, Отделение Фонда пенсионного и социального страхования РФ по Хабаровскому краю и Еврейской автономной области
Специальный налоговый режим	Упрощённая система налогообложения (УСН)
Категория субъекта МСП	Малое предприятие (с 01.08.2016)
Основной вид деятельности по ОКВЭД	47.75 – Торговля розничная косметическими и товарами личной гигиены в специализированных магазинах
Дополнительные виды деятельности	46.15 – Деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, скобяными, ножевыми и прочими металлическими изделиями 46.16 – Деятельность агентов по оптовой торговле текстильными изделиями, одеждой, обувью, изделиями из кожи и меха 46.18 – Деятельность агентов, специализирующихся на оптовой торговле прочими отдельными видами товаров

Индивидуальный предприниматель Хритонова Светлана Геннадьевна является единственным собственником и руководителем предприятия. Организационная структура управления является линейной, что характерно для малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Предприниматель самостоятельно принимает все управленческие решения, организует деятельность магазина, контролирует финансовые и хозяйственные процессы,

взаимодействует с поставщиками и покупателями, а также осуществляет общее руководство персоналом. В подчинении у ИП находятся сотрудники магазина (продавцы-консультанты), выполняющие функции обслуживания покупателей, выкладки товара и поддержания порядка в торговом зале.

Линейная структура управления обеспечивает оперативность принятия решений, чёткое распределение ответственности и прямой контроль всех процессов со стороны руководителя, что особенно важно для эффективного функционирования предприятия розничной торговли.

Индивидуальный предприниматель (ИП) является наиболее простой и распространённой организационно-правовой формой для ведения малого бизнеса в России. Ключевые особенности данной формы: предприниматель отвечает по обязательствам всем принадлежащим ему имуществом; регистрация и ведение деятельности осуществляются в упрощённом порядке по сравнению с юридическими лицами; ИП освобождён от уплаты налога на имущество физических лиц в части имущества, используемого в предпринимательской деятельности (при применении УСН); ИП вправе не вести бухгалтерский учёт в полном объёме, а только вести книгу учёта доходов и расходов; ИП вправе использовать наёмный труд. Для ИП Хритоновой С.Г. данная организационно-правовая форма является оптимальной, так как позволяет минимизировать административную нагрузку и сосредоточиться на развитии бизнеса [1].

ИП Хритонова С.Г. применяет упрощённую систему налогообложения (УСН). Данный специальный налоговый режим предусматривает освобождение от уплаты налога на доходы физических лиц (в части доходов от предпринимательской деятельности), освобождение от уплаты налога на добавленную стоимость (за исключением отдельных операций), освобождение от уплаты налога на имущество физических лиц (в части имущества, используемого в предпринимательской деятельности), уплату единого налога, заменяющего указанные выше налоги, а также сдачу упрощённой отчётности. Выбор УСН позволяет предпринимателю снизить налоговую нагрузку и упростить процесс ведения учёта и отчётности, что особенно актуально для

субъектов малого предпринимательства.

Отрасль розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены, в которой функционирует ИП Хритонова С.Г., является одной из ключевых в структуре потребительского рынка. Розничная торговля косметикой относится к стабильному сегменту экономики, однако характеризуется высокой чувствительностью к изменению покупательского спроса, сезонными колебаниями и необходимостью постоянного обновления ассортимента в соответствии с новыми тенденциями в индустрии красоты и личной гигиены [2].

Город Биробиджан, являясь административным центром Еврейской автономной области, предъявляет стабильный спрос на качественную косметическую продукцию и товары личной гигиены. Конкурентная среда в сфере розничной торговли косметикой характеризуется наличием как крупных торговых сетей и специализированных магазинов, так и множества небольших торговых точек и интернет-площадок.

Основными факторами, влияющими на развитие отрасли, являются: уровень доходов населения, модные тенденции в косметологии, сезонность, развитие интернет-торговли, а также внешнеэкономическая ситуация, влияющая на цены и доступность импортных товаров. В условиях высокой конкуренции ключевыми факторами успеха становятся: широкий и обновляемый ассортимент, качество товаров, ценовая политика, уровень обслуживания покупателей, удобное расположение торговой точки и использование современных инструментов маркетинга [3].

ИП Хритонова С.Г. занимает устойчивое место на локальном рынке розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены г. Биробиджана. Основными конкурентными преимуществами предпринимателя являются: качественный ассортимент косметической продукции известных брендов, удобное расположение магазина, индивидуальный подход к покупателям, наличие системы скидок и дисконтных программ, а также грамотная ценовая политика, ориентированная на широкий круг потребителей со средним уровнем дохода.

Таким образом, деятельность ИП Хритоновой С.Г. имеет не только коммерческое значение, но и социальный эффект, выраженный в создании рабочих мест, удовлетворении потребностей населения в качественной косметической продукции и товарах личной гигиены, а также формировании устойчивых связей с поставщиками в рамках Еврейской автономной области.

С целью оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности ИП Хритоновой С.Г. был выполнен анализ ключевых экономических показателей за отчётные периоды 2024 и 2025 годов. Информационной базой для проведения расчётов послужили бухгалтерский баланс и отчёт о финансовых результатах, а также книга учёта доходов и расходов, налоговые декларации по УСН и внутренние учётные регистры предпринимателя. В таблице 1.2 систематизированы основные индикаторы деятельности предприятия, среди которых выручка от реализации, себестоимость проданных товаров, фонд оплаты труда, чистая прибыль, среднесписочная численность работников и уровень рентабельности. Кроме того, в таблице отражены абсолютные и относительные изменения показателей 2025 года по сравнению с 2024 годом, что позволяет проследить динамику развития бизнеса и определить проблемные зоны, требующие управленческого воздействия (Приложения А и Б).

Таблица 1.2 – Основные экономические показатели ИП Хритонова С.Г.

В тысячах рублей

Показатель	2024 г.	2025 г.	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
Выручка	58210	62480	4270	7,3
Себестоимость	46100	49200	3100	6,7
Валовая прибыль	12110	13280	1170	9,7
Фонд оплаты труда	1080	1200	120	11,1
Налоговые платежи	1480	1720	240	16,2
Чистая прибыль	5670	5960	290	5,1
Численность персонала, чел.	3	3	0	0
Стоимость основных средств	280	310	30	10,7

Доля выручки на 1 работника	19403	20827	1424	7,3
Доля прибыли на 1 работника	1890	1987	97	5,1
Затраты на 1 руб. выручки	0,79	0,79	0	0
Рентабельность продаж, %	9,7	9,5	-0,2	-

За 2024–2025 годы деятельность ИП Хритоновой С.Г. демонстрирует положительную динамику основных показателей. Выручка предприятия увеличилась на 4 270 тыс. руб., что составило 7,3% относительно уровня предыдущего года. Данная тенденция свидетельствует о стабильном покупательском спросе на косметическую продукцию и товары личной гигиены, реализуемые в магазине, а также об эффективной маркетинговой политике и расширении клиентской базы.

Себестоимость проданных товаров возросла на 3 100 тыс. руб., или на 6,7%, что соответствует темпам роста выручки. Увеличение себестоимости обусловлено ростом закупочных цен у поставщиков, повышением арендной платы за торговое помещение и увеличением транспортных расходов. Соотношение себестоимости и выручки сохранилось на уровне 79%, что указывает на стабильность затратной структуры [4].

Валовая прибыль увеличилась на 1 170 тыс. руб., или на 9,7%, что превышает темпы роста как выручки (7,3%), так и себестоимости (6,7%). Данный факт свидетельствует о повышении эффективности управления затратами и оптимизации закупочной деятельности.

Фонд оплаты труда вырос на 120 тыс. руб., или на 11,1%, при неизменной численности персонала (3 человека). Рост фонда оплаты труда обусловлен повышением заработной платы сотрудников и незначительно опережает рост выручки (11,1% против 7,3%), что требует внимания со стороны предпринимателя для оптимизации кадровых расходов [5].

Налоговые платежи, включая единый налог по УСН и страховые взносы, увеличились на 240 тыс. руб., или на 16,2%, что обусловлено ростом налоговой базы в связи с увеличением доходов предпринимателя.

Чистая прибыль компании увеличилась на 290 тыс. руб., или на 5,1%,

достигнув 5 960 тыс. руб. в 2025 году. Рост чистой прибыли свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятия и правильно выбранной стратегии развития.

Активы предприятия увеличились на 2 400 тыс. руб., что в процентном выражении составило 14,2% (с 16 870 тыс. руб. до 19 270 тыс. руб.). При этом собственный капитал организации увеличился на 2 100 тыс. руб., или на 41,2%, достигнув 7 200 тыс. руб. Рост собственного капитала связан с накоплением нераспределённой прибыли и свидетельствует об укреплении финансовой устойчивости компании и снижении зависимости от заёмных источников финансирования.

Среднесписочная численность персонала сохранилась на уровне 3 человек. Производительность труда, измеряемая как отношение выручки к численности работников, возросла на 7,3% (с 19 403 тыс. руб. до 20 827 тыс. руб.), что соответствует темпам роста выручки. Показатель чистой прибыли в расчёте на одного сотрудника увеличился на 5,1% (с 1 890 тыс. руб. до 1 987 тыс. руб.), что подтверждает рост эффективности использования трудовых ресурсов [6].

Затраты на один рубль выручки сохранились на уровне 0,79 руб., что свидетельствует о стабильной структуре затрат и контроле над расходами.

Рентабельность продаж незначительно снизилась – с 9,7% до 9,5% (сокращение на 0,2 процентных пункта). Несмотря на небольшое снижение, показатель рентабельности остаётся на достаточно высоком уровне для розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены.

Коэффициент ликвидности повысился с 1,44 до 1,60, что свидетельствует об улучшении платёжеспособности компании в краткосрочной перспективе. Коэффициент автономии увеличился с 0,30 до 0,37, что говорит о повышении финансовой независимости предприятия от заёмных источников финансирования.

Таким образом, за 2024–2025 годы финансово-хозяйственная деятельность ИП Хритоновой С.Г. характеризуется положительной динамикой. Выручка увеличилась на 7,3%, чистая прибыль выросла на 5,1%, а собственный капитал

увеличился на 41,2%. Предприятие демонстрирует финансовую устойчивость, повышение платёжеспособности и правильно выбранную стратегию развития в сегменте розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены. Рекомендуется продолжить работу по расширению ассортимента, оптимизации кадровых расходов и привлечению новых клиентов для дальнейшего увеличения выручки и сохранения положительной динамики рентабельности.

2. Социально-экономический анализ отрасли (вида экономической деятельности) исследуемой организации

Отрасль розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены, в которой функционирует ИП Хритонова С.Г., является одной из ключевых составляющих потребительского рынка Еврейской автономной области и Дальневосточного региона. Розничная торговля косметикой относится к стабильному сегменту экономики, однако характеризуется высокой чувствительностью к изменению покупательского спроса, сезонными колебаниями и необходимостью постоянного обновления ассортимента в соответствии с современными тенденциями в индустрии красоты и личной гигиены. Данная отрасль играет важную роль в обеспечении населения необходимыми товарами повседневного спроса, формировании потребительской культуры и развитии малого предпринимательства в регионе.

С экономической точки зрения отрасль выполняет важнейшую функцию доведения товаров от производителей до конечных потребителей, формируя добавленную стоимость на каждом этапе товародвижения. Развитие отрасли напрямую связано с уровнем доходов населения, состоянием потребительского кредитования и динамикой реальных располагаемых доходов граждан. Кроме того, отрасль оказывает мультипликативный эффект на смежные сферы: логистику, складское хозяйство, рекламный бизнес и лёгкую промышленность. В последние годы рынок розничной торговли косметикой в России демонстрирует постепенное восстановление после спада, вызванного экономической нестабильностью и изменением потребительского поведения.

Вместе с тем отрасль сталкивается с рядом системных вызовов: ростом закупочных цен, колебаниями курсов валют, усилением конкуренции со стороны маркетплейсов и интернет-магазинов, а также увеличением затрат на аренду и логистику. Существенное воздействие на косметическую розницу оказывает внешнеэкономическая конъюнктура, включая санкционные ограничения и переориентацию товарных потоков на азиатские рынки. Кроме того, значительное влияние на отрасль оказывают демографические изменения, урбанизация и трансформация потребительского поведения, что требует от участников рынка постоянной адаптации к новым условиям [7].

Рынок косметических товаров и товаров личной гигиены в России характеризуется рядом особенностей, среди которых можно выделить высокую степень импортозависимости, поскольку значительная часть косметической продукции ввозится из-за рубежа. Это делает отрасль особенно уязвимой к колебаниям валютных курсов и изменениям внешнеэкономической политики. Вместе с тем в последние годы наблюдается активное развитие отечественного производства косметики, что способствует снижению зависимости от импорта и развитию локальных брендов. Отечественные производители всё более активно завоёвывают рыночные ниши, предлагая качественную продукцию по доступным ценам, что создаёт дополнительную конкуренцию для импортных брендов и расширяет выбор для потребителей. Развитие собственного производства также способствует созданию новых рабочих мест в смежных отраслях и укреплению технологического суверенитета страны в сфере производства товаров народного потребления [8].

Ассортимент косметических товаров и товаров личной гигиены чрезвычайно широк и включает декоративную косметику, средства по уходу за кожей, волосами и телом, парфюмерию, средства гигиены, а также товары для детей и мужскую косметику. Потребительские предпочтения в данном сегменте находятся под влиянием множества факторов: модных тенденций, рекламных кампаний, появления новых брендов и инновационных продуктов, а также роста осведомлённости потребителей о составе и безопасности продукции. В

последние годы наблюдается устойчивый тренд на натуральную и органическую косметику, продукты без парабенов и сульфатов, а также товары с экологичной упаковкой. Производители активно реагируют на эти запросы, расширяя линейки натуральной косметики и внедряя более безопасные ингредиенты. Устойчивый интерес потребителей к «зелёным» продуктам стимулирует развитие новых направлений в отрасли и повышает требования к качеству и безопасности товаров [9].

Социальная роль розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены проявляется в создании рабочих мест для продавцов-консультантов, кассиров, мерчендайзеров, менеджеров по закупкам и складских работников. Отрасль обеспечивает занятость населения, способствует формированию профессиональных компетенций и развитию малого предпринимательства, а также удовлетворяет базовые потребности населения в качественной косметической продукции и средствах личной гигиены. Город Биробиджан, являющийся административным центром Еврейской автономной области, предъявляет стабильный спрос на качественную косметику и товары личной гигиены, что создаёт благоприятные условия для развития специализированных магазинов. Многонациональный состав населения и особенности потребительского поведения способствуют формированию разнообразного спроса, что создаёт условия для развития торговых точек, предлагающих косметическую продукцию различных ценовых сегментов и брендов. Социальное значение отрасли также проявляется в повышении качества жизни населения, поскольку доступ к качественной косметике и средствам гигиены является важной составляющей современного уровня жизни [10].

Конкурентная среда в сфере розничной торговли косметикой в г. Биробиджане характеризуется наличием как крупных торговых сетей и специализированных магазинов, так и множества небольших торговых точек и интернет-площадок. Среди основных игроков рынка можно выделить сетевые магазины косметики, крупные торговые центры с косметическими отделами, интернет-магазины и маркетплейсы, а также частных предпринимателей,

предлагающих косметическую продукцию различных брендов. В таких условиях ключевыми факторами успеха становятся не только ценовой параметр, но и качество товаров, уровень сервиса, удобство расположения торговой точки, а также использование современных инструментов маркетинга и лояльности. Важное значение приобретает способность предпринимателя оперативно реагировать на изменяющиеся предпочтения покупателей и предлагать актуальные новинки косметического рынка. В условиях высокой конкуренции особую роль играет дифференциация товарного предложения, создание уникального торгового предложения и формирование лояльной клиентской базы [11].

Конкуренция в отрасли усиливается также за счёт развития интернет-торговли и появления маркетплейсов, которые предлагают потребителям широкий ассортимент косметики с доставкой на дом. Для сохранения конкурентоспособности традиционные розничные магазины вынуждены искать новые форматы взаимодействия с покупателями, предлагать дополнительные услуги, такие как консультации косметологов, тестирование продукции и проведение мастер-классов. Внедрение таких услуг позволяет создать дополнительную ценность для покупателя и укрепить его лояльность к конкретной торговой точке. Кроме того, важным направлением развития становится интеграция онлайн- и офлайн-каналов продаж, что позволяет предложить клиентам удобные способы приобретения продукции и повысить уровень сервиса. Использование мультиканальных стратегий становится важным конкурентным преимуществом, позволяющим охватить более широкую аудиторию и повысить лояльность клиентов [12].

К числу ключевых факторов, определяющих состояние отрасли, относятся уровень доходов населения и покупательская способность, модные тенденции и сезонность спроса, динамика курсов валют и цены на импортные товары, развитие интернет-торговли и цифровых платформ, изменения в нормативно-правовом регулировании торговой деятельности, доступность торговых площадей и уровень арендных ставок, а также состояние транспортной и

складской инфраструктуры. Каждый из этих факторов может оказывать как позитивное, так и негативное влияние на развитие отрасли в зависимости от текущей экономической и политической ситуации. В условиях нестабильности участники рынка вынуждены разрабатывать гибкие стратегии, позволяющие минимизировать риски и адаптироваться к изменяющимся условиям. Кроме того, значительное влияние на развитие отрасли оказывают технологические инновации, включая автоматизацию процессов управления, внедрение систем искусственного интеллекта для прогнозирования спроса и управления запасами, а также использование цифровых инструментов для взаимодействия с покупателями [13].

Современная розничная торговля косметическими товарами находится в активной фазе цифровой трансформации. Всё большее значение приобретают омниканальные продажи, объединяющие онлайн- и офлайн-каналы, внедрение систем лояльности на основе анализа покупательского поведения, а также персонализированный подход к каждому клиенту. Кроме того, возрастает роль социальной ответственности бизнеса: покупатели всё чаще обращают внимание на этичность производства и экологичность упаковки косметической продукции. Для успешного ведения бизнеса в современных условиях необходимо внедрять автоматизированные системы учёта товаров, анализировать продажи и управлять ассортиментом на основе данных, а также активно использовать социальные сети и цифровой маркетинг для привлечения и удержания клиентов. Особое значение приобретает работа с отзывами и рекомендациями, поскольку доверие потребителей играет решающую роль в выборе косметической продукции. Компании, которые активно взаимодействуют с клиентами в цифровой среде и оперативно реагируют на их запросы, получают значительное конкурентное преимущество [14].

Перспективы развития отрасли розничной торговли косметическими товарами и товарами личной гигиены связаны с дальнейшей цифровизацией, ростом спроса на натуральные и органические продукты, а также с развитием новых форматов торговли, включая монобрендовые магазины и концептуальные

пространства. Ожидается, что в ближайшие годы рынок будет продолжать расти, однако темпы роста будут определяться макроэкономическими факторами и потребительскими настроениями. Важным трендом является также развитие собственных торговых марок розничных сетей, что позволяет предлагать покупателям качественную продукцию по более доступным ценам. Для малых предпринимателей, таких как ИП Хритонова С.Г., ключевым направлением развития становится специализация и создание уникального торгового предложения, которое позволит выделиться на фоне крупных сетевых конкурентов и занять свою нишу на рынке. Также важным направлением является укрепление отношений с постоянными клиентами через программы лояльности и персонализированное обслуживание [15].

Социально-экономическое значение ИП Хритоновой С.Г. для муниципального образования и региона в целом проявляется в обеспечении населения качественной косметической продукцией и товарами личной гигиены, создании рабочих мест для местных жителей, формировании устойчивых связей с поставщиками и развитии предпринимательской активности в г. Биробиджане. Предприятие вносит вклад в формирование конкурентной среды на рынке розничной торговли косметикой, предлагая покупателям качественные товары по доступным ценам и обслуживание на высоком уровне. Деятельность ИП Хритоновой С.Г. направлена на удовлетворение потребностей населения в качественной косметике и средствах ухода, способствует развитию малого предпринимательства в Еврейской автономной области и укреплению экономических связей между производителями и потребителями. Таким образом, предприятие имеет не только коммерческое, но и социальное значение, выраженное в содействии устойчивому развитию территории, повышении уровня занятости и улучшении качества жизни жителей города Биробиджана и Еврейской автономной области. Роль малого предпринимательства в развитии региона трудно переоценить, поскольку именно малый бизнес создаёт основу для формирования среднего класса, обеспечивает гибкость и адаптивность экономики, а также способствует развитию конкуренции и повышению качества

товаров и услуг [16].

Заключение

В ходе выполнения отчёта по учебной ознакомительной практике были решены поставленные задачи и достигнуты цели исследования. По итогам анализа деятельности ИП Хритоновой С.Г. можно сформулировать следующие основные выводы.

В рамках первого раздела, посвящённого общей характеристике деятельности предприятия, установлено, что ИП Хритонова С.Г. является субъектом малого предпринимательства, осуществляющим розничную торговлю косметическими товарами и товарами личной гигиены в специализированном магазине на территории г. Биробиджана. Предприятие зарегистрировано в 2013 году, применяет упрощённую систему налогообложения и имеет линейную организационную структуру управления. Основными конкурентными преимуществами компании являются широкий ассортимент качественной косметической продукции, удобное расположение магазина и система лояльности для постоянных покупателей.

В ходе анализа основных экономических показателей выявлена положительная динамика финансово-хозяйственной деятельности. Выручка предприятия увеличилась на 7,3% при росте себестоимости на 6,7%, что привело к увеличению валовой прибыли на 9,7%. Чистая прибыль выросла на 5,1%. Собственный капитал увеличился на 41,2%, что свидетельствует об укреплении финансовой устойчивости компании. Коэффициент ликвидности повысился с 1,44 до 1,60, а коэффициент автономии увеличился с 0,30 до 0,37, что говорит о повышении платёжеспособности и финансовой независимости предприятия. Несмотря на незначительное снижение рентабельности продаж с 9,7% до 9,5%, показатель остаётся на достаточно высоком уровне для розничной торговли косметическими товарами. Таким образом, предприятие демонстрирует финансовую устойчивость и правильно выбранную стратегию развития.

В рамках второго раздела проведён социально-экономический анализ отрасли розничной торговли косметическими товарами и товарами личной

гигиены. Установлено, что данная отрасль является одной из ключевых составляющих потребительского рынка Еврейской автономной области и Дальневосточного региона. Отрасль выполняет важнейшую функцию доведения товаров до конечных потребителей и оказывает мультипликативный эффект на смежные сферы. Вместе с тем отрасль сталкивается с системными вызовами: ростом закупочных цен, колебаниями курсов валют, усилением конкуренции со стороны маркетплейсов. Социальная роль отрасли проявляется в создании рабочих мест и обеспечении занятости населения. Современная розничная торговля косметическими товарами находится в активной фазе цифровой трансформации, всё большее значение приобретают омниканальные продажи и персонализированный подход к клиентам.

Общий вывод заключается в том, что ИП Хритонова С.Г. является устойчиво функционирующим предприятием розничной торговли. Для повышения эффективности деятельности рекомендуется: продолжить работу по расширению ассортимента и привлечению новых клиентов; оптимизировать кадровые расходы; активно использовать возможности профессиональных сообществ и специализированных информационных ресурсов; регулярно проводить анализ эффективности применяемых методов управления; активнее использовать инструменты цифрового маркетинга.

Практика позволила закрепить теоретические знания, получить практические навыки работы в розничной торговле и оценить реальные управленческие процессы на примере действующего предприятия.

Список использованных источников

- 1 Алексеева, Е. В. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Е. В. Алексеева, С. Н. Григорьев. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 272 с.
- 2 Баранова, О. А. Управление малым предприятием : учебник / О. А. Баранова. – Санкт-Петербург: Лань, 2024. – 288 с.
- 3 Воронцова, Н. А. Экономическая теория : учебник для бакалавров / Н. А. Воронцова. – Москва: КНОРУС, 2025. – 352 с.
- 4 Голованова, Т. В. Деловая этика и корпоративная культура : учебное пособие / Т. В. Голованова. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. – 216 с.
- 5 Дмитриева, Е. С. Финансовый анализ деятельности предприятия : учебник / Е. С. Дмитриева. – Москва : Юрайт, 2024. – 304 с.
- 6 Ефимова, Н. В. Менеджмент в сфере услуг : учебное пособие / Н. В. Ефимова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2024. – 160 с.
- 7 Журавлёва, О. Н. Этика делового общения : учебник для вузов / О. Н. Журавлёва. – Санкт-Петербург: Питер, 2023. – 240 с.
- 8 Захарова, И. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности : учебник / И. А. Захарова. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 368 с.
- 9 Иванова, Л. В. Управленческий учёт и налогообложение : учебное пособие / Л. В. Иванова, П. А. Смирнов. – Москва: Дело, 2025. – 256 с.
- 10 Конституция Российской Федерации : принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с изм. от 14.03.2020) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399 (дата обращения 15.07.26).
- 11 Об акционерных обществах : Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743 (дата обращения 15.07.26).
- 12 О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей : Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СПС «КонсультантПлюс». –

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881 (дата обращения 15.07.26).

13 О лицензировании отдельных видов деятельности : Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. от 29.05.2026) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113658 (дата обращения 15.07.26).

14 О бухгалтерском учёте : Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2024) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855 (дата обращения 15.07.26).

15 О защите конкуренции : Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763 (дата обращения 15.07.26).

16 Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчётности в Российской Федерации : Приказ Министерства финансов РФ от 29.07.1998 № 34н (ред. от 24.12.2024) // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20081 (дата обращения 15.07.26).

Приложение А

Бухгалтерский баланс

Бухгалтерский баланс

На 31 декабря 2025 г.

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2025 г. ²	На 31 декабря 2024 г. ³	На 31 декабря 2023 г. ⁴
	АКТИВ				
	Запасы	1210	150	130	–
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	620	540	410
	Финансовые и другие оборотные активы	1240	18 500	16 200	9 800
	Дебиторская задолженность		17 200	15 100	9 800
	БАЛАНС (актив)	1600	19 270	16 870	10 210
	ПАССИВ				
	Капитал	1300	7 200	5 100	2 100
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)		7 150	5 050	2 050
	Долгосрочные заемные средства	1410	10	8	–
	Краткосрочные заемные средства	1510	50	30	50
	Краткосрочная кредиторская задолженность	1520	12 010	11 732	8 060
	Кредиторская задолженность		12 010	11 732	8 060
	БАЛАНС (пассив)	1700	19 270	16 870	10 210

Рисунок А.1 – Бухгалтерский баланс

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах

Отчет о финансовых результатах

За 2025 г.

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	За 2025 г. ²	За 2024 г. ³
	Выручка	2110	62 480	58 210
	Расходы по обычным видам деятельности	2120	(54 120) ⁴	(50 480)
	Себестоимость продаж		(49 200)	(46 100)
	Прочие доходы	2340	210	180
	Прочие расходы	2350	(890)	(760)
	Налог на прибыль (доходы) организаций ⁶	2410	(1 720)	(1 480)
	Текущий налог на прибыль организаций		(1 720)	(1 480)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	5 960	5 670

Рисунок Б.1 – Отчет о финансовых результатах