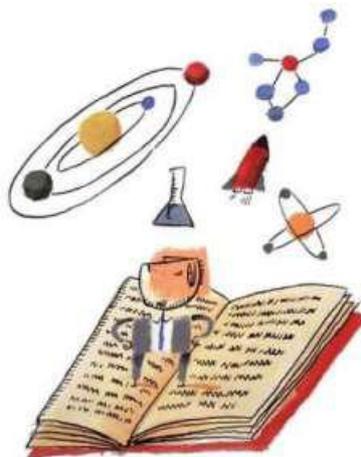


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Красноярский государственный аграрный университет"

**Матюшев В.В., Васильева Н.О.,
Чаплыгина И.А., Нечушкина Е.А.**



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Методические указания для студентов, обучающихся по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров»

Красноярск 2018

ББК

Рецензенты:

Сендерская Л.Ф. – директор ООО АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ ХОЛДИНГ «КАЗАЦКАЯ ВОЛЬНИЦА»

Леонтьев В.М. – канд. хим. наук, доц. кафедры товароведения и экспертизы товаров ФГАОУ ВО СФУ

Матюшев В.В.

Методические рекомендации к выполнению выпускной квалификационной работы: учебное пособие / В.В. Матюшев, Н.О. Васильева, И.А. Чаплыгина, Е.А. Нечушкина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2018. – 79 с.

Методические рекомендации предназначены для студентов всех форм обучения по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 «Торговое дело», профиль подготовки «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров». Пособие содержит рекомендации по организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов при выполнении и защите выпускной квалификационной работы.

© Матюшев В.В., Васильева Н.О.,
Чаплыгина И.А., Нечушкина Е.А., 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Организация выполнения выпускной квалификационной работы	5
1.1 Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы бакалавра	6
1.2 Обязанности студента	7
1.3 Процедура защиты выпускной квалификационной работы	7
2 Содержание, структура и объем выпускной квалификационной работы	10
2.1 Выбор и закрепление темы выпускной квалификационной работы	10
2.2 Содержание, структура и объем выпускной квалификационной работы	11
3 Требования к оформлению выпускной квалификационной работы	29
3.1 Оформление расчетно-пояснительной записки	29
3.2 Оформление графической части	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	40
Список рекомендуемой литературы	41
ПРИЛОЖЕНИЯ	47

Введение

Выполнение и защита бакалаврской работы является формой государственной итоговой аттестации выпускников. Государственная итоговая аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО. Написание и защита выпускной квалификационной работы (ВКР) является заключительным этапом подготовки студента-бакалавра по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль подготовки «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров».

Выпускная квалификационная работа позволяет определить степень готовности выпускника к самостоятельному решению сложных комплексных задач в дальнейшей его практической деятельности, оценить уровень овладения компетенциями, предусмотренными ФГОС ВО, а также знаниями, навыками и умениям, обозначенными ОПОП вуза с учетом профиля подготовки. Она показывает выработанное за время учебы профессиональное мышление, умение и навыки применения теоретических знаний для постановки и решения конкретных научных и практических задач, умение анализировать научную литературу, проводить экспериментальные исследования и творчески обсуждать результаты работы.

Целью ВКР является также закрепление и расширение полученных теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки.

К Государственной итоговой аттестации приказом по Университету допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план. Выполнение выпускной квалификационной работы осуществляется на кафедре «Товароведения и управление качеством продукции АПК» в установленные учебным планом сроки.

1 Организация выполнения выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (ВКР) обучающегося по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» представляет собой бакалаврскую работу.

Выпускная квалификационная работа выполняется в период, отведенный графиком учебно-воспитательного процесса и в пределах объёма времени, отведенного студенту учебным планом на самостоятельную работу. Информационной основой выпускной квалификационной работы являются данные, собранные выпускником при прохождении производственных практик. Часть вопросов расчетного или экспериментального характера рассматривается и разрабатывается студентами под руководством преподавателя во время прохождения преддипломной практики.

Процесс выполнения и подготовки к защите ВКР состоит:

- из общеустановленной консультации;
- внеаудиторной работы студента при написании и оформлении ВКР;
- консультаций с руководителем и консультантами по соответствующим разделам;
- инструктивной консультации перед защитой ВКР.

На общеустановленной консультации, проводимой на выпускающей кафедре, обучающиеся знакомятся с программой итоговой аттестации, требованиями по выполнению и защите ВКР, а именно со следующими вопросами:

- тема и руководитель работы;
- начало выполнения работы;
- график работы, даты предоставления материалов на кафедру и в ГЭК;
- организация рабочих мест в помещениях, отведенных для работ;
- режим и порядок работы;
- список документации, сдаваемой на кафедру.

На общеустановленной консультации освещаются основные этапы ВКР, особенности работы над различными темами,

даются рекомендации по основным вопросам текстовой части. Рассказывается, как осуществить подбор источников для аналитического обзора литературы, изготовить и оформить графические материалы. Указываются замечания председателя ГЭК и недостатки выпускных квалификационных работ прошлых лет.

На инструктивной консультации перед защитой ВКР, проводимой выпускающей кафедрой, студенту дополнительно разъясняются процедурные моменты защиты (время доклада, этика поведения при докладе, ответах на вопросы и др.), даются советы по подготовке к публичной защите.

1.1 Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы бакалавра

Руководителями выпускных квалификационных работ являются доктора и кандидаты наук. Руководители ВКР назначаются заведующим выпускающей кафедрой и утверждаются приказом ректора.

Руководитель несет ответственность за уровень и качество выполнения ВКР бакалавра. В обязанности руководителя входит:

- консультировать по вопросам выбора темы с учетом особенностей предприятия торговли, возможностей и объема информационного обеспечения практического раздела ВКР со стороны торгового предприятия;
- рекомендовать студентам тему ВКР (Приложение А) или согласовать тему, предложенную студентом в инициативном порядке;
- согласовать структуру ВКР совместно со студентом;
- оформить со студентом (Приложение Б) задание, сформировать календарный график выполнения ВКР;
- консультировать по содержанию разделов ВКР;
- рекомендовать специальную литературу, источники исходной экономико-статистической, нормативно-правовой документации и иной информации;
- осуществлять текущий контроль за выполнением графика ВКР, участвовать в предварительной защите ВКР;
- подготовить отзыв научного руководителя на ВКР (Прило-

- жение В);
- своевременно информировать заведующего кафедрой или дирекцию института о студентах, не выполняющих разделы ВКР в установленные сроки без уважительной причины.

1.2 Обязанности студента

Студент в ходе выполнения выпускной квалификационной работы обязан:

- в установленный срок получить задание на выполнение ВКР, согласовать тему, структуру и содержание;
- разработать личный календарный план выполнения ВКР в рамках графика, установленного на кафедре;
- посещать консультации в установленное время (при необходимости) по разделам ВКР;
- в контрольные сроки текущего контроля представлять выполненные разделы;
- обеспечить оформление выпускной квалификационной работы в соответствии с требованиями Университета;
- в установленные сроки полностью выполнить задание на разработку ВКР;
- сдать ВКР руководителю на проверку. Ответственность за оформление ВКР несёт студент;
- проверить текст ВКР в системе «Антиплагиат»;
- к установленному сроку предварительной и итоговой защиты ВКР подготовить доклад, презентационные материалы.

1.3 Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Подготовка к защите выпускной квалификационной работы.

I. Выпускная квалификационная работа, выполненная и оформленная в соответствии с требованиями и подписанная студентом, предъявляется руководителю работы. После просмотра и одобрения руководитель подписывает ее и дает письменный отзыв (Приложение В). Получение отрицательного отзыва не является препятствием к представлению выпускной квалификационной работы на защиту.

II. Завершенная выпускная квалификационная работа в электронном и бумажном носителях вместе с отзывом руководителя, **представляется заведующему кафедрой не позднее, чем за 10 дней до защиты.** Заведующий кафедрой на основании представленной ВКР и беседы со студентом принимает решение о его допуске к защите. При положительном решении заведующий кафедрой допускает ВКР к защите, подписывая работу на титульном листе и графической части и направляет ВКР студента на рецензию (Приложение Г).

Если работа выполнена по заявке, к ней прилагается заявка и акт о внедрении результатов (Приложение Д).

III. Студент, допущенный к защите, должен подготовить текст доклада, предварительно согласовав его с руководителем.

Содержание доклада должно включать:

- актуальность (1-3 предложения);
- цель работы (1 предложение);
- краткое изложение основных результатов ВКР;
- рекомендации, предложения, выводы.

Время выступления не должно превышать 5-7 минут.

К защите выпускной квалификационной работы студент выполняет *компьютерную презентацию и раздаточный материал (распечатанная презентация)*, количество экземпляров которого должно соответствовать количеству членов ГАК. Дополнительно 1 экземпляр раздаточного материала студент должен предусмотреть для себя.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации.

К защите выпускной квалификационной работы допускаются студенты, представившие работу с отзывом руководителя и рецензией в установленный срок.

Выпускная квалификационная работа защищается открыто на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК). Защита ВКР происходит по графику, заранее представленному на доске объявлений кафедры.

Перед началом заседания ГЭК ответственный секретарь устанавливает очередность защиты. Студент сдает ответственному секретарю ВКР, отзыв научного руководителя, рецензию и экземпляры иллюстративно-раздаточного материала.

Защита начинается с объявления ответственным секретарем ГЭК фамилии, имени и отчества бакалавра и темы его работы. Студенту предоставляется время для доклада. После доклада члены комиссии и другие присутствующие на заседании задают вопросы по содержанию работы.

Основными критериями качества аттестации выпускной квалификационной работы являются:

- полнота исследования в соответствии с заданием;
- глубина выполненного исследования;
- обоснованность предлагаемых рекомендаций;
- качество защиты: выступление, презентация и ответы на вопросы;
- наличие заявки и акта о внедрении, статей и (или) тезисов выступления на конференциях.

После заслушивания всех выпускников, члены ГЭК обсуждают результаты и выносят решение об оценках. ГЭК оценивает результаты защиты академическими оценками; «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценки, полученные студентами на защите выпускных квалификационных работ, заносятся в протокол заседания ГЭК. Председатель ГЭК оглашает результаты защиты в соответствии с протоколом заседания и высказывает мнение о защищенных работах.

В случае не согласия с результатами защиты студент может подать заявление в апелляционную комиссию.

Защищенные выпускные квалификационные работы сдаются на хранение в архив университета и размещаются на сайте.

2 Содержание, структура и объем выпускной квалификационной работы

2.1 Выбор и закрепление темы выпускной квалификационной работы

Тема выпускной квалификационной работы выбирается студентом самостоятельно в сроки, определённые графиком, из примерной тематики или в индивидуальном порядке. Тема согласовывается с руководителем, заполняется заявление, закрепляется приказом по университету. Тема ВКР и оценка вносятся в бланк приложения к диплому бакалавра.

Студенту предоставляется право предложить собственную тему, скорректировать примерный план ВКР с учетом специфики (производственного) торгового предприятия.

Тема ВКР должна соответствовать профессиональным и научным интересам студента. Это позволит выпускнику представить более глубоко с изложением собственной точки зрения теоретические и практические вопросы торговой деятельности выбранного предприятия торговли (производства).

Тема ВКР должна предусматривать вопросы, являющимися научно актуальными и представляющие практическую значимость.

С учетом будущей области профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, темы ВКР могут иметь преимущественную направленность:

– организация, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности. *Например, Информационное обеспечение коммерческой деятельности предприятия розничной торговли и его совершенствование (на материалах _____)* ;

– организация и совершенствование технологии торговых процессов предприятиях розничной и оптовой торговли. *Например: Организации розничной продажи товаров на основе принципов мерчандайзинга (на материалах _____)*;

– товароведение и экспертизы продовольственных товаров. *Например, Анализ ассортимента и товароведная оценка качества _____;*
(вид товара)

– тема может иметь комплексный характер, то есть предусматривает решение задач нескольких областей, в том числе маркетинга, логистики. *Например, Товароведная оценка качества и конкурентоспособности _____;*
(вид товара)

– тема может иметь научно-исследовательскую направленность, что позволяет студенту сформировать индивидуальную структуру работы. *Например, Влияние вида упаковки на сохраняемость обогащенных хлебобулочных изделий.*

Приказ об утверждении тем ВКР издается не позднее двух месяцев до дня защиты работ. После издания приказа и выдачи задания, темы ВКР изменению не подлежат.

2.2 Содержание, структура и объем выпускной квалификационной работы

Содержание работы определяется её целью, задачами. Структура курсовой работы включает следующие элементы:

Титульный лист (Приложение Е)

Задание на ВКР (1-2 стр., Приложение Б);

Реферат (1стр, Приложение Ж);

Содержание (1 стр.);

Введение (2 стр.);

Основной раздел (50-60 стр.):

1. Теоретический обзор литературы (25%);

2. Общая характеристика предприятия (35%)

3. Анализ торгово-технологического процесса и пути его совершенствования (анализ материально-технического снабжения и направления его развития или согласно темы ВКР) (35%)

– Подраздел 3.1 аналитический (исследовательский)

– Подраздел проектный (расчетный)

4. Безопасность жизнедеятельности (5 %)

Заключение (1стр.);

Библиографический список (не менее 35 источников)

Приложения (не ограничено).

Общий объем бакалаврской работы без учета приложений должен составлять не менее 60 страниц печатного текста.

Отзыв руководителя, рецензия, справка о внедрении (при ее наличии) не вшиваются в бакалаврскую работу, а прилагаются к ней.

Реферат ВКР - краткое точное изложение содержания документа, включающее основные фактические сведения и выводы. Текст должен быть предельно кратким и информативным.

Реферат ВКР должен содержать:

- количество страниц, иллюстраций, таблиц, использованных источников, приложений.
- перечень ключевых слов.

Перечень ключевых слов характеризует содержание работы и включает не более 15 слов или словосочетаний из текста ВКР. Ключевые слова приводят в именительном падеже и печатают прописными буквами.

Объем текста реферата – не более одной страницы.

Реферат включает следующие аспекты содержания ВКР:

- предмет, тему, цель работы;
- метод или методологию проведения работы;
- основные результаты работы;
- область применения результатов в производстве, научных исследованиях, учебном процессе.

Содержание работы включает наименование всех разделов, подразделов, пунктов с указанием номеров страниц, соответствующих началу материала. Названия структурных элементов в работе должно полностью соответствовать их наименованию по тексту работы.

Введение. Во введении необходимо отразить:

- актуальность темы ВКР;
- цель и задачи;
- объект исследования;
- предмет исследования;
- методы исследования (экономический анализ, прогнозирование, экспертный, лабораторный и т.д.);
- теоретические основы исследования (перечислить авторов основополагающих трудов по исследованию данной проблемы).

Во введении осуществляется постановка конкретной проблемы. В общем случае введение содержит оценку современного состояния исследуемой проблемы, из которой следует обоснование актуальности темы. Далее обозначаются – цель и задачи, объект и предмет исследования; указываются методы исследования, информационная база выполняемой работы, теоретическую и практическую значимость.

Введение и заключение рекомендуется корректировать после полного завершения **основного раздела**, так как могут появиться новые данные, нормативные акты и др.

Формулировка цели предполагает ответ на вопрос: «для чего пишется данная работа, каких результатов необходимо достигнуть?». Цель состоит в решении проблемы путем, например, совершенствования организации управления коммерческими процессами, применения нестандартных методик расчета показателей, оптимизации ассортимента или кадрового состава и т.д. Примеры формулировок цели «...разработка мероприятий по совершенствованию (рационализации, улучшению, повышению) ...» или «...разработка и экономическое обоснование путей повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия» или для *темы ВКР «Организация формирования ассортимента товаров в специализированном магазине «Молочные продукты» - Цель: «Разработка эффективной ассортиментной политики магазина и организация её реализации».*

Определение задач. Сформулированная цель разворачивается и конкретизируется в комплексе взаимосвязанных задач. Это делается в форме перечисления с использованием глаголов: «выявить, обозначить, изучить, проанализировать, разработать, обосновать, определить и др.».

Пример формулировки задач для достижения поставленной цели:

«...дать характеристику коммерческой деятельности торгового предприятия...»;

«...выявить недостатки организации торгово-технологического процесса торгового предприятия...»;

«...рассчитать потребность в холодильном оборудовании...»;

«...рассчитать показатели эффективности использования торговой площади предприятия...».

Объект исследования. По темам организационно-коммерческого направления объектами исследования являются:

- предприятия и их подразделения; отрасль народного хозяйства (оптовая торговля, розничная торговля, потребительская кооперация); сегменты экономики – рынок продовольственных товаров; рынок сельскохозяйственного сырья и полуфабрикатов;
- функции хозяйствующих субъектов, осуществляющих коммерческую деятельность, – управление (прогнозирование, планирование, организация) и функциональные области (снабжение, сбыт, транспортирование, хранение, розничная продажа, логистика, формирование ассортимента, обеспечение и контроль качества, экспертиза качества и др.);
- объективные процессы – реорганизация, конкуренция, создание, слияние и поглощение;
- механизмы и инструменты – механизмы изменения внутренней и внешней среды. Так, если управление коммерческой деятельностью рассматривается как механизм, то в качестве инструментов, то есть того с помощью чего реализуется этот механизм, могут выступать, соответственно, критерии и методики оценки ее эффективности.

В выпускной квалификационной работе, имеющей прикладное значение, объект – это хозяйствующий субъект, на базе которого проводится исследования, а также процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения. Например, «ООО «Перспектива» гипермаркет «О'кей».

Предмет исследования - это конкретная часть объекта или процесса или аспект проблемы, который собственно и исследуется в рамках объекта. Как правило, предмет определяет тему исследования.

Пример формулировки предмета исследования: «Предметом исследования работы является «... организация и совершенствования договорной работы...» или «...управление коммерческой деятельностью ...»; «...выявление фальсификации...», «...исследование ассортимента...».

Каждый раздел и подраздел ВКР имеют самостоятельное значение, но все они подчинены основному направлению исследования и взаимосвязаны между собой. Содержание каждого последующего раздела и подраздела является логическим продолжением предшествующего. Между ними должна четко прослеживаться взаимосвязь, и логика исследования.

Основной раздел

Раздел 1. Теоретический обзор литературы.

В данном разделе студент показывает умение самостоятельно работать с литературой и проводить ее анализ с целью раскрытия поставленной темы. Материал разных авторов систематизируется, не допуская дословного переписывания. При анализе литературы следует рассмотреть различные точки зрения по изучаемому вопросу.

Студент должен обосновать свою точку зрения и выбрать предпочтительный подход.

Обзор литературы должен отличаться четкостью изложения, логической последовательностью материала, раскрывающего тему работы.

При написании текста первой главы необходимо делать ссылки на авторов. Анализируется учебная и периодическая литература за последние 5 лет в обязательном порядке. Законодательные и нормативные акты, ГОСТы, Технические регламенты, Инструкции должны быть актуальны.

Обозначенная в первой главе методика определения эффективности процесса затем используется для оценки данного процесса в третьей главе коммерческо-организационной направленности.

Содержание раздела по темам коммерческого или организационно-технологического плана включают три подраздела.

В первом подразделе дается характеристика сущности коммерческой деятельности, рассматриваемой социально-экономической системы, или организации деятельности предприятия, значимости торгового-технологического оборудования в организации торговой деятельности и т.п.

Во втором подразделе рассматривается содержание предмета исследования (сбыт, управление торговой организа-

цией, методы продажи или хранения товаров, розничная и оптовая торговля, торгово-технологическое оборудование и т.п.), его развитие в современных условиях. Здесь же рассматриваются меры государственного воздействия на предмет исследования, обязательные или общепринятые нормативы и подходы, российский и зарубежный опыт, инновации к формированию предмета. Необходимо показать влияние предмета исследования (ассортимента, системы подбора и стимулирования сотрудников и т.п.) на результат коммерческой деятельности.

В третьем подразделе приводятся методики расчета, оценки показателей социально-экономической эффективности предмета исследования.

Теоретическая часть товароведной темы может включать следующие подразделы.

Состояние Российского рынка. В этом подразделе необходимо привести данные состояния рынка изучаемого товара в рассматриваемый период. При этом нужно рассмотреть следующие вопросы:

- современные тенденции в развитии ассортимента и качества конкретной группы продовольственных товаров;
- характеристику отечественных производителей и зарубежных импортеров;
- состояние мирового и отечественного потребительского рынка конкретной группы товаров, основные тенденции его развития;
- нормы потребления и обеспеченность населения группой товаров в России (в т. ч. в Красноярском крае) и за рубежом.

Классификация и новые направления в ассортименте.

Рассматривается товароведная классификация товара, новый ассортимент и сортамент продукции, реализуемой на рынке. При изложении данного вопроса необходимо использовать нормативные документы (Технические регламенты Таможенного Союза, Технические регламенты РФ, Государственные стандарты, Технические условия, и т.п.). В случае существования нескольких классификаций по одному и тому же или отличающимся признакам в различных источниках, следует привести их в сопоставлении, изложив свою точку зрения.

Пищевая ценность и химический состав продукта.

Данный подраздел имеет смысл вводить в литературный обзор в качестве самостоятельного подраздела, если объектом изучения является продовольственный товар (продукт), имеющий инновационный состав, определяющий результаты исследования.

Факторы, формирующие качество пищевого продукта.

При характеристике факторов необходимо делать акцент на влияние особенностей состава и свойств сырья и процессов производства на качество и сохраняемость готового продукта. Указать, при каких отклонениях в качестве или свойствах сырья могут возникать те или иные дефекты. Не допускается простое перечисление сырья в соответствии с соответствующим ГОСТ или ТУ.

Факторы, сохраняющие качество товара. В подразделе рассматривается влияние вида упаковочных материалов, способов упаковывания товара; условий и сроков хранения и транспортирования на изменения качества товара.

Требования, предъявляемые к качеству товара. Следует дать характеристику органолептических и физико-химических показателей качества, как регламентируемые нормативными документами, так и дополнительные, которые имеются в литературе и позволяют оценить свойства, состав, качественные, дегустационные или иные характеристики продукта, его технологические особенности. Также могут быть приведены показатели безопасности товара, способы и методы выявления фальсификации товара, виды и причины возникновения дефектов и т.д. Заголовок в этом случае следует изменить.

Теоретические аспекты идентификация и фальсификации. Кратко следует упомянуть цели, задачи, объекты, субъекты, виды и средства идентификации, и ее место в оценке соответствия товаров.

Перечень показателей идентификации, изучаемой группы товаров, способов фальсификации и методов ее обнаружения в подразделе рассматривается только теоретически. Допускается указание всех возможных вариантов, в том числе, не входящих в группу показателей и/или методов, применяемых в экспериментальной части работы, с указанием их преимуществ и недостатков.

Конкурентоспособность товара. В данном разделе необходимо раскрыть особенности оценки конкурентоспособности продовольственных товаров. Можно привести примеры оценки конкурентоспособности изучаемой группы товаров, полученные на основе различных методик. Методику целесообразно

Раздел 2 Общая характеристика предприятия

Результатом этой части организационно-коммерческих ВКР является выявление проблемных участков, недостатков в выполнении функций, не соблюдении обязательных требований, для того, чтобы затем сделать рекомендации по их устранению, снижению влияния на результат коммерческой деятельности или выявить неиспользованные возможности развития предприятия.

Обязательные подразделы для каждой выпускной квалификационной работы:

2.1 Организационно-правовая характеристика предприятия торгового предприятия.

В организационной части подразделе приводится организационно-правовая форма (ООО, ПАО, ИП), дата регистрации; величина и источники образования уставного капитала; вид экономической деятельности; режим работы; место нахождения (юридический адрес); организационная структура предприятия; схема управления предприятием.

В анализе следует:

- определить место коммерческой службы и/или специалистов, том числе товароведов, в структуре управления предприятием, установление соподчиненности и функций;
- распределение функций между отдельными подразделениями и сотрудниками.

Указать и кратко охарактеризовать вид и тип торгового предприятия, тип торгового объекта, опираясь на информацию не только из учебников, но и ГОСТ. Если договорная работа не является предметом работы, то в этом подразделе целесообразно охарактеризовать количество, условия и предмет договоров предприятия, в том числе на поставку товаров, с указанием организаций (предприятий), оказывающих услуги (приложение К).

2.2 Конкурентоспособность торгового предприятия.

Оценка конкурентоспособности экспертным методом позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия по коммерческим и организационным условиям по отношению к основным и потенциальным конкурентам в данном рыночном пространстве (территории, товарном рынке). Если в качестве объекта исследования выбран склад, оптовая база, коммерческий отдел производственного предприятия также может быть проведен анализ конкурентоспособности, но с учетом интересов покупателей (не физических лиц, а предпринимательских структур) и выбором иной номенклатуры показателей.

2.3 Анализ основных экономических показателей и материально – технического обеспечения коммерческой деятельности организации

Составляется основная таблица «Основные показатели деятельности предприятия торговли в 20__ - 20__ гг.» (таблица Л.1 приложения Л). По данным этой таблицы делается анализ и соответствующие выводы, дается оценка деятельности предприятия торговли в текущем (отчетном) году.

Для формирования перечня показателей и их значений используют:

- Бухгалтерский баланс (Форма № 1);
- Отчет о финансовых результатах (Форма № 2);
- Книга учета доходов и расходов или иные данные, предоставленные владельцем бизнес-процесса.

Для полной характеристики коммерческой деятельности предприятия по таблица Л.1 приложения Л следует указать показатели, изменившие результаты за год, выявить факторы, вызвавшие положительные (отрицательные) изменения, попытаться определить причину.

Подраздел включает анализ социально- экономических показателей, относящихся непосредственно к исследуемому предмету. Количество аналитических показателей зависит от организационно-правовой формы, системы налогообложения предприятия, и рекомендуется согласовать с научным руководителем ВКР. В зависимости от выбранной темы исследования помимо таблицы Ж.1, могут быть построены иные таблицы (Приложение Ж.2 - Ж.5), а рекомендованные дополнены (сокращены).

Обязательной составной частью является характеристика материально-технической базы предприятия в денежных единицах и/или в натуральных, включающая следующие элементы:

- характеристика предприятия торговли, по признакам: место расположения (отдельно стоящее, совмещенного типа, встроенные, встроенно-пристроенное), капитальности, материалу стен и конструктивных элементов, этажности иным конструктивным особенностям;
- план здания (магазина) и торгового зала (склада), выполненный в графических программах (редакторах) ПЭВМ;
- площадь торгового предприятия, в том числе в разрезе ее назначений и соблюдении рекомендуемых соотношений (общая/торговая) в зависимости от особенностей предприятия. Выявить недостатки с позиций организации торгового процесса, нарушений условий труда работников;
- перечень основных видов оборудования, расчетные значения установочной, экспозиционной площади, емкости оборудования;
- источников поступления товаров (если вопрос не является предметом ВКР). Дается краткая характеристика поставщиков по географическому признаку, доле в общем объеме поставок, охарактеризовать посредника, условия и сроки поставки, организацию договорной работы. Результаты оформить в виде таблиц или диаграммы.

Раздел 3 организационно-коммерческих ВКР является индивидуальным в зависимости от предмета и объекта исследования и предполагает их глубокий анализ. Содержание и название определяются студентом и руководителем, но, как правило, отражает тему и цель работы

Например,

Оценка и развитие элементов комплекса маркетинга в торговой деятельности магазина «Продукты»;

Анализ технологической оснащенности и эффективности эксплуатации оборудования и направления их совершенствования;

Практика и перспективные направления стимулирования продаж продовольственных товаров в ИП ...;

Анализ и пути совершенствования качества торгового обслуживания в ИП ...;

Анализ организации и условий хранения продовольственных товаров в магазине «Мясо» и направления их совершенствования;

Анализ и оптимизация ассортимента молочных продуктов, реализуемых ИП....

Подраздел 3.1 аналитический (исследовательский) раздел ВКР (по усмотрению руководителя и студента может включать и подраздел 3.2), например,

3.1 Анализ методов продажи, применяемых в торговом предприятии

или

3.1 Товароведная характеристика ассортимента

3.2 Расчет показателей ассортимента

или

3.1 Анализ эффективности складского технологического процесса и использования оборудования

предполагает расчет показателей эффективности, индивидуальных для каждого объекта и рассмотренных в подразделе 1.3.

Подраздел раздел должен заканчиваться краткими выводами по результатам проведенного анализа, содержащими оценку деятельности предприятия по конкретному предмету исследования выпускной квалификационной работы, обозначить положительные и отрицательные работы предприятия в этом направлении. Следует выявить тенденции в изменении изучаемых показателей, определить степень использования имеющихся ресурсов в достижении эффективности деятельности коммерческой деятельности предприятия, выявить неиспользованные резервы.

Результат анализа позволяет наметить мероприятия по их устранению. Качественный анализ является предпосылкой для разработки рекомендаций на будущий период в подразделе 3.2 проектом.

В этой части ВКР для наглядности представления установленных взаимосвязей следует применять наглядные средства подачи материала - графики, схемы, диаграммы.

Подраздел 3.1 аналитический (исследовательский) раздел ВКР по товароведному направлению может иметь общее название «Материалы и методы исследования» и включать подразделы:

3.1 Характеристика объектов исследования

В подразделе автор работы должен представить объекты исследования с учетом тех характеристик, которые позволяют:

- дать полное представление об его ассортиментной принадлежности (наименование, вид, сорт и т.п.);
- отличить образцы друг от друга при совпадении некоторых характеристик.

Представление образцов обычно предваряется вступительной фразой:

В качестве исследуемых образцов были выбраны следующие виды...

Далее по абзацам приводится перечень образцов с их отличительными особенностями. При характеристике образца следует отмечать:

- вид, наименование, сорт или иную градацию качества (при наличии);
- наименование производителя (при необходимости указывается населенный пункт и/или страна, в которых он находится);
- характеристику упаковки продукта;
- объем или массу нетто продукта;
- дату выпуска или приобретения (указывают в случае отсутствия других различий между образцами либо в случае, когда это может иметь значение при анализе результатов исследования)

Например:

Образец №1. Хлеб из пшеничной муки первого сорта «Деревенский», произведенный ИП Левченко М. А., упакован в полимерную пленку, массой нетто 800 г, нарезка.

При повторе информации какого-либо из вышеперечисленных пунктов сразу у нескольких образцов следует сгруппировать образцы по наиболее важным характеристикам, используя объединяющие фразы, например:

В качестве объектов исследования было взято пять образцов светлого пива...

Из десяти образцов, взятых для исследования, четыре произведены ООО «...»:...

Все исследуемые образцы, за исключением «...», упакованы в виде брусков массой нетто 200 г в кашированную фольгу.

В качестве дополнительной формы для характеристики объектов исследования возможно использовать таблицу.

Таблица – Краткая характеристика исследуемых образцов

Вид	Наименование	Производитель	Объем, см ³ , масса нетто, г	Вид упаковки	Дата выпуска или реализации	Условное обозначение
...				

В этом же разделе или приложении необходимо привести фотографии исследуемых образцов, на которых можно видеть лицевую сторону этикетки.

3.2 Методы оценки качества, ассортимента, идентификации, фальсификации и конкурентоспособности

В данном подразделе следует перечислить показатели, по которым будет оцениваться изучаемый продукт, и дать краткую характеристику (сущность) методов, выбранных для их определения.

3.2.1 Порядок анализа состояния упаковки и содержания маркировки

3.2.2 Физико-химические методы исследования.

3.2.3 Микробиологические методы исследования

3.2.4 Правила идентификации и методы обнаружения фальсификации. Привести правила идентификации (используя Технические регламенты Таможенного союза, РФ, учебную литературу) и методы обнаружения фальсификации (по методической литературе), характерные для изучаемой группы товаров.

3.2.5 Методы оценки конкурентоспособности товаров. Основными методами оценки конкурентоспособности являются дифференцированный метод определения относительных показателей конкурентоспособности и комплексный метод определения конкурентоспособности.

Дифференцированный метод заключается в прямом сравнении нескольких единичных показателей конкурентоспособно-

сти товара или услуги с аналогичными показателями товаров и услуг конкурентов.

При дифференцированном методе оценки конкурентоспособности единичный показатель конкурентоспособности товара (услуги) рассчитывают по формуле:

$$q = \frac{P_i}{P_0} 100, \quad (1)$$

где q – относительный единичный показатель конкурентоспособности;

P_i – значение i -го единичного показателя конкурентоспособности оцениваемого товара или услуги;

P_0 – значение i -го единичного показателя конкурентоспособности базового товара или услуги.

Относительный единичный показатель конкурентоспособности q может принять и следующий вид:

$$q = \frac{P_i}{P_0}, \quad (2)$$

Комплексный метод основан на сравнении товаров и услуг со сложной номенклатурой показателей конкурентоспособности. При этом учитывается степень влияния на конкурентоспособность каждого показателя.

Расчет комплексного показателя конкурентоспособности по потребительским свойствам определяется по формуле:

$$I_n = \sum_{i=1}^n q_i \cdot m_i, \quad (3)$$

где I_n – комплексный показатель конкурентоспособности по потребительским свойствам;

q – i -й единичный показатель конкурентоспособности по потребительским свойствам, рассчитывается по формуле (1, 2)

m_i – весомость i -го показателя потребительского свойства.

Расчет комплексного экономического показателя конкурентоспособности по формуле:

$$I_{\text{э}} = \frac{\Pi_i}{\Pi_0}, \quad (4)$$

где $I_{\text{э}}$ - комплексный экономический показатель конкурентоспособности;

C_i – цена оцениваемого товара, руб.;

C_0 – цена товара-образца, руб.

Интегральный показатель конкурентоспособности рассчитывают по формуле:

$$K = I_{\text{нп}} \frac{I_{\text{п}}}{I_{\text{э}}}, \quad (5)$$

где K - интегральный показатель конкурентоспособности;

$I_{\text{нп}}$ – комплексный нормативный показатель конкурентоспособности;

$I_{\text{п}}$ - комплексный показатель конкурентоспособности по потребительским свойствам;

$I_{\text{э}}$ - комплексный экономический показатель конкурентоспособности.

Данный показатель конкурентоспособности отражает уровень конкурентоспособности оцениваемого товара в потребительском эффекте, приходящемся на единицу цены потребления товара. Если K ниже 1, то оцениваемый товар имеет более низкий уровень конкурентоспособности и уступает образцу сравнения.

Подраздел 3.2 проектный (расчетный) раздел для ВКР по организационно-коммерческим темам включает предложения студента по решению выбранной проблемы и экономическое обоснование предложенных мероприятий.

Предложить 2-3 и более мероприятий, которые принесут реальный экономический эффект в будущем году, а также те, которые будут способствовать упрочению конкурентоспособности предприятия за счет решения социальной задачи, нацеленной на перспективу.

Рекомендаций должны быть аргументированы со ссылкой на опыт других предприятий, ученых, исследователей.

Обосновать, почему, не проводя экономические расчеты, из возможных вариантов решения проблемы выбран этот комплекс мероприятий (оборудование, метод продажи, реклама, вариант перестановки торгового оборудования, изменение режима работы и т.п.), в конечном итоге способствующие совер-

шенствованию коммерческой деятельности. Каждое предложение должно быть конкретным, реальным, с развернутым описанием и характеристикой его технико-технологических, социальных и стоимостных параметров (цена торговой витрины конкретной модели).

Может быть указано два варианта для решения одной проблемы, и во втором подразделе проведено сравнение затрат на их реализацию, оценка их эффективности, или оценена степень риска и сделан окончательный выбор.

Может быть предусмотрено решение какой-то задачи в рамках корпоративной социальной ответственности для сотрудников или потребителей. Явный экономический эффект в ближайшем периоде не предусмотрен, но мероприятие, например, способствовать закреплению сотрудников на предприятии, формировать лояльное отношение Администрации района, жителей территории обслуживания и т.п.

Целесообразно привести сводную таблицу основных показателей коммерческой деятельности торгового предприятия, отражающую результирующие показатели (Приложение М).

В выпускных квалификационных работах по преимущественно товароведному направлению рекомендуются следующие названия разделов и подразделов. С учетом конкретной темы количество подразделов может быть иным:

Раздел 3 Результаты исследования и рекомендации для товароведных тем

3.1 Анализ состояния упаковки и маркировки _____
(наименование продукта)

3.2 Органолептическая оценка качества _____
(наименование продукта)

3.3 Результаты оценки качества аналитическими методами

3.4 Оценка конкурентоспособности (наименование продукта) комплексным методом с учетом коэффициентов весомости

3.5. Анализ показателей ассортимента _____
(наименование продукта)

3.6 Рекомендации по совершенствованию ассортимента и устранению несоответствий по качеству.

Рекомендации по оптимизации ассортимента могут содержать предложения по снижению доли одной товарной

позиции и увеличению другой из присутствующих в ассортименте; замены одного вида (разновидности товара) на другой по цене, производителю, объему, характеру упаковки с указанием их конкретных параметров. Указать необходимость более частого обновления ассортимента, введения новой товарной группы и др.

Рекомендации по устранению несоответствий по качеству зависят от показателя, по которому оно обнаружено. Предприятию-изготовителю следует:

- внести в маркировку недостающие реквизиты и/или указать наименование точно в соответствии с требованиями ТР;
- информировать предприятие о несоответствии с указанием партии товар и даты его изготовления;
- сделать заявку в орган по сертификации и подтверждению соответствия о проведении дополнительной оценки;
- указать, какие негативные последствия для потребителя может вызвать несоответствие и рекомендовать не закупать этот вид продукта или вернуть партию поставщику.

Рекомендуемые формы таблиц представлены в приложении Н.

Заключение представляет собой

- кратко сформулированные, обоснованные и аргументированные итоги выполненной курсовой работы;
- оценку полноты решений поставленных задач, полученных результатов;
- преимущества принятых решений и рекомендации по их использованию;
- обоснование теоретической и практической ценности полученных результатов;
- дается оценка возможности и целесообразности дальнейшей разработки данного вопроса.

Студент может сформулировать собственное мнение по исследованному вопросу.

Библиографический список размещается в конце основной части выпускной квалификационной работы под заголовком «Библиографический список» и должен содержать перечень использованных для написания данной работы учебников, учебных пособий, справочников, нормативной

документации, а также материалов печатных периодических изданий (газет, журналов и т.п.).

В список включаются только те источники, которые были использованы при написании работы.

Приложения.

Объем приложения не ограничен. В Приложение выносятся бухгалтерский баланс предприятия (Форма 1), отчет о финансовых результатах (Форма 2), копии договоров, учредительных документов, планировка помещения торгового предприятия / торгового зала, склада, прайс-лист, фотографии товарных ценников, производственной маркировки и др.

3 Требования к оформлению выпускной квалификационной работы

3.1 Оформление расчетно-пояснительной записки

Общие требования. Студенту при выполнении ВКР необходимо соблюдать требования государственных стандартов к представлению текстового материала (ГОСТ 2.105-95 «Общие требования к текстовым документам»), иллюстраций, таблиц и формул (ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. Издание официальное. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации». – Минск, 17 с.), а также составлению списка использованных источников (ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления», ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления») и библиографических ссылок на источники информации (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»).

При наборе текста на компьютере:

- шрифт должен быть Times New Roman
- размер шрифта основного текста – 14 пт;
- размер шрифта сносок, таблиц, приложений – 12пт;
- файл должен быть подготовлен в текстовом редакторе, при этом должны быть установлены следующие параметры документа (Файл / Параметры / Поля):

документа (Файл / Параметры / Поля):

- верхнее поле – 2,0 см;
- нижнее поле – 2,0 см;
- левое поле - 3,0 см;
- Правое поле - 1,5 см;
- межстрочный интервал (Формат/Абзац) – полуторный;
- формат страницы (Файл / Параметры страницы / Размер бумаги) - А4.

Страницы текста нумеруются, начиная с титульного листа. На титульном листе номер страницы не проставляется. Нумерация страниц должна быть арабскими цифрами, сквозной по

всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию.

Текст отчета должен быть кратким, четким и не допускать различных толкований. Если в тексте принята особая система сокращений слов и наименований, то перечень таких сокращений приводится в конце текста.

Наименования и обозначения в тексте и на иллюстрациях должны совпадать. При первом упоминании в тексте наименования организации, документа или какого-либо предмета, имеющих сокращенную обозначения (аббревиатуру), это наименование приводится полностью, а в скобках – его аббревиатура.

Единица физической величины одного и того параметра должна быть одинаковой в пределах всего текста. Если оборот розничной торговли организации в начале текста оценивался в миллионах рублей (более 40 млн. руб.), то в другой части текста этот показатель должен оцениваться в тех же единицах.

При указании пределов изменения величины ставится многоточие (50 ... 70 млрд. руб.), Если изменение происходит в пределах от отрицательной величины до положительной величины, то применяются предлоги «от» и «до», например, температура воздуха изменится от минус 1 до плюс 5 °С.

Для изложения содержания и логической последовательности заданий отчета целесообразно употреблять конструкции неопределенно-личных отношений (например, Для исследования спроса вначале определяют необходимую численность выборки ...); форму изложения от третьего лица (например, Автор полагает ...); предложения со страдательным причастием (например, Получен доход ...). Подобные конструкции избавляют от необходимости вводить в текст работы личные местоимения («я», «мы») и выражения авторства.

Иллюстрации.

Иллюстрации (графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные. На все иллюстрации должны быть даны ссылки.

Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела (см. рисунок). В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 2.1.

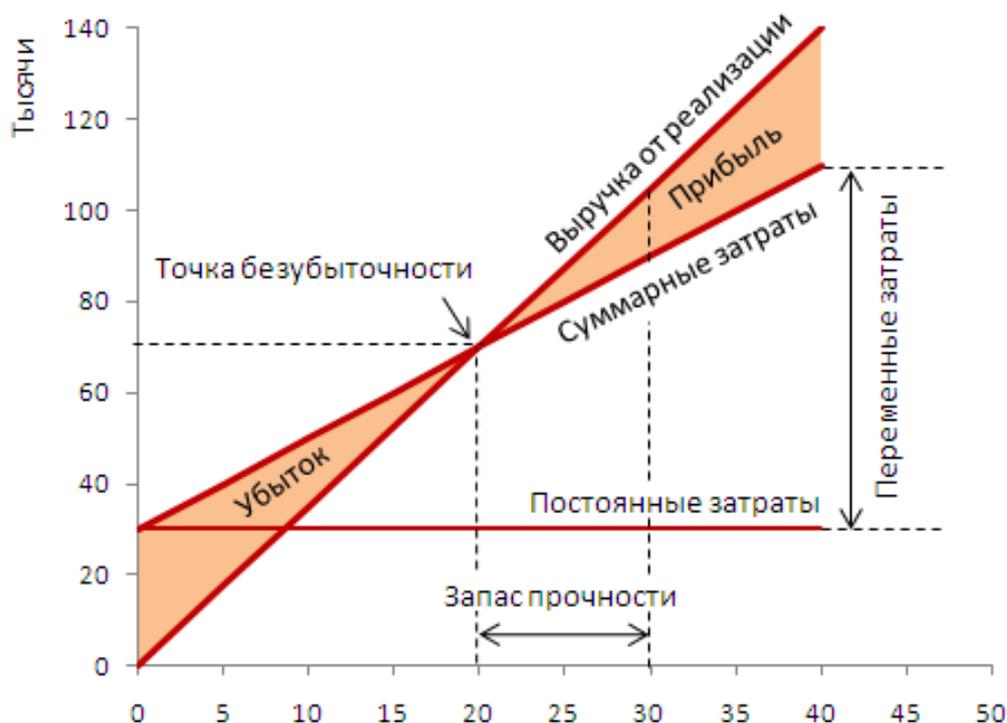


Рисунок 2.1 – График точки безубыточности

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например, Рисунок А.3. При ссылке на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела.

Таблицы.

Составление таблиц необходимо для оформления цифрового или текстового материала с целью сопоставления, анализа данных и вывода определенных закономерностей или особенностей развития объекта исследования.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким.

Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в отчете. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головка, во втором случае — боковик.

Пример оформления таблицы.

Таблица 4.1 – Соотношение целей магазина, ролей категорий и товаров в структуре ассортимента

Цель магазина	Категории, для которых цели являются первоочередными	Товары внутри категории, достигающие этих целей
А	1	2
1. Привлечь покупателей, обеспечить поток покупателей	Приоритетные Базовые Реже – периодические	Популярные, известные, актуальные, рекламируемые новинки
2. Обеспечить порог рентабельности	Базовые Удобные Реже – приоритетные	Средней и низкой ценовой категории, массовые, актуальные в сезон
3. Принести прибыль	Приоритетные Не всегда – уникальные Реже – периодические	Дорогие, статусные, новинки, особенные

А	1	2
4. Удержать покупателей	Периодические Не всегда – уникальные Не всегда – базовые	Особенные, сезонные, недорогие
5. Увеличить объем покупки и среднего чека	Удобные Базовые	Комплексные или объемные
6. Воздействовать на импульс, пробудить желание совершить покупку	Приоритетные Уникальные Реже – удобные	Новинки, выкладка
7. Поддержать имидж магазина	Приоритетные Уникальные	Дорогие и статусные, работа персонала

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее — кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и химических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц.

При переносе части таблицы название таблицы помещают только над первой частью. Над другими частями пишут слова «Продолжение табл. ...» или «Окончание табл. ...» с указанием номера таблицы. В перенесенной части таблицы ее головка заменяется строкой нумерации боковика и граф.

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение будет на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Если в документе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица 1» или «Таблица В. 1», если она приведена в приложении В.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф — со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Формулы и уравнения

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не уместится в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «X».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Пример

$$\text{Кэф} = \text{Сторг}/\text{Собщ}, \quad (1)$$

где Кэф – коэффициент эффективности использования торговой площади магазина;

Сторг – торговая площадь магазина, м²;

Собщ – общая площадь магазина, м².

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Пример —... в формуле (1).

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, например (3.1).

Порядок изложения в отчете математических уравнений такой же, как и формул.

В отчете допускается выполнение формул и уравнений рукописным способом черными чернилами.

В тексте отчета представляют расчеты показателей. Порядок изложения расчетов определяется характером рассчитываемых величин. Расчеты в общем случае должны содержать:

- а) описание предмета расчета;
- б) формулировку задачи (словесную или математическую) с указанием того, что требуется определить в результате расчета;
- в) исходные данные для расчета;
- д) расчет;
- г) выводы по результатам расчетов.

Ссылки

При ссылке на работы из библиографического списка порядковые номера записываются арабскими цифрами в прямоугольных скобках. Например: «Результаты исследований опубликованы в статье [23]. При необходимости могут быть точно указаны страницы источника, например: [10, с.17]. Не рекомендуется строить предложения, в которых в качестве слов применяется порядковый номер ссылки, например: «В [7] показано ...».

Цитирование автора делается только по его произведению. Когда источник недоступен, разрешается воспользоваться цитатой автора, опубликованной в каком-либо издании, предваряя библиографическую ссылку на источник словами «Цитируется по».

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в первоисточнике. Цитата может начинаться с прописной буквы, если цитируемый текст идет после точки, или со строчной буквы, если цитата вводится в середину авторского предложения не полностью

(опущены первые слова), при этом после открывающих кавычек ставят отточие.

Использование работ других авторов осуществляется с обязательным указанием всех выходных данных задействованных работ (фамилия и инициалы автора, название работы, год и место издания, страница, с которой заимствован текст).

Приложения

Приложение оформляют как продолжение отчета на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа.

В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», его обозначения и степени. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц. При необходимости такое приложение может иметь «Содержание».

Библиографический список

Сведения об источниках оформляют в соответствии с ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления и ГОСТ 7.82-2001 Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления.

Список помещается после выводов и предложений и содержит библиографическое описание использованных источников, на которые делались ссылки по тексту.

После упоминания источника, автора (или цитаты из него) в квадратных скобках проставляют номер, под которым он значится в библиографическом списке, при необходимости указать страницу: *например, текст...* [7, т. 1, с. 20].

Библиографическое описание источника приводится в соответствии с требованиями библиографических стандартов (ГОСТ 7.1–2003 и ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Библиографический список рекомендуется формировать в алфавитном порядке. Источники на иностранном языке располагают после русскоязычных источников. В начало списка помещают официальные документы, нормативные и технические документы, которые располагаются по юридической силе. Расположение равных по юридической силе документов внутри списка – по дате принятия, в обратной хронологии:

1. Международные нормативные акты.
2. Конституция.
3. Федеральные конституционные законы.
4. Постановления Конституционного суда.
5. Кодексы.
6. Федеральные законы.
7. Законы.
8. Указы Президента.
9. Акты Правительства:
 - а) постановления;
 - б) распоряжения.
10. Акты Верховного и Высшего арбитражного судов.
11. Нормативные акты министерств и ведомств:
 - а) постановления;
 - б) приказы;
 - в) распоряжения;
 - г) письма.
12. Региональные нормативные акты.
13. ГОСТы.
14. СНиПы, СП, ЕНИРы, ТУ, инструкции и др.

Вслед за указанными документами в алфавитном порядке располагается вся остальная литература: книги, статьи, электронные издания и др.

Книги одного автора

Каплина, С.А. Организация и технология розничной торговли: учеб. пособие для вузов / С.А. Каплина. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012. – 333 с.

Книги двух, трех авторов

Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, К.Н. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2011. – 697 с.

Книги четырех и более авторов

Практика зарубежного регионоведения и мировой политики: учебник / А.А. Байков [и др.]; под ред. А.Д. Воскресенского. – М.: Магистр, 2014. – 558 с.

Статья из журнала

Комкова, Е.Г. Дипломатическая культура во взаимоотношениях США – Канада / Е.Г. Комкова // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2014. – № 7. – С. 98–106.

Стандарты

ГОСТ 27429-87. Изделия парфюмерно-косметические жидкие. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. – Введ. 28.09.1987. – М.: Изд-во стандартов, 1987. – 7 с.

Электронные ресурсы

Бьюти-новости: новинки косметики и парфюмерии. – URL: <http://1beautynews.ru/category/novinki-kosmetiki/sredstva-dlya-voles>.

3.2 Оформление графической части

Графическая часть выпускной квалификационной работы выполняется на стандартных листах бумаги формата А1. Компонентный лист может выполняться в масштабе 1:25, 1:50, 1:100, 1:200 в зависимости от площади торгового предприятия. На нем показывают взаимное расположение помещений магазина, они должны быть по порядку пронумерованы римскими цифрами. На плане предприятия в принятом масштабе показы-

вают все основное и вспомогательное оборудование в соответствии с видом сверху.

Компоновочный лист выполняется в соответствии с общими требованиями предъявляемыми к строительным чертежам. На листе указывают основные строительные размеры, показывают окна, двери и т.д. На плане должны быть указаны габариты здания, расстояние между осями колон, размеры окон, дверей. Габаритные размеры оборудования в плане не показывают, а указывают установочные размеры в спецификации. При размещении графического материала на стандартных листах необходимо руководствоваться тем, что каждый лист должен быть заполнен не меньше чем на две трети. Все чертежи должны быть выполнены в соответствии с основами промышленного строительства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При написании учебного пособия авторы ставили перед собой задачу создать руководство, включающее комплексную методику по выполнению, оформлению и защите выпускной квалификационной работы для студентов по направлению подготовки "Торговое дело" профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров».

Методические рекомендации отражают общие требования к выпускной квалификационной работе студента, требования к ее содержанию, объему и структуре, критериям оценивания.

Рекомендациями определяется также порядок и особенности работы над ВКР с учетом уровня квалификационных требований, предъявляемых федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования к подготовке бакалавров, и требования к документам (отзыв руководителя, рецензия), представляемым к защите бакалаврской работы.

Методические рекомендации адресованы студентам, их руководителям, консультантам, рецензентам ВКР.

Авторы выражают уверенность, что воспользовавшись настоящим пособием, студент своевременно и на хорошем уровне выполнит выпускную квалификационную работу и сможет использовать полученные практические навыки в дальнейшей производственной деятельности.

Список рекомендуемой литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 6.04.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 6.04.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.
3. сооружений" - КонсультантПлюс www.consultant.ru
4. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. – Введ. 01.04.2013. – М.: Стандартинформ, 2013. – 35 с.
5. ГОСТ Р 51305-99 Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу. – Введ. 1.01.2000. – М.: Стандартинформ, 1999. – 8 с.
6. ГОСТ Р 51304-99 Услуги розничной торговли. Общие требования - Введен 01.01.2000. М.: Стандартинформ. – 11 с.
7. ГОСТ Р 51773-2001 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. – Введ. 01.01.2011. – М.: Стандартинформ. – 15 с.
8. ТСН 31-329-2004 Ивановской области. г. Иваново, 2004 http://www.infosait.ru/norma_doc/44/44991/index.htm.
9. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.06.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.
10. О защите прав потребителей: федер. закон от 7.02.1992 № 2300-1 (от ред. 5.05.2014) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.
11. О защите конкуренции: федер. закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (от 4.06.2014) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
12. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (в ред. от 1.07.2014 № 401-ФЗ) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

13. О рекламе: федер. закон РФ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (в ред. от 3.02.2015). // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
14. Об обществах с ограниченной ответственностью URL: федер. закон РФ от 8.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 6.04.2015). // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
15. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации URL: федеральный закон РФ от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ (в ред. от 9.01.2015 № 318-ФЗ). // Справочная правовая система «Гарант». – URL: <http://www.base.garant.ru/12171992>.
16. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации: постановление Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 г. № 55 в ред. от 6.01.2014. // Справочная правовая система «Гарант». – URL: <http://base.garant.ru>.
17. "Справочное пособие к СНиП. Проектирование предприятий розничной торговли" - КонсультантПлюс www.consultant.ru
18. "СП 118.13330.2012*. Свод правил. Общественные здания и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 31-06-2009" (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 N 635/10) (ред. от 07.08.2014) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
19. "СП 30.13330.2012. Свод правил. Внутренний водопровод и канализация зданий. Актуализированная редакция СНиП 2.04.01-85*" (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 N 626) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
20. "СНиП 31-04-2001. Складские здания" (приняты Постановлением Госстроя РФ от 19.03.2001 N 21) - КонсультантПлюс www.consultant.ru

21. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. 2.3.5. Предприятия торговли (в ред. Изменения N 1, утв. Постановлением Главного Государственного санитарного врача РФ от 03.05.2007 N 26) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
22. СП 113.13330.2012. Свод правил. Стоянки автомобилей. Актуализированная редакция СНиП 21-02-99*" (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 N 635/9) (ред. от 17.04.2015) - КонсультантПлюс www.consultant.ru
23. СНиП 2.08.02-89 Проектирование предприятий розничной торговли. – URL: www.ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/6/6005/
24. ТСН 31-315-99 (МГСН 4.13-97) Предприятия розничной торговли. - URL: www.palux.ru/LoadedFiles/MGSN_4.13-97.doc.
25. Алексунин, В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: учеб. пособие / В.А. Алексунин, В.В. Родигина. – Москва: Дашков и К, 2008. – 213 с.
26. Альбеков, А.У. Экономика коммерческого предприятия: учеб. пособие / А.У. Альбеков, С.А. Согомоян. – Ростов н/Д.: Феникс, 2002. – 447 с.
27. Богатырев, С.А. Технология хранения и транспортирования товаров: учебное пособие / С. А. Богатырев, И. Ю. Михайлова. - М. : Дашков и К°, 2011. - 142 с.
28. Бовин, А.А. Управление инновациями в организациях: учеб. пособие / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – М.: Омега-Л, 2008. – 415 с.
29. Боровкова, В.А. Управление рисками в торговле / В.А. Боровкова. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
30. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учеб. пособие по специальности «Менеджмент организации» / Т.С. Бронникова. – М.: КноРУС, 2013. – 207с.
31. Васильева Н. О. Коммерческая деятельность [Комплект] : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело", профиль "Товароведение и экспертиза продовольственных товаров / Н. О. Васильева, В. В. Матюшев, Е. А. Нечушкина ; Краснояр. гос. аграр. ун-т. - Электрон. текстовые дан. - Красноярск : КрасГАУ, 2015. - 93 с.

32. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 719 с.
33. Волков, О.И. Экономика предприятия: учеб. пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 279 с.
34. Голиков, Е.А. Маркетинг и логистика: учеб. пособие / Е.А. Голиков. – М.: Дашков и К°, 2000. – 412 с.
35. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2014. – 689 с.
36. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2012. – 668 с.
37. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - Москва: Дашков и К, 2015. – 456 с.
38. Дубровин И.А. Организация производства на предприятии торговли: учебное пособие / И.А. Дубровин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2015. - 304 с.
39. Егоров В.Ф. Организация, технология и проектирование предприятий торговли : учеб. для высш. учебных заведений / В.Ф. Егоров – СПб. : Первый класс, 2012. – 415 с. – ISBN 978-5-903984-34-8.
40. Казакова, Н.А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / Н.А. Казакова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 207 с.
41. Калачев, С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / С.Л. Калачев. – М.: Юрайт, 2014. – 477 с.
42. Козлов, А.Ю. Статистический анализ данных в MS Excel [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Статистика" и другим экономическим специальностям / А. Ю. Козлов, В. С. Мхитарян, В. Ф. Шишов. - Москва : ИНФРА- М, 2016. - 319.
43. Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080301 (351300) Коммерция (Торговое дело) / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - М. : Вузовский учебник, 2011. - 190 с.

44. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: учебное пособие / О.А. Кобелев; под ред. проф. С.В. Пирогова. – М.: Дашков и К^о, 2008. – 682 с.
45. Колоскова, Ю.И. Коммерческая деятельность: метод. указания для практических занятий / Ю.И. Колоскова, Л.А. Якимова; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2012. – 31 с.
46. Коротких, И.Ю. Основы коммерческой деятельности : учеб. пособие / И.Ю. Коротких. – М.: Академия, 2012. – 205 с.
47. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталеv [и др.]. – М.: ФОРУМ, 2015. – 304 с.
48. Мюррей, Ян. Франчайзинг / Ян Мюррей. – СПб.: Питер, 2004. – 139 с.
49. Некрашевич, С.И. Маркетинг и ценообразование: курс лекций / С.И. Некрашевич, З.А. Тоболич, С.И. Артеменко. – Горки: Изд-во БГСХА, 2014. – 145 с.
50. Нечушкина, Е.А. Практикум по логистике: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлeн. 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.06 «Торговое дело» / Е.А. Нечушкина, Е.В. Белякова, Н.Е. Гильц, Н. О. Васильева, А. П. Нечушкин – Красноярск : Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т.- Красноярск, 2016. – 138с.
51. Организация, планирование и управление производством: практикум (курсовое проектирование): учеб. Пособие: рек. УМЦ / под ред. Н.И. Новицкого. - 2-е изд., стер. М.: КноРус, 2010, - 320 с.
52. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: "Коммерция", "Маркетинг", "Товароведение и экспертиза товаров", "Юриспруденция" со специализацией "Коммерческое право" и по направлениям "Коммерция", "Торговое дело" / Ф. П. Половцева. - 2-е изд. - Москва : Инфра-М, 2014. – 223с.
53. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 272 с.
54. Саркисова, Е.А. Риски в торговле. Управление рисками / Е.А. Саркисова. – М.: Дашков и К^о, 2009. – 244 с.

55. Синяева, И.М. Маркетинг торговли / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – М.: Дашков и К°, 2010. – 749 с.
56. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: учебник / В.В. Шевченко [и др.]. – М.: Инфра-М, 2009. – 750 с.
57. Товароведение, экспертиза и стандартизация: учебник для вузов / А. А. Ляшко [и др.]. - М.: Дашков и К, 2009. - 667 с. Библиогр.: с. 667.
58. Требования к содержанию и объемам текстовых документов устанавливаются данными методическими рекомендациями кафедры и документом Положение по оформлению текстовой и графической части учебных и научных работ (общие требования) / В.В. Матюшев, Т.Н. Бастрон, Л.П. Шатурина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2007. – 76 с.
59. Управление инновационными проектами: учеб. пособие / под ред. В.Л. Попова. – М.: Инфра-М., 2011. – 334 с.
60. Цены и ценообразование: учебник / Е.К. Васильева [и др.]; под ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2009. – 476 с.
61. Шульгина, Н.Г., Ермолаева, Е.Ю. Организация, технология и проектирование предприятий: Методические указания / Н.Г. Шульгина, Е.Ю. Ермолаева. - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2013. - 27 с.
62. Шкляр М. Ф. Основы научных исследований. Учебное пособие для бакалавров / М. Ф. Шкляр. – 4_е изд. – М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 244 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Примерные темы выпускных квалификационных работ

1. Анализ и направления совершенствования технологической оснащенности предприятий розничной торговли (на материалах ...)
2. Анализ и совершенствование размещения и выкладки продовольственных товаров на основе принципов мерчандайзинга (на материалах ...)
3. Исследование и направления совершенствования условий хранения продовольственных товаров (на материалах)
4. Исследование и совершенствование торгового ассортимента продовольственных товаров (на материалах ...)
5. Исследование качества и конкурентоспособности молочных консервов (на материалах
6. Исследование качества и конкурентоспособности молочных продуктов (на материалах ...)
7. Исследование торгового ассортимента и качества товаров (на материалах ...)
8. Качество как фактор повышения конкурентоспособности продукции (на материалах ...)
9. Материально-техническое обеспечение в организации коммерческой деятельности предприятия розничной торговли (на материалах ...)
10. Организационно-экономические аспекты выбора поставщиков в коммерческой деятельности предприятия розничной торговли (на материалах ...)
11. Организационно-экономические аспекты сбытовой деятельности торгового предприятия (на материалах ...)
12. Организация деятельности по повышению качества обслуживания в торговом предприятии (на материалах ...)
13. Организация и инновации в развитии специализированной розничной торговли (на материалах ...)
14. Организация и совершенствование торгово - технологического процесса на предприятиях розничной торговли (на материалах ...)

15. Организация коммерческой деятельности торгового предприятия и её совершенствование (на материалах ...)
16. Организация работы торгового предприятия и пути его совершенствования (на материалах...)
17. Организация торгово-технологических процессов в коммерческой деятельности розничного торгового предприятия и ее совершенствование (на материалах ...)
18. Организация формирования ассортимента продовольственных товаров (на материалах ...)
19. Организация формирования ассортимента продовольственных товаров в торговом предприятии розничной сети "Провинция - колбасная мануфактура", г. Красноярск
20. Оценка качества и конкурентоспособности творога реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска
21. Повышение качества и культуры торгового обслуживания покупателей (на материалах ...)
22. Повышение эффективности методов розничной продажи продовольственных товаров (на материалах)
23. Потери продовольственных товаров в торговом предприятии и пути их сокращения (на материалах ...)
24. Потери товаров при хранении и пути их сокращения в розничной торговле (на материалах ...)
25. Проектирование комплекса маркетинга предприятия розничной торговли (на материалах ...)
26. Совершенствование организации и технологии подготовительных операций при продаже продовольственных товаров (на материалах ...)
27. Совершенствование организации товароснабжения торгового предприятия (на материалах ...)
28. Совершенствование организации товароснабжения торгового предприятия (на материалах ...)
29. Стимулирование продаж продовольственных товаров в торговой деятельности предприятия (на материалах ...)
30. Технология размещения и выкладки продовольственных товаров на основе принципов мерчандайзинга (на материалах ...)
31. Товароведная оценка качества и безопасности молочных продуктов (на материалах ...)

32. Управление факторами, обеспечивающими сохранность продовольственных товаров в розничном торговом предприятии (на материалах ...)

33. Формирование качества и потребительских свойств плавленых сыров (на материалах ...)

Приложение Б

Задание на ВКР (образец)

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»

Институт пищевых производств

Кафедра Товароведение и управление качеством продукции АПК

Направление 38.03.06. «Торговое дело»

Утверждаю _____

Зав. кафедрой ТУКП АПК д.т.н.,
профессор Матюшев В.В.

« _____ » _____ 20 ____ г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу обучающегося

Семеновой Ольги Александровны

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема выпускной квалификационной работы Проектирование
комплекса маркетинга предприятия розничной торговли (на матери-
алах ИП Юркова Е.С. г. Красноярск)

утверждена приказом по университету №C-132 от «17»апреля 2017г.

2. Срок сдачи студентом выпускной квалификационной работы «15»
июня 2017г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе бухгал-
терская (финансовая) отчетность ИП Юркова Е.С. г. Красноярск; техни-
ческая экспликация здания, прайс-листы, учебники и учебные пособия
по коммерческой деятельности, научные статьи.

4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих
разработке вопросов) Теоретические и методологические аспекты
развития розничной торговли на основе маркетингового подхода; Анализ
комплекса маркетинга в розничном магазине «Продукты» ИП Юркова
Е.С. г. Красноярск; Проектирование комплекса маркетинга для магазина
«Продукты» ИП Юркова Е.С. г. Красноярск

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей) План магазина, план торгового зала

6. Консультанты по проекту (работе, с указанием относящихся к ним разделов проекта)

Раздел	Консультант	Подпись, дата	
		Задание выдал	Задание принял
По безопасности жизнедеятельности	Чепелев Н.И.		

7. Дата выдачи задания « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель
к. т. н, доцент

Васильева Н.О.

(подпись)

Задание принял к
исполнению

Семенова О.А.

(подпись)

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Наименование этапов ВКР	Срок выполнения этапов работы	Примечание
Подготовка введения, обоснование актуальности, цели, предмета и объекта исследования		
Составление библиографического списка		
Окончательная редакция 3 раздела и заключения		
Срок представления завершённой работы		

Руководитель
к.т.н, доцент

Васильева Н.О.

(подпись)

Задание принял к
исполнению

Семенова О.А.

(подпись)

Приложение В

Отзыв научного руководителя по ВКР

О Т З Ы В

научного руководителя на выпускную квалификационную работу
студента _____ курса _____ формы обучения института

(Ф.И.О. полностью)

на тему

Сроки начала и окончания выполнения работы (включая сбор материала), научно-исследовательская работа по теме на младших курсах:

Общая характеристика деятельности студента во время преддипломной практики и подготовки выпускной работы (например: показал большое трудолюбие, проявил халатность), степень самостоятельности и творческого отношения к выполняемой работе, участие в общественной деятельности, конференциях, публикациях

Заключение о возможности присвоения квалификации дипломнику и рекомендации к поступлению в аспирантуру:

« ____ » _____ 20__ г.

Научный руководитель:

(должность, место работы, ученая степень, звание)

(Ф.И.О.)

(подпись)

Рецензия на ВКР

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу студента _____ курса
_____ формы обучения института _____

(Ф.И.О. полностью)

на тему _____

Актуальность темы: _____

Новизна тематики и решения вопроса: _____

Основное содержание работы: _____

Теоретическая и практическая и ценность полученных результатов: _____

Качество оформления: _____

Обоснованность выводов (заключения): _____

Замечания по работе: _____

Что можно рекомендовать к внедрению: _____

Оценка по 5 балльной системе: _____

Заключение: _____

«__» _____ 20__ г.

Рецензент:

(должность, место работы, ученая степень, звание)

(Ф.И.О. полностью)

(подпись)

Приложение Е

Титульный лист (образец)

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Красноярский государственный аграрный университет»
Институт пищевых производств

Кафедра Товароведение и управление
качеством продукции АПК

Зав. кафедрой д.т.н., профессор
Матюшев В.В.

_____ (подпись)
" __ " _____ 20__ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Организация и инновации в предприятиях специализированной рознич-
ной торговли (на материалах ООО ТД «Мясничий», г. Красноярск)

00.00.00.00.ПЗ

(обозначение документа)

Выполнил

_____ (подпись)

Семенова О.А.

Руководитель

к.т.н, доцент

_____ (подпись)

Васильева Н.О.

Нормоконтроль

к.б.н., доцент

_____ (подпись)

Платонова Ю.В.

Красноярск 20__

Реферат (образец)

Выпускная квалификационная работа содержит: 97 с., 24 рис., 12 табл., 50 источников, 2 прил.

ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС, ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

Объектом исследования является ООО «Элита-98» супермаркет «Командор». Предметом исследования являются торгово-технологические процессы на предприятии розничной торговли.

Цель работы – разработать предложения по повышению эффективности торгово-технологического процесса на предприятии розничной торговли.

Задачи работы: анализ литературных источников по организации торгово-технологических процессов в супермаркетах; анализ торгово-технологического процесса в супермаркете; исследование деятельности торгового предприятия; разработка мероприятий совершенствования торгово-технологического процесса в супермаркете.

В результате сделаны рекомендации: по перестановке 2-х холодильных витрин для напитков, выделение узла расчета с покупателями только за наличный расчет, внедрение зоны самостоятельного расчета покупателя.

Степень внедрения – (если есть – справка, Акт о внедрении на предприятии).

Эффективность предложенный мероприятий 500 тыс. руб в год, сокращение очередей.

Рекомендации по разделу 2.1.

2.1 Организационно-правовая характеристика торгового предприятия

Таблица К1 – Организационно-правовая характеристика предприятия

Характеристики	Данные по предприятию
Тип, вид	В соответствии с ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения; ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли
Юридический адрес	Указан в учредительных документах
Фактический адрес	Индекс, населенный пункт.... нахождения торгового предприятия
Организационно-правовая форма	ООО, ОАО, ИП.....Данные о регистрации, даты, номера свидетельств ... уставный капитал и др
Коммерческое название (если есть)	Магазин «Продуктовый»
Виды экономической деятельности	В соответствии с ОКВЭД (есть в документах и интернете)
Система налогообложения	Какая выбрана для ИП или ООО и почему?
Режим работы	Круглосуточно без перерыва на обед
Услуги	В соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования и другие, предлагаемые предприятием в инициативном порядке (кратко).

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «А» - супермаркет «В» было зарегистрировано администрацией Октябрьского района г. Красноярска в качестве общества с ограниченной ответственностью за № 215 от 04.06. 2006 г. Торговое предприятие действует в соответствии с Ч. Гражданского Кодекса РФ, а также Уставом и другими нормативными актами.

ООО «А» является юридическим лицом и для достижения целей вправе от своего имени совершать сделки, приобретать имущественные и неимущественные права, быть истцом и ответчиком в арбитражном суде. Данное общество действует на основании хозяйственного расчета, самофинансирования и самоокупаемости, имеет самостоятельный баланс и расчетный

счет, также имеет печать, штамп с фирменным наименованием, эмблему и другие реквизиты.

Общество с ограниченной ответственностью «А» отвечает имуществом за результаты своей производственно-хозяйственной деятельности и выполнение обязательств перед партнерами по договорам, государственным бюджетом, а также перед своими работниками в соответствии с действующим законодательством.

Общество с ограниченной ответственностью «А» осуществляет следующие виды деятельности (ОКВЭД): (перечислить).

Высшим органом управления в ООО «А» является общее собрание его участников. Текущее руководство деятельностью ООО «А» супермаркета «В» осуществляет директор. Собрание участников собирается не реже одного раза в год. К исключительной компетенции общего собрания участников ООО «А» относятся:

- присутствие на общем собрании общества, принятие участия в решении вопросов повестки дня и голосование при принятии решения;
- получение информации о деятельности ООО или ИП;
- ознакомление с данными бухгалтерского учета и другой информацией, документацией.

Целью создания общества - получение прибыли на основе объединения экономических интересов, материальных, трудовых и финансовых ресурсов его участников для осуществления хозяйственной деятельности. Чистая прибыль общества образуется в соответствии с установленным порядком после уплаты налогов, предусмотренных законодательством, и иных необходимых выплат и отчислений, а также выделения необходимых средств на нужды общества. Часть прибыли общества предназначена для распределения между его участниками пропорционально их долям в уставном капитале. ООО «А» соответствует ст. 52 Гражданского кодекса РФ.

Для осуществления своей деятельности ООО «А» имеет свой супермаркет «В», расположенный в Октябрьском районе г. Красноярск на ул. Юшкова, 26. Данное предприятие осуществляет продажу товаров повседневного спроса, в том числе продуктов питания, непродовольственных товаров, продуктов

для домашних животных. Супермаркет «В» имеет удобное месторасположение, так как данное торговое предприятие находится вблизи дороги, рядом имеется место для парковки автомобилей. Положительным является тот фактор, что вблизи нет торговых предприятий-конкурентов. Режим работы предприятия круглосуточный.

Найм работников осуществляется на контрактной основе. Срок действия контракта определяется соглашением сторон, исходя из потребностей торгового предприятия, уровня квалификации нанимаемого работника и других факторов. Предприятие самостоятельно разрабатывает формы, системы и размер оплаты труда работников. Все работники подлежат обязательному социальному и медицинскому страхованию, для чего предприятие вносит платежи во соответствующие фонды.

Для осуществления своей деятельности торговое предприятие применяет линейную (или линейно-функциональную) структуру управления. Рассмотрим схему организационной структуры супермаркета «В» (Рис.3.1).

Торговое предприятие «В» возглавляет директор. Он представляет интересы предприятия, издает распорядительные документы, дает указания, обязательные к исполнению всеми работниками. В подчинении у директора находится главный бухгалтер, который осуществляет учет и составляет отчетность, проводит инвентаризации. Главному бухгалтеру, в свою очередь, подчиняется два бухгалтера. Они занимаются различными расчетами и составлением отчетных документов, которые подаются в ФНС и другие государственные органы.

Также в супермаркете имеется менеджер по продаже, в компетенции которого находится поиск поставщиков, организация рекламных мероприятий. В подчинении менеджера по продажам находится товаровед и продавцы.

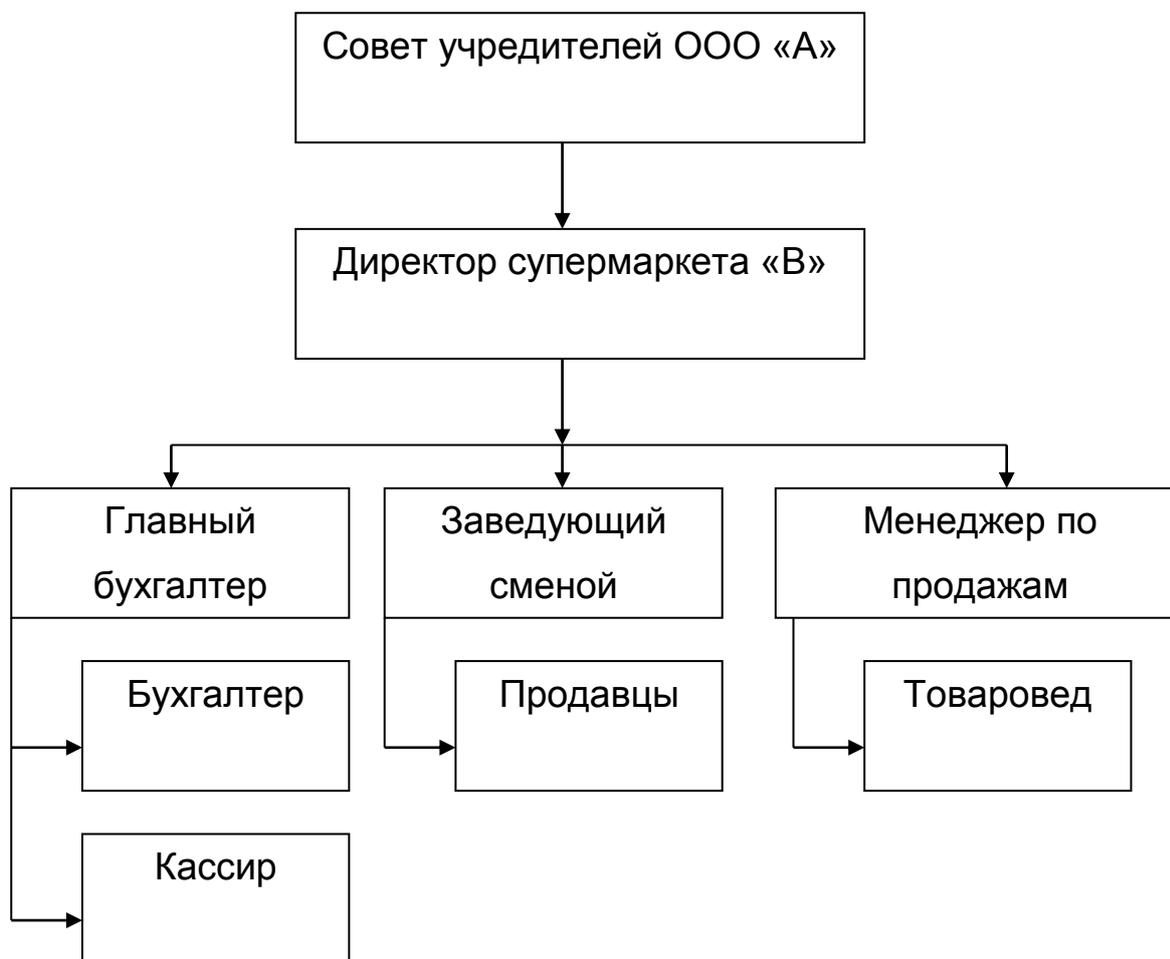


Рисунок К.1 – Организационная структура предприятия

Вспомогательным персоналом в супермаркете «В» являются грузчик, уборщица, водитель.

Таблица К.2 - Характеристика персонала торгового предприятия в динамике

Категории работников	прошлый год		отчетный год		Отклонение (+ ; -)		Темп изменения, %
	численность, чел.	уд. вес, %	численность, чел.	уд. вес, %	численность, чел.	уд. вес, %	
Административный							
Обслуживающий							
Вспомогательный							
Итого							

Аналогичным образом можно проанализировать состав и численность персонала по возрасту, стажу работы, уровню об-

разования и т.д. Форма представления таблицы или диаграммы

Оценка конкурентоспособности торгового предприятия

Конкурентоспособность отдельного торгового предприятия в определенном сегменте товарного или территориального рынка выступает как обобщенная оценка его конкурентных преимуществ в разных направлениях торговой деятельности и достигнутой, благодаря этому итоговому результату.

Конкурентоспособность - один из показателей состояния предприятия. Поддержание и увеличение конкурентоспособности может рассматриваться как одна из функциональных стратегических целей предприятия.

Оценка конкурентоспособности конкретного торгового предприятия осуществляется поэтапно:

- I. определение круга предприятий конкурентов;
- II. сбор информации по деятельности предприятий;
- III. формирование системы показателей оценки конкурентоспособности; выбор методики оценки конкурентоспособности; обработка информации, получение общей оценки конкурентоспособности;
- IV. принятие корректирующих управленческих решений для повышения конкурентоспособности.

Выбор метода оценки конкурентоспособности зависит от той информации, которую мы можем получить по предприятиям-конкурентам. Основные методы: *метод разницы, метод рангов, метод баллов, метод «эталона»*.

Таблица К.3 – Шкала оценки показателей конкурентоспособности предприятия торговли (примерная)

Параметр	Оценки			
	5 «отлично»	4 «хорошо»	3 «удовлетворительно»	2 «неудовлетворительно»
1	2	3	4	5
Уровень цен	Ниже средних	Средние	Выше средних	Очень высокие
Свойства ассортимента	Устойчивый, обновляется, широкий (все товарные группы), глубокий	Устойчивый, обновляется, широкий (все товарные группы)	Устойчивый, обновляется редко, ограниченные товарные группы,	Устойчивый, не обновляется, узкий

Продолжение таблицы К.3

1	2	3	4	5
Качество реализуемых товаров	Высокое качество	Высокое не по всем товарным группам	Удовлетворительное (бывают возвраты от покупателей)	Низкое (сроки годности, товарный вид, возвраты)
Расположение	Рядом с остановкой, жилым массивом, ОЗ	Рядом с остановкой со стабильной проходимостью	Остановка, жилые дома, общ. здание на расстоянии или поток немногочисленный	Поток покупателей не большой
Наличие парковки	Имеется удобная, в т. ч. для спец. транспорта	Имеется, но недостаточно мест	Есть не специализированные места для парковки	Сложно припарковаться
Услуги (условия обслуживания), в т.ч. дополнительные	Высокое на месте предприятия, наличие сайта, заказ по телефону, доставка на дом	Высокое, но дополнительные только на месте	Есть замечания (очереди в кассу, душно, недостаточно корзин)	Низкое по многим параметрам, посещают по необходимости
Известность для покупателя	Каждому потенциальному потребителю	Только горожанам или жителям района	Только ближайших территорий	Ограниченному контингенту (жители домов, пассажиров остановки)
Другие (до 7-10)

Таблица К.4 – Оценка конкурентоспособности предприятий

Параметр	Предприятия-конкуренты		
	Предприятие А	Предприятие В	Предприятие С
1	2	3	4
Коммерческие условия			
Уровень цен	5	4	4
Свойства ассортимента	4	5	4
Качество реализуемых товаров

Продолжение таблицы К.4

1	2	3	4
...			
Организационные условия			
Расположение	5	3	5
Наличие парковки
Известность для покупателя
Итого:	∑ баллов	∑ баллов	∑ баллов

Данные исследования представить графически с использованием лепестковой диаграммы (рисунок Е.1).

Оценка конкурентоспособности экспертным методом позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия по коммерческим и организационным условиям по отношению к основным и потенциальным конкурентам в данном рыночном пространстве (территории, товарном рынке).

Если в качестве объекта исследования выбран склад, оптовая база, коммерческий отдел производственного предприятия также может быть проведен анализ конкурентоспособности, но с учетом интересов покупателей (не физических лиц, а предпринимательских структур) и выбором иной номенклатуры показателей.



Рисунок К.1 – Диаграмма конкурентоспособности предприятия

Приложение Л

Таблицы к подразделу 2.3 Анализ основных экономических показателей и материально – технического обеспечения коммерческой деятельности организации

Таблица Л.1 – Анализ основных экономических показателей деятельности торгового предприятия за 20__ - 20__ гг.

Показатели	Ед. изм.	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение (+;-)	Отчетный год в % к прошлому
А	1	2	3	4	5
1.Оборот розничной торговли (выручка от продаж) без НДС, тыс. руб.*)	тыс. руб.				
2. Торговая площадь	м ²				
3. Оборот розничной торговли на 1 м ² торговой площади, <i>стр.3</i> <i>стр.2</i>	тыс. руб./м ²				
4. Среднесписочная численность работников, всего	чел.				
4.1. в т.ч. работников оперативного персонала	чел.				
5. Производительность труда одного среднесписочного работника, всего, <i>стр.1</i> <i>стр.4</i>	тыс. руб./чел.				
- производительность труда одного работника оперативного персонала, <i>стр.1</i> <i>стр.4.1</i>	тыс. руб./чел.				
6. Фонд заработной платы – сумма	тыс. руб.				
– уровень $\left(\frac{\text{стр.6}}{\text{стр.1}} \times 100 \right)$	%				

Продолжение таблицы Л.1

А	1	2	3	4	5
7. Среднегодовая заработная плата одного работника, $\left(\frac{\text{стр.6}}{\text{стр.4}}\right)$	тыс. руб.				
8. Себестоимость проданных товаров, работ, услуг	тыс. руб.				
9. Валовая прибыль – сумма, (стр.1–стр.8)	тыс. руб.				
10. Издержки обращения					
10.1 сумма	тыс. руб.				
– уровень, $\left(\frac{\text{стр.10}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$	%				
11. Прибыль (убыток) от продаж 11.1.сумма	тыс. руб.				
11.2.рентабельность продаж, $\left(\frac{\text{стр.11}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$	%				
12. Текущий налог на прибыль и иные аналогичные платежи (20%)	тыс. руб.				
13. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр.11.1–стр.12)	тыс. руб.				
13.1 рентабельность конечной деятельности, $\left(\frac{\text{стр.13}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$	%				

*) Перечень показателей в целом корректируется с учетом вида деятельности предприятия и поставленной цели ВКР

Таблица Л.2 - Анализ источников поступления товаров и характеристика договоров

Поставщик, местоположение	Производитель или посредник	Вид продукции	Договор	Форма оплаты	Условия оплаты СТ. 487, 488, 489 ГК РФ
ООО «Формула», г Красноярск	Посредник	Сухие концентраты. приправы	№ ... от...	Безналичная	Предоплата 50%
ИП «Лидер», г.Ужур	Производитель	Оплата товара в кредит
...	Оплата в рассрочку

Таблица Л.3 - Анализ структуры товарооборота в разрезе ассортиментных позиций (тыс. руб.)

Товарные группы	Прошлый год			Отчетный год				Отклонение от прошлого года по				
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	уровень реализации, %	сумма в дейст. ценах	индекс цен	сумма в со- пост. ценах	уд. вес, %	уровень реализации, %	сумме в дейст. ценах	сумме в со- пост. ценах	уд. весу, %	уровню реализации, %
Молочные товары												
Кондитерские товары												
Хлебобулочные изделия												
Рыбные товары и морепродукты												
Овощи, фрукты свежие												
...												
Итого:		100					100				100	

Таблица Л.4 – Структура ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении

Группа товара или признак в пределах группы	Количество единиц товара, шт. (кг)	Средняя цена единицы товара (1 кг), руб.	Удельный вес товарной группы в структуре ассортимента, %, рассчитанный	
			в натуральном выражении	в денежном выражении
А				
В				
Итого:		×	100,0	100,0

Таблица Л.5 – Расчет установочной и выставочной площади

Оборудование	Количество	Длина, м	Ширина, м	Установочная площадь, м ²	Количество полок	Площадь хранения, м ²
Итого						

Пример характеристики мероприятий и предложений в подразделе 3.2

Направления по совершенствованию торгово-технологического процесса и расчет социально-экономической эффективности мероприятий

Для совершенствования торгово-технологического процесса ООО «ПланетаСтрой» магазину «Уютерра» необходимо провести следующие мероприятия:

Во-первых, необходимо произвести замену складского оборудования.

Большинство подготовительных операций с товарами проводятся в помещении для отдыха персонала. Причиной этому служит нехватка места на складе. Для того чтобы освободить место на складе для подготовительных операций с товарами, необходимо поменять старое складское оборудование на новое, более емкое, при меньшей установочной площади.

На складе магазина имеется 25 стеллажей STR-01-001 высотой 1,6 м, шириной 1 м, каждый стеллаж имеет 6 полок длиной 1,2 м. В целях экономии денежных средств эти стеллажи необходимо продать. На сайте объявлений в интернете 1 б/у стеллаж стоит 3000 руб., следовательно, при продаже 25 стеллажей магазин получит 75000 руб. Эта сумма пойдет в счет оплаты новых стеллажей.

Будет закуплено 18 стеллажей СТ 22П высотой 2,3 м, длиной 1,2 м, и шириной 1м. Цена одного такого стеллажа 4830 руб., соответственно при покупке 18 стеллажей общая сумма составит 86940 руб. Следовательно, затраты магазина составят всего 11940 руб.

$$V = (1,6 \times 1,2 \times 1) \times 25 = 48 \text{ м}^3,$$

$$V = (2,3 \times 1,2 \times 1) \times 18 = 49,7 \text{ м}^3,$$

где V – объем стеллажей.

$$S = (1,2 \times 1) \times 25 = 30 \text{ м}^2,$$

$$S = (1,2 \times 1) \times 18 = 21,6 \text{ м}^2,$$

где S – площадь, занятая стеллажами.

Из этого следует, что емкость стеллажей увеличится на 1,7 м³ и освободится 8,4 м² площади.

Таким образом, при покупке нового, более высокого и вместительного оборудования магазин освободит 8,4 м² площади на складе, которой вполне хватит для того, чтобы проводить различные подготовительные операции с товарами, но и увеличится емкость стеллажей.

Во-вторых, следует сгруппировать полки для ванн принадлежностей в одной точке торгового зала.

Полки для ванн принадлежностей располагаются в двух разных отделах торгового зала. В отделе «Аксессуары для ванной», который находится в начале торгового зала, расположены полки с более низкой ценой, а в отделе «Кухонные принадлежности», который располагается в глубине торгового зала, расположены полки с более высокой ценой. Такое распределение товарных позиций, прежде всего, неудобно для покупателя, так как он тратит больше времени на выбор товара. Так же это «минус» для магазина, потому что покупателю в первую очередь виден товар с более низкой ценой, а дорогостоящий товар он может не заметить, соответственно выручка от продажи будет меньше.

Так как средняя цена дешевой полки 500 руб., а покупают их около 108 раз в год, то выручка от продажи таких полок - 54000 руб. в год.

Средняя цена дорогой полки - 2000 руб., покупают их около 39 раз в год, получается выручка от продажи таких полок 78000 руб.

Для того чтобы покупатель мог экономить свое время, а магазин получал более высокую прибыль от продажи, нужно сгруппировать весь ассортимент этих полок в одном отделе «Аксессуары для ванной», который находится на хорошо обзримом месте, на пути покупательского потока.

В этом случае полки с более высокой ценой будут покупать в 2 раза чаще - примерно 78 раз в год, товарооборот от реализации этих полок составит 156000 руб., то есть он увеличится на 78000 руб. При этом в отделе «Кухонные принадлежности» появится свободное место, на которое можно выставить весь ассортимент хромированных полок для кухни.

В-третьих, увеличить пространство между товарами на полках.

Некоторые товары на полках расположены слишком плотно друг к другу (например, посуда, бытовая химия). Между ними нет пространства, следовательно, покупателям неудобно брать товар с полки, и велика вероятность того, что взяв один товар, рядом стоящий товар упадет - это убытки для магазина, а ситуации постоянно имеют место.

Так как полки перенасыщены ассортиментом товаров, то и ценников очень много. При таком расположении товарных позиций ценники распложены друг на друге, перекрывая названия товаров и другие важные надписи, в связи с этим покупателю сложно найти ценник на тот товар, который ему нужен.

Товар следует выставить таким образом, чтобы расстояние между позициями было как минимум 5 см, а расположение ценников нужно сделать таким, чтобы покупатель четко понимал, к какому товару какой ценник относится.

В должностные обязанности менеджера торгового зала необходимо внести: проверку соответствия ценников товару, в течение всего рабочего дня отслеживание наличия рабочего запаса на полках, так как при более свободном размещении товара, его количество несколько уменьшится,

В-четвертых, сменить униформу работникам торгового зала.

Униформа работников торгового зала - это короткий фартук с логотипом магазина. Недостатком униформы является невзрачный, темный цвет, из-за которого работник теряется среди покупателей, вследствие чего при возникновении каких-либо вопросов покупателю сложно найти продавца в торговом зале. Именно поэтому, в первую очередь, необходимо заменить униформу - на более выразительную.

В торговом зале магазина всегда прохладно, поэтому для того, чтобы персоналу было комфортно в течение рабочего дня, униформа должна быть теплой.

Элементом новой униформы предлагаем сделать жилет, так как она сохраняет тепло, не мешает движениям, легко снимается и одевается. Так как интерьер магазина «Уютterra» оформлен в ярко-розовых тонах, то жилет будет однотонная, ярко-розового цвета с логотипом магазина.

В интернет-магазинах средняя цена жилета 300 руб. Магазины «Уютterra» необходимо 14 изделий. Сумма затрат составит 4200 руб.

Трафаретная матрица для логотипа изготавливается один раз. Стоимость ее изготовления – 1000 руб. После изготовления матрицы, она станет собственностью магазина «Уютterra», поэтому в дальнейшем, при необходимости, можно будет приобрести еще жилеток, но уже без затрат на изготовление трафаретной матрицы.

Цена за нанесение логотипа на одну жилетку – 290 руб. Нанесение такого логотипа на 14 жилеток обойдется в 4060 руб. Соответственно, общая сумма затрат будет составлять 9260 руб.

Подраздел 3.2 включает следующие таблицы и предшествующие им расчеты.

Таблица М.1 - Экономический эффект от предложенных мероприятий по повышению эффективности розничной продажи товаров в магазине «....»»*

Наименование мероприятия	Расходы, тыс.руб.	Экономический эффект (за год)
		Доходы - расходы

*Для предприятий, не формирующих отчетность в виде Бухгалтерского баланса и Отчета о прибыли и убытках.

Расходы – стоимость нового оборудования, дополнительный фонд оплаты труда, стоимость курсов повышения квалификации, стоимость новой рекламы, закупка дополнительного товара и др.

Следует учесть и возможность продажи бывшего в собственности предприятия оборудования, что снизит расходы; выполнение части работ силами персонала предприятия без привлечения работников со стороны и т.п.

Таблица М.2 - Экономические показатели предприятия с учетом оптимизации численности персонала*

Показатели	Ед. изм.	Про- шлый год	От- чет- ный год	Отчет- ный год с учетом реко- мenda- ций	Темп изменения, %	
					отчет- ный год к про- шлomu году	отчетный год с реко- мendaция- ми к про- шлomu году
А	Б	1	2	3	4	5
1.Оборот рознич- ной торговли (вы- ручка от продаж) без НДС, тыс.руб.	тыс. руб.					
2. Торговая пло- щадь	м ²					
3. Оборот рознич- ной торговли на 1 м ² торговой пло- щади, $\frac{стр.3}{стр.2}$	тыс. руб./м ²					
4. Среднесписоч- ная численность работников, всего	чел.					
4.1. в т.ч. работни- ков оперативного персонала	чел.					
5. Производитель- ность труда одного среднесписочного работника, всего, $\frac{стр.1}{стр.4}$	тыс. руб./ чел.					
- производи- тельность труда одного работника опера- тивного персона- ла, $\frac{стр.1}{стр.4.1}$	тыс. руб./ чел.					
6. Фонд заработной платы – сумма	тыс. руб.					
– уровень $\left(\frac{стр.6}{стр.1} \times 100\right)$	%					

Окончание таблицы М.2

7. Среднегодовая заработная плата одного работника, $\left(\frac{\text{стр.6}}{\text{стр.4}}\right)$	тыс. руб.					
8. Себестоимость проданных товаров, работ, услуг	тыс. руб.					
9. Валовая прибыль – сумма, (стр.1 – стр.8)	тыс. руб.					
10. Издержки обращения						
10.1 сумма	тыс. руб.					
– уровень, $\left(\frac{\text{стр.10}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$	%					
11. Прибыль (убыток) от продаж 11.1.сумма	тыс. руб.					
11.2.рентабельность продаж, $\left(\frac{\text{стр.11}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$	%					
12. Текущий налог на прибыль и иные аналогичные платежи -20%	тыс. руб.					
13. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр.11.1 – стр.12)	тыс. руб.					
13.1 рентабельность конечной деятельности, $\left(\frac{\text{стр.13}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$	%					

*Для предприятий, формирующих отчетность в виде Бухгалтерского баланса и Отчета о прибыли и убытках.

Приложение Н

Рекомендуемые формы таблиц для раздела 3
товароведных работ

Таблица Н.1 –Маркировка образцов ...пива

Показатель	Образцы				

Обязательная информация по ТР ТС 022/2011 "Пищевая продукция в части ее маркировки"					
Наименование продукта и тип пива	пиво пшеничное светлое нефильтованное "Эрдингер" (Erdinger Weißbier)				
Наименование и местонахождения изготовителя	Privatbrauerei Erdinger Weißbräu Werner Brombach GmbH, Erding, Германия				
Товарный знак изготовителя	+				
Минимальная объемная доля этилового спирта, %	не менее 5,3				
Состав основного сырья	Вода, пшеничный солод, ячменный солод, дрожжи				
Дата розлива	24.02.17				
Пищевая ценность	в 100 г продукта углеводы 3,1 г, 48 ккал				
Условия хранения	хранить при t+10...+20°C				
Срок годности	1 год				
Объем	500 мл				
Обозначение НД	-				
Информация о подтверждении соответствия	+				
Информация по ГОСТ Р 51074-2003					
Экстрактивность начального сусла, %	12,4				
Дополнительная информация					
Другая информация	"Дображивается в бутылке"; "Сварено в строгом соответствии с немецким законодательством о чистоте продукта от 1516 г."				

Таблица Н.2 - Органолептические показатели качества исследуемых образцов

Показатели качества	Характеристика показателей по ГОСТ	Фактическое значение данного показателя качества продукта
Внешний вид,		
Запах и т.д.		

Таблица Н.3 – Физико-химические показатели качества образцов ... хлеба

Образец / производитель	Показатели качества, ед. измерения					
	Влажность, %		Кислотность, град.		Пористость, %	
	ГОСТ	Факт	ГОСТ	Факт	ГОСТ	Факт

или

Таблица Н.3 – Физико-химические показатели качества образцов ..хлеба

Показатели качества, ед. измерения	Образец / производитель									

Влажность, %										
по ГОСТ										
фактически										
Кислотность, град.										
по ГОСТ										
фактически										

Таблица Н.4 – Балльная оценка качества сливочного масла по потребительским свойствам

Показатели	Оценка, баллы
Вкус и запах	10
Консистенция и внешний вид	5
Цвет	2
Упаковка и маркировка	3
Итого	20

Таблица Н.5 - Показатели весомости сливочного масла

Показатели	Весомость показателей ($\sum m = 1$)
Вкус и запах	0,5
Консистенция и внешний вид	0,25
Цвет	0,1
Упаковка и маркировка	0,15

Таблица Н.6 – Показатели качества по потребительским свойствам, определяющие конкурентоспособность сливочного масла

Показатели	Гипотетический образец	Образец 1	Образец 2
Вкус и запах	10	9	8
Консистенция и внешний вид	5	4	4
Цвет	2	2	2
Упаковка и маркировка	3	2	2
Итого	20	17	16

Таблица Н.7 - Относительные показатели потребительских свойств исследуемых образцов

Показатели	Образец 1	Образец 2
Вкус и запах	$9/10=0,9$	$8/10=0,8$
Консистенция и внешний вид	$4/5=0,8$	$4/5=0,8$
Цвет	$2/2=1$	$2/2=1$
Упаковка и маркировка	$2/3=0,6$	$2/3=0,6$

Таблица Н.8 - Комплексные показатели конкурентоспособности

Наименование показателей конкурентоспособности	Образец 1	Образец 2
Комплексный показатель конкурентоспособности по потребительским свойствам I_n	0,84	0,69
Комплексный экономический показатель конкурентоспособности $I_э$	0,91	1,02

Таблица Н.9 - Интегральный показатель конкурентоспособности

Образцы	Интегральный показатель k
ООО АПК «Сибирская губерния»:	
Образец 1	0,92

Образец 2	0,67
-----------	------

Таблица Н.10 - Данные о минимальном и максимальном числе разновидностей ..., реализуемых в РТС г. Красноярск или предприятию торговли

Ассортимент	Начало исследования			Конец исследования		
	Мин.	Макс.	Среднее	Мин.	Макс.	Среднее
Сливочное масло традиционное сладко-сливочное	5	11	8	8	12	10
Сливочное масло традиционное кисло-сливочное масло	1	2	1,5	1	3	2
Сливочное масло «Вологодское»	1	4	2,5	1	6	3,5

Таблица Н.11 - Анализ устойчивости ассортимента изделий в разрезе магазиноврайона г. Красноярск

Предприятие торговли	Число разновидностей, шт. Р max	Число разновидностей на дату обследования			Коэффициент устойчивости, (K _{уст.})
		На дату 1-го обследования	На дату 2-го обследования	На дату 3-го обследования	

Таблица Н.5 – Анализ устойчивости ассортимента в магазине

Товарные группы	Количество разновидностей по ассортиментному перечню	Фактическое количество разновидностей на момент проверки			Среднее количество разновидностей	Коэффициент устойчивости (K _{уст.})
		Проверка 1	Проверка 2	Проверка 3		
Кондитерские изделия						
...						
Итого:						

Рекомендуемое значение K_{уст.} ассортимента для: универсамов и гастрономов - 0,90.

Таблица Н.12 - Структура ассортимента молочных товаров в зависимости от жирности

Массовая доля жира	Количество, шт.	Удельный вес в ассортименте, %
1,5%	10	22,8
2,5%	23	52,2
3,5%	11	25

Таблица Н.13 - Структура ассортимента молочных товаров в зависимости от тепловой обработки

Тепловая обработка	Количество, шт.	Удельный вес в ассортименте, %
Пастеризованное	37	55,2
Стерилизованное	30	44,8

Таблица Н.14 - Структура ассортимента молочных товаров по производителям

Производитель	Количество, шт	Удельный вес в ассортименте, %
«Вимм-Билль-Данн»	20	29,8
«Данон»	15	22,3
«Юнимилк»	15	22,3
«PARMALAT»	2	3
«CAMPINA»	7	10,4
«Эрман»	5	7,4
«Завод молочный Новосибирский»	1	1,4
«Искитимский мол-завод»	1	1,4
«Завод Ирмень»	1	1,4

Таблица Н.15 - Структура ассортимента молочных товаров в зависимости от вида упаковки

Вид упаковки	Количество, шт.	Удельный вес в ассортименте, %
Картонная упаковка Тетрапак, масса 1л	23	45
Картонная упаковка Тетрапак масса, 0,5л	8	15,6
Пластмассовая бутылка 1л	15	29,4
Мягкая упаковка, 1л	5	9,8

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Учебное пособие

**Матюшев Василий Викторович
Чаплыгина Ирина Александровна
Васильева Наталья Олеговна
Нечушкина Елена Алексеевна**

Редактор О.Ю. Потапова

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 24.49.04.953.П. 000381.09.03 от
25.09.2003 г.

Подписано в печать 5. 11. 2015. Формат 60x90/16. Бумага тип. № 1.

Печать – ризограф. Усл. печ. л. 6,25. Тираж 110 экз. Заказ № 497

Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного
университета

660017, Красноярск, ул. Ленина, 117