

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

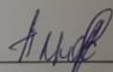
ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю
ПМ 01. Организация и управление торгово-сбытовой
деятельностью
ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой
деятельности

программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

период с «19» марта 2024 года по «15» апреля 2024 года

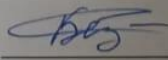
Студент группы С-КМ-22-1


подпись

Плюснина У.А.

Наименование предприятия: ООО «Мир Упаковки»

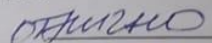
Руководитель практики от предприятия


подпись

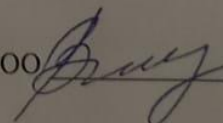
Безручко Я.А.

Отчет защищен:

с оценкой



Руководитель практики от ООО



Виничук О.Ю.

Владивосток 2024

Содержание

Введение	4
1. Общая характеристика предприятия	6
2. ПМ 01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	10
2.1 Участие в установлении контактов с деловыми партнерами; в составлении, заключении договоров, контроле за их выполнением	10
2.2 Изучение претензий и санкций	11
2.3 Изучение деятельности по управлению торговыми запасами в организации	12
2.4 Приемка товаров по качеству и количеству	12
2.5 Работа со стандартами при приемке товаров по качеству и отпуске их при реализации	13
2.6 Исследование организации продаж	14
2.7 Характеристика форм обслуживания покупателей в организации	14
2.8 Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации	15
2.9 Оказание основных и дополнительных услуг	16
2.10 Наблюдение за соблюдением обязательных требований нормативных документов, а также требований на добровольной основе ГОСТ, ГОСТ Р, ТУ	17
2.11 Ведение деловых коммуникаций с руководством, специалистами, покупателями	18
2.12 Характеристика логистических процессов в организации	19
2.13 Характеристика, используемых приемов и методов закупочной логистики	20
2.14 Характеристика используемых приемов и методов коммерческой логистики	21
2.15 Характеристика видов и способа расстановки применяемого оборудования	21
2.16 Изучения правил и эксплуатация оборудования в соответствии с назначением	22
3. ПМ02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	25
3.1 Изучение форм бухгалтерской отчетности организации за два периода	25
3.2 Контроль и анализ результатов деятельности организации	25
3.3 Оформление организационно-распорядительных и иных документов с использованием автоматизированных систем	26
Проверка правильности составления документации	27
3.4 Изучение систем хранения документации	28
3.5 Расчет и анализ основных экономических показателей деятельности в динамике. Анализ основных показателей финансово – хозяйственной деятельности	28
3.6 Участие в работе по расчету заработной платы	29
3.7 Участие в составлении финансовых документов и отчетов	29
3.8 Определение спроса на отдельный товар	30

3.9	Определение спроса и типа маркетинга, цели и стратегии маркетинга	34
3.10	Участие в проведении маркетинговых исследований рынка	35
3.11	Определение критериев и оценка конкурентоспособности товара	35
3.12	Изучение порядка ценообразования, идентификация методов установления цен	36
3.13	Расчет цены на отдельный товар	37
	Ознакомление с системой скидок и изучение коммуникативной политики	37
3.14	Выявление основных факторов маркетинговой коммуникации	38
3.15	Определение целей, стратегии сбытовой политики	39
3.16	Характеристика используемых каналов сбыта	39
3.17	Участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий	39
	Заключение	41
	Список использованных источников	43
	Приложение А	44
	Приложение Б	46
	Приложение В	48
	Приложение Г	49
	Приложение Д	50
	Приложение Е	56

Введение

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы коммерческих предприятий на различных отраслевых рынках;
- освоение организационных и функциональных процессов, связанных управлением торгово-сбытовой деятельностью на предприятии;
- приобретение опыта выполнения работ по приемке товаров по количеству и качеству, установлению коммерческих связей, обслуживанию потребителей;
- развитие навыков работы с деловыми партнерами и потребителями; с продовольственными и непродовольственными товарами, торгово-технологическим оборудованием; с договорами, товаросопроводительными и иными документами.
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе менеджера по продажам;
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной (по профилю специальности) практике.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы коммерческих предприятий на различных отраслевых рынках;
- освоение организационных и функциональных процессов, связанных с проведением экономической и маркетинговой деятельности на предприятии;
- приобретение опыта выполнения работ по оформлению финансовых отчетов, расчету налогов, проведению денежных расчетов, анализу хозяйственной деятельности предприятия;
- приобретение опыта выполнения работ по изучению спроса и маркетинговой среды

предприятия, планированию и реализации маркетинговых мероприятий;

- развитие навыков работы с потребителями; с финансовыми, организационно-распорядительными, товаросопроводительными и иными документами;

- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе менеджера по продажам;

- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной (по профилю специальности) практике.

1. Общая характеристика предприятия

Компания ООО «Мир Упаковки» начала образовываться в Хабаровском крае в городе Хабаровск в 1994 году. Компания зародилась на основе бизнес идеи ее собственника Гаврилова Андрея Викторовича, идея заключалась в перепродаже пакетов. В 1998 году был создан логотип и бренд «Мир Упаковки», в этом же году был открыт главный офис в Хабаровске, а далее в 2000 году был открыт дивизион в городе Владивосток, и была зарегистрирована торговая марка «Мир Упаковки». Поставляет свою продукцию на территорию России и СНГ [1].

Юридический и фактический адрес: 690039, Приморский Край, г.о. Владивостокский, г Владивосток, ул Енисейская, д. 23Д, этаж 12, помещ. 2. [2]

На данный момент компания «Мир Упаковки» работает на рынке жестких полимерных упаковочных решений. Основными направлениями деятельности компании являются производство стандартизированных пластиковых тарных упаковочных решений для рынка продуктов питания, косметики, лакокрасочных материалов, бытовой химии и фарма, а так же изготовление эксклюзивных упаковочных решений под индивидуальные физико-механические дизайн характеристики продукта клиента под заказ. Дополнительными видами деятельности являются производство изделий из бумаги и картона, ремонт машин и оборудования и так далее [3].

В компании «Мир Упаковки» действует такая организационно-правовая форма как общество с ограниченной ответственностью. Капитал таких форм формируют вклады участников, разделенные на доли [4].

Учредительные документы ООО «Мир Упаковки»:

-устав общества с ограниченной ответственностью «Мир Упаковки» (представлен в приложении А);

-протокол общего собрания учредителей общества с ограниченной ответственностью «Мир Упаковки»;

-свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту ее нахождения;

-лист записи Единого Государственного реестра юридических лиц (представлен в приложении Б);

-получение квалифицированного сертификата ключа проверки электронной почты».

К ресурсам компании на территории г. Владивосток - г. Артем относятся 8 торговых залов и 1 крупный склад на территории Владивостока, а территории Артема 1 торговый зал и

1 крупный склад, также компания имеет неопределенное количество машин, использующихся для доставки товаров покупателям [5].

По видам торговли ООО «Мир Упаковки» относится к предприятиям оптово-розничной торговли, является стационарным торговым объектом и магазином «мир упаковки» по типу предприятия торговли.

Целевые потребители товаров от компании «Мир Упаковки» разделяются на 2 группы, к первой группе относится 80% от всех потребителей, а именно различные организации, ИП и т.д., которые приобретают продукцию для расширения своего бизнеса. Ко второй группе, занимающей оставшиеся 20% от всех потребителей относятся частные лица, приобретающие продукцию компании для личного пользования [6].

Организационная структура предприятия ООО «Мир Упаковки» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура компании ООО «Мир Упаковки», 2024г.

Компания имеет ряд собственных торговых марок, представленных на рисунке 2 [7].

Товары повседневного спроса **FMCG**

Товары для бизнеса **B2B**



Рисунок 2 – Торговые марки компании ООО «Мир Упаковки», 2024г.

Статистическая информация об изменениях товарооборота представляет собой объем продаж в коммерческой компании за отчетные периоды времени, выраженный в денежном и натуральном измерениях. Точных данных по упомянутой информации компанией представлено не было.

Согласно приказу Минтруда России от 27.11.2020 N 834н "Об утверждении Правил по охране труда при использовании отдельных видов химических веществ и материалов, при химической чистке, стирке, обеззараживании и дезактивации" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.12.2020 N 61680), а именно разделу X. «Требования охраны труда при осуществлении производственных процессов, связанных с переработкой пластмасс» в организации действуют следующие правила при осуществлении производственных процессов получения изделий из пластмасс:

- 1 При осуществлении производственных процессов получения изделий из пластмасс литьем, спеканием, прессованием, вальцеванием, каландрованием технологическое оборудование следует группировать по видам производств.
- 2 Загрузка бункеров, дозирующих устройств и таблетмашин должна осуществляться механическим способом из технологических контейнеров и растарочных устройств.
- 3 Сушка и предварительный нагрев пластических материалов должны производиться в технологическом оборудовании, исключающем загрязнение воздуха рабочей зоны вредными веществами.
- 4 Сушка порошковых полимерных материалов для удаления остаточных количеств влаги должна осуществляться в закрытых аппаратах под разрежением.
- 5 Загрузка пресс-порошка в бункеры пресс-автоматов, реактопласт-автоматов, роторных линий и таблетмашин должна быть механизирована.
- 6 Технологическое оборудование должно исключать пылевыделение.
- 7 При выгрузке горячих изделий из пластмасс из технологического оборудования должен быть исключен непосредственный контакт работников с этими изделиями. Остывание изделий необходимо осуществлять в предусмотренных для этих целей укрытиях или специальных помещениях, оборудованных вытяжной вентиляцией.
- 8 Выгрузка изделий из пластмасс из печей должна производиться после остывания их в печах до температуры, не превышающей 40 °С, при работающей местной вентиляции.
- 9 При обработке изделий из пластмасс в камерах машин (при нагреве, промывке, отделке изделий) пребывание работников внутри камер запрещается.

- 10 При изготовлении и использовании свинцовых форм должны соблюдаться меры безопасности, предупреждающие загрязнение свинцом воздуха рабочей зоны и кожных покровов работников.
- 11 Загрузка гранулированного, измельченного или сыпучего полимера в количестве более 10 кг/час в бункеры технологического оборудования должна быть механизирована и осуществляться пневматическими или шнековыми устройствами.
- 12 Места возможных выбросов расплавленного материала пластмасс (зона сопла термопластавтомата, головка экструдера) должны быть оборудованы защитными экранами.
- 13 При освобождении термопластавтомата или экструдера от горячего полимерного материала (при аварии, выходе брака, остановке машины) сброс материала должен осуществляться в специально предназначенную для этого передвижную емкость с крышкой, удаляемую из производственного помещения в специально отведенное место.
- 14 Подготовку рабочих растворов клеев следует производить в закрытых аппаратах (смесителях, реакторах).
- 15 Нанесение клеев и растворителей на поверхности склеиваемых деталей из пластмассы следует производить в аспирируемых укрытиях с помощью кистей, пипеток, шприцев и других приспособлений.

2. ПМ 01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

2.1 Участие в установлении контактов с деловыми партнерами; в составлении, заключении договоров, контроле за их выполнением

Установление контактов с партнерами осуществляется поэтапно:

В первом этапе процесса происходит оценка потребности в ресурсах и анализ статистики потребления. На основе полученных данных определяется необходимый объем закупок и ключевые характеристики и параметры сырья или товаров, предназначенных для закупки.

На втором этапе формулируются критерии и требования, предъявляемые к потенциальным поставщикам.

Третий этап заключается в оценке и анализе предложений от поставщиков. Выбор осуществляется на основе нескольких критериев: стоимость и ассортимент предлагаемых товаров, минимальный и максимальный объемы поставок, условия и порядок расчетов (включая наличие предоплаты, отсрочки платежа и возможность расчетов по графику при крупных закупках), расстояние до поставщика и связанные с этим транспортные расходы, наличие бонусных программ и системы скидок при закупке больших объемов, а также наличие сертификации товара.

На четвертом этапе происходит отбор лучших поставщиков. Для этого необходимо проверить наличие всех необходимых юридических документов у поставщиков, включая свидетельство о регистрации, постановке на учет в налоговых органах, лицензии и сертификаты. Кроме того, используется балльная система оценки, позволяющая систематизировать выбор на основе созданного чек-листа.

Пятый этап включает в себя подписание договора поставки с выбранным партнером.

Шестой этап предусматривает непрерывный мониторинг выполнения условий договора, что включает контроль за ценами, качеством товаров, предоставлением образцов.

На данный момент у компании ООО «Мир Упаковки» насчитывается 10 основных поставщиков товаров, представленных на рисунке 3.

Геникс	Перинт	Essity	LigaPack
Урах-Unity	РоссПак	Комус	Мистерия
	Вольгинский завод литьевых пластмасс	Ника	

Рисунок 3 – Основные поставщики товаров ООО «Мир Упаковки», 2024г.

С каждым из 10 поставщиков компания заключила договоры, основными пунктами, которых являются:

- предмет договора;
- цена, количество и качество товара;
- порядок расчетов и ответственность;
- разрешения споров;
- сроки действия договора;
- адреса, реквизиты и подписи сторон.

Принять участие в установлении контактов с деловыми партнерами, составлении, заключении договоров и контроле за их выполнением не удалось, поскольку привлечение новых поставщиков компании ООО «Мир Упаковки» не требовалось за счёт уже имеющихся основных поставщиков (типовой договор указан в приложении Д).

2.2 Изучение претензий и санкций

В документе «Претензия» указывается его название, номер, дата и время. Далее указывается организация, которая отправляет претензия, ее подразделение, ФИО отправителя претензии и ФИО получателя претензии. Ниже заполняется таблица под название «Товары». В ней указываю номер товара, его артикул, полное название по номенклатуре, единица измерения товара, его количество, цена, общая сумма и сама претензия. Поле заполняется таблица под названием «Ответственные». В ней также указываются номера товаров, артикула, полное название по номенклатуре, далее указывается зона ответственности (к примеру, поставщик), ответственная организация (название организации-поставщика) и ответственное лицо со стороны поставщика.

После оформления вышеуказанных данных документ отправляется в электронном виде в главный офис ООО «Мир Упаковки», а оттуда отправляется поставщику.

В случае нарушения условий договора поставщиком, его ненадлежащее исполнение договора, покупатель вправе:

- требовать возмещения убытков (ст. ст. 15, 393 ГК РФ);
- в одностороннем порядке изменить условия настоящего договора;
- требовать уплаты процентов на сумму долга (ст. 395 ГК РФ);
- уплаты неустойки за ненадлежащее исполнение или неисполнение обязательств по договору (ст. 330 ГК РФ).

2.3 Изучение деятельности по управлению торговыми запасами в организации

В компании ООО «Мир Упаковки» применяют стратегию оперативного управления заказами. В «стратегии оперативного управления» период между заказами постоянен, заказы на пополнение запаса делаются в строго определенные моменты времени. Объем заказа переменный и рассчитывается таким образом, чтобы уровень запаса после поставки достиг «максимально желаемого уровня». При определении объема заказа учитывается текущий уровень запаса на момент подачи заказа, ожидаемый расход запаса за время выполнения поставки, запасы в пути.

Если период времени между заказами больше времени выполнения заказа, то заказ в «стратегии оперативного управления» производится между двумя смежными поставками. Это наиболее желательный вариант при формировании периодических стратегий управления запасами. Если период времени между заказами меньше времени выполнения заказа, то это приводит к появлению за время выполнения заказа двух или более заказов. Таким образом, заказ производится в то время, когда предыдущий заказ не поступил потребителю. Это приводит к росту неопределенности системы управления запасами, особенно при больших вариациях ежедневного расхода и времени выполнения заказа.

2.4 Приемка товаров по качеству и количеству

Приемка товаров по количеству и по качеству является обязательной процедурой.

Такая операция осуществляется для:

- определения бракованной партии;
- выявления недостачи;
- раскрытия виновных для возмещения убытков.

Доставка товаров в торговые залы Мира Упаковки осуществляется 2 раза в неделю или больше, в зависимости от необходимости, к примеру, некоторые склады торговых залов

являются маленькими для хранения больших партий товаров, поэтому управляющие такими торговыми залами заказывают товары маленькими партиями, но чаще 2 раз в неделю. Не в зависимости от дня доставки, она осуществляется в 8 часов утра, а именно за час до открытия торгового зала.

Приемку по количеству и качеству товаров осуществляют старший кладовщик торгового зала и его помощник на основе накладной.

За один день до доставки управляющим торгового зала составляется документ под названием «Перемещение». «Перемещение» - это документ на перемещение товара с главного склада до складов торговых залов. В этом документе указываются все наименования товаров, которые должны быть доставлены, а также их количество и артикула, которые подтверждают их соответствие.

Приемка товаров по количеству и качеству начинается с выгрузки товаров. Далее товары вынимают из коробок, пересчитывают и по документу «Перемещение» сверяют их количество. После этого начинается приемка товаров по качеству, она проходит в виде проверки целостности упаковки, сверки сроков годности, целостности самого товара, а именно не битость и не мятость.

Если после проведения всех вышеперечисленных процедур обнаруживается брак в партии товаров, то данную партию отправляют обратно на главный склад полностью либо только часть из этой партии, в зависимости от количества бракованных товаров в данной партии.

Если же товар прошел проверку по количеству и качеству, то далее его расфасовывают по количеству минимальной продаже упаковок.

После проведения всех вышеперечисленных операций товар укладывают на свои места на складе в соответствии с условиями хранения того или иного товара.

На этом этапе приемка товаров по количеству и качеству завершается.

2.5 Работа со стандартами при приемке товаров по качеству и отпуске их при реализации

Компания ООО «Мир Упаковки» при приемке товаров по качеству и количеству не работает со стандартами. Приемка и проверка товара производится старшим кладовщиком на основе накладной. При реализации компания также не работает со стандартами. Реализация товаров подразделяется на 2 вида: 1 вид – приобретение товара в торговом зале: при данной реализации клиенту предоставляется чек; 2 вид – приобретение товара с помощью предварительного заказа: в данном случае оформляется УПД (Универсальный передаточный документ), один экземпляр данного документа остается компании, а другой отдается покупателю.

2.6 Исследование организации продаж

Организация продаж товаров – это последовательность взаимосвязанных операций, конечной целью которых является продажа товаров потребителям с наименьшими затратами на обслуживание и наилучшим уровнем и качеством сервиса. В ООО «Мир Упаковки» организовывается технология продаж несколькими способами:

- 1 Продажа по образцам товаров. Организация такого рода продаж осуществляется в торговом зале. Покупатель выбирает товар по его образцам, представленных на витринах и стеллажах. В процессе выбора клиента сопровождает менеджер торгового зала для оперативной консультации, после менеджер осуществляет сделку по продаже.
- 2 Продажа по предварительному заказу. Такой вид продаж осуществляется без личной встречи продавца и покупателя. Заказ производится с помощью разговора с мобильным оператором или коммуникацией через социальные сети.
- 3 Продажа с помощью самообслуживания. Сделки по продаже заключаются без какой-либо коммуникации продавца и покупателя. Клиент совершает покупку на сайте компании.

Все способы организации продаж активно продвигаются, чтобы клиенты были информированы о них и могли выбрать наиболее удобный для них.

2.7 Характеристика форм обслуживания покупателей в организации

В компании ООО «Мир Упаковки» существует 4 формы обслуживания покупателей:

1) Обслуживание в торговом зале. При данной форме обслуживания покупатель сам посещает торговый зал, где менеджеры выясняют потребности и консультируют покупателя. Там же производится и дальнейшая реализация при успешном заключении сделки продажи-покупки.

2) Обслуживания с помощью мобильного оператора. В данном случае клиент звонит по единому телефону для совершения покупки. Оператор выясняет потребности, предлагает решения и заключает сделку продажи-покупки. В данной форме обслуживания клиенту необходимо расплатиться за товар с помощью расчетного счета или с курьером по факту получения товара, а при желании в удобном для клиента торговом зале. Товар же привезут доставкой. Такая форма обслуживания может действовать и в SMS – сообщениях (при желании клиента).

3) Личная форма обслуживания. При данной форме обслуживания клиент связывается с торговыми представителями компании и назначает встречу в удобном для него месте.

Торговый представитель выясняет потребность клиента и предлагает решения с дальнейшим заключением сделки. После успешного заключения сделки торговый представитель закрепляется за данным клиентом и обслуживает его в дальнейшем. Данная форма обслуживания подходит только для ИП или юр. лиц.

4) Самообслуживание. В данном случае клиент осуществляет свой заказ на сайте компании. Оплата происходит с помощью расчетного счета или курьеру по факту получения товара.

2.8 Выполнения технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации

После приемки товары доставляют в помещения для хранения. Процесс хранения товаров в магазине предусматривает их правильное размещение и укладку, создание оптимального режима, наблюдение и текущий уход за товарами. Сохранность количества и качества товаров в процессе их хранения обеспечивает материально ответственное лицо – старший кладовщик.

Организация технологического процесса осуществляется в несколько этапов:

- 1) Поступление товаров.
- 2) Разгрузка транспортных средств.
- 3) Доставка товаров в зону приемки.
- 4) Приемка товаров по количеству и качеству.
- 5) Доставка товаров: в зону хранения, в зону подготовки к продаже (при необходимости), в торговый зал.
- 6) Выкладка товаров в торговом зале.
- 7) Обслуживание покупателей (отпуск товара).

Непродовольственные товары, а также продовольственные товары с длительными сроками реализации хранят при температуре 10-18 °С и относительной влажности воздуха 60-70%. За каждой группой товаров закрепляются постоянные места хранения. Товары хранят в упакованном или распакованном виде, используя штабельный и стеллажный способ укладки. Способы укладки зависят от свойств товаров, вида тары. В помещениях для хранения товаров строго соблюдается санитарный режим. Хранящиеся в магазине товары периодически просматриваются, переукладываются, очищаются от пыли.

Продажа товаров – завершающая стадия торгово-технологического процесса в магазине. Она осуществляется с помощью 4 форм обслуживания покупателей.

2.9 Оказание основных и дополнительных услуг

Компания ООО «Мир Упаковки» предлагает ассортиментные линейки упаковочных и расходных материалов, профессиональной химии и инвентаря для уборки, посуды, бумажной продукции. Насчитывается 23 ассортиментные группы товаров:

- банки, ведра, куботейнеры;
- вакуумная упаковка;
- клейкие ленты, стреп-ленты, шпагаты;
- средства индивидуальной защиты;
- инсектициды;
- контейнеры;
- продукты питания;
- бумажная и гигиеническая продукция;
- пленки;
- товары для касс и торговли;
- товары для клининга;
- продукция собственного производства;
- товары для пикника;
- упаковка для кондитерских изделий;
- оборудование;
- упаковка для приготовления пищи;
- лотки, стаканы, пленки под запайку;
- пакеты без рисунка и мешки;
- посуда одноразовая;
- товары для праздника и фуршета;
- тара для хранения и транспортировки;
- сад и огород;
- упаковка для фастфуда.

Также компания оказывает дополнительные услуги:

- логотипизация товаров;

- доставка продукции.

2.10 Наблюдение за соблюдением обязательных требований нормативных документов, а также требований на добровольной основе ГОСТ, ГОСТ Р, ТУ

В компании ООО «Мир Упаковки» соблюдаются обязательные и добровольные требования ГОСТ и ГОСТ Р при хранении, маркировки и производстве товаров, в остальных же случаях в требованиях нет необходимости.

ГОСТ и ГОСТ Р требования, которых соблюдает компания:

1) ГОСТ 33837-2022. Упаковка полимерная для пищевой продукции.

Основные показатели качества:

- внешний вид,
- геометрические размеры,
- толщина стенки,
- масса,
- вместимость,
- стойкость к горячей воде,
- прочность на удар при свободном падении.

2) ГОСТ Р 50962-96. Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс.

Основные показатели качества:

- миграция красителя,
- химическая стойкость,
- стойкость к загрязнению,
- гигиенические показатели,
- плотность закрывания крышек.

3) ГОСТ 33781-2016. Упаковка потребительская из картона, бумаги и комбинированных материалов.

Основные показатели качества:

- размеры,
- прочность корпуса и крышки,
- качество изготовления упаковки,
- перпендикулярность линии сгиба и отреза.

4) ГОСТ 12302-2013. Пакеты из полимерных пленок и комбинированных материалов.

Основные показатели качества:

- герметичность швов, пакетов,
- прочность швов,

- прочность пакета с ручками,
- качество нанесения печати,
- слипание внутренней поверхности пакета.

5) ГОСТ 10354-82. Пленка полиэтиленовая.

Основные показатели качества:

- прочность при растяжении,
- относительное удлинение при разрыве,
- удельное поверхностное электр. сопротивление,
- статистический коэффициент трения.

2.11 Ведение деловых коммуникаций с руководством, специалистами, покупателями

В компании ООО «Мир Упаковки» существуют различные формы деловых коммуникаций с руководством, представленных на рисунке 3.



Рисунок 4 – Формы деловых коммуникаций с руководством

Также существуют виды деловых коммуникаций:

- вертикальная — руководители передают информацию подчинённым или сотрудники сообщают о чём-то руководству;
- горизонтальная — общаются равные в иерархии сотрудники или человек из одного отдела коммуницирует с сотрудником другого.

Между специалистами коммуникации зачастую ведутся через мессенджеры (соц. сети). Поддерживается частично формальная форма общения. Такая форма была введена руководством со времен создания компании, поскольку «Мир Упаковки – одна большая семья» и внутри компании поддерживаются дружеские отношения основанные на взаимопомощи.

Ведение деловых коммуникаций с покупателями осуществляется различными способами:

- с помощью личные встречи,
- с помощью мобильной связи,
- с помощью социальных сетей (мессенджеры).

Ведение деловых коммуникаций с покупателями осуществляется на основе определенных шагов:

Шаг 1 Поздороваться и представиться.

Шаг 2 Задать вопрос о потребностях клиента.

Шаг 3 Заинтересовать клиента различными вариантами разных ценовых категорий.

Шаг 4 Выслушать корректировки клиента и его мнение.

Шаг 5 Предложить готовое решение.

Также существуют правила общения, которые изучает каждый сотрудник, взаимодействующий с клиентами:

- 1) Не обманывать, при незнании чего-либо проконсультироваться с коллегами.
- 2) Рассказывать подробно о товаре и его свойствах.
- 3) Сохранять дружеский тон.
- 4) Уважать сроки выставленные клиентом.
- 5) Сохранять спокойствие с «недовольными» клиентами, не допуская конфликта.

2.12 Характеристика логистических процессов в организации

Логистические процессы включают в себя ряд этапов, которые необходимы для организации эффективного функционирования системы снабжения, транспортировки и хранения товаров.

Этап 1 — снабжение, включает в себя поиск и выбор поставщиков, организацию контрактных отношений и оптимизацию поставок необходимых товаров (на данный момент компания работает с основными поставщиками, с которыми заключены договоры на долгосрочную перспективу).

Этап 2 — транспортировка, осуществляется с помощью различных видов транспорта: автомобильного и железнодорожного. Каждый вид транспорта имеет свои особенности и предназначен для определенных типов грузов.

Этап 3 — складирование, включает организацию складских операций, таких как прием, хранение, отгрузка, инвентаризация и контроль качества товаров.

В процессе оформления товаров на склад в «Матрице» выбирают нужные товары, после оформляется документ «Перемещение» и отправляется ответственному лицу по заказу

товаров с главных складов ООО «Мир Упаковки», далее товар доставляют на склад торгового зала.

Если товара нет в «Матрице», то оформляется документ «Спецификация» и отправляется логистам, которые подтверждают данный документ и подают подтверждения на главный склад, после главный склад высылает необходимый товар и управляющий торгового зала составляет «Перемещение». Далее управляющий ставит товар на приход. И в конце менеджеры торгового зала проверяют наличие данного товара на витрине, если его нет, то выставляют образцы. Когда товар приходит на склад ТЗ, проводят приемку по качеству и количеству, если выявлены несоответствия, то оформляют претензию.

В магазине процесс товародвижения происходит намного проще и имеет меньше этапов. После оформления товара на склад он хранится там. Некоторые товары, такие как салфетки, бумажные полотенца, туалетная бумага, некоторые виды одноразовой посуды, одноразовые перчатки, небольшие упаковки контейнеров (по 4-10 штук) и тому подобное могут быть перемещены на витрины, а также могут быть проданы клиентам витрины в случае отсутствия данного товара на складе. Все же остальные товары хранятся исключительно на складе и отдаются покупателям именно на выдачи со склада, а на витринах хранятся только образцы данных товаров и ни в коем случае не подлежат продаже.

В процессе принятия участия в инвентаризации были выявлены следующие действия.

Инвентаризация проходит не в рабочее время и длится 2 дня.

Главный офис высылает документ «Инвентаризация». После управляющий торгового зала формирует отчет. На основе этого отчета кладовщики производят подсчет товаров и отдают данные управляющему. Далее управляющий обрабатывает эти данные, после отправляет руководителю на проверку. На этом процесс инвентаризации заканчивается.

2.13 Характеристика, используемых приемов и методов закупочной логистики

ООО «Мир Упаковки» использует метод регулярных закупок мелкими партиями. Компания заказывает необходимое количество товаров, которое поставляется партиями в течение определенного периода, указанного в договоре с данным поставщиком.

Преимущества данного метода:

- ускоряется оборачиваемость капитала, так как товары оплачиваются по мере поступления отдельных партий;
- достигается экономия площади складских помещений;
- сокращаются затраты на документирование поставки, поскольку оформляется только заказ на всю поставку.

Недостатки:

- вероятность заказа избыточного количества товаров;
- необходимость оплаты всего количества товаров, определенного в заказе.

Главными принципами закупочной логистики для компании являются:

1 Экономичность — постепенное сокращение финансовых и временных издержек для достижения целей организации.

2 Ритмичность — выстраивание складских, производственных и торговых процессов в определённые временные промежутки.

2.14 Характеристика используемых приемов и методов коммерческой логистики

Коммерческая логистика представляет собой научное направление, заключающееся в создании логистических систем, направленных на минимизацию транспортных издержек путем рационализации транспортных потоков.

В компании у коммерческой логистики есть определенные задачи:

- создание системы регулирования материальными и сопутствующими потоками;
- разработка стратегии товародвижения (выбор каналов распределения продукции, стандартизация упаковки);
- контроль за движением МП;
- прогнозирование (спроса на товары, объем перевозок);
- закупка сырья и материалов;
- организация складского хозяйства, процесса транспортировки, послепродажного обслуживания.

На этапе планирования предусматриваются следующие пункты:

- исследование рынка сырья и материалов;
- определение потребности предприятия по всей номенклатуре потребляемых материалов;
- составление плана закупок материалов;
- стоимостной анализ.

Таким образом, сотрудники отвечающие за организацию коммерческой логистики обеспечивают максимальную приспособленность ООО «Мир Упаковки» к изменяющейся рыночной обстановке, при минимизации общих логистических затрат и поддержание соответствующего уровня качества в процессе товародвижения.

2.15 Характеристика видов и способа расстановки применяемого оборудования

Для хранения товаров на складе и презентации товаров в торговом зале используются складские и торговые стеллажи (приложения В и Г).

Складские стеллажи применяют для кратковременного и длительного хранения различных товаров на складе. На территориях, организованных для хранения товаров (складах), используют промышленные стеллажи. Вид стеллажа подбирают по назначению, в зависимости от габаритов и массы хранящихся на нем грузов, а также от периодичности его эксплуатации. Стеллажи представляют собой системы одноуровневой или многоуровневой структуры для хранения материалов без тары. На них укладывают отдельные предметы штабелями или грузы на поддонах, остающиеся в оригинальной транспортной упаковке. Конструкции стеллажей — стальные. Они позволяют максимально использовать пространство склада и отслеживать наличие товаров. На несущих балках стеллажа устраивают настил или укладывают поперечные опорные балки.

Главными требованиями, которые предъявляются к торговым стеллажам любой разновидности, являются долговечность, прочность, мобильность и конечно простота при монтаже стеллажей. Они идеально соответствовать дизайну и концепции торговой точки ООО «Мир Упаковки».

Стеллажные конструкции для торговли повышают комфорт и скорость обслуживания клиентов магазина, что в свою очередь положительно влияет на товарооборот. Стеллажные системы в торговых залах ООО «Мир Упаковки» представляют собой легкую и удобную в эксплуатации конструкцию, для изготовления которой используются такие материалы как алюминий, пластик и стекло.

Для оплаты покупателями продукции используются контрольно-кассовые машины. ККМ, используемые в ООО «Мир Упаковки» являются:

- мобильными,
- автономными,
- кнопочными,
- с Wi-Fi подключением,
- моноблочными.

Также используются разнообразные ПК, соединенные с монитором для проведения оплаты, связи с сотрудниками через мессенджеры, заполнения документов и тд. На каждые 2 компьютера приходится 1 принтер.

Для ламинирования ценников и рекламных брошюр используются пакетные ламинаторы, они помещают в себя 1 лист формата А4. Ламинатор расположен в зоне кассы.

2.16 Изучения правил и эксплуатация оборудования в соответствии с назначением

Основные правила эксплуатации ламинатора:

- 1 Пленка должна подаваться запаянным концом (склеенной стороной) вперед.

- 2 При ламинировании пакета форматом меньше, чем формат ламинатора, необходимо устанавливать пакет в приёмный лоток, совмещая середину переднего края пакета и середину приёмного лотка.
- 3 Температура для ламинирования должна соответствовать рекомендованной производителем в зависимости от толщины плёнки.
- 4 Если документ заламинировался плохо, увеличить температуру ламинирования и заламинировать пакет ещё раз.
- 5 Если на выходе под плёнкой оказались мелкие пузыри воздуха или плёнка получилась волнистой поверхностью, уменьшить температуру.
- 6 Горячее ламинирование можно начинать только после того, как загорится зелёный индикатор «READY».
- 7 Старайтесь не дотрагиваться до внутренней поверхности плёнки.
- 8 Не ламинировать монеты и другие толстые предметы.

Эксплуатация пакетного ламинатора:

- убедиться в том, что устройство нагрето;
- предварительно очистить поверхность документа от пыли, загрязнений;
- поместить материал в пакет (его образуют 2 листа ламинационной плёнки, между собой они запаяны клеевым слоем внутрь);
- одновременно можно ламинировать несколько небольших документов, между ними важно оставлять расстояние в 1 см;
- обрезать лист в соответствии с требуемыми размерами следует до начала ламинации;
- подавать пленку для ламинирования нужно исключительно спаянным краем вперед (в противном случае может произойти заминание документа).

Эксплуатация ККМ:

- перед началом осуществления расчетов необходимо сформировать отчет об открытии смены, а по окончании осуществления расчетов — отчет о закрытии смены;
- кассовый аппарат нужно применять на месте осуществления расчета с покупателем в момент осуществления расчета тем же лицом, которое осуществляет расчеты с покупателем, за исключением расчета, осуществляемого электронными средствами платежа в сети «Интернет».

Правила эксплуатации ПК:

- 1 Подключить системный блок только к сети электропитания с напряжением 220 В и частотой 50 Гц.

- 2 Производить только те настройки и регулировки, которые предусмотрены инструкцией.
- 3 Подключение интерфейсных кабелей периферийных устройств производить только при полном отключении системного блока от электросети.
- 4 Не устанавливать системный блок или подключаемые к нему устройства вблизи отопительных приборов, а также в местах повышенной влажности и запыленности.
- 5 Оберегать изделие от толчков и вибрации.
- 6 Не устанавливать системный блок на неустойчивые поверхности, откуда он может упасть.
- 7 Располагать системный блок таким образом, чтобы силовой кабель не мешал перемещению.
- 8 Не допускать попадания любых предметов внутрь корпуса и любых жидкостей внутрь и на поверхность системного блока.
- 9 Не включать системный блок при снятой боковой крышке.

Правила эксплуатации стеллажей:

- прикрепить к стеллажам информационные таблички с высотой уровня хранения и максимально допустимой нагрузкой на каждый уровень;
- не загружать стеллажи больше предельной нагрузки, на которую они рассчитаны;
- ежедневно проводить частичное техническое освидетельствование стеллажей;
- ежегодно проводить полное техническое освидетельствование стеллажей в специализированном аккредитованном предприятии.

Техническим обслуживанием торгового оборудования занимается технический отдел ООО «Мир Упаковки». Данный отдел проводит плановые проверки всего оборудования, а также организывает внеплановые проверки вследствие заявки о неисправности того или иного оборудования, которую составляет управляющий торговым залом.

3. ПМ02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

3.1 Изучение форм бухгалтерской отчетности организации за два периода

Бухгалтерская отчетность - система таблиц и показателей отчетов, отражающих финансовое и имущественное положение организации, результаты ее хозяйственной деятельности за определенный период; включает бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, распределение прибыли, расчеты с бюджетом.

В соответствии с ч. 1 ст. 14 Закона 402-ФЗ в состав бухгалтерской отчетности входят пять форм:

1 Бухгалтерский баланс (ОКУД 0710001). В нем собраны сведения об имущественном и финансовом состоянии организации на определенную дату. Эти характеристики раскрывают актив и пассив баланса, которые должны быть равны между собой.

2 Отчет о финансовых результатах (ОКУД 0710002). Показывает результаты деятельности организации за определенный период, содержит информацию о доходах, расходах, финансовых результатах, сведения приводят нарастающим итогом.

3 Отчет об изменениях капитала (ОКУД 0710004). Показывает движение собственного капитала (уставного, резервного, добавочного), величину нераспределенной прибыли или понесенного убытка, изменение количества и номинальной стоимости акций.

4 Отчет о движении денежных средств (ОКУД 0710005). Раскрывает информацию о платежах, поступлениях денег организации и денежных эквивалентах, а также об остатках денег на начало и конец периода.

5 Пояснения к отчетности. Пояснения составляют для раскрытия числовых показателей статей отчетности и показателей, которые не включены в формы отчетности, но важны для объективной оценки финансового положения и результатов деятельности.

Бухгалтерская отчетность компании ООО «Мир Упаковки» за период 2022-2023гг. представлена в приложении Е.

3.2 Контроль и анализ результатов деятельности организации

Анализ финансовых результатов – это комплекс услуг по изучению бухгалтерской (финансовой) отчетности организации, полученной ей, прибыли (убытка) и рентабельности как в абсолютной величине, так и в виде финансовых показателей (коэффициентов).

Анализ результатов деятельности компании помогает менеджменту фирмы:

- сформировать объективное мнение о достигнутых результатах деятельности компании за отчетный период;

- выделить виды продукции, товаров, работ, услуг, наиболее выгодные для компании с точки зрения производства;
- выявить сильные и слабые стороны бизнеса;
- спрогнозировать дальнейшее развитие деятельности;
- оценить последствия расширения (сокращения) производства.

Основные задачи анализа финансовых результатов:

- контроль планов по реализации продукции, получению прибыли;
- определение факторов, оказавших наибольшее влияние на финансовые результаты деятельности;
- анализ результатов мероприятий по увеличению прибыли и рентабельности в прошедшие периоды;
- поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка процедур использования обнаруженных резервов.

В финансовом анализе используют такие показатели, как:

- валовая прибыль;
- рентабельность продаж по чистой прибыли;
- ликвидность;
- оборачиваемость активов;
- рыночная стоимость.

3.3 Оформление организационно-распорядительных и иных документов с использованием автоматизированных систем

Автоматизация бизнеса — это частичный или полный перевод стереотипных операций и бизнес-задач под контроль специализированной информационной системы, или программно-аппаратного комплекса.

Автоматизация бизнес-процессов помогает бизнесу повысить общую эффективность. Все процессы унифицируются, а в коммуникациях перестают происходить сбои.

Операции, которые были автоматизированы в ООО «Мир Упаковки»:

- обработка сделок;
- документооборот;
- бухгалтерский учет;
- проведение платежей;
- СМС и email – рассылки.

Настройка бизнес-процессов представлена на рисунке 5.

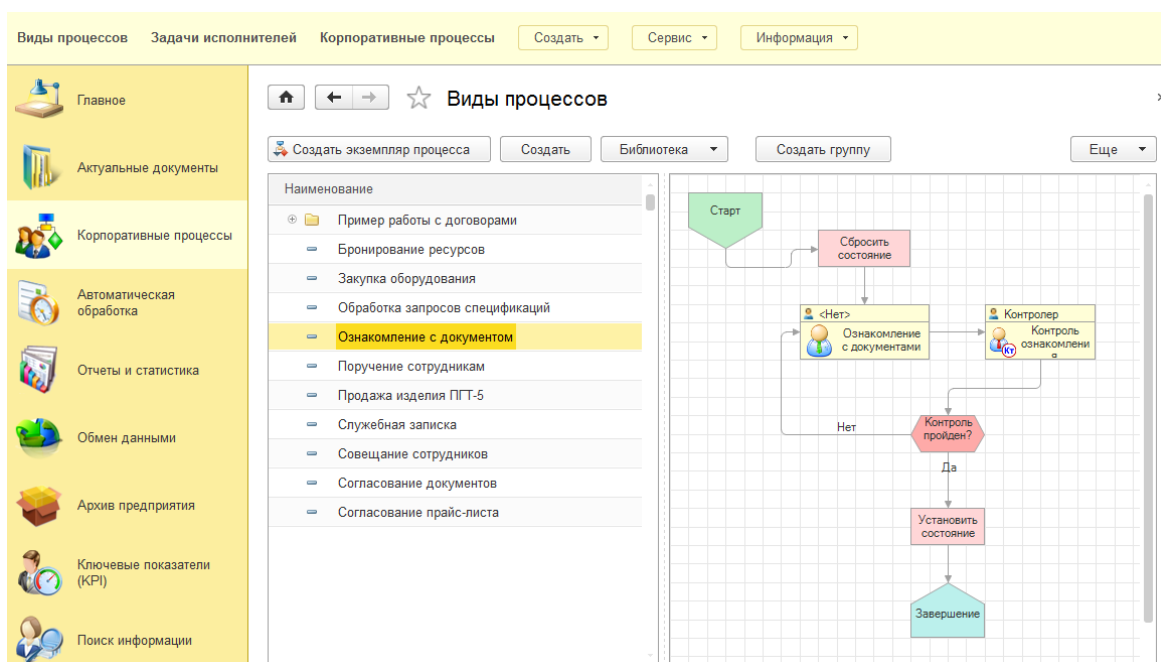


Рисунок 5 – Настройка бизнес-процессов в 1С документооборот ООО «Мир Упаковки»

Проверка правильности составления документации

Контроль качества подготовки документов представляет собой деятельность, которая заключается в оформлении документа и в редактировании набранного текста, т. е. в приведении его в соответствие с установленными требованиями, правилами, нормами.

Проверка правильности составления документации происходит по 3 разным видам:

- 1) По форме: полнота и правильность оформления документа, заполнение реквизитов.
- 2) По содержанию: законность документированных операций, логическая увязка отдельных показателей.
- 3) Подсчет сумм: правильность произведенных вычислений.

Пункты, подвергающиеся более тщательной проверки в любом виде документации:

- общие требования к оформлению: носитель, шрифты, отступы, интервалы, выравнивание;
- нормы указания адресатов, отметки о коммерческой тайне;
- варианты оформления реквизитов, заголовка;
- способы расположения подписи, резолюции, печати;
- методика заверения копии и другие аспекты создания документов.

В ООО «Мир Упаковки» существует разработанная и утвержденная форма бланков для каждого вида документов.

3.4 Изучение систем хранения документации

Вся документация, используемая компанией ООО «Мир Упаковки» хранится в электронной системе хранения – электронный архив.

Электронный архив — это упорядоченная система хранения документов, созданная для их учёта и использования. Хранить документы в архиве принято с распределением на группы: техническая документация, договоры, кадровые документы, финансовые и т. д. Компания использует локальный архив он располагается сервере компании.

Преимуществами электронного архива являются: простота и скорость работы с архивом, обусловленные доступностью любого документа за любой период в несколько кликов. Все документы хранятся в единой базе. Быстрый ответ на требования налоговой. Облегчается и ускоряется поиск документов для ответа на многочисленные требования проверяющих органов. Также, это наиболее безопасный способ хранения документации.

В случае, если документ находится только на бумажной варианте носителя, то для внесения его в электронную систему хранения его необходимо отсканировать.

3.5 Расчет и анализ основных экономических показателей деятельности в динамике. Анализ основных показателей финансово – хозяйственной деятельности

Для расчета и анализа основных экономических показателей деятельности в динамике рассмотрим отчет о финансовых результатах, представленный в таблице 1.

Таблица 1 – Отчет о финансовых результатах за 2022-2023гг.

Наименование показателя	За 2023 г. (тыс. руб)	За 2022 г. (тыс. руб)	Темп роста, %, 2023/2022
Выручка	2 793 810	2 604 548	107,3
Коммерческие расходы	682 281	600 967	113,5
Прочие доходы	15 747	52 831	29,8
Прочие расходы	39 254	55 383	70,8
Налог на прибыль	23 512	29 537	79,6
Чистая прибыль	75 066	108 714	69,1

По данным таблицы видно, что за анализируемый период 2022-2023 гг. наблюдается рост выручки на 7,3%, но прочие доходы снизились 70,2%; в свою очередь выросли и коммерческие расходы на 113,5%, а вот прочие расходы уменьшились на 29,2%. Данные показатели привели к снижению чистой прибыли на 30,9%. Данная динамика не является полностью положительной для организации, но некоторые показатели все же заметно улучшились.

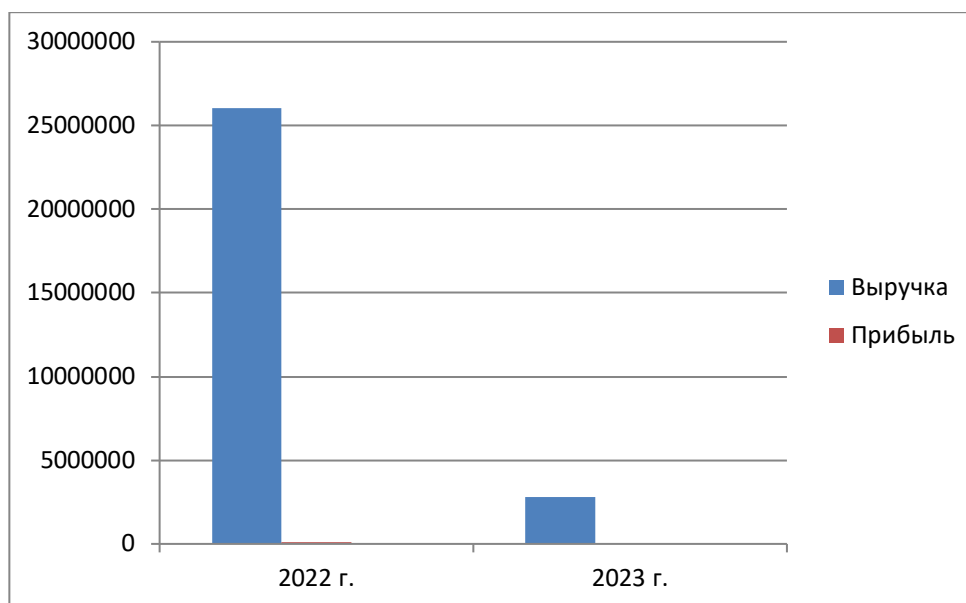


Рисунок 6 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Мир Упаковки» за 2022-2023гг.

3.6 Участие в работе по расчету заработной платы

Зарплата менеджеров по продажам высчитывается следующим образом

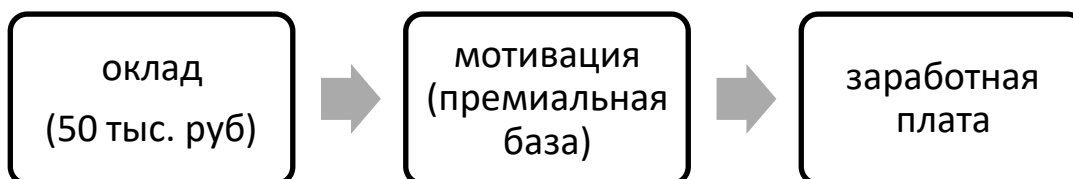


Рисунок 6 – Расчет заработной платы

Мотивационная часть состоит из нескольких пунктов:

- количество совершенных сделок;
- количество проданных позиций в одной сделке;
- выполнения плана по количеству выручки со всех заказов за месяц.

3.7 Участие в составлении финансовых документов и отчетов

Во время прохождения практики было принято участие в составлении претензии.

В документе указывается:

- название,
- номер,
- дата,
- время,
- организация, которая отправляет претензия,
- подразделение,

- ФИО отправителя претензии,
- ФИО получателя претензии.

Ниже заполняется таблица под название «Товары». В ней указываю номер товара, его артикул, полное название по номенклатуре, единица измерения товара, его количество, цена, общая сумма и сама претензия. Поле заполняется таблица под названием «Ответственные». В ней также указываются номера товаров, артикула, полное название по номенклатуре, далее указывается зона ответственности (к примеру, поставщик), ответственная организация (название организации-поставщика) и ответственное лицо со стороны поставщика.

3.8 Определение спроса на отдельный товар

Ассортиментной группой для исследования была выбрана одноразовая посуда «кукурузный крахмал».

В анкете для покупателей содержались следующие вопросы:

1 Ваш возраст:

- А) до 18 лет
- Б) от 18 до 25
- В) от 25 до 35
- Г) выше 35

2 Вы являетесь частным лицом или представителем организации?

- А) Частное лицо
- Б) Представитель организации

3 Пользуетесь ли вы одноразовой посудой?

- А) Да
- Б) Нет

4 Вы предпочитаете посуду из обычного пластика или же экологичного и биоразлагаемого?

- А) Обычного
- Б) Биоразлагаемого

5 Слышали ли вы о материале «кукурузный крахмал»?

- А) Да
- Б) Нет

6 Пользовались ли вы посудой из данного материала?

- А) Пользовался
- Б) Не пользовался
- В) Не пользовался, но хотел бы

7 В какой сезон времени вы бы чаще его приобретали?

- А) Весна – Лето
- Б) Осень – Зима
- В) Независимо от времени года

8 Готовы ли вы заплатить больше за посуду из биоразлагаемого материала?

- А) Да
- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

В опросе приняли участие 30 человек. Далее представлены результаты опроса.

Диаграмма 1 – Первый вопрос в анкете

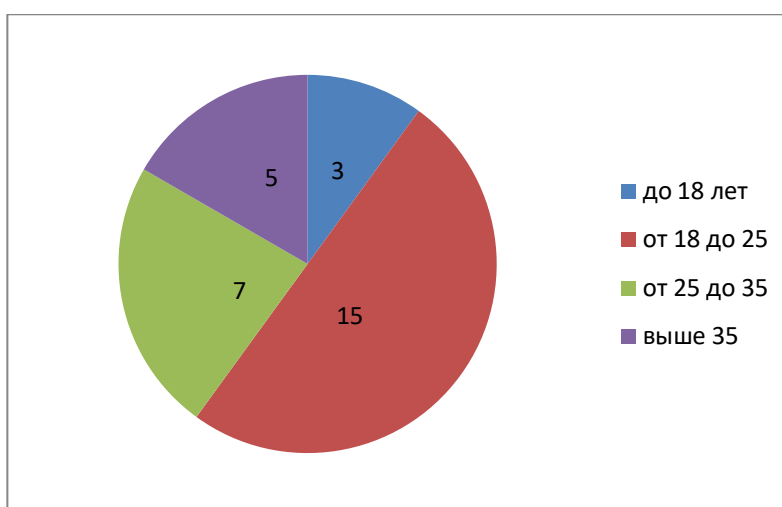


Диаграмма 2 – Второй вопрос в анкете

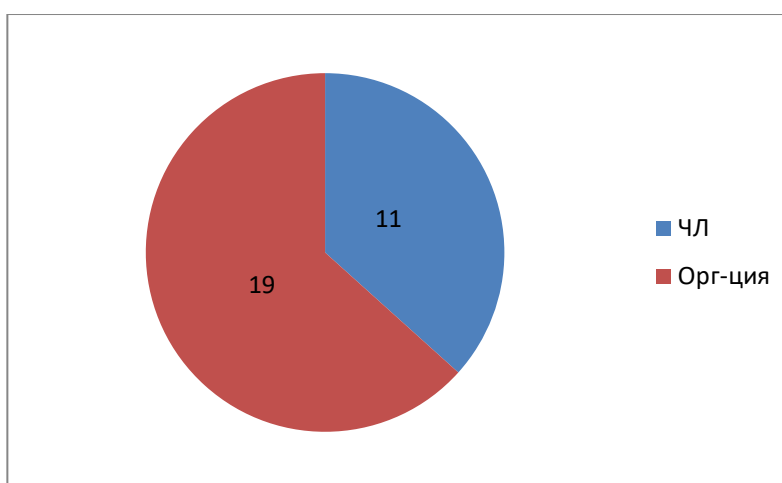


Диаграмма 3 – Третий вопрос в анкете

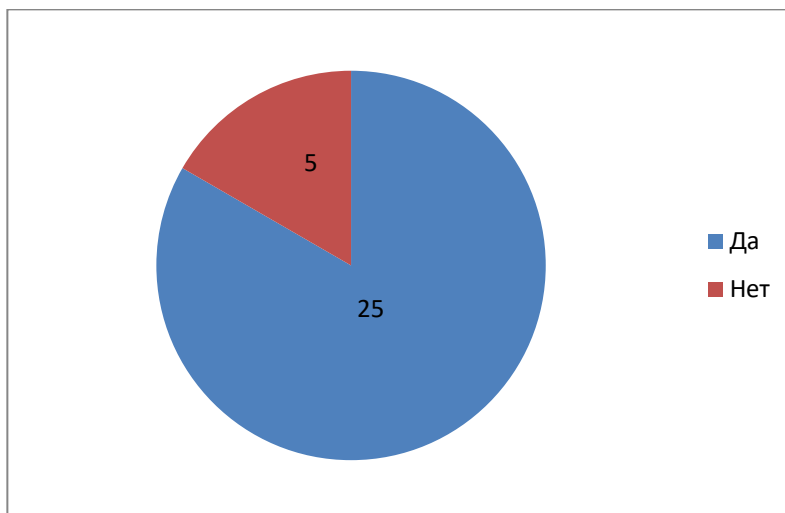


Диаграмма 4 – Четвертый вопрос в анкете

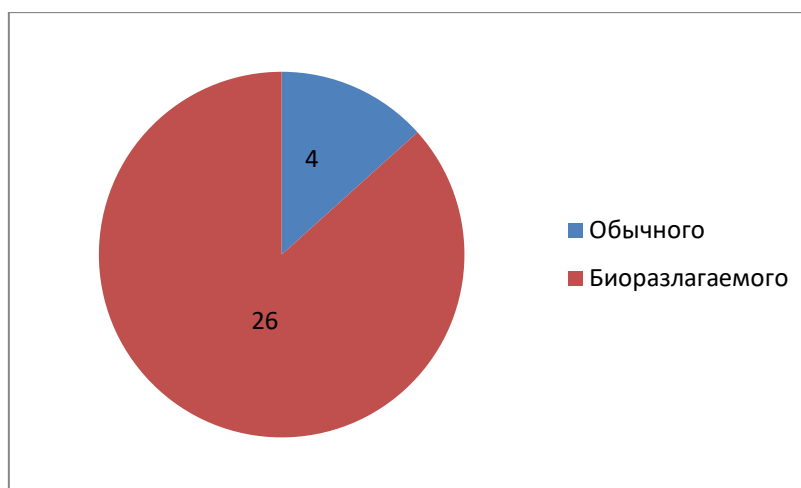


Диаграмма 5 – Пятый вопрос в анкете

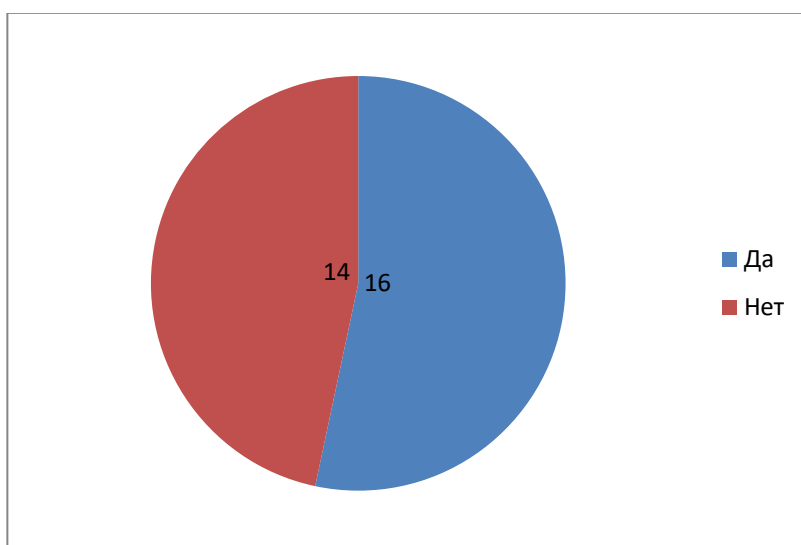


Диаграмма 6 – Шестой вопрос в анкете

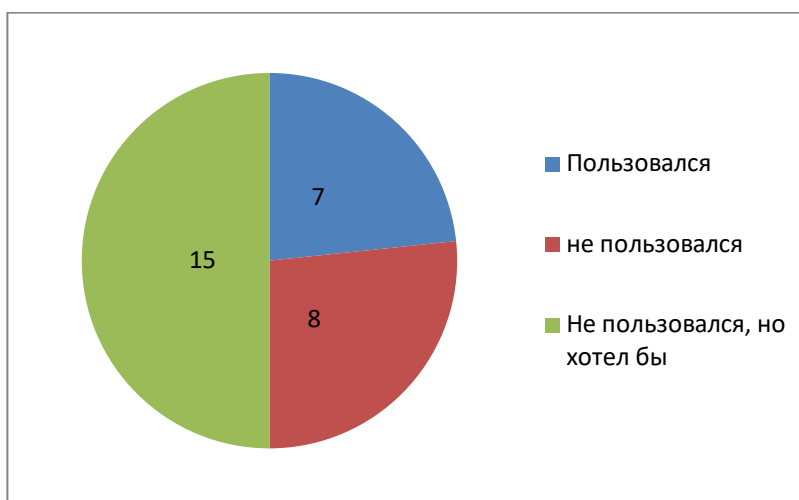


Диаграмма 7 – Седьмой вопрос в анкете

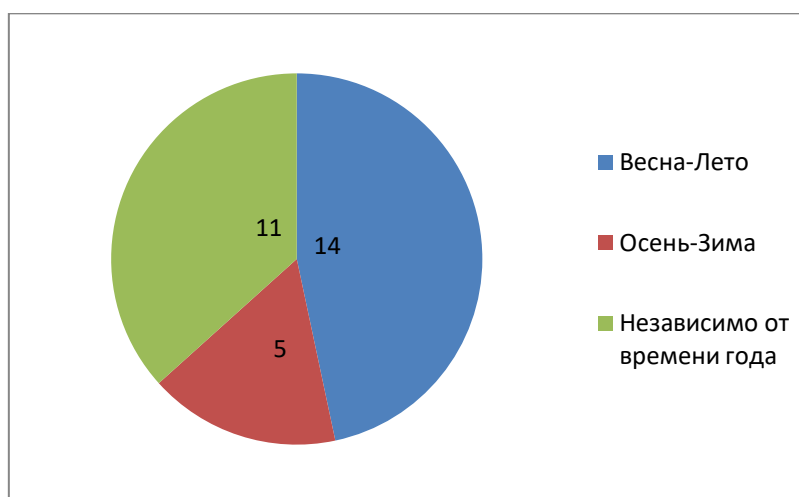
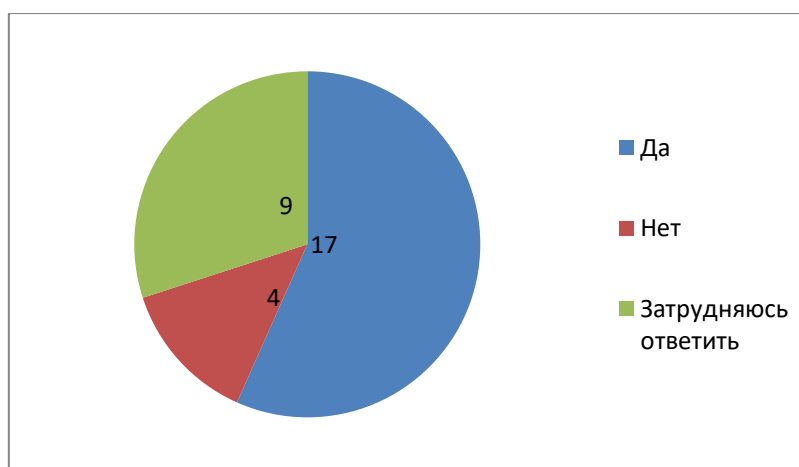


Диаграмма 8 – Восьмой вопрос в анкете



По результатам опроса видно, что значительная часть людей еще не знакомы с одноразовой посудой из кукурузного крахмала. В ходе проведения опроса было заметно, что людей разных возрастов очень заинтересовала идея объединения пластика с кукурузным

крахмалом для биоразложения посуды. Также по результатам опроса видно, что достаточное количество людей хотели бы пользоваться данной продукцией и даже готовы переплатить за экологичность. Не только частные лица готовы пользоваться этим товаром в летний период отдыха на природе, но также и различные организации, связанные с пищевой продукцией хотели бы заменить свою обычную одноразовую посуду на «кукурузный крахмал» для поддержания экологии в мире.

На основе данных полученных в результате опроса можно сделать вывод, что компании «Мир Упаковки» следует сделать упор на посуду из кукурузного крахмала и стараться продвигать ее в различных рекламных объявлениях. Поскольку на данный момент весь мир начинает поддерживать движения за сохранение природы. Также можно разработать другие ассортиментные группы товаров с экологичным составом и с биоразлагаемостью. Такие товары также будут привлекать людей и организации, из-за движения за сохранение природы. Следовательно, все биоразлагаемые товары будут пользоваться спросом, а значит, будут приносить хорошую прибыль компании.

3.9 Определение спроса и типа маркетинга, цели и стратегии маркетинга

Компания ООО «Мир Упаковки» полностью удовлетворяет спрос своей продукцией. На данный момент в компании применяется 2 типа маркетинга для разных видов продукции: поддерживающий и развивающий. Поддерживающий тип маркетинга обеспечивает стабильность спроса на старую продукцию. А развивающий прогнозирует будущие запросы потребителей, выявляет потенциальный спрос и превращает его в реальный с помощью новых эффективных продуктов.

Основными целями маркетинга для компании ООО «Мир Упаковки» являются:

- достичь максимально возможного уровня потребления продукта;
- достичь максимальной потребительской удовлетворённости;
- предоставить пользователям самый широкий выбор.

Маркетинговая стратегия — это план развития бизнеса, который охватывает все факторы, приводящие к увеличению прибыли. В ней указывают векторы развития компании и ресурсы, необходимые для реализации поставленных целей.

В маркетинговой стратегии обязательно должны быть:

- позиционирование компании;
- УТП продукта;
- инструменты повышения знаний о компании и продукте;
- каналы привлечения;
- инструменты конвертации лидов в клиентов.

На данный момент компания придерживается вектора сегментирования — изготовления товаров для разных сегментов клиентов.

3.10 Участие в проведении маркетинговых исследований рынка

Маркетинговое исследование рынка — это процедура, которая включает поиск, сбор и анализ информации о рынке, потребителях, конкурентах, ценах и других аспектах.

Цели маркетингового исследования:

- изучение поведения потребителя;
- оценка спроса на продукцию;
- изучение конкурентов на рынке;
- оценка эффективности уже проведенных мероприятий;
- прогнозирование спроса на продукцию в будущем.

Виды маркетинговых исследований:

- полевые — сбор первичной информации в окружении компании;
- кабинетные — анализ вторичной информации, изучение отчетов и статистики.

Проводит маркетинговые исследования собственный отдел компании ООО «Мир Упаковки».

Исследования рынка проводятся с одной целью – определить тенденции, которые позволят вкладывать деньги максимально выгодно. На эту область влияют различные внешние факторы, например внутренние политические процессы, курсы валют, международные отношения и т. д.

Принять участи в маркетинговых исследованиях рынка во время прохождения практики не удалось, поскольку в этот период времени подобные мероприятия не проводились.

3.11 Определение критериев и оценка конкурентоспособности товара

Для определения конкурентоспособности подарочной упаковки составлен SWOT-анализ.

Таблица 2 – SWOT-анализ подарочной упаковки

Сильные стороны	Слабые стороны
Стоимость изготовления	Сезонный спрос
Широкие дизайнерские направления	Экологические проблемы
Возможности	Угрозы
Персонализация и индивидуализация	Высокая конкуренция
Цифровые и интерактивные продукты	Продукты-заменители

На основе данного анализа, можно сделать вывод о том, что на данный момент товар конкурентоспособный за счет дешевизны изготовления и различного дизайна. Если учесть возможности данного товара, то можно повысить его конкурентоспособность, превратив его возможности в сильные стороны.

3.12 Изучение порядка ценообразования, идентификация методов установления цен

Порядок ценообразования - это организация процесса формирования стоимости товаров и услуг, предлагаемых компанией.

Процесс ценообразования включает в себя:

1. Постановку задач ценообразования – максимизация прибыли, завоевание лидерства по показателям качества.

2. Оценка издержек.

3. Выбор метода ценообразования – расчет цены по методу « средние издержки плюс прибыль»

4. Установление окончательной цены.

Этапы ценообразования:

1) Анализ рынка.

- исследование конкурентной среды,
- анализ спроса и предложения на рынке,
- определение основных характеристик целевой аудитории.

2) Определение целей.

- установление стратегических целей, связанных с ценообразованием. Это может быть максимизация прибыли, увеличение рыночной доли или первоначальное вхождение на рынок.

3) Оценка затрат.

- расчет себестоимости продукции,
- учет переменных и постоянных издержек,
- анализ дополнительных затрат, например на рекламу, маркетинг, распределение.

4) Определение стратегии ценообразования.

- выбор стратегии.
- решение о ценовой политике, правила применения акций, скидок или бонусной системы.

5) Определение базовой цены.

- установление начальной цены на основе анализа рынка, конкурентной среды и стратегических целей.

б) Учет факторов влияния.

- реакция на изменения внешних факторов (инфляции, валютных курсов, изменений в законодательстве).

7) Тестирование.

- проведение маркетинговых исследований, анализ спроса и реакции потребителей,
- внесение корректировок.

8) Мониторинг.

- постоянный контроль рыночных условий.

Стратегия ценообразования:

При монополистической конкуренции наиболее подходящей стратегией ценообразования будет являться стратегия «снятия сливок».

3.13 Расчет цены на отдельный товар

Расчет цены проводился в отношении товара «вилки из кукурузного крахмала»

Полная себестоимость продукта представляет собой затраты на его приобретение плюс затраты на реализацию.

В расходы на реализацию товара для магазина входят:

- заработная плата продавца, кассира;
- арендная плата за помещение, в котором располагается магазин;
- коммунальные платежи.

К полной себестоимости товара прибавляется его наценка. Полная себестоимость вилки из кукурузного крахмала составила 110 рублей. Ранее определенная наценка составила 136%. Таким образом, можно рассчитать. цену на вилки из кукурузного крахмала и она составила 260 рублей.

Ознакомление с системой скидок и изучение коммуникативной политики.

В ООО «Мир Упаковки» действуют несколько способов и методов стимулирования сбыта (коммуникативная политика):

1) Заведение карточки контрагента – таким способом компания привязывает клиента к себе. Мир Упаковки предоставляет контрагентам другую систему скидок, а именно 10% - закупка на 20000-30000 тыс. руб. в месяц, 15% - 30000-40000 тыс. руб. в месяц, 40000 и выше тыс. руб. в месяц – скидка согласовывается с руководством. Такие скидки могут быть единовременными или же постоянными за общую сумму закупок в течение месяца. Также предоставление спец. цен заставляет контрагентов сотрудничать именно с компанией «Мир Упаковки» и не нуждаться в сотрудничестве с конкурентами.

2) Бонус-клуб – эта система подразумевает постоянных клиентов, представляющих собой частные лица. После заведения карточки бонусника клиент может выбирать между накоплением бонусов в размере 100 б. на каждые 3000 тыс. руб. в течение дня или же скидками 3% от 3000 тыс. руб. и 7% от 10000 тыс. руб. в течение дня.

3) Обзвон клиентов, которые давно не появлялись – карточки контрагентов или бонусные карты позволяют в дальнейшем выходить на связь с клиентами и узнавать причину долгого отсутствия. Такими обзвонами менеджеры узнают с какими конкурентами стал работать клиент, почему так произошло, выявить сильные стороны клиентов, предложить спец. цены или скидки для возврата клиентов (потому что большая часть клиентов уходит к конкурентам из-за цены). Далее полученные данные о сильных сторонах конкурентов позволяют совершенствоваться и развиваться.

4) Проведение различных рекламных компаний.

5) Поддержание отличного сервиса, качество обслуживания и наличие обратной связи об обслуживании. Мир Упаковки поддерживает хорошую дисциплину у сотрудников и регулярно следит за процессом обслуживания, для того чтобы клиенты были в полной мере довольны и захотели вернуться обратно.

Принять участие в разработке акций по стимулированию сбыта во время прохождения практики не удалось, так как в данный период не происходило подобных мероприятий.

3.14 Выявление основных факторов маркетинговой коммуникации

Маркетинговые коммуникации — передача информации о бренде, товаре или компании целевой аудитории. Целевой аудиторией могут быть потребители, поставщики, акционеры, сотрудники компании, органы управления.

Факторы, способствующие эффективной маркетинговой коммуникации:

1. Поддержание логической связи между целями и процессами планирования деятельности. Важно знать целевую аудиторию и понимать её реакционные сигналы.
2. Реализация эффекта. На базе полученных откликов формируется особое сообщение, которое актуально для конкретной аудитории.
3. Продумывание связующих каналов для передачи информации. Они могут быть личными (например, конференции, семинары, выставки) или неличными (СМИ, разные мероприятия).
4. Управление на базе обратной связи. Нужно отвечать на все полученные реакции: комментарии, сообщения, предложения. Также необходимо корректировать политику в соответствии с ними.

3.15 Определение целей, стратегии сбытовой политики

Сбытовая политика – это деятельность по осуществлению выбора наиболее эффективной системы, каналов и методов сбыта применительно к конкретно определенным рынкам.

Цели сбытовой политики компании ООО «Мир Упаковки» являются:

- обеспечение доставки товара от места его изготовления к местам продажи с целью достижения максимального удовлетворения потребностей потребителей и прибыли для предприятия;
- организация оптимальной сбытовой сети для продажи производимых товаров;
- создание сети оптовых и розничных магазинов, складов промежуточного хранения, пунктов технического обслуживания и выставочных залов;
- определение маршрутов товародвижения; организация транспортирования, работ по отгрузке и погрузке товаров;
- решение вопросов логистики, системы снабжения, обеспечения товародвижения.

Компания придерживается стратегии сбытовой политики «интенсивный сбыт».

Интенсивный сбыт — это стратегия сбыта потребительских товаров повседневного спроса, предназначенных для широкого круга покупателей. Выполнение задачи интенсивного распределения зависит от количества торговых предприятий и их расположения с учетом удобства покупки.

3.16 Характеристика используемых каналов сбыта

Канал сбыта - это цепочка физических и/или юридических лиц задействованных в процессе движения (посредством купли-продажи) товаров от производителя к потребителю.

Различают 2 основных типа каналов сбыта в маркетинге: прямые – сбыт производится без посредников, напрямую от производителя к конечному покупателю; косвенные – через посредников. Компания ООО «Мир Упаковки» использует прямой канал сбыта и работает без посредников.

3.17 Участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий

Маркетинговое мероприятие — это система методик и техник, которые направлены на то, чтобы привлечь покупателей и увеличить уровень реализации продукции.

К базовым типам мероприятий маркетинга можно отнести:

- маркетинговые акции;
- презентации товаров;
- выставки товаров;
- распродажи и т.д.

Основная цель организации мероприятий маркетинга — объединение в интересное действо пространства, временного промежутка, атмосферы так, чтобы покупатели, которые раньше не имели заинтересованности в бренде, могли бы начать использовать его товары и дали оценку данным о продукции.

Принять участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий не удалось, потому что подобных мероприятий в период прохождения практики не проводилось.

Заключение

В ходе производственной практики была изучена характеристика предприятия: год образования, цель, месторасположение, основная сфера деятельности компании ООО «Мир Упаковки» и др. Было принято участие в приемке товаров по качеству и по количеству и стандарты, с которыми компания работает при проверке товаров и при производстве сувенирной продукции для клиентов. Также были рассмотрены основные и дополнительные услуги компании, которые она предоставляет своим клиентам. Далее были изучены договора с основными поставщиками, а также был рассмотрен способ подачи претензий поставщикам.. Были изучены приемы и методы закупочной и коммерческой логистики компании, а также правила эксплуатации оборудования для нанесения на сувениры различных изображений. Далее были рассмотрены формы бухгалтерской отчетности компании за два года, а также проведен расчет и анализ основных экономических показателей в динамике. Были изучены автоматизированные системы для оформления документов в компании, такие как. Далее была составлена схема начисления заработной платы менеджерам, то из чего она состоит. Были проведен SWOT-анализ для конкретного продукта компании. А также был рассмотрен процесс расчёта цены на отдельный товар, то есть были выявлены основные аспекты, которые влияют на цену (доставка, цена поставщика, тираж и вид нанесения). Далее было проведено участие в составлении смет для клиентов, которые отправляются непосредственно ему для того, чтобы он ознакомился с конечной ценой за заказ.

В ходе производственной практики (по профилю специальности) по профессиональным модулям ПМ.01 и ПМ.02 были сформированы общие и профессиональные компетенции, соответствующие виду профессиональной деятельности, а так же был приобретен практический опыт работы по специальности.

Так же были выполнены основные задачами практики ПМ.01:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы коммерческих предприятий на различных отраслевых рынках;
- освоение организационных и функциональных процессов, связанных управлением торгово-сбытовой деятельностью на предприятии;
- приобретение опыта выполнения работ по приемке товаров по количеству и качеству, установлению коммерческих связей, обслуживанию потребителей;
- развитие навыков работы с деловыми партнерами и потребителями; с продовольственными и непродовольственными товарами, торгово-технологическим оборудованием; с договорами, товаросопроводительными и иными документами.

- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе менеджера по продажам;

- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной (по профилю специальности) практике.

А также были выполнены основные задачи практики ПМ.02:

- освоение организационных и функциональных процессов, связанных с проведением экономической и маркетинговой деятельности на предприятии;

- приобретение опыта выполнения работ по оформлению финансовых отчетов, расчету налогов, проведению денежных расчетов, анализу хозяйственной деятельности предприятия;

- приобретение опыта выполнения работ по изучению спроса и маркетинговой среды предприятия, планированию и реализации маркетинговых мероприятий;

- развитие навыков работы с потребителями; с финансовыми, организационно-распорядительными, товаросопроводительными и иными документами;

- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе менеджера по продажам;

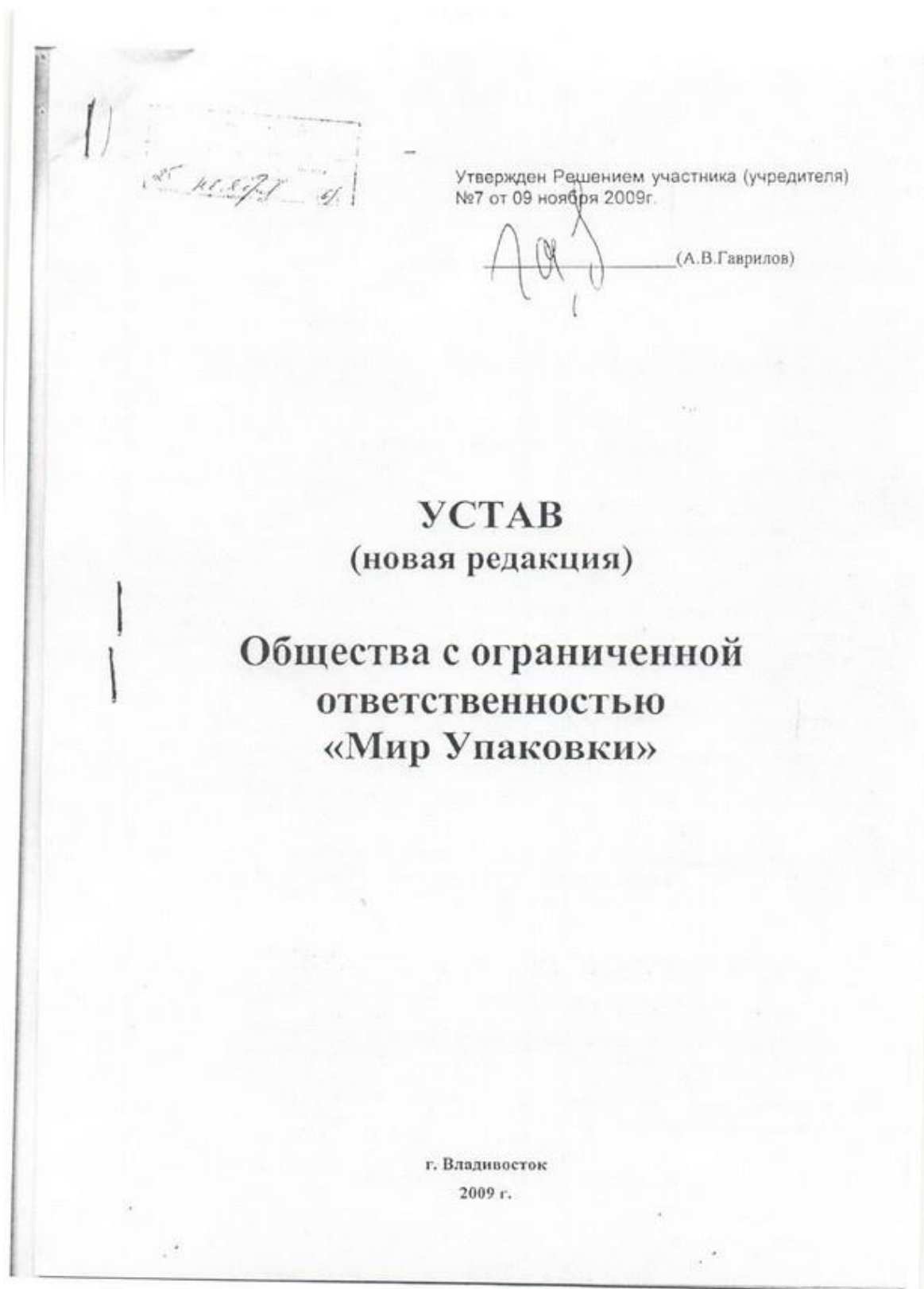
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной (по профилю специальности) практике.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Правила продажи ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://khv.mirupak.ru/help/rules/>
2. История компании ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://promo.mirupak.ru/history>
3. Производство компании ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://miru.ru/about/>
4. О компании ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://mirupak.ru/about/>
5. Торговые марки ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://mirupak.ru/about/our-brands/>
6. Программа лояльности ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://bonus.mirupak.ru>
7. Каталог товаров ООО «Мир Упаковки» [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <https://mirupak.ru/catalog/vld/>

Приложение А

Устав общества с ограниченной ответственностью «Мир Упаковки»



1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Общество с ограниченной ответственностью «Мир Упаковки» (далее «Общество») создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью».
- 1.2. Полное фирменное наименование Общества: Общество с ограниченной ответственностью «Мир Упаковки»
- 1.3. Сокращенное фирменное наименование: ООО «Мир Упаковки».
- 1.4. Место нахождения Общества: 690088, Российская Федерация, Приморский край, г. Владивосток, ул. Жигура д. 11А

2. ЮРИДИЧЕСКИЙ СТАТУС ОБЩЕСТВА

- 2.1. Общество обладает правами юридического лица с момента его государственной регистрации в установленном порядке.
- 2.2. Общество руководствуется в своей деятельности Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и настоящим Уставом.
- 2.3. Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.
- 2.4. Общество вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами. Общество должно иметь круглую печать со своим фирменным наименованием на русском языке и указанием на место нахождения. Общество вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.
- 2.5. Общество имеет гражданские права и несет гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами, в соответствии с целью и предметом деятельности, указанными в разделе 3 настоящего Устава.
- 2.6. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.
Общество не несет ответственности по обязательствам своих участников.
- 2.7. Участники Общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале.
Участники Общества, не полностью оплатившие доли, несут солидарную ответственность по обязательствам Общества в пределах стоимости неоплаченной части принадлежащих им долей в уставном капитале Общества.

3. ЦЕЛЬ СОЗДАНИЯ И ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Приложение Б

Выписка из ЕГРЮЛ со сведениями об ООО «Мир Упаковки»

ВЫПИСКА из Единого государственного реестра юридических лиц

08.04.2024

№ ЮЭ9965-24-
41004142

дата формирования выписки

Настоящая выписка содержит сведения о юридическом лице

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "МИР УПАКОВКИ"

полное наименование юридического лица

ОГРН 1032501909330

включенные в Единый государственный реестр юридических лиц по состоянию на

« 08 » апреля 20 24 г.
число месяц прописью год

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	2	3
Наименование		
1	Полное наименование на русском языке	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "МИР УПАКОВКИ"
2	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1032501909330 03.07.2003
3	Сокращенное наименование на русском языке	ООО "МИР УПАКОВКИ"
4	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1032501909330 03.07.2003
Место нахождения и адрес юридического лица		
5	Место нахождения юридического лица	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ, Г.О. ВЛАДИВОСТОКСКИЙ, Г ВЛАДИВОСТОК
6	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2232500005505 11.01.2023
7	Адрес юридического лица	690039, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ, Г.О. ВЛАДИВОСТОКСКИЙ, Г ВЛАДИВОСТОК, УЛ ЕНИСЕЙСКАЯ, Д. 23Д, ЭТАЖ 12, ПОМЕЩ. 2
8	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2232500005505 11.01.2023

Сведения о регистрации		
9	Способ образования	Создание юридического лица
10	ОГРН	1032501909330
11	Дата регистрации	03.07.2003
12	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1032501909330 03.07.2003
Сведения о регистрирующем органе по месту нахождения юридического лица		
13	Наименование регистрирующего органа	Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 15 по Приморскому краю
14	Адрес регистрирующего органа	,690012,,,Владивосток г.,Пихтовая,20,,
15	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2162543307067 07.02.2016
Сведения о лице, имеющем право без доверенности действовать от имени юридического лица		
16	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ сведений о данном лице	2232500005505 11.01.2023
17	ОГРН	1222500009357
18	ИНН	2543165175
19	Полное наименование	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ХОЛДИНГ МИР УПАКОВКИ"
20	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2232500005505 11.01.2023
Сведения об уставном капитале / складочном капитале / уставном фонде / паевом фонде		
21	Вид	УСТАВНЫЙ КАПИТАЛ
22	Размер (в рублях)	15010000
23	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2152543080171 05.03.2015
Сведения об участниках / учредителях юридического лица		
24	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ сведений о данном лице	1032501909330 03.07.2003
25	Фамилия Имя Отчество	ГАВРИЛОВ АНДРЕЙ ВИКТОРОВИЧ
26	ИНН	272108701728
27	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2132543059075 17.03.2013
28	Пол	мужской
29	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2132543059075 17.03.2013

Приложение В

Стеллажи в торговом зале ООО «Мир Упаковки»



Приложение Г

Складские стеллажи ООО «Мир Упаковки»



Приложение Д

Типовой договор поставки

ДОГОВОР ПОСТАВКИ № 1

г. Владивосток

"25" июня 2017г.

Общество с ограниченной ответственностью «Мир упаковки», именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице генерального директора Гребенюк Владислава Сергеевича, действующего на основании устава, с одной стороны, и общество с ограниченной ответственностью «ПОЛИПАК-ДОН», именуемый в дальнейшем "Поставщик", в лице директора Колотушкина Дениса Олеговича, действующего на основании устава, с другой стороны, совместно именуемые «Стороны» заключили настоящий договор о следующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Поставщик обязуется по заявкам Покупателя поставлять в собственность Покупателю товары, а Покупатель обязуется принимать и оплачивать товары на условиях настоящего договора.

Товаром по настоящему договору является: упаковочные материалы для пищевых и не пищевых продуктов, упаковочное оборудование и расходные материалы. При наличии в ассортименте Поставщика иных товаров, Покупатель может приобретать их у Поставщика в соответствии с согласованным сторонами номенклатурным перечнем. Количество приобретаемого товара определяется на основании Заявки Покупателя.

1.2. Поставка товара по настоящему договору осуществляется партиями. Партией признается товар, включенный Покупателем в одну заявку. Количество и периодичность направления заявок определяется Покупателем самостоятельно.

1.3. Количество единиц товара, ассортиментный перечень товара, цена товара, сроки поставки партии товара определяются в согласованной сторонами заявке и фиксируются в товаросопроводительных документах. Покупатель может ознакомиться с перечнем товаров Поставщика на сайте POLIPAK.ru

2. ЦЕНА, КОЛИЧЕСТВО И КАЧЕСТВО ТОВАРА

2.1. Цены на поставляемый товар установлены в рублях и определяются в соответствии с действующим на момент получения заявки Покупателя прайс-листом Поставщика фиксируются в счете на оплату и дублируются в универсальном передаточном документе (далее УПД).

Изменение цены любого товара, входящего в согласованную заявку, не допускается.

2.2. Кроме основной функции фиксации факта передачи товара УПД используются в качестве спецификаций и являются неотъемлемой частью настоящего Договора.

2.3. Цена товара включает стоимость упаковки, доставки, налоги, а для импортной продукции все импортные таможенные сборы и пошлины, взимаемые на территории РФ.

2.4. Качество товара должно соответствовать действующим техническим условиям производителя и/или стандартам (нормам) действующим на территории РФ. Качество товара должно подтверждаться документально при наличии требований, установленных действующим российским законодательством.

2.5. Покупатель несет риск случайной гибели товара, повреждения товара, с момента его получения, либо с момента отгрузки товара Поставщиком транспортной организации для доставки ее в адрес Покупателя.

2.6. Покупатель имеет право предъявить Поставщику претензии по качеству товара в письменном виде в течение 5(пяти) календарных дней с момента получения товара Покупателем. Отсутствие письменной претензии в указанный срок, является основанием для отказа в ее рассмотрении и удовлетворении.

2.7. Поставщик не предоставляет дополнительных гарантий качества поставляемого товара, предусмотренных его производителем.

3. УПАКОВКА И МАРКИРОВКА

3.1. Товар должен быть упакован в тару, обеспечивающую его сохранность при хранении и перевозке, с указанием на этикетках информации на русском языке, предусмотренной действующим законодательством.

4. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

4.1. Поставщик обязан:

4.1.1. Обеспечить передачу товара в количестве, ассортименте и в соответствии с требованиями, установленными настоящим договором.

4.1.2. Одновременно с поставкой партии товара передать Покупателю УПД, и документы подтверждающие качество товара (если такие документы предусмотрены нормами действующего законодательства). По требованию Покупателя Поставщик предоставляет товарно-транспортную накладную.

4.2. Покупатель обязан:

4.2.1. Оплатить товар в порядке, сроки и на условиях, оговоренных настоящим договором. Обязательство по оплате считается исполненным Покупателем в дату поступления денежных средств от Покупателя на расчетный счет Поставщика (и/или в кассу Поставщика) в полном объеме за конкретную партию товара, согласно выставленного счета.

4.2.2. Осмотреть товар в месте его передачи и осуществить все необходимые действия по принятию товара, поставленного по договору.

5. ЗАЯВКА ПОКУПАТЕЛЯ

5.1. Покупатель передает Поставщику заявку на приобретение товара в письменной или устной форме в любой рабочий день в течение действия настоящего договора путем:

а) вручения бумажного документа уполномоченному представителю Поставщика (в том числе при передаче товара, поставляемого по ранее поданной заявке);

б) направления бумажного документа Поставщику по адресу, указанному в реквизитах сторон;

в) направления электронного документа посредством сети Интернет на электронную почту Поставщика;

г) телефонограммой с подтверждением лиц, передавшего и принявшего заявку.

5.2. Для исполнения заявки обязательно указанию в ней подлежат:

- Наименование Поставщика
- Дата и время подачи заявки;
- Место, дата, способ доставки и планируемой приемки товара Покупателем;
- Наименование каждого вида товара;
- Количество единиц каждого наименования товара;
- Ф.И.О. представителя Покупателя, оформившего Заявку.

5.3. Поставка производится в срок, установленный сторонами при согласовании Заявки, или не позднее 5 (пяти) рабочих дней с момента принятия заявки.

5.4. В случае невозможности поставки части товара, указанной в заявке, ввиду отсутствия его на складе Поставщика, Поставщик указанными в п. 5.1 Договора способами уведомляет об этом Покупателя в срок не более одного дня после ее получения. Покупатель по своему выбору вправе либо отложить поставку товара до момента получения всего ассортимента и количества товара, указанного в заявке, либо отказаться от поставки части недостающего товара и принять ту часть товара, которая имеется в наличии у Поставщика. О своем решении Покупатель сообщает Поставщику указанными в п. 5.1 Договора способами в однодневный срок после получения уведомления от Поставщика.

5.5. В случае если Покупатель не сообщил о своем решении в установленный срок, Поставщик выполняет заявку в пределах имеющегося на складе ассортимента, при этом Покупатель вправе отказаться от приемки только в случае обнаружения недостатков фактически поставленного товара.

5.6. Согласование заявки Покупателя (п.5.4.-5.5) производится Поставщиком в течение одного рабочего дня с момента получения заявки.

6. ПОСТАВКА ТОВАРА

6.1. Поставщик, в соответствии с полученной от Покупателя и согласованной заявкой а так же с учетом п.п.5.4. и 5.5., оформляет счет на оплату и отправляет его в адрес Покупателя по факсимильной или электронной связи. Отправка Поставщиком счета является акцептом (согласием) Поставщика на поставку партии товара.

6.2. Поставка партии товара осуществляется доставкой произведенной любым из нижеуказанных способов выбранным по согласованию сторон:

- самовывозом Покупателем партии товара с любого склада Поставщика из указанных на сайте Поставщика.

- доставкой Поставщиком Покупателю товара в согласованные сторонами сроки и место в пределах субъекта Российской Федерации.

По договоренности сторон, при отгрузке товара Покупателю через транспортную компанию Поставщик выставляет Покупателю счет на возмещение услуг по доставке товара.

6.3. Покупатель производит приемку товара на условиях, указанных в настоящем договоре.

6.4. По результатам приемки товара стороны подписывают УПД, отражающий фактическое количество переданного Поставщиком и принятого Покупателем товара.

7. ПРИЕМКА ТОВАРА

7.1. Покупатель должен принять товар и проверить его по количеству при передаче товара, а по качеству не позднее 3 (трех) календарных дней с даты получения.

7.2. При обнаружении недопоставки товара по количеству и (или) ассортименту, Покупатель вправе в этот же день потребовать от Поставщика поставить недостающий товар. В этом случае Поставщик обязан до поставить товар в течение 5(пяти) дней с момента подписания УПД. Если такое требование Покупателем не заявлено, Поставщик поставляет недостающий товар при поставке следующей партии товара.

7.3. При обнаружении поставки товара в количестве и (или) ассортименту, превышающем указанное в заявке, Покупатель по своему выбору:

- отказаться от приемки товара в количестве, превышающем указанное в заявке;
- принять товар и оплатить его в порядке, установленном настоящим договором.

7.4. При обнаружении недостатков по качеству, Покупатель в течение 2-х суток с момента обнаружения недостатков письменно (по факсу или телеграммой) уведомляет об этом Поставщика. Поставщик направляет своего представителя к Покупателю, который совместно с представителем Покупателя составляет акт о некачественном товаре и его замене. При наличии спора о качестве товара проводится экспертиза за счет заявителя.

7.5. До момента вывоза некачественного товара Покупатель принимает товар на ответственное хранение. Поставщик обязан вывезти некачественный товар не позднее дня, которым поставляется товар на замену.

7.6. Представители Поставщика и Покупателя в день передачи товара подписывают УПД (в котором отражают результат приемки товара по количеству, с указанием даты приемки товара Покупателем).

УПД подписывается в таком количестве, чтобы у каждой из сторон, участвующих в сделке по поставке товара, осталось по необходимому числу экземпляров.

7.7. Во всех случаях, когда подпись в счете–фактуре, товарной накладной и/или УПД, свидетельствующих о получении товара, поставлена Покупателем/его представителем неразборчиво или поставлена неуполномоченным лицом, стороны согласились, что наличие печати Покупателя на счет фактуре, товарной накладной, УПД, будет считаться достаточным доказательством факта получения товара Покупателем.

7.8. Представитель Покупателя должен иметь доверенность на право получения товара от Поставщика. В противном случае, Покупатель подтверждает правомерность подписи в товаросопроводительных документах, получения товара его сотрудником, находящимся в месте приемки товара, указанного Покупателем.

7.9. Отношения Покупателя с конечным потребителем по поводу качества товара на Поставщика не распространяются и решаются Покупателем самостоятельно.

7.10. Фактом получения партии товара, а равно и моментом перехода права собственности на товар с Поставщика на Покупателя стороны признают момент подписания товарной накладной и/или УПД обеими сторонами.

8. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

8.1. Оплата товара производится Покупателем в рублях по ценам, указанным в УПД или в счетах на оплату, полученных от Поставщика.

Документы на оплату товара предоставляются Покупателю:

- а) почтой отправкой с уведомлением о вручении;
- б) нарочно или через лицо, осуществляющее доставку товара Покупателю с распиской в получении документов;
- в) электронной почтой с обязательным направлением подлинников вышеперечисленными способами;
- г) по каналам электронной связи в системе электронного документооборота (ЭДО) с применением электронной цифровой подписи (ЭЦП).

8.2. Оплата может производиться в форме безналичных перечислений или наличных платежей в порядке, предусмотренном действующим законодательством РФ. В случае оплаты в безналичном порядке обязательства Покупателя по оплате товара считаются исполненными с момента поступления денежных средств на расчетный счет Поставщика (по выписке из банка). В случае оплаты товара путем наличных платежей обязательства по оплате товара считаются исполненными с момента поступления наличных денежных средств в кассу Поставщика.

8.3. Оплата партии товара производится не позднее даты фактического получения товара на условиях 100% предоплаты товара.

8.4. Стороны вправе согласовать и подписать дополнительное соглашение (и/или спецификацию) по установлению/изменению:

- периода отсрочки оплаты полученного товара;

- при необходимости заказа товара собственной товарной марки (СТМ) – спецификацию по форме Приложения №1 к договору.

8.5. В случае полной или частичной неоплаты стоимости товара в установленные настоящим договором сроки, Покупатель уплачивает Поставщику пеню в размере 0,5 % от суммы просроченного платежа за каждый день просрочки. Для целей налогообложения пени учитываются только после одного из событий (по ранее наступившему):

- фактической уплаты долга должником;
- вступления в законную силу решения суда.

Поставщик вправе прекратить отгрузку товара Покупателю в случае нарушения Покупателем обязательств по оплате товара на срок более 5 (пяти) календарных дней от срока, указанного в Договоре.

8.6. По требованию одной из Сторон, но не реже чем один раз в квартал, Стороны обязуются подписывать акты сверок взаиморасчетов. Сторона, получившая акт сверки, обязуется подписать и возвратить его другой Стороне не позднее 10 рабочих дней с момента получения или направить свои возражения в тот же срок. В случае неисполнения указанного обязательства, направленный на согласование акт сверки считается согласованным.

8.7. Покупатель оплачивает Товар в срок, установленный в соответствии с Договором. При этом Покупатель обязан в платежном поручении (ином платежном документе) указать дату и номер выставленного счета на оплату Товара. В случае, если в назначении платежа не будут указаны номер счета, то Поставщик оставляет за собой право самостоятельно засчитать поступивший платеж в счет оплаты ранее поставленного товара.

9. ФОРС-МАЖОР

9.1. В случае наступления обстоятельств непреодолимой силы, препятствующих полному или частичному исполнению какой-либо из сторон обязательств по договору, срок исполнения обязательств отодвигается на время, в течение которого будут действовать такие обстоятельства.

9.2. Сторона, пострадавшая от действия непреодолимой силы, обязана о наступлении и прекращении таких обстоятельств немедленно, но не позднее десяти календарных дней с момента их наступления, в письменной форме известить другую сторону.

9.3. Срок исполнения обязательств отодвигается соразмерно времени, в течение которого действовали такие обстоятельства.

10. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

10.1. При возникновении споров стороны принимают все усилия для разрешения всех споров и разногласий путем переговоров. Во избежание затягивания процедуры претензионного урегулирования стороны устанавливают единый срок реагирования для направляемой при возникновении разногласий корреспонденции – 5 рабочих дней с момента получения.

10.2. При не достижении результатов на переговорах все споры, связанные с исполнением настоящего договора, разрешаются в соответствии с действующим законодательством РФ в Арбитражном суде по месту нахождения истца. Стороны особо оговаривают, что при возникновении долга Покупателя иск, заявленный Поставщиком, разрешается в порядке упрощенного производства, предусмотренного статьей 226 АПК РФ.

11. СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

11.1. Настоящий договор вступает в силу с момента подписания и действует до "25" июня 2027 г., а в части взаиморасчетов до их полного исполнения. Если за 30 дней до истечения срока договора ни одна из сторон письменно не изъявит о желании его расторгнуть, договор считается автоматически продленным на тот же срок и на тех же условиях. Количество пролонгаций не ограничено.

11.2. Любая из сторон вправе расторгнуть настоящий договор, предварительно письменно уведомив другую сторону за 1 месяц, при этом расторжение настоящего договора не освобождает стороны от исполнения обязательств, принятых на себя ранее.

12. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

12.1. Договор, Приложения, Дополнения и иные документы к данному договору составляются в письменной форме и вступают в силу с момента подписания уполномоченными представителями сторон.

12.2. Сторонами признано и согласовано, что:

- а) лицом, полномочным осуществить передачу товара от имени Поставщика, является лицо, фактически доставившее товар и предъявившее сопроводительные документы от имени Поставщика;
- б) лицом, полномочным осуществить приемку товара от имени Покупателя является лицо получившее товар по месту ведения деятельности Покупателя.

12.3. В целях ведения делового общения стороны используют электронную почту и телефонные звонки:

Поставщик - E-mail: POLIPAK@don.ru Тел. +7-988-564-13-01

Покупатель - E-mail: office@mirupak.ru, Тел. +7(423)220-05-80

После отправки сканированных копий документов по электронной почте сторона направившая данные копии направляет другой стороне оригиналы почтой, нарочно или по системе ЭДО.

Стороны условились о том, что документы (в том числе настоящий договор), которыми они будут обмениваться в процессе выполнения настоящего Договора, переданные по электронной почте в отсканированном виде (в случае неприменения ЭДО), признаются имеющими юридическую силу до получения второй Стороной подлинника этих документов (статья 434 ГК РФ).

12.4. Заверения об обстоятельствах (431.2 ГК РФ):

Стороны гарантируют, что на момент подписания Договора добросовестно исполняют обязанности налогоплательщика и не имеют просроченной задолженности перед бюджетами всех уровней по уплате налогов, а также надлежащим образом исполняют обязанности по отражению всех совершаемых ими хозяйственных операций в бухгалтерской и налоговой отчетности и предоставлению в уполномоченные государственные органы достоверной отчетности (включая налоговые декларации) в полном объеме. А также, что любая из Сторон договора будет активно взаимодействовать с представителями другой Стороны и контролирующими органами по всем вопросам, связанным с фактом и правомерностью уплаты НДС и налога на прибыль в бюджет.

12.5. Одновременно с подписанием настоящего договора Покупатель обязуется предоставить Поставщику надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

Для Юридического лица:

Перечень лиц, ответственных за получение товара (копии приказов, доверенностей или иных документов);

Доверенности и приказы на всех сотрудников, которые будут иметь отношение договору; Карточка компании, содержащая полный перечень реквизитов компании.

Для Индивидуального предпринимателя (ИП):

Документы, удостоверяющие личность — паспорт и ИНН;

Перечень лиц, ответственных за получение товара и имеющих право подписи УПД (копии приказов, доверенностей или иных документов);

Карточка ИП, содержащая полный перечень реквизитов ИП.

12.6. В случае внесения изменений в вышеуказанные документы, Покупатель обязуется уведомить Поставщика в срок не позднее 5 (пяти) дней с момента внесения таких изменений.

12.7. Подписанием настоящего договора стороны дают свое согласие на обоюдную обработку персональных данных, поступивших от одной стороне другой в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ.

12.8. Настоящий договор вступает в силу с даты его подписания Сторонами, при этом ранее заключенные договоры между Сторонами, равно как переписка и переговоры, имеющие аналогичный предмет, утрачивают силу с указанной даты.

12.9. В случае изменения банковских реквизитов, адреса местонахождения, номеров средств связи Стороны обязаны в течение 5 (пяти) рабочих дней сообщить другой стороне об указанных изменениях, в противном случае все документы, информация, направленные по указанным в настоящем договоре реквизитам, адресам и средствам связи, считаются направленными надлежащим образом.

13. АДРЕСА, РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Покупатель: ООО «Мир упаковки»
Местонахождение: Приморский край, г. Владивосток,
Енисейская 23Д
Факт. адрес: Приморский край, г. Владивосток,
Енисейская 23Д
ИНН 2538079234, КПП 253801001
ОГРН 1032501909330
p/c 5230019920015614000011,
E-mail: office@mirupak.ru
Тел. +7(423)220-05-80

Поставщик: ООО «ПОЛИПАК-ДОН»
Местонахождение: Ростовская область, г. Таганрог,
Петровская 85
Факт. адрес: Ростовская область, г. Таганрог,
Петровская 85
ИНН 6154164850, КПП 615401001
ОГРН 1236100010630
p/c 23556781901121560001,
E-mail: POLIPAK@don.ru
Тел. +7-988-564-13-01

25.06.2017

25.06.2017

_____ /Гребенюк В.С./

М.П.

_____ /Колотушкин Д.О./

М.П.

Приложение Е

Бухгалтерский баланс ООО «Мир Упаковки» за период 2022-2023гг.

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2022 г.

		Коды		
		0710001		
		31	12	2022
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Мир Упаковки"	по ОКПО	15247634	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	2538079234	
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 ОКОПФ / ОКФС	12300	16
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКЕИ	384	
Местонахождение (адрес)	690039, Приморский край, Владивосток г, Енисейская ул, д. № 23д			
Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту	<input checked="" type="checkbox"/> ДА	<input type="checkbox"/> НЕТ		
Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора	ООО "ПРИМ-АУДИТ"			
Идентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/индивидуального аудитора		ИНН	2543149913	
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора		ОГРН/ОГРНИП	1202500013650	

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2022 г.	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	279	712	1 118
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	97 707	13 598	4 692
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	114 445	80 745	208
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	212 431	95 055	6 018
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	61 857	132 558	83 981
	в том числе:				
	товары	12101	41 020	101 853	65 736
	расходы на продажу	12102	4 059	11 186	3 466
	расходы будущих периодов	12103	1 548	1 183	3 695
	материалы	12404	15 230	18 336	11 084
			-	-	-
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	5 310	60	49
	Дебиторская задолженность	1230	255 426	257 165	274 169
	в том числе:				
	покупатели и заказчики	12301	215 189	188 338	133 095
	поставщики и подрядчики	12302	35 800	58 609	125 689
	налоги и соры	12303	55	799	356
	прочие дебиторы и кредиторы	12304	2 168	9 413	14 568

	расходы по взносам	12305	71	-	71
	расчеты с персоналом	12306	-	-	-
	подотчетные лица	12307	2 139	-	-
	расчеты с учредителями	12308	-	-	390
	расчеты по оплате труда	12309	4	5	-
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	13 961	318	115
	в том числе:				
	касса	12501	1 054	158	51
	счета	12502	2 357	58	63
	переводы в пути	12503	50	102	-
	депозиты	12504	10 500	-	-
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	336 553	390 101	358 314
	БАЛАНС	1600	548 985	485 156	364 332

Форма 0710001 с.2

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2022 г.	На 31 декабря 2021 г.	На 31 декабря 2020 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	15 010	15 010	15 010
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	205 618	98 315	71 367
	в том числе:				
	прошлых лет	13701	98 312	67 821	68 373
	отчетного года	13702	107 307	30 494	2 994
	Итого по разделу III	1300	220 628	113 325	86 377
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	46 949	215 275	112 123
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	46 949	215 275	112 123
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	25 898	25 843	42 668
	Кредиторская задолженность	1520	255 510	130 713	123 164
	в том числе:				
	покупатели и заказчики	15201	46 653	36 988	11 104
	поставщики и подрядчики	15202	91 010	76 150	94 001
	налоги и сборы	15203	32 898	9 448	6 240
	взносы в фонды	15204	-	1 052	-
	подотчетные лица	15205	-	1 350	3 543
	расчеты с разными дебиторами и кредиторами	15206	84 948	5 725	8 276
	расчеты по оплате труда	15207	-	-	-
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	281 408	156 556	165 832
	БАЛАНС	1700	548 985	485 156	364 332

Руководитель _____
(подпись)

**Гребенюк Владислав
Сергеевич**
(расшифровка подписи)

31 марта 2023 г.

**Отчет о финансовых результатах
за Январь - Декабрь 2022 г.**

		Форма по ОКУД	0710002		
		Дата (число, месяц, год)	31	12	2022
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Мир Упаковки"	по ОКПО	15247634		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	2538079234		
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 ОКОПФ / ОКФС	12300	16	
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКЕИ	384		

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2022 г.	За Январь - Декабрь 2021 г.
	Выручка	2110	2 604 548	2 164 101
	Себестоимость продаж	2120	(1 842 941)	(1 637 702)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	761 607	526 399
	Коммерческие расходы	2210	(600 967)	(502 974)
	Управленческие расходы	2220	-	-
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	160 640	23 425
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-
	Проценты к уплате	2330	(19 837)	(15 506)
	Прочие доходы	2340	57 101	38 451
	Прочие расходы	2350	(55 383)	(12 374)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	142 521	33 996
	Налог на прибыль	2410	(29 385)	(3 502)
	в том числе:			
	текущий налог на прибыль	2411	(29 385)	(3 502)
	отложенный налог на прибыль	2412	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	113 136	30 494

Форма 0710002 с.2

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2022 г.	За Январь - Декабрь 2021 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	113 136	30 494
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель _____
(подпись)

**Гребенюк Владислав
Сергеевич**
(расшифровка подписи)

31 марта 2023 г.

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2023 г.

		Коды		
		0710001		
		31	12	2023
Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	15247634		
Организация Общество с ограниченной ответственностью "Мир Упаковки"	по ОКПО	2538079234		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	46.49		
Вид экономической деятельности Торговля оптовая прочими бытовыми товарами	по ОКВЭД 2	12300	16	
Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность	по ОКОПФ / ОКФС	384		
Единица измерения: в тыс. рублей	по ОКЕИ			
Местонахождение (адрес) 690039, Приморский край, г Владивосток, ул Енисейская, д. 23д				
Бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту <input checked="" type="checkbox"/> ДА <input type="checkbox"/> НЕТ				
Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального аудитора ООО "ПРИМ-АУДИТ"				
Идентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/индивидуального аудитора	ИНН	2543149913		
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора	ОГРН/ОГРНИП	1202500013650		

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.	На 31 декабря 2021 г.
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	166	279	712
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	94 831	97 707	13 598
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	226 067	114 445	80 745
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	321 064	212 431	95 055
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	229 235	57 587	132 558
	в том числе:				
	товары	12101	195 030	36 736	101 853
	расходы на продажу	12102	10 637	4 059	11 186
	расходы будущих периодов	12103	1 975	1 548	1 183
	матриалы	12104	21 593	15 244	18 336
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	16 945	5 309	60
	Дебиторская задолженность	1230	413 149	255 426	257 165
	в том числе:				
	покупатели и заказчики	12301	293 921	215 189	188 338
	поставщики и подрядчики	12302	99 943	35 800	58 610
	налоги и сборы	12303	1 897	56	799
	прочие дебиторы и кредиторы	12304	16 970	2 167	9 413
	расчеты по взносам	12305	-	71	-

	расчеты с персоналом	12306	-	-	-
	подотчетные лица	12307	400	2 139	-
	расчеты с учредителями	12308	-	-	-
	расчеты по оплате труда	12309	18	4	5
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	10 500	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	16 377	3 461	318
	в том числе:				
	касса	12501	2 208	1 054	158
	счета	12502	14 154	2 357	58
	переводы в пути	12503	15	50	102
	депозиты	12504	-	-	-
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	675 706	332 283	390 101
	БАЛАНС	1600	996 770	544 714	485 156

Форма 0710001 с.2

Пояснения	Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.	На 31 декабря 2021 г.
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	15 010	15 010	15 010
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	-	-	-
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	276 262	201 196	98 315
	в том числе:				
	прошлых лет	13701	201 196	98 315	67 821
	отчетного года	13702	75 066	102 881	30 494
	Итого по разделу III	1300	291 272	216 206	113 325
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	374 841	46 949	215 275
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	374 841	46 949	215 275
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	65 144	25 898	25 843
	Кредиторская задолженность	1520	265 513	255 661	130 713
	в том числе:				
	покупатели и заказчики	15201	116 930	46 653	36 988
	поставщики и подрядчики	15202	52 650	91 010	76 150
	налоги и взносы	15203	12 749	33 049	9 448
	взносы в фонды	15204	2 732	-	1 052
	подотчетные лица	15205	-	-	1 350
	расчеты с разными дебиторами и кредиторами	15206	80 452	84 948	5 725
	расчеты по оплате труда	15207	-	-	-
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	330 657	281 559	156 556
	БАЛАНС	1700	996 770	544 714	485 156

Руководитель

(подпись)

Гребенюк Владислав
Сергеевич

(расшифровка подписи)

27 марта 2024 г.

**Отчет о финансовых результатах
за Январь - Декабрь 2023 г.**

		Форма по ОКУД	Коды		
		Дата (число, месяц, год)	31	12	2023
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Мир Упаковки"	по ОКПО	15247634		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	2538079234		
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 ОКОПФ / ОКФС	12300	16	
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКЕИ	384		

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2023 г.	За Январь - Декабрь 2022 г.
	Выручка	2110	2 793 810	2 604 548
	Себестоимость продаж	2120	(1 972 768)	(1 842 941)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	821 042	761 607
	Коммерческие расходы	2210	(682 281)	(600 967)
	Управленческие расходы	2220	-	-
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	138 761	160 640
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	263	-
	Проценты к уплате	2330	(16 939)	(19 837)
	Прочие доходы	2340	15 747	52 831
	Прочие расходы	2350	(39 254)	(55 383)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	98 578	138 251
	Налог на прибыль	2410	(23 512)	(29 537)
	в том числе:			
	текущий налог на прибыль	2411	-	-
	отложенный налог на прибыль	2412	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	75 066	108 714

Форма 0710002 с.2

Пояснения	Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2023 г.	За Январь - Декабрь 2022 г.
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода	2500	75 066	108 714
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель _____
(подпись)

**Гребенюк Владислав
Сергеевич**

(расшифровка подписи)

27 марта 2024 г.

**Индивидуальное задание по производственной практике
(по профилю специальности)**

Студентка Плюснина Ульяна Александровна,
обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
прошел(ла) производственную практику (по профилю специальности) в объеме 144 часов
с «19» марта 2024 г. по «15» апреля 2024 г.
в организации ООО «Мир упаковки», 690039, Приморский край, г. Владивосток, ул. Енисейская,
23Д

Виды и объем работ в период производственной практики (по профилю специальности)

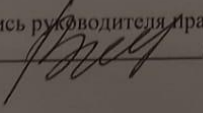
№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
ПМ 01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью 72 ч.		
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику Инструкция по технике безопасности	1
2	Общая характеристика предприятия: – год образования, цель образования; – месторасположение, география рынка; – сфера деятельности, основные виды деятельности; – организационно-правовая форма; перечень учредительных документов; – ресурсы организации; – определение вида, класса и типа предприятия розничной / оптовой торговли; – целевые потребители товаров/услуг; – сбор и регистрация статистической информации об объемах товарооборота, изменении цен и количества проданного товара в натуральном выражении за два года; – расчет статистических показателей изменения товарооборота; – изучение правил охраны труда в организации.	12
3	Участие в установлении контактов с деловыми партнерами	3
4	Участие в составлении, заключении договоров, контроле за их выполнением	3
5	Изучение претензий и санкций	3
6	Изучение деятельности по управлению торговыми запасами в организации	4
7	Приемка товаров по качеству и количеству	4
8	Работа со стандартами при приемке товаров по качеству и отпуске их при реализации	3
9	Исследование организации продаж	3
10	Характеристика форм обслуживания покупателей в организации	3
11	Выполнения технологических операций по хранению, подготовке	3
12	товаров к продаже, их выкладке и реализации	
13	Оказание основных и дополнительных услуг	3
13	Наблюдение за соблюдением обязательных требований нормативных документов, а также требований на добровольной основе ГОСТ, ГОСТ Р, ТУ	3
14	Ведение деловых коммуникаций с руководством, специалистами,	3

15	покупателями	
16	Характеристика логистических процессов в организации	3
17	Характеристика, используемых приемов и методов закупочной логистики	3
18	Характеристика используемых приемов и методов коммерческой логистики	3
19	Характеристика видов и способа расстановки применяемого оборудования	3
20	Изучение правил эксплуатации оборудования в соответствии с назначением	3
21	Эксплуатация торгово-технологического оборудования	3
	Изучение организации технического обслуживания торгового оборудования	3
ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности 72ч.		
21	Изучение форм бухгалтерской отчетности организации за два периода	2
22	Контроль и анализ результатов деятельности организации	
23	Оформление организационно- распорядительных и иных документов с использованием автоматизированных систем	2
24	Проверка правильности составления документации	3
25	Изучение систем хранения документации	3
26	Расчет и анализ основных экономических показателей деятельности в динамике	2
27	Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности;	2
28	Участие в работе по расчету заработной платы	2
29	Участие в составлении финансовых документов и отчетов	2
30	Определение спроса на отдельный товар/услугу	2
31	Идентификация вида спроса и типа маркетинга, цели и стратегии маркетинга	3
32	Участие в проведении маркетинговых исследований рынка	3
33	Определение критериев конкурентоспособности товара/услуги (по выбору)	3
34	Оценка конкурентоспособности товара/услуги (по выбору)	3
35	Изучение порядка ценообразования	3
36	Идентификация целей и методов установления цен	3
37	Расчет цены на отдельный товар/услугу	3
38	Ознакомление с системами скидок/надбавок	3
39	Изучение коммуникативной политики, используемых методов и инструментов	3
40	Выявление основных факторов маркетинговой коммуникации	3
41	Участие в разработке акций по стимулированию сбыта	2
42	Определение целей, стратегии сбытовой политики	2
43	Характеристика используемых каналов сбыта	2
44	Участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий	3
44	Оформление отчета практики	10
45	Защита отчета	6

Дата выдачи задания « 14» марта 2024 г.

Срок сдачи отчета по практике «15» апреля 2024 г.

Подпись руководителя практики

 / Виничук О.Ю., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Плюснина Ульяна Александровна,
обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
прошел(ла) производственную практику (по профилю специальности) в объеме 72 часов
с «19» марта 2024 г. по «01» апреля 2024 г.
в организации ООО «Мир упаковки», 690039, Приморский край, г. Владивосток, ул.
Енисейская, 23Д

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной
деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Организация и управление торговой деятельностью	ПК 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	Отлично
	ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	Отлично
	ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству	Отлично
	ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли	Отлично
	ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	Отлично
	ПК 1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг	Отлично
	ПК 1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения	Отлично
	ПК 1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы	Отлично
	ПК 1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	Отлично
	ПК 1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование	Отлично
Итоговая оценка по ПМ.01 Организация и управление торговой деятельностью			Отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

освоены на продвинутом уровне
(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне / освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 15.04.2024 2024 г.

Оценка за практику 4 5"

Руководитель практики от предприятия Без
подпись
М.П.

Безручко С. А
Ф.И.О.



АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ


Студент(ка) Плюснина Ульяна Александровна,
 обучающийся(ая) на 2_курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
 прошел(ла) производственную практику (по профилю специальности) в объеме 72 часов
 с «02» апреля 2024 г. по «15» апреля 2024 г.
 в организации ООО «Мир упаковки», 690039, Приморский край, г. Владивосток, ул.
 Енисейская, 23Д










В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной
 деятельности выполнял(а) следующие виды работ:






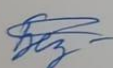

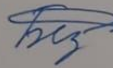

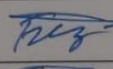

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	Отлично
	ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Отлично
	ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Отлично
	ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Отлично
	ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	Отлично
	ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Отлично

ДНЕВНИК прохождения производственной практики (по профилю специальности)

Студент Плюснина Ульяна Александровна
 Специальность/профессия 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»
 Группа С-КМ-22-1
 Место прохождения практики ООО «Мир Упаковки»
 Сроки прохождения с «19.03.2024» по «15.04.2024»

Инструктаж на рабочем месте «19» марта 2024 г.  Безручко Я.А.
подпись

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
С 19.03.2024 по 20.03.2024	Прохождение инструктажа по технике безопасности. Изучение общей характеристики предприятия	5	
21.03.2024	Изучение процедуры и участие в установлении контактов с партнерами, а также в составлении, заключении и контроле за выполнением договоров	5	
С 22.03.2024	Изучение претензий и санкций. Изучение деятельности по управлению торговыми запасами в ООО «Мир Упаковки»	5	
23.03.2024	Принятие участия в приемке товаров по качеству и количеству, а также работа со стандартами при приемке товаров и отпуске их при реализации	5	
25.03.2024	Исследование организации продаж и характеристик форм обслуживания покупателей в ООО «Мир Упаковки»	5	
С 26.03.2024 по 27.03.2024	Принятие участия в выполнении технологических операций по хранению, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации, а также в оказании основных и дополнительных услуг компании ООО «Мир Упаковки»	5	
28.03.2024	Наблюдение за соблюдением обязательных требований нормативных документов, а также требований ГОСТ 33837-2022, ГОСТ Р 50962-96, ГОСТ 33781-2016, ГОСТ 12302-2013, ГОСТ 10354-82	5	
29.03.2024	Ведение деловых коммуникаций с руководством и специалистами ООО «Мир Упаковки», а также с покупателями	5	
С 30.03.2024 по 01.04.2024	Изучение характеристики логистических процессов организации, а также характеристики, используемых приемов и методов закупочной логистики компании ООО «Мир Упаковки»	5	
02.04.2024	Изучение характеристики используемых приемов и методов коммерческой		

	логистики, характеристики видов и способа расстановки применяемого оборудования, а также изучение правил эксплуатации оборудования	5	
03.04.2024	Принятие участия в эксплуатации торгово-технического оборудования и изучение организации технического обслуживания торгового оборудования	5	
04.04.2024	Изучение форм бухгалтерской отчетности ООО «Мир Упаковки» за 2022-2023гг. Контроль и анализ результатов деятельности организации, а также оформление документов с использованием автоматизированных систем	5	
05.04.2024	Проверка правильности составления документации, изучение систем хранения документации, а также расчет и анализ основных экономических показателей деятельности в динамике	5	
06.04.2024	Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности, принятие участия в работе по расчету заработной платы, а также принятие участия в составлении финансовых документов и отчетов	5	
08.04.2024	Определение спроса на отдельный вид товара, идентификация вида спроса и типа маркетинга, а также принятие участия в проведении маркетинговых исследований рынка	5	
09.04.2024	Определение критериев конкурентоспособности товара и оценка. Изучение порядка ценообразования и идентификация целей и методов установления цен, а также расчет цены на товар	5	
10.04.2024	Ознакомление с системой скидок, изучение коммуникативной политики, а также выявление основных факторов маркетинговой коммуникации	5	
11.04.2024	Принятие участия в разработке акций по стимулированию сбыта, определение целей сбытовой политики. Изучение характеристики используемых каналов сбыта и принятие участия в разработке и реализации маркетинговых мероприятий	5	
С 12.04.2024 по 13.04.2024	Оформление отчёта практики	5	
15.04.2024	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель



ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики студента (ки)

Студент Плюснина Ульяна Александровна

(ФИО студента)

2 курса С-КМ-22-1

№ курса/группы

проходил практику с 19 марта 2024 г. по 15 апреля 2024 г.
на ООО «Мир Упаковки» в подразделении HoReCa.

За период прохождения практики студент посетил 24 дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

За время прохождения практики показал, что

Плюснина Ульяна Александровна

Фамилию Имя практиканта

умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способна/не способна налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя отлично.

HR-менеджер

Должность наставника/куратора



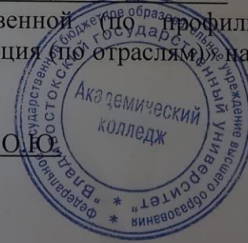
Безручко Я.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ВВГУ»)


НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Плюснина Ульяна Александровна
Подразделение Академический колледж Группы С-КМ-22-1
согласно приказу ректора № 2008-с от 12.03.2024 года
направляется в ООО "Мир упаковки", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» на срок 4 недели с 19.03.2024 года по
15.04.2024 года.

Руководитель практики Виничук О.Ю.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Мир упаковки"	19.03.2024	
ООО "Мир упаковки"	15.04.2024	