

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

Институт пищевых производств
Кафедра Товароведение и управление качеством продукции АПК

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

*Методические указания по организации и проведению практики
по получению профессиональных умений и опыта профессиональной
деятельности для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело"
профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров»*

Красноярск 2016

Рецензент:

Фомина Н.В. – канд. биол. наук, доц. кафедры ландшафтной архитектуры и агроэкологии ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ

Матюшев В.В.

Производственная практика: метод. указания / В.В. Матюшев, Н.О. Васильева, И.А. Чаплыгина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. - 44 с.

Настоящие методические указания составлены с целью оказания помощи обучающимся по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» в эффективном прохождении производственной практики, сборе данных и систематизации информации, подготовке отчета о прохождении практики, использовании собранных материалов в учебном процессе, выпускной квалификационной работе и дальнейшей трудовой деятельности.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Красноярского государственного аграрного университета

© Матюшев В.В., Васильева Н.О., Чаплыгина И.А., 2016

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Цели производственной практики	4
2 Задачи производственной практики	5
3 Место производственной практики в структуре производственных практик, ее связь с теоретической подготовкой	5
4 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики	7
5 Формы проведения практики	8
6 Места проведения практики	8
7 Индивидуальное задание	9
8 Структура и содержание производственной практики	9
8.1 Структура производственной практики	9
8.2 Содержание вопросов производственной практики	12
9 Требования к оформлению отчета по производственной практике	35
10 Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики	39
Заключение	42
Приложение А Образец титульного листа отчета по практике	43

Введение

Проведение производственных практик предусмотрено федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр»), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1334 от 12.11.2015 года.

Способы проведения производственной практики - выездная.

Производственная практика проводится в структурных подразделениях организации в соответствии с рассматриваемыми вопросами программы практики.

Производственная практика призвана:

- создать условия и всемерно содействовать студентам в их практической работе по приобретению производственных навыков, знаний и умений;
- способствовать аналитической работе студентов по сопоставлению приобретенных теоретических знаний с производственно-торговой и вспомогательными видами деятельности конкретной организации;
- способствовать формированию общего представления студентов о будущей профессиональной деятельности;
- содействовать развитию интереса студентов к профессии;
- сформировать целостное представление о содержании, видах и формах профессиональной деятельности;
- формировать практические навыки работы по направлению подготовки в соответствии с областями профессиональной деятельности;
- развивать умение обосновывать и принимать самостоятельные решения на конкретных предприятиях работы в реальных условиях;
- способствовать выработке и принятию корректирующих воздействий на производственную (образовательную, научную) деятельность выпускающей кафедры и университета;
- способствовать формированию информационных баз данных.

В учебном плане подготовки бакалавров очной и заочной формы обучения, по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», в блок производственных практик входят «Технологическая практика», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Научно-исследовательская работа» и «Преддипломная практика».

Организуют, руководят прохождением практики и принимают комиссией зачёт с оценкой, на основе составленных обучающимися отчётов, преподаватели кафедры "Товароведение и управление качеством продукции АПК".

1 Цели производственной практики

Целями производственной практики являются:

- систематизация, закрепление и интегрирование теоретических знаний, полученных студентами в результате изучения дисциплин учебного плана;
- приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в коммерческих и товароведных технологических процессах торговых организаций, приобретение соответствующих компетенций.

В процессе прохождения производственной практики студенты приобретают навыки **самостоятельной** реализации теоретически освоенных знаний в условиях реального производства в сфере торговли.

2 Задачи производственной практики

Задачами проведения производственной практики являются приобретение профессиональных умений и опыта в следующих направлениях:

- анализ и оценка торговой деятельности для разработки стратегии организации;
- исследование организации и осуществления торговой деятельности в текущей социально-экономической ситуации и сложившейся конъюнктуре;
- проведение анализа структуры, путей формирования и совершенствования ассортимента торгового предприятия;
- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей в определенных сегментах рынка;
- организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыта) товаров;
- управление товарными запасами и их оптимизация;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- проведение анализа организации торгово-технологического процесса, изучение и анализ организации форм торгового обслуживания;
- выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров;
- овладение навыками составления торговых контрактов и договоров;
- проведение инвентаризации товарно-материальных ценностей;
- осуществление контроля качества и сортировки товаров;
- проведение товароведческой экспертизы и идентификации товаров, подлежащих обязательному подтверждению соответствия по формальным и содержательным признакам;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления торговой деятельности.

3 Место производственной практики в структуре производственных практик, ее связь с теоретической подготовкой

Блок «Практики», в том числе производственная практика в полном объеме относится к вариативной части программы. Содержание производственной практики определяется направлением и профилем программы бакалавриата.

Эта составляющая основной профессиональной образовательной программы нацеливает студента на последующие виды производственных практик, способствует накоплению практического опыта и осмыслению теоретических знаний, ориентирует на выбор наиболее интересного для обучающегося направления торгово-товароведной деятельности для выполнения выпускной квалификационной работы и/или продолжения учебы в магистратуре.

Она базируется на освоении программы по учебной и технологической практик и на результатах комплексного освоения всех дисциплин учебного плана, предшествующих проведению производственной практики. Для успешного прохождения практики обучающиеся используют знания, умения, сформированные в ходе изучения дисциплин: коммерческая деятельность, теоретические основы товароведения, стандартизация, метрология и подтверждение соответствия, правовое регулирование профессиональной деятельности, экономическая теория, экономика организации, статистика, организация торговых предприятий, организация, технология и проектирование предприятий, товароведение и экспертиза однородных групп продовольственных товаров.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовности студента, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ОПОП и необходимым при освоении программы производственной практики:

знать:

- классификацию субъектов торговой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в торговой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;
- управление торгово-технологическим процессом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий;
- основные экономические категории, законы, показатели, их классификацию и способы определения;
- нормативно-правовую базу профессиональной деятельности;
- классификации ассортимента продовольственных товаров;
- характеристики, свойства и показатели качества и безопасности товаров;
- факторы обеспечения товароведных характеристик товара;
- товарную информацию;
- основные принципы, функции и методы менеджмента, сущность управления организацией и персоналом;

уметь:

- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль торговой деятельности, прогнозировать ее результаты;
- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели деятельности предприятий;
- применять статистические методы обработки данных;
- применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения;
- оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
- ориентироваться в вопросах управления предприятием, его ресурсами и персоналом.

владеть:

- средствами реализации информационных процессов и применения их при изучении торговой деятельности;
- аналитическими методами для оценки эффективности торговой деятельности организации;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения торговой деятельности организации;
- навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами для осуществления торговой деятельности;
- умением вести деловые переговоры, осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение.

4 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП по данному направлению подготовки и областями профессиональной деятельности:

ОК-1 – способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;

ОК-2 – способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ОК-3 – способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК-4 – способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК-5 – способностью к самоорганизации и самообразованию;

ОК-6 – способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК-8 – готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

ОК-9 – владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК-10 – готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма;

ОПК-1 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

ОПК-3 – умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК-4 – способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или)商но-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

ОПК-5 – готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или)商но-технологической) и проверять правильность ее оформления;

ПК-1 – способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-2 – способностью осуществлять управление商но-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-3 – готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и

прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-4 – способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

ПК-6 – способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

ПК-7 – способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

ПК-8 – готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-10 – способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;

ПК-13 – готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

ПК-14 – способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

ПК-15 – готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы.

5 Формы проведения практики

Производственная практика проводится в форме самостоятельной практической деятельности студента, как правило, на рабочих местах всей цепи торгово-технологического процесса под контролем сотрудников предприятия и при постоянной консультации преподавателя кафедры в отделах и структурных подразделениях организации.

При прохождении производственной практики студенты, как правило, выполняют функции дублеров на выделенном рабочем месте (коммерческого директора, специалиста по закупкам или продажам, управляющего товарным отделом (секцией), складом, торгового представителя и др.), стажеров или практикант.

В отдельных случаях студенты университета могут быть зачислены на вакантные должности в соответствии с графиком практики и оплатой труда по принятой в организации системе оплаты труда без ущерба к выполнению программы практики в соответствии с поставленными задачами.

6 Места проведения практики

Практику по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» студенты проходят в сторонних организациях.

Объектами производственной практики могут быть предприятия (организации) и учреждения, различных форм собственности и правового статуса, количественных параметров, осуществляющие коммерческую (торговую) и производственно-коммерческую (сбытовую) деятельность.

Базовые предприятия для студентов должны отвечать следующим требованиям:

- соответствовать направлению и профилю подготовки бакалавра;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студента со стороны предприятия;

- иметь материально-техническую и информационную базу с инновационными технологиями;
- иметь возможность предоставить студенту внутреннюю бухгалтерскую, плановую, коммерческую, экономическую информацию и отчетность.

7 Индивидуальное задание

Индивидуальное задание способствует углублению, закреплению и обобщению знаний по профилю направления – по товароведению и экспертизе продовольственных товаров, расширяет профессиональную компетентность студента и является подготовительным этапом научных исследований, выполнения выпускной квалификационной работы.

Содержание индивидуального задания определяется научным руководителем от вуза с учетом товарной специализации торгового предприятия, его торгово-технологических и организационно-правовых особенностей с учетом индивидуальных пожеланий и склонностей студента.

Индивидуальное задание может предусматривать углубленное рассмотрение технологических процессов присущих именно выбранному предприятию. Отчет о выполнении задания может быть представлен в различных формах: текстовой; в виде альбома; паспортизированной коллекции образцов; комплектов документов; презентации и иной.

8 Структура и содержание производственной практики

8.1 Структура производственной практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Этапы и виды работ выполняемых при прохождении производственной практики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Этапы и виды работ производственной практики

Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость	Всего		Формы отчета о выполнении
		Содержание работ		
		Час.	ЗЕТ	
Организационный	Заключение договора с предприятием;	3	0,08	Явка на собрание; заключение договора с предприятием; получение дневника практики.
Подготовительный	Производственный инструктаж, в том числе по технике безопасности	2	0,06	Отметка и запись в дневнике практики.
Производственный (формирование профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	Ознакомиться с организацией как объектом профессиональной деятельности бакалавра. Изучить общие сведения об организации: наименование, организационно-правовая форма, его история, состояние и перспективы развития производственно-хозяйственной и финансовой деятельности; сферу деятельности (производственная, операционная, торговая, посредниче-	84	2,33	Формирование пакета документов по фактам хозяйственной жизни, связанным с объектом будущего исследования в рамках выпускной квалификационной (бакалаврской) работы. Контрольные вопросы. Запись в дневнике. Раздел отчета.

Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость		Формы отчета о выполнении	
	Содержание работ	Всего		
		Час	ЗЕТ	
	<p>ская информационная, и т.п.); специфику и специализацию деятельности, назначение товаров (услуг, работ); основные технико-экономические показатели работы организации за 2-3 года: объем производства и реализации продукции (работ, услуг) в стоимостном и натуральном выражении; объем продаж; показатели себестоимости (затрат) на производство и реализацию продукции; финансовые результаты его деятельности (доход, прибыль, рентабельность); показатели качества продукции и ее конкурентоспособности; показатели технического и организационного уровня</p> <p>производства; анализ логистической деятельности на торговом предприятии, включая процессы ее планирования, организации, контроля; изучение и прогнозирование спроса потребителей; анализ товарооборотной деятельности на торговом предприятии, включая процессы ее планирования, организации, контроля; принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий; анализ рекламной деятельности на торговом предприятии, включая процессы ее планирования, организации, контроля; определение критериев выбора деловых партнеров, изучить работу с договорами; управление ассортиментом и качеством товаров на торговом предприятии; разработка стратегии торгового предприятия</p>			
Анализ и обобщение информации	<p>- оценка проанализированной информации и предложенных мероприятий (оценка эффективности, подготовка проектов решений по отдельным вопросам)</p> <p>Формирование заключения по практике по предприятию, по организа-</p>	5	0,14	<p>Контрольные вопросы. Запись в дневнике Раздел отчета: выводы и рекомендации</p>

Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость			Формы отчета о выполнении
	Содержание работ	Всего		
		Час.	ЗЕТ	
	ции практики:			
Подготовка отчета	Написание отчета по практике и оформление индивидуального задания, утверждение отчета у руководителя практики от предприятия.	5	0,14	Письменный отчет и оформленное индивидуальное задание
Промежуточный контроль	Подготовка к защите и защита отчета (зачет с оценкой)	9	0,25	Заполнение ведомостей и зачетной книжки
Итого		108	3	

Организационный этап включает:

- выбор торгового предприятия, на котором будет проходить практику бакалавр. При этом обучающийся самостоятельно определяет место прохождения практики на основе своей заинтересованности в дальнейшем трудоустройстве и (или) для продолжения ранее начатых практических работ при прохождении учебной практики и взаимоотношений с предприятием;
- студент заключает договор на прохождение практики (если такового ранее не было);
- руководитель практики от кафедры согласовывает базу практики, разрабатывает индивидуальные задания; подготавливает проект приказа на практику; формирует комплект документов; устанавливает график консультаций.

Подготовительный этап проводится в ВУЗе и на торговом предприятии и заключается в проведении различного рода инструктажей, в том числе по технике безопасности, прохождении медицинской комиссии и оформлении медицинской книжки (если это требуется по месту прохождения практики); получении на кафедре программы практики, дневника практики.

Практиканты обеспечиваются необходимым комплектом методических материалов (выписка из приказа по практике (при необходимости - письмо руководителю предприятия), дневник, положение о практике, программа практики, учебно-методические пособия и др.).

С бакалаврами проводится инструктаж по ведению дневника практик, в котором в графике прохождения практики должно быть учтено время на составление отчета и его защиту.

Основными нормативно-методическими документами, регламентирующими работу студентов на практике, являются:

- договор университета с принимающей организацией;
- направление на практику;
- программа и методические указания по прохождению практики;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- приказ университета о прохождении производственной практики студентами ИПП.

Производственный этап (формирование профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) включает:

- сбор информации по направлениям профессиональной деятельности;
- выполнение индивидуального задания.

На этом этапе осуществляется знакомство бакалавра с предприятием и с трудовым коллективом, в котором бакалавр будет временно работать, индивидуальной тематикой, кругом задач, которые необходимо решить за время прохождения практики.

При этом предусмотрены следующие учебные технологии:

- индивидуальная работа или работа в группах под руководством руководителя;
- самостоятельная работа на технологических операциях;
- консультации и беседы с сотрудниками предприятия разных подразделений;
- консультации с руководителем от института, в том числе в режиме удаленного доступа;
- сбор и обработка информации с использованием современных информационных технологий;
- использование прикладных программных средств с использованием персональных компьютеров при обработке данных и оформлении отчета.

Анализ и обобщение информации.

На этом этапе рекомендуется анализировать и обобщать полученный материал, таким образом, чтобы в дальнейшем его было удобно использовать при подготовке отчета по практике при формулировке выводов и рекомендаций по совершенствованию товарооборотной деятельности (и выпускной квалификационной работе).

Подготовка отчета.

Промежуточный контроль является завершающим этапом практики.

Подведение итогов технологической практики предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики и индивидуального задания, полноты и качества собранного материала, наличия необходимого анализа, расчетов, степени обоснованности выводов и предложений, выявление недостатков в прохождении практики, представленном материале и его оформлении, разработку мер и путей их устранения. Бакалавр, получив замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры и предприятия, после доработки, выходит на защиту отчета о практике.

Защита отчета производится студентами комиссии в сроки, установленные приказом.

8.2 Содержание вопросов отчета по производственной практике

К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от университета письменный отчет о ее прохождении, написанный в соответствии с методическими указаниями. Общий объем отчета 30-40 страниц печатного текста. Отчет о прохождении практики должен содержать следующее:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- организационно-правовая характеристика торгового предприятия;
- анализ месторасположения торгового предприятия;
- оценка потенциала торгового предприятия;
- планирование развития розничной торговой сети и расчет вместимости торгового зала;
- особенности устройства и технологическая планировка магазина.
- организация системы товароснабжения предприятия;
- специализация предприятия;
- организация торгово-технологического процесса на предприятии;
- реклама в торговом предприятии;
- товароведная характеристика торгового процесса и порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности;

- определение количества расчетно-кассовых узлов, внутренней планировки торгового зала в привязке к расчетно-кассовым узлам;
- определение естественной освещенности торгового зала предприятия.
- выводы и предложения;
- список использованных источников;
- приложения.

Титульный лист

Титульный лист должен быть оформлен по образцу, представленному в приложении

А.

Оглавление

Оглавление включает все составные части документа: введение, наименования всех разделов, подразделов, пунктов и подпунктов (если таковые имеются и у них есть наименование), заключение, список использованной литературы и источников, приложения.

Введение

Во введении отчета о практике определяется объект и предмет исследования, формулируются цели, определяются задачи исследования.

Объем введения не должен превышать двух страниц.

Организационно-правовая характеристика торгового предприятия должна содержать следующие сведения:

- организационно-правовая форма собственности исследуемого торгового предприятия;
- дата учреждения или создания предприятия, его регистрации краткая история его деятельности;
- цели и основные направления деятельности предприятия;
- основные виды деятельности, его специализация;
- характеристика торгового помещения (по типу здания, капитальности, материала стен и т.д.);
- режим работы предприятия;
- вид, тип, типоразмер предприятия;
- месторасположение предприятия и его анализ;
- организационная структура управления;
- организационно-управленческая структура предприятия, краткая характеристика функций и взаимосвязей подразделений;
- функциональные обязанности основных категорий работников;
- основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия за последние 2-3 года (численность работников, общая площадь и структура площадей, производительность труда работника, сумма прибыли, сумма прибыли на 1 работника, на 1 м² торгового зала, товароборот на 1 м² торгового зала, рассчитываются эффективности использования площади магазина, торгового зала, рентабельность и т.д.).

Анализ месторасположения торгового предприятия.

При описании месторасположения торгового предприятия необходимо представить схему дорог вокруг торговой точки (план-схему, картосхему). Дать общую характеристику участку:

1. Адрес.
2. Торговая «точка»: городского значения, местного значения.
3. Расположена поблизости с основными транспортными магистралями; главная улица с оживленным движением транспорта; престижный район, удобный для пешеходов, характеризующийся большим количеством торговых точек; в составе торговых центров; промышленный район; жилой район; деловой центр; другое.

4. Наличие вблизи торгового предприятия организаций и учреждений общегородского или районного пользования (указать наличие учреждений городского значения: театр, стадион, административные здания и т.д.).

При анализе месторасположения торгового предприятия необходимо учитывать критерии, представленные в таблице 2.

В тексте необходимо указать место расположения торгового предприятия на карте населенного пункта. Пример расположения магазина представлен на рисунке 1.

Таблица 2- Критерии оценки розничного торгового предприятия

Критерии оценки	Показатель качественный/описательный ли количественный()
1. Близость расположения к целевому сегменту рынка	
2. Наличие поблизости барьеров: искусственных (железные дороги, трамвайные пути, крупные шоссе, парки, канавы, ямы, мосты), - естественных (реки, горы, крутые подъемы)	
3. Дорожные условия (качество и возраст дорог, количество полос для движения, светофоров, частота дорожных пробок)	
4. Интенсивность дорожного движения: высокая, средняя, низкая	
5. Парковка для автомобилей: количество парковочных мест; качество (организованные / стихийные; наземные / подземные; открытые / закрытые; платные/бесплатные)	
6. Въезд/выезд с парковки: простота, безопасность	
7. Интенсивность движения пешеходов: высокая, средняя, низкая	
8. Какая часть пешеходов посещает магазин: значительная, незначительная, средний показатель	
9. Наличие остановок общественного транспорта (автобус, троллейбус, такси), удаленность от торговой точки	
10. Тротуары: наличие, качество, ширина	
11. Пешеходные переходы: количество, качество (организованные/стихийные; регулируемые/не регулируемые; наземные/подземные)	
12. Видимость торговой точки: насколько хорошо видно место расположения, наличие препятствий, ухудшающих обзор, рекламно-информационные материалы, указывающие на место расположения	
13. Окружающая обстановка: наличие рядом пустующих магазинов и зданий (или строящихся объектов), наличие запахов, не соответствующих продаваемым в торговой точке товарам (например, размещение карамельного цеха кондитерской фабрики и магазинов духов; размещение булочной и китайской кухни и др.); сторона улицы, на которой расположена торговая точка (солнечная, теневая); защищенность от ветра (отдельно стоящая торговая точка, окружена другими зданиями и сооружениями).	
14. Характеристика торговых предприятий, находящихся рядом: часы работы предприятий; способствуют ли окружающие торговые точки расширению торговли (например, торгуют дополняющими товарами или	

Критерии оценки	Показатель качественный/описательный ли количественный()
наоборот, конкурируют ли они за одних и тех же покупателей, соответствуют ли имиджу анализируемой торговой точки: соответствуют, не противоречат, не соответствуют (например, ювелирный магазин и мясная лавка).	
15. Соответствие архитектуры и рекламно-информационных материалов анализируемого предприятия окружающей обстановке (например, если магазин расположен в исторической части города или палатка/ларек на «красной линии»)	

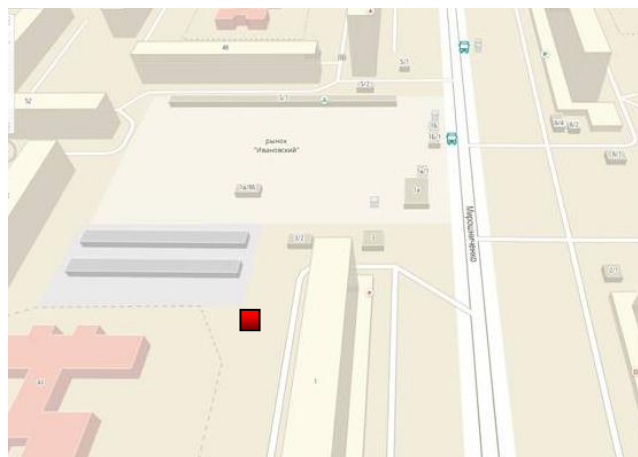


Рисунок 1 -Схема размещения магазина на карте г. Красноярска (другого населенного пункта)

Необходимо определить зоны тяготения населения, проживающего/работающего в радиусе пешеходной доступности торгового предприятия.

Отталкиваясь от места его размещения, нанести на карту населенного пункта необходимо зоны, соответствующие минутам пешего хода.

Известно, что человек в минуту проходит около 80 м, наибольшая доля покупателей (80%) живет в пяти минутах ходьбы от магазина, т.е. на расстоянии 400 м. Остальная доля покупателей, которые живут на расстоянии 800 м., т.е. в 10 минутах ходьбы от торгового предприятия, также может посетить данный магазин.

Расчет общего числа потенциальных покупателей представить в таблице 3.

Таблица 3 - Число потенциальных покупателей розничной торговой точки

Зоны (по минутам пешего хода), мин	Число жителей, чел	Доля покупателей, %	Потенциальные покупатели, чел.
1 - 5			
2 - 10			
Всего			

Оценка потенциала торгового предприятия по числу проходящих мимо пешеходов и проезжающих автомобилей.

Для оценки потенциала торгового предприятия провести анализ состояния розничной торговой сети, используя исходные данные по следующим показателям:

- по коэффициенту плотности;
- по обеспеченности населения в торговых площадях;
- по средней численности населения на 1 м²;
- по уровню специализации розничной торговой сети;
- по среднему радиусу действия магазинов;
- определить необходимую потребность в розничной торговой сети.

Провести сегментацию общей численности населения и рассчитать вместимость торгового зала проектируемого предприятия. Сравнить полученные данные с перспективной потребностью в торговой площади анализируемой торговой сети и сделать заключение о возможности строительства реконструкции торгового предприятия.

Для определения потенциала торгового предприятия рекомендуется осуществлять исследования в непосредственной близости к участку. С этой целью провести опрос респондентов - по 30-40 человек, три раза, в различное время (в зависимости от режима работы торгового предприятия). Подсчеты покупателей должны проводиться в тех же самых местах и в течение одинакового периода. Оптимальным считается период подсчета от 5 до 10 минут. Условия, которые могут повлиять на результаты подсчета (более холодная, чем обычно, погода) необходимо отмечать. Затем результаты каждого подсчета покупателей используются для оценки общего количества людей, проходящих мимо предприятия.

Подсчет производится следующим образом: если с 10 часов до 10 часов 5 минут мимо торгового предприятия прошли 50 человек, то можно предположить, что между 10 и 11 часами за 60 минут прошли 600 человек, т.е.:

$$Ч_{общ} = \frac{В}{П_{подсч}} \times Ч_{пеш} = \frac{60}{5} \times 50 = 600чел, \quad (1)$$

где Ч_{общ} - общее число пешеходов проходящих мимо торгового предприятия за определенный период времени, чел.;

В - расчетный период времени, мин.;

П_{подсч} - период подсчета, мин.;

Ч_{пеш} - число пешеходов прошедших мимо предприятия в течение периода подсчета, чел.

Процент потенциальных покупателей от общего количества пешеходов определяется в результате опроса или наблюдения, путем определения процента пешеходов, соответствующих целевой группе (таблица 4).

Таблица 4 - Определение потенциальных покупателей торгового предприятия

№ периода	Время, час.	Установленное количество прохожих, чел.	Доля потенциальных покупателей, %	Результаты опроса, чел.
1	- 10.00	300	3	39
	10.00 - 11.00	600		
	11.00 - 12.00	400		
	Итого	1300		
2	12.00 - 13.00	650	2	20
	13.00 - 14.00	350		
	Итого	1000		
3	14.00 - 15.00	700	4	55
	15.00 - 16.00	380		
	16.00 - 17.00	300		
	Итого	1380		

Таким образом, общее количество потенциальных покупателей за день в часы работы магазина составило 114 человек. Если известны показатели средних потребительских расходов, то можно определить потенциал сбыта магазина.

Аналогичные подсчеты проводятся для покупателей, проезжающих на машинах, потенциальными покупателями в данном случае можно считать тех, кто останавливается на данном участке. Суммирование потенциальных покупателей, проходящих мимо и проезжающих на автомобилях, позволит судить об общем количестве потенциальных покупателей. Так как в течение торговой недели результаты подсчета могут существенно отличаться, то желательно проводить исследование в течение всей недели, а затем полученные результаты усреднить.

Планирование развития розничной торговой сети и расчет вместимости торгового зала.

Планирование развития розничной торговой сети является обязательным условием, которое обеспечивает соблюдение определенных пропорций между увеличением объема розничного товарооборота и ростом количества предприятий розничного товарооборота и ростом количества предприятий розничной торговли, более полное удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах и повышение уровня торгового обслуживания в целом.

При планировании развития розничной торговой сети должны решаться следующие задачи:

- обеспечение благоприятных условий для обслуживания населения;
- повышение уровня технической оснащенности магазинов;
- улучшение условий труда работников магазинов;
- обеспечение более рационального использования торговых площадей;
- создание условий для рентабельности работы продавцов.

План развития розничной торговой сети разрабатывается как составная часть генеральных планов развития города в целом или отдельного его района.

Это требует установления непосредственной связи между планом развития розничной сети и планом развития промышленности, жилищно-коммунального и культурно-бытового строительства.

Процесс планирования включает следующие этапы:

- анализ состояния розничной сети;
- анализ экономических условий развития населенного пункта;
- определение необходимой потребности в розничной торговой сети;
- определение необходимого прироста торговой сети;
- выбор типов магазинов и их размещение;
- определение экономической эффективности инвестиций в строительстве сети.

Анализ состояния розничной торговой сети - исходный, важнейший этап планирования. Основная цель такого анализа - выявление уровня развития торговой сети и изыскание резервов для эффективного использования ее в будущем. В процессе анализа состояния розничной торговой сети определяются и анализируются следующие показатели.

1. Коэффициент плотности торговой сети (K_n) характеризует отношение количества торговых предприятий к численности населения или размеру обслуживаемой территории:

$$K_n = \frac{K \times 1000}{Ч \times П}, \quad (2)$$

где K_n - количество розничных торговых предприятий;

$Ч$ - численность населения;

$П$ - площадь территории, км.

Результаты расчетов коэффициента плотности торговой сети $K_{п}$ свидетельствуют о количестве торговых предприятий, приходящихся на 1000 человек, в исследуемой градостроительной ситуации.

Коэффициент плотности, как видим, не учитывает размеров торговых предприятий, поэтому не в полной мере отражает действительную обеспеченность население города или района торговой сетью. Он может применяться при ориентировочных расчетах.

2. Показатель обеспеченности населения розничной торговой сетью выражается в показателе «торговая площадь (m^2), приходящаяся на 1000 жителей. Может применяться и обратный показатель, характеризующий среднюю численность населения, приходящуюся на $1 m^2$ торговой площади, а в европейских странах на 1 торговую единицу. Чем меньше этот показатель, тем выше обеспеченность торговой сетью.

$$K_{обес} = \frac{S_{общ} \times 1000}{Ч} \quad (3)$$

где $K_{обес}$ - показатель обеспеченности населения розничной торговой сетью (m^2 / на 1000 чел);

$S_{общ}$ - общая площадь всех торговых предприятий, расположенных на обслуживаемой территории (m^2);

$Ч$ - численность жителей обслуживаемой территории.

3. Уровень специализации розничной торговой сети.

Существуют три основных метода определения уровня специализации розничной торговой сети.

В первом случае уровень специализации определяется как отношение количества специализированных магазинной K_c к общему их количеству K_o :

$$K_1 = (K_c / K_o) \times 100. \quad (4)$$

Определенный таким образом уровень специализации не в полной мере отражает процесс специализации, так как исследуемые магазины неоднородны по размерам торговых площадей и товарообороту.

Во втором случае уровень специализации K_2 может быть определен как отношение товарооборота специализированных магазинов T_c к общему товарообороту T_o :

$$K_2 = (T_c / T_o) \times 100. \quad (5)$$

И, наконец, более точный метод заключается в определении уровня специализации K_3 как отношения торговой площади специализированных магазинов и секции P_c общей торговой площади P_o :

$$K_3 = (P_c / P_o) \cdot 100. \quad (6)$$

На уровень специализации влияет ряд факторов: характер покупательского спроса (твердосформированный или импульсивный спрос); степень сложности ассортимента (чем сложнее ассортимент, тем более узкая специализация возможна и целесообразна); размеры торговых предприятий (меньшие размеры требуют более узкой специализации); местные условия развития товарооборота; размеры помещений магазина; численность население городов.

4. Эффективность использования торговых предприятий определяется размером товарооборота, приходящегося на $1 m^2$, по всем магазинам исследуемого региона.

По результатам такого анализа определяются меры по совершенствованию структуры розничной торговой сети и ее рациональному использованию, по улучшению размещения, специализации предприятий и т. п.

Определение необходимой потребности в розничной торговой сети может осуществляться различными методами: нормативным, технико-экономических расчетов, экономико-математическими и др.

Нормативный метод применяется повсеместно из-за своей простоты. В этом случае потребность определяется по нормативам торговой площади (м²), установленным на 1000 жителей:

$$П = \frac{Н \times Ч}{1000} \quad (7)$$

где П - потребность в торговой сети на конец планового периода, м ;
 Н - норматив торговой площади на 1000 человек на конец планового периода, м ;
 Ч - плановая численность населения.

Нормативы потребности разрабатываются с учетом факторов социально- экономического развития населенного пункта. В настоящее время он равен, в среднем по России, 280 м на 1 тыс. жителей.

Необходимый прирост торговой площади определяется на основании формулы:

$$\Delta П = П - Ф + С, \quad (8)$$

где ΔП - прирост торговой площади, м²;
 П - общая потребность на конец планового периода, м²;
 Ф - фактическая торговая площадь на начало планируемого периода, м²;
 С - уменьшение размера торговой площади за счет сноса и реконструкции, м².

Выбор типов магазинов и их размещение зависит от результатов анализа состояния обеспеченности розничной торговой сети и осуществляется на основе Номенклатуры типов магазинов.

Заключительным этапом планирования розничной торговой сети является определение объема капитальных вложений (инвестиций), их эффективности, срока окупаемости, а также источников финансирования.

Общий объем капитальных вложений, необходимых для строительства магазинов, определяется по формуле:

$$К = \Delta П \times У, \quad (9)$$

где К - общий объем капитальных вложений, руб. ;
 ΔП - прирост торговой сети, м²;
 У - удельные капитальные вложение (стоимость строительства 1 м²), руб.

Эффективность капитальных вложений характеризуется показателем общей эффективности и сроком окупаемости капитальных вложений:

$$\text{Э}_{\text{общ}} = \frac{Пр}{К}, \quad (10)$$

где Э_{общ} - коэффициент общей эффективности капитальных вложений;

Пр - торговая прибыль за год, руб. ;

К - объем капитальных вложений, руб.

Срок окупаемости - величина, обратная эффективности, т. е.

$$Т = \frac{К}{Пр}, \quad (11)$$

где Т - срок окупаемости капитальных вложений, лет

Для торговли нормативный показатель срока окупаемости в среднем составляет 5 лет.

Таким образом, при расчете вместимости торгового зала необходимо ориентироваться на рассчитанный ранее показатель прироста торговой площади для анализируемой торговой сети. Кроме этого необходимо учитывать потребности различных сегментов населения не только проживающих, но и работающих на близлежащих предприятиях и учреждениях, приезжающих из других населенных пунктов с культурно-бытовыми целями, командированные, туристы и др. Для каждого контингента разработаны соответствующие нормативные расчетные показатели, представленные в таблице 5.

Таблица 5 - Нормативные расчетные показатели

Вид магазина	Ед из м	Расчетные показатели на 1000 человек	
			Общая норма на 1000

		На жителей в зоне обслуживания	На жителей города, для предприятий городского значения	На работающих в зоне обслуживания	На приезжающих (в пересчете на жителей города)	человек городского населения
		$a_{ж}$	$a_{г}$	$a_{р}$	$a_{п}$	β_i
Продовольственный	м ²	44	14	60	2-10	60-70
Непродовольственный	м ²	22	60	100	4-30	84-113

Для определения вместимости торгового зала предлагается общая формула, где потребность каждой из категорий потенциальных потребителей представляется как одно из слагаемых (произведение количества данной категории населения на соответствующий дифференцированный расчетный показатель). Принципиальная формула (12) расчета имеет следующий вид:

$$St.з = \sum a_i N_i = a_{ж} N_{ж} + a_{р} N_{р} + a_{г} a_i N_{г} + a_{п} \beta_i N_{п}, \quad (12)$$

где St.з- вместимость предприятий или группы предприятий в зоне обслуживания (количество мест или м² торговой площади);

N_i - контингент обслуживаемого населения в расчетной зоне обслуживания, тыс. чел.;

$N_{ж}$ - количество жителей в зоне обслуживания, тыс. чел.;

$N_{р}$ - количество работающих на производственных предприятиях и в учреждениях, тыс. чел.;

$N_{г}$ - численность населения города, тыс. чел.;

$N_{п}$ - количество приезжающего населения из других населенных пунктов с культурно-бытовыми целями, командированные, туристы и др, тыс. чел.;

a_i ($a_{ж}$, $a_{р}$, $a_{г}$, $a_{п}$) - нормативные расчетные показатели для каждого контингента населения обслуживаемой зоны;

a_i - коэффициент, выражающий проектируемую для данного объекта (магазина) долю вместимости всех городских предприятий, приходящихся на рассчитываемую зону;

β_i - коэффициент, выражающий долю потока иногородних посетителей, приходящихся на рассчитываемое предприятие или зону.

Определив примерное общее количество населения в выбранной градостроительной ситуации, проводится количественная сегментация населения по следующим группам - «живущие», «работающие», «приезжающие». Такое исследование позволяет учитывать, хотя и косвенно, социально-экономический уровень развития района при расчете площади торгового зала проектируемого торгового предприятия. К категории «живущих» в основном относятся неработающую часть населения - студентов, пенсионеров, детей. К категории «приезжающих» можно отнести население, которое, например, ежедневно проезжает по автомагистралям и/или посещает расположенные в этом районе учреждения (магазины общегородского назначения, кинотеатры, вокзалы, государственные организации и т.д.). Интенсивность этого потока зависит от многих факторов и изменяется в зависимости от времени суток, дней недели, сезона года и т.д.

Результаты исследования оформляются в виде таблицы 6.

Таблица 6- Количественная сегментация населения

Группы населения	Количество, чел
«живущие»	
«работающие»	

«приезжающие»	
---------------	--

2. Подсчитайте количество торговых предприятий, расположенных в изучаемой градостроительной ситуации, их примерную торговую площадь и специализацию ассортимента. Результаты исследований представьте в виде таблицы 7.

Таблица 7 - Результаты расчета количества торговых предприятий, торговой площади и специализации ассортимента

Наименование торгового предприятия	Специализация ассортимента	Площадь торгового зала

Особенности устройства и технологическая планировка магазина. Определение состава помещений продовольственных магазинов, а также расчет удельных показателей минимальной площади групп неторговых помещений осуществляются согласно строительным нормам и правилам. Строительные нормы и правила вводят определенную классификацию основных типов магазинов, которые указаны в таблице 8.

Таблица 8 - Классификация основных типов продовольственных магазинов согласно строительным нормам и правилам (ТСН 31-329-2004)

Общая характеристика предприятия	Классификационная группа	Типы магазинов с одинаковым соотношением торговых и неторговых площадей
Магазины с универсальным ассортиментом	I П	Универсам (супермаркет), Гастроном, «Диетические продукты», «Продукты»
Специализированные магазины с широким ассортиментом	II П	Хлеб, кондитерские
	III П	Рыба, мясо
	IV П	Овощи-фрукты
Специализированные магазины с узким или ограниченным ассортиментом	V П	Минипродукты (минимаркет), Соки-джемы, Напитки

В соответствии с данной таблицей в зависимости от выбранного типа проектируемого торгового предприятия следует установить классификационную группу, необходимую для определения состава помещений торгового предприятия и размеров площадей помещений неторговых групп. Состав помещений продовольственных магазинов представлен в таблице 9.

Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений продовольственных магазинов представлены в таблицах 10-11.

Таблица 9 - Состав помещений продовольственных магазинов

Помещения	Классификационные группы предприятий				
	I П	II П	III П	IV П	V П
Торговые помещения					
Торговые залы.	*	*	*	*	*
Помещения или площади в торговых залах для дополнительного обслуживания (отдел заказов)	+	+	+	+	+

Помещения	Классификационные группы предприятий				
	I П	II П	III П	IV П	V П
Помещения для приема и хранения товаров и подготовки товаров к продаже					
Помещения хранения товаров, в т.ч.	*	*	*	*	*
Охлаждаемые камеры	*	+			+
Приемочная	*	*	*	*	*
Подсобные помещения					
Хранение контейнеров обменного фонда, тары	*	*	*	*	*
Хранение упаковочных материалов, инвентаря, спецодежды, бельевая	*	*	*	*	*
Хранение уборочного инвентаря, моющих средств	*	*	*	*	*
Моечная (или моечные ванны в помещениях подготовки товаров)	+	+	+	+	+
Охлаждаемая камера пищевых отходов	+			+	+
Подсобные помещения для дополнительного обслуживания					
Подсобные помещения для питания персонала	*				
Служебные и бытовые помещения					
Канторские помещения					
Комната персонала	*	*	*	*	*
Предприятие питания для персонала	+	+	+	+	+
Помещение для приема пищи	*				
Главная касса		*	*	*	*
Помещение охраны	+	+	+	+	+
Опорный пункт АСУ	+	+	+	+	+
Гардеробные	+	+	+		
Туалеты для персонала	*	*	*	*	*
Душевые	*	*	*	*	*
Помещение профилактория (при размещении магазина в подземном этаже)	*	*	*	*	*
	*	*	*	*	*

Примечания:

1. Помещения, отмеченные знаком «*» - обязательные; «+» - рекомендуемые.
2. Для магазинов групп III П и V П охлаждаемые камеры являются обязательными при наличии в ассортименте кремокондитерских изделий.

Таблица 10 - Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений продовольственных магазинов классификационных групп I П, II П

Характеристика группы помещений	Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений магазинов классификационных групп, м ²					
	I П			II П		
	На 10 м ² торговой площади 400 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 400 м ²	На 10 м ² торговой площади 1000 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 1000 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²
Приема хранения и	3,0	2,0	2,8	2,2	2,0	1,5

Характеристика группы помещений	Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений магазинов классификационных групп, м ²					
	<i>I П</i>				<i>II П</i>	
	На 10 м ² торговой площади 400 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 400 м ²	На 10 м ² торговой площади 1000 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² торговой площади свыше 1000 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²
подготовки товаров к продаже						
Подсобных	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,5
Служебно-бытовых	1,1	0,6	1,1	0,7	0,9	0,5
Итого	5,0	3,4	4,7	3,6	3,6	2,5

Таблица 11 - Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений продовольственных магазинов классификационных групп III П, IV П, V П

Характеристика группы помещений	Удельные показатели минимальной площади неторговых помещений магазинов классификационных групп, м ²					
	<i>III П</i>		<i>IV П</i>		<i>V П</i>	
	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²	На 10 м ² торговой площади 250 м ²	Дополнительно на каждые 10 м ² площади свыше 250 м ²
Приема хранения и подготовки товаров к продаже	2,5	1,8	2,2	1,8	1,8	1,3
Подсобных	0,9	0,6	1,0	0,7	1,0	0,7
Служебно-бытовых	1,0	0,6	1,0	0,6	0,8	0,6
Итого	4,4	3,0	4,2	3,1	3,6	2,6

При осуществлении планировки магазина необходимо соблюдать следующие основные требования:

- разгрузочные (платформы или помещения) должны примыкать к помещениям для приемки товаров;
- помещения для приемки следует располагать так, чтобы обеспечивались кратчайшие связи между ними и помещениями для хранения товаров, а также торговыми залами;
- помещения для хранения товаров не должны быть проходными, их размещают в непосредственной близости от помещений для подготовки товаров к продаже;
- помещения для хранения товаров и подготовки их к продаже должны быть непосредственно связаны с соответствующими отделами торговых залов и располагаться на одном уровне;
- служебно-бытовые помещения размещают таким образом, чтобы обеспечивалась кратчайшая связь между ними и другими неторговыми помещениями;
- взаимное расположение служебных и бытовых помещений определяется их функцией (должна быть связь между помещениями для отдыха и приема пищи);

– помещения, входящие в одну функциональную группу, следует по возможности объединять.

На рисунке 2 представлен пример планировки помещений розничного торгового предприятия, работающего по методу самообслуживания.

Основные требования, предъявляемые к устройству и планировке торгового зала:

- создание наилучших условий для перемещения товаров из помещений для их хранения и подготовки к продаже, к местам выкладки и размещения;
- эффективное использование площади торгового зала при размещении торгового оборудования;
- обеспечение свободного движения потоков покупателей;
- рациональная организация расчетных операций;
- обеспечение эффективного зонирования - распределения мест для различных товарных категорий, с тем чтобы обеспечить их максимальную экономическую эффективность;
- создание эмоционально комфортной для покупателей обстановки, способствующей повышению числа покупок.

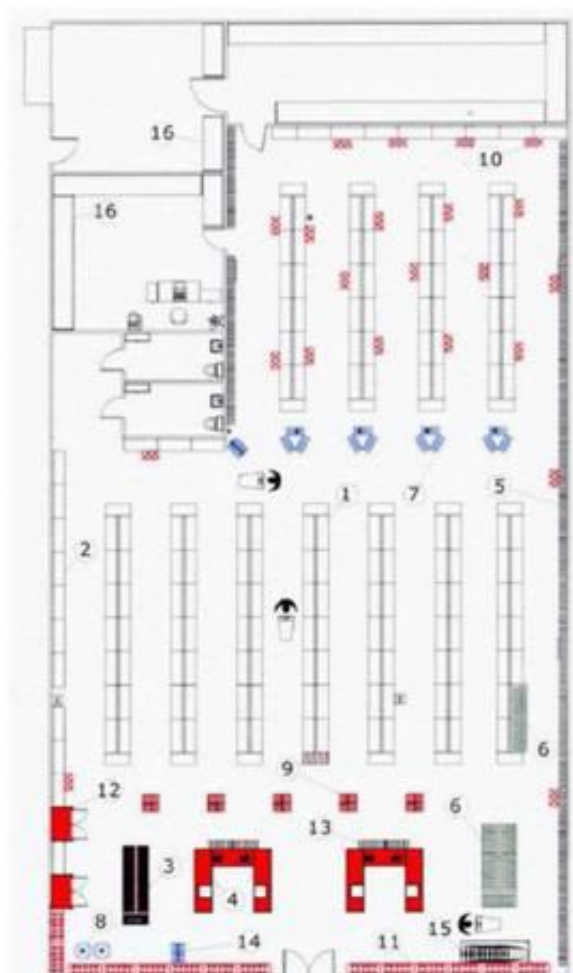


Рисунок 2 – Планировочное решение торгового предприятия, работающего по методу самообслуживания: 1 - главные торговые ряды; 2 - настенные полки; 3 - стенды; 4 - кассовые стойки; 5 - стенка-решетка; 6 - полки для карточек; 7 - решетчатые колонны; 8- стеклянные вертушка; 9 -четырёх сторонний решетчатый дисплей; 10 - корзина из проволоки; 11 - оконные дисплеи; 12 -охладитель напитков; 13 - сигнальная стойка; 14 - решетчатый дисплей; 15 - тележки; 16-складские полки.

При выборе формы и размеров торгового зала необходимо учитывать, что оптимальные условия для организации продажи товаров обеспечиваются в торговых залах прямоугольной формы с соотношением сторон от 1:1 до 1:3. Это не только способствует соблюдению требований рациональной организации торгово-технологических операций, выполняемых в магазине, но и предоставляет покупателям возможность хорошо ориентироваться в размещении товарных групп и совершать покупки в минимальные сроки, создает условия для их комфортного пребывания в магазине.

Размещение входа в магазин и выхода из него по центру торгового зала применяют в магазинах, продажа товаров в которых происходит через прилавок обслуживания. Это позволяет рассредоточить покупателей по всей площади зала.

В магазинах самообслуживания вход и выход совмещены и расположены, как правило, у правого угла фасада здания, чтобы поток покупателей был направлен против часовой стрелки.

Указать группы товаров, размещаемые на той или иной линии, боксе.

При планировании магазина нужно задействовать следующие точки торгового зала: вход, главная витрина (товары повседневного постоянного спроса) и кассу. Эти точки образуют вершины «золотого треугольника», и чем больше пространства оказывается внутри треугольника, тем выше объем продаж в магазине.

Организация системы товароснабжения предприятия;

Данный раздел должен включать в себя:

- порядок установления хозяйственных связей;
- условия поставки по договорам и форма оплаты товаров;
- содержание типового договора (контракта) поставки (купли-продажи);
- состав и характеристика основных поставщиков торгового предприятия (виды поставляемых ими товаров, краткая характеристика товаров, доля крупных поставщиков в общем объеме поставок);
- объем, ассортимент и частота поставок товаров отдельными поставщиками;
- порядок составления заказов на поставку товаров и согласование ассортимента и объема поставок;
- организация и способы доставки товаров в торговое предприятие.

Специализация предприятия

Характеристика специализации предприятия выполняется в следующей последовательности:

- анализ структуры и характеристика ассортимента товаров. В данном разделе дается анализ структуры товарооборота предприятия за последние 2 года, а по одной группе товаров дается более полная характеристика товарооборота (глубина, широта, новизна, рациональность, гармоничность ассортимента, ABC анализ структуры ассортимента, дается анализ товарооборота по видам, типам и другим параметрам, характеризующим данную группу товаров);
- оценка факторов, влияющих на формирование ассортимента товаров на данном торговом предприятии;
- совершенствование ассортимента торгового предприятия;
- ассортиментный перечень товаров.

Организация торгово-технологического процесса на предприятии:

- основные схемы торгово-технологического процесса, применяемые на данном торговом предприятии;
- схема планировки торгового зала (торговых помещений), технико-экономическая оценка использования площади зданий и помещений;
- предпродажная подготовка товара;

- порядок размещения и выкладки товаров в торговом зале; принципы, используемые при выкладке товаров в торговом зале;
- организация процесса продажи и формы обслуживания покупателей;
- оформление товарных ценников;
- методы анализа и учета товарных запасов;
- организация дополнительного обслуживания покупателей и перечень дополнительных услуг, оказываемых покупателям.

Реклама в торговом предприятии:

- особенности применения рекламных средств на торговом предприятии;
- организация рекламных акций, мероприятий на предприятии и их эффективность.

Товароведная характеристика торгового процесса и порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности:

- порядок и документальное оформление приемки товаров по количеству и качеству;
- основные товаросопроводительные документы и особенности их оформления для отдельных товаров; характеристика тары, маркировки и упаковки, порядок возврата многооборотной транспортной тары;
- организация и порядок оформления возврата товара поставщикам;
- документальное оформление внутримagaзинного перемещения товаров;
- порядок составления товарных и товарно-кассовых отчетов;
- уценка товаров ненадлежащего качества и ее документальное оформление;
- документальное подтверждение качества товаров.
- учет товарных потерь и их соответствие установленным нормам;
- оформление списания и уничтожения товаров.

Определение количества расчетно-кассовых узлов, внутренней планировки торгового зала в привязке к расчетно-кассовым узлам.

Данные для расчета количества расчетно-кассовых узлов брать с учетом планировки торгового зала торгового предприятия.

Пример расчета.

Для того, чтобы определить количество расчетно-кассовых аппаратов, необходимо знать следующие показатели:

1. Площадь торгового зала ($S_{\text{тз}} = 1584\text{м}^2$)
2. Тип обслуживания покупателей – самообслуживание
3. Время работы универсама – 9:00 – 22:00
4. Кассовый аппарат - ТЕС ST-5600
5. Средняя продолжительность работы кассового аппарата при обслуживании – 1 мин
6. Коэффициент потерь рабочего времени = 0,8 (20%)
7. Интенсивность покупательского потока – 500 чел/час

1). Рассчитаем среднюю производительность кассового аппарата в час:

$$V_{\text{ч}} = 60 \cdot K_{\text{пот}} / t, \quad (13)$$

где $K_{\text{пот}}$ – коэффициент потери времени;

t – время обслуживания одного покупателя.

Приняли выше, что $K_{\text{пот}} = 0,8$, а $t = 1$ мин, следовательно, средняя производительность одного кассового аппарата равна:

$$V_{\text{ч}} = 60 \cdot 0,8 / 1 = 48 \text{ покупателей/час}$$

2). Далее рассчитаем среднее количество покупателей, проходящих на 1 кассовый аппарат:

$$V = V_{\text{час}} \cdot 13, \quad (14)$$

где 13 – количество часов работы кассового аппарата в смену, причем предположим, что кассовый аппарат работает все 13 часов, меняются только кассиры.

$$V = 48 * 13 = 624 \text{ покупателя}$$

3). Средний интервал посещения магазина покупателями:

$$\alpha = 60 / \text{интенсивность}, \quad (15)$$

где интенсивность - интенсивность покупательского потока.

$$\alpha = 60 / 500 = 0,12$$

4). Интенсивность покупательского потока в минуту:

$$\lambda = 1 / \alpha_{\text{ср.}} \quad (16)$$

где $\alpha_{\text{ср.}}$ - средний интервал посещения магазина покупателями.

$$\lambda = 1 / 0,12 = 8,3 \sim 9 \text{ человек/мин}$$

5). Интенсивность обслуживания покупателей:

$$\mu = 1 / t, \quad (17)$$

где t - средняя продолжительность работы кассового аппарата при обслуживании одного покупателя.

$$\mu = 1 / 1 = 1 \text{ покупателя/мин}$$

6). Загрузка кассового аппарата:

$$\rho = \lambda / (C_{\text{н}} * \mu) \quad (18)$$

При этом, если $\rho = 1$, то покупательский поток называется установившимся, и производительность кассового аппарата соответствует интенсивности покупательского потока, приходящегося на 1 кассовый аппарат.

$\rho > 1$ говорит о том, что кассовый аппарат не справляется с обслуживанием

$0 < \rho < 1$ - возможны простои кассового аппарата

$$\rho = 9 / 1 = 9 \text{ пок/1 кас. ап}$$

7). Средняя длина очереди:

$$L = (\rho * (C_{\text{н}} * \rho) * C_{\text{н}}) / C_{\text{н}} \quad (19)$$

$$L = (9(1 * 9) * 1) / 1 = 81$$

Учитывая большую длину очереди, необходимо увеличить количество кассовых аппаратов таким образом, чтобы рассчитанное значение находилось в оптимальном диапазоне, то есть:

$$\rho = 0,5 - 0,7$$

L не более 0,5 - 2 человека

Среднее время ожидания обслуживания (W) = 0,2 - 1,05 мин

8. Общее количество покупателей в смену за будни и праздники:

$$\Phi_{\text{покуп. потока}} = 500 * 13 = 6500$$

9. Требуемое количество кассовых аппаратов для обслуживания покупателей в течение рабочего дня:

$$C_{\text{н}} = (\Phi_{\text{пок}} * K_{\text{см}}) / V_{\text{пок}}, \quad (20)$$

где $K_{\text{см}}$ - коэффициент, учитывающий неравномерность покупательского потока в смену (в будние дни меньше, в праздники больше). $K_{\text{см}} = 1,3$

$$C_{\text{н}} = 6500 * 1,3 / 624 = 13,5 \sim 14 \text{ кас. ап}$$

10. Загрузка 1 кассового аппарата:

$$\rho = \lambda / (C_{\text{н}} * \mu) \quad (21)$$

$$\rho = 9 / 14 * 1 = 0,6$$

11. Средняя длина очереди:

$$L = (\rho * (C_{\text{н}} * \rho) * C_{\text{н}}) / C_{\text{н}} \quad (22)$$

$$L = (0,6(14 * 0,6) * 14) / 14 = 5,04$$

12. Время ожидания обслуживания:

$$W = L / \lambda \quad (23)$$

$$W = 5,04 / 9 = 0,56 \text{ мин}$$

Все показатели, характеризующие работу кассовых аппаратов, вписываются в нормы. Следовательно, принятое количество кассовых аппаратов, равное четырнадцати, позволит

быстро и качественно обслужить весь поток покупателей.

Определение естественной освещенности торгового зала предприятия.

Данные для расчета естественной освещенности торгового зала брать с учетом планировки торгового зала предприятия.

Создание в помещениях надлежащего светового режима, соответствующего производственной деятельности человека в осуществлении жизненно необходимых функций, является одним из условий правильного проектирования зданий.

Оптимальная световая среда в торговом зале должна создавать комфортные условия, как для покупателя, так и для работников торговых предприятий. Освещение должно быть таким, чтобы покупатель мог быстро и безошибочно прочесть надписи на этикетках товаров. Освещение должно обладать своеобразной информативностью, т.е. позволять быстро находить нужный отдел и нужный товар.

Помещения с постоянным пребыванием людей должны иметь, как правило, естественное освещение.

При проектировании зданий размеры оконных проемов устанавливаются с учетом необходимой освещенности помещений в зависимости от их назначения, габарита, естественной освещенности в конкретных географических условиях, световой характеристики окна при данных соотношениях габарита помещения и оконного проема, светопропускаемости оконного блока и т.д.

При проектировании новых помещений, при реконструкции старых, при проектировании естественного освещения помещений необходимо определить площадь световых проемов в соответствии с требованиями СНиП 23.05-95 "Естественное и искусственное освещение. Нормы проектирования".

Выделение товаров предполагает, что система светового освещения должна обеспечивать разделение различных товаров, ориентировать взгляд посетителя, облегчать объективное восприятие и т.п.

Прямым источником естественного освещения является солнце, а диффузным (рассеянным) светом - свет небосвода. Свет в помещения проникает через световые проемы: окна, фонари верхнего освещения, плафоны. Чем больше площадь световых проемов, тем больше проходит света в помещения. Вместе с этим явлением наблюдается другое - инсоляция помещений - прямое солнечное облучение. Инсоляция в ряде случаев образует на поверхности световые, нежелательные для зрения, блики. В летние месяцы - перегрев помещений за счет лучистой энергии солнца, называемой солнечной радиацией.

Чрезмерное увеличение площади оконных проемов усложняет поддержание оптимального климатического режима помещения и увеличивает стоимость строительства.

Из этих условий возникает необходимость назначать площадь светопропускания, необходимую и достаточную для осуществления производственной деятельности человека.

Отношение светового потока, измеряемого в люменах (лм) к поверхности освещения в 1 м^2 , равно освещенности E в люксах (лк)

$$E = 1 \text{ лм/м}^2 \quad (24)$$

В практике проектирования естественного освещения рассматривается не освещенность, а относительная величина - коэффициент естественного освещения (к.е.о.), равный отношению освещенности точки в рабочем помещении (E_B) к освещенности предмета, находящегося на открытой поверхности (E_H)

$$\text{к.е.о.} = (E_B / E_H) 100 \quad (25)$$

Коэффициент естественного освещения характеризует процентное отношение освещенности точки в помещении к освещенности на открытой поверхности. Для торговых предприятий оптимальным является показатель, равный 0,125.

При расчете естественного освещения рассматривают три вида освещения: боковое - через оконные проемы, расположенные в наружных стенах; верхнее - через световые фонари; комбинированные - через боковые световые проемы и световые фонари.

Необходимая степень естественного освещения должна быть равна или больше требуемой освещенности, зависящей от технологического процесса и функционального назначения здания ($e^{TP} \leq e$).

При боковом освещении площадь световых проемов (m^2) определяют по формуле:

$$S_0 = (e_n \times \eta_0 \times K_{зд} \times S_n) / (100 \times \tau_0 \times r_1) \quad (26)$$

При верхнем освещении площадь световых проемов (в m^2) определяют по формуле:

$$S_0 = (e_n \times \eta_{\phi} \times S_n) / (100 \times \tau_0 \times r_2) \quad (27)$$

где S_0 - площадь световых проемов при боковом освещении, m^2 ;

S_n - площадь пола помещения, m^2 ;

e_n - нормируемое значение к.е.о., определяемое по таблице 1.1;

τ_0 - общий коэффициент светопропускания $\tau_0 = \tau_1 \tau_2 \tau_3 \tau_4$, определяемый по таблице

13;

r_1 - коэффициент, учитывающий увеличение к.е.о. при боковом освещении за счет отраженного света, определяемый по таблице 14;

r_2 - коэффициент, учитывающий увеличение к.е.о. при верхнем освещении, определяется по таблице 15.

η_0 - световая характеристика оконного проема при боковом освещении, определяется по таблице 16 (безмерная величина);

η_{ϕ} - световая характеристика фонарей верхнего освещения для упрощенного метода, определяемая по таблице 17 (безмерная величина).

$K_{зд}$ - коэффициент, учитывающий затемнение окон противостоящим зданием в зависимости от отношения расстояния между зданиями (P) к высоте $H_{зд}$, измеряемой от подоконника проектируемого здания до карниза противостоящего здания.

$P/H_{зд}$	0,5	1	1,5	2	3 и более
$K_{зд}$	1,7	1,4	1,2	1,1	1

Пример 1. Требуется определить площадь оконных проемов в стене торгового зала, чтобы обеспечить нормируемый к.е.о. = 0,5 (таблица 1.2). Помещение зала имеет глубину $B=9$ м, длину $L=30$ м, высоту до верха оконного проема $h=1,5$ м. Противостоящих затемняющих зданий нет (K_3), освещение - с одной стороны, остекление двойное, переплеты спаренные, загрязнение незначительное, конструкции перекрытий - балки высотой до 50 см. (Оконным переплетом именуется внутренняя часть оконного блока по периметру. Сюда относятся именно элементы рамы, а не фурнитура или стеклопакет. Переплет состоит из створок, а на старых или нестандартных окнах - ещё и из форточки или фрамуги).

Таблица 12 - Нормируемое значение коэффициента естественной освещенности (к.е.о.)

Помещения	Значение $e_{при}$ естественном освещении, %		Поверхность
	верхнее и комбинированное освещение	боковое освещение	
конторские помещения -	-	1,0	пол
коридоры, проходы, лестницы, душевые, гардеробы для хранения домашней и рабочей одежды		0,1	пол

помещения для отдыха, вспомогательные помещения	1	0,3	У.Р.П.
приемные, санитарные узлы	-	0,3	пол
столовые, кафетерии, торговые залы	2	0,5	Пол У.Р.П.
выставочные залы	2	1,5	вертикальные поверхности
гладильные торговых предприятий	3	1	пол и У.Р.П.
мастерские торговых предприятий -	4	1,5	то же

По таблице 13 $\tau_0=0,8$ $0,75$ $0,80,9=0,4$

Коэффициент отражения при $V/h = 9,0/1,5 > 4,0$. Рассматриваемая точка расположена у внутренней стены $l = 9,0$ м; отношение $l/V = 9,0/9,0 = 1,0$; средневзвешенный коэффициент отражения $\rho = 0,4$. По таблице 1.3 $r_1=3,5$.

Световая характеристика оконного проема при отношении $L/B=30/9=3,3$ и $V/h=9/1,5=6,0$.

По таблице 16 $\eta_0 = 11,0$.

По формуле 14 площадь световых проемов

$$S_0 = (0,5 \times 11 \times 1 \times 270) / (100 \times 0,40 \times 3,5) = 10,61 \text{ м}^2.$$

Применяется ленточное остекление, высоту и ширину оконных проемов выбираем следующим образом: при окнах с простенками шириной по 1,0 м - высота оконных проемов должна быть не менее $42 / (30 - 5 \times 1,0) = 1,7$. Следовательно размер одного оконного проема составляет $1,7 \times 1 = 1,7 \text{ м}^2$. Количество определяется как отношение общей площади световых проемов к площади одного оконного проема.

Таблица 13 - Значения коэффициентов τ_1 τ_2 τ_3 τ_4

Вид светопропускающего материала	τ_1	Вид переплета	τ_2
Стекло листовое:		Переплеты окон и фонарей	
одинарное;	0,9	гражданских зданий:	
двойное;	0,8	одинарные;	0,8
тройное.	0,75	спаренные;	0,75
Стекло листовое армированное.	0,6	двойные;	
Стеклопластик листовой:		раздельные;	0,65
бесцветный;	0,75	раздельно - спаренные.	0,50
слабоокрашенный;	0,6	Стекложелезобетонные с	
интенсивно окрашенный;	0,5	пустотелыми блоками, тол-	
Органическое стекло:		щина шва:	
прозрачное;	0,9	до 20 мм;	0,9
молочное.	0,6	более 20 мм;	0,85
Пустотелые стеклянные блоки:		Ограждения из профильного	
светорассеивающие;	0,5	стекла.	0,95
прозрачные.	0,55		
Профильное стекло:			
швеллерное;	0,8		
коробчатое;	0,65		
Степень загрязнения	τ_3	Вид несущих конструкций	τ_4
а) значительное загрязнение		Стальные фермы;	0,9
расположение светопропускаемого		железобетонные фермы и	
материала:		арки;	0,8
вертикально;	0,65	балки, рамы при высоте	
наклонно и горизонтально.	0,5	до 50 см	0,9
б) умеренное загрязнение:		более 50 см	0,8

вертикально;	0,7		
наклонно горизонтально	0,65		
в) незначительное загрязнение:			
вертикально;	0,8		
наклонно горизонтально.	0,65		

Пр и м е ч а н и е. Значительное загрязнение, когда в воздухе содержится 10 мг/м^3 и более пыли, дыма, копоти. Умеренное, когда в воздухе от 5 до 10 мг/м^3 загрязняющих веществ. Незначительное, когда в воздухе содержится не более 5 мг/м^3 загрязняющих веществ

Таблица 14 -Значение коэффициента γ_1 (для помещений, в которых отношение длины L к глубине В равно 2 и более)

Отношение В/h	Отношение L/В	При боковом одностороннем освещении			При боковом двустороннем освещении		
		Средневзвешенный коэффициент отражения ρ потолка, стен, и пола					
		0,5	0,4	0,3	0,5	0,4	
1-1,5	0,1	1,05	1,0	1	1,05	1,0	1,0
	0,5	1,20	1,1	1,1	1,15	1,1	1,1
	1,0	1,50	1,3	1,2	1,25	1,15	1,1
1,5-2,5	0,3	1,1	1,1	1,05	1,1	1,1	1,05
	0,5	1,3	1,2	1,1	1,25	1,15	1,1
	0,7	1,7	1,4	1,25	1,5	1,2	1,2
	1,0	2,4	1,8	1,5	1,6	1,5	1,2
2,5-4,0	1,05	1,0	1,0	1,05	1,0	1,0	1,0
	1,1	1,1	1,05	1,1	1,1	1,05	1,05
	1,3	1,2	1,1	1,25	1,15	1,1	1,1
	1,7	1,4	1,3	1,45	1,25	1,2	1,2
	3,0	1,9	1,5	2,6	1,5	1,3	1,3
	4,3	2,4	1,7	2,65	1,6	1,4	1,4
>4	0,1	1,1	1,05	1,0	1,1	1,05	1
	0,3	1,3	1,2	1,1	1,3	1,2	1,10
	0,5	2,5	1,5	1,3	2,4	1,45	1,3
	0,7	3,7	2,1	1,7	3,2	1,85	1,5
	0,9	5,6	3,0	2,1	3,9	2,3	1,7
	1,0	5,7	3,5	2,5	4,0	2,4	1,9

Таблица 15 - Значение световой характеристики оконных проемов γ_2

Отношение высоты помещения от У.Р.П. до пиза свето- вого проема фонарей к ширине пролета	Средневзвешенный коэффициент отражения потолка, стен, пола								
	Р _{ср} =0,5			Р _{ср} =0,4			Р _{ср} =0,3		
	Количество пролетов в здании								
	1	2	3 и бо- лее	1	2	3 и бо- лее	1	2	3 и бо- лее
2	1,70	1,50	1,15	1,60	1,40	1,10	1,40	1,10	1,05
1	1,50	1,40	1,15	1,40	1,30	1,10	1,30	1,10	1,05
0,75	1,45	1,35	1,15	1,35	1,25	1,10	1,25	1,10	1,05
0,50	1,40	1,30	1,15	1,30	1,20	1,10	1,20	1,10	1,05
0,25	1,35	1,25	1,15	1,25	1,15	1,10	1,15	1,10	1,05

Для определения значений γ_1 и γ_2 необходимо рассчитать средневзвешенный коэффициент отражения при боковом и верхнем освещении по формуле:

$$\rho_{ср} = \frac{\rho_1 S_1 + \rho_2 S_2 + \rho_3 S_3}{S_1 + S_2 + S_3} \quad (28)$$

где ρ - коэффициент отражения потолка, стен, пола;

S_1, S_2, S_3 - площади потолка, стен, пола;

Таблица 16 - Значение световой характеристики оконных проемов η_0

Отношение длины помеще- ния L к его глубине B	Отношение глубины B к его высоте от У.Р.П. до верха окна							
	1	1,5	2	3	4	5	7,5	10
4 и более	6,5	7,0	7,5	8,0	9,0	10,0	11,0	12,5
3	7,5	8,0	8,5	9,6	10,0	11,0	12,5	14,0
2	8,5	9,0	9,5	10,5	11,5	13,0	15,0	17,0
1,5	9,5	10,5	13,0	15,0	17,0	19,0	21,0	23,0
1,0	11,0	15,0	16,0	18,0	21,0	20,0	26,0	29,0
0,5	18,0	23,0	31,0	37,0	45,0	54,0	66,0	-

Таблица 17 - Значения световой характеристики фонарей η_f

тип фонарей	Количество пролетов	Отношение длины помещения к ширине пролета								
		1-2			2-4			4 и более		
		Отношение высоты помещения H к ширине пролета B								
		0,2-0,4	0,4-0,7	0,7-1,0	0,2-0,4	0,4-0,7	0,7-1,0	0,2-0,4	0,4-0,7	0,7-1,0
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Прямоугольный и М-образный	1	5,8	9,4	16,0	4,6	6,8	10,5	4,4	6,4	9,1
	2	5,2	7,5	12,8	4,0	5,1	7,8	3,7	4,6	6,5
	3 и более	4,8	6,7	11,4	3,8	4,5	6,9	3,4	4,0	5,6
Трапециевидные	1	3,5	5,2	6,2	2,8	3,8	4,7	2,7	3,6	4,1
	2	3,2	4,4	5,3	2,5	3,0	4,1	2,3	2,7	3,4
	3 и более	3,0	4,0	4,7	2,3	2,7	3,7	2,1	2,4	3,0
Шеды с вертикальным остеклением	1	6,4	10,5	15,2	5,1	7,6	10,0	4,9	7,1	8,5
	2	6,1	8,0	11,0	4,7	5,5	6,6	4,3	5,0	5,5
	3 и более	5,0	6,5	8,2	4,0	4,3	5,0	3,6	3,8	4,1
То же, с наклонным	1	3,8	4,5	6,8	2,9	3,4	4,5	2,5	3,2	3,9
	2	3,0	4,3	5,7	2,3	2,9	3,5	2,1	2,6	2,9
	3 и более	2,7	3,7	5,1	2,2	2,5	3,1	2,0	2,2	2,5

После ознакомления с методикой расчета необходимой площади естественной освещенности необходимо провести проверочный расчет площади световых проемов для торговых и производственных помещений торгового предприятия. Результаты исследований представить в виде таблицы 18.

Таблица 18 - Площади световых проемов проектируемого предприятия

Наименование помещений	Общая площадь световых проемов	Площадь одного оконного проема	Количество оконных проемов

Расчет освещенности торгового зала универсама

Данные для расчета освещенности торгового зала универсама брать из результатов расчета и планировки торгового зала предприятия.

Пример расчета.

1. Для начала, чтобы определить освещенность торгового зала, необходимо зафиксировать его геометрические параметры:

Длина (l) = 48м

Ширина (b) = 33м

Высота (h) = 3м

В соответствии с требованиями СНиП помещение должно освещаться с интенсивностью 75 Люкс/м.

2. Выберем тип светильника. Возьмем светильники дневного света с двумя лампами, мощность каждой 40 Вт. Длина светильника 1,325 м.

3. Для того, чтобы учесть особенности торгового помещения: площадь, высоту, форму – введем комплексный параметр – индекс помещения (i_p), который рассчитывается по зависимости:

$$i_p = S/h(b+l), \quad (29)$$

где S - площадь торгового зала.

$$i_p = 1584/3(33+48) = 6,5$$

4). Между коэффициентом помещения и коэффициентом использования светового потока (η) есть определенная зависимость:

$$i < 1,3 \quad \eta = 0,8$$

$$i = 1,3-2,25 \quad \eta = 0,72$$

$$i = 2,25-3,20 \quad \eta = 0,7$$

$$i = 3,20-5 \quad \eta = 0,65$$

$$i = 5-7 \quad \eta = 0,62$$

$$i = 7-9 \quad \eta = 0,6$$

$$i = 9-11 \quad \eta = 0,55$$

$$i > 11 \quad \eta = 0,55$$

То есть $\eta = f(i) = 0,62$

5. Расчетная длина помещения, ширина и высота зависят от коэффициента приведения, который учитывает отражение светового потока от ограждающих конструкций. Для высоты коэффициент приведения $\lambda = 1,4$. Так как отражающая способность потолка наибольшая, поэтому расчетная высота помещения будет:

$$H = h \times \lambda = 3 \times 1,4 = 4,2 \text{ м}$$

6. Лампы освещения можно размещать вдоль или поперек торгового зала. Количество осветительных приборов будет привязано к габаритам помещения. Количество источников в ряду осветительных приборов с учетом приведенной высоты торгового зала будет равно:

$$h = \ell(H+1) = 48(4,2+1) = 9,2 \sim 10 \text{ источников в ряду}$$

При рядом размещении осветительных приборов световые потоки от ламп накладываются друг на друга. И это наложение может быть во взаимно перпендикулярных плоскостях. Поэтому необходимо ввести коэффициенты наложения светового потока:

Z – в поперечном направлении = 1,15

K – в продольном направлении = 1,5

Тогда световой поток ряда ламп будет равен:

$$\Phi = E_{\text{мин}} \cdot S \cdot Z \cdot K / n \cdot \eta \quad (30)$$

$$\Phi = 75 \cdot 1584 \cdot 1,15 \cdot 1,5 / 10 \cdot 0,62 = 33053,2 \text{ люкс/м}^2$$

7. Одна лампа дневного света мощностью 40Вт генерирует световой поток в 2700 люменов. Тогда количество рядов будет равно:

$$n_1 = \Phi / 2700 \quad (31)$$

$$n_1 = 33053,2 / 2700 = 12,3 \sim 13 \text{ рядов}$$

8. Потребное количество ламп при условии, что в одном осветительном приборе одна лампа, будет равно:

$$N_{\text{ламп}} = n \cdot n_1 \quad (32)$$

$$N_{\text{ламп}} = 10 \cdot 13 = 130 \text{ ламп}$$

9. Осветительные приборы располагаются следующим образом: минимальное расстояние от стены в ряду должно находиться в пределах 1,2 – 1,5 м., а расстояние от стены до прибора по боковой поверхности – 0,4-0,5 м. Все остальное пространство заполняется осветительными приборами.

Выводы и предложения

В заключение должны быть сделаны общие выводы по проделанной работе, даны предложения по использованию полученных результатов.

Выводы должны соответствовать материалу, изложенному в работе.

Они должны быть пронумерованы, и располагаться в порядке убывания значимости полученных данных. Выводы формулируются кратко в виде тезисов.

Список использованных источников

Список должен содержать сведения об источниках литературы, использованных в процессе прохождения практики (должностные инструкции, устав предприятия и др.). Включение в список литературы, которой студент не пользовался в своей работе, не допустимо.

Приложения

К отчету могут быть приложены таблицы, схемы, бланки, а также образцы документов, с которыми студент непосредственно работал в процессе практики.

Обучающиеся, которые проходят практику на перерабатывающих предприятиях, описывают основные технологические операции производства и их влияние на формирование качества полуфабрикатов и готовых продуктов; анализируют причины возникновения дефектов при хранении или переработке продукции, разрабатывают предложения по их устранению.

9 Требования к оформлению отчета по производственной практике

Оформление отчета по производственной практике должно соответствовать требованиям, предъявляемым к работам, направляемым в печать. В связи с этим студенту с самого начала подготовительного этапа и затем в процессе работы над содержанием отчета 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»), 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 – 12 пт;
 - файл должен быть подготовлен в текстовом редакторе Word, при этом должны быть установлены следующие параметры 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. Нумерация страниц должна быть арабскими цифрами, сквозной по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. На титульном листе номер страницы не проставляется. 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 сокращенные 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 прича-

ствием (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 отчете 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 в отчете.

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. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.1. Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например, Рисунок А.3. При ссылках 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 абзачного 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.

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. Пример оформления таблицы приведен на рисунке 2.

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.

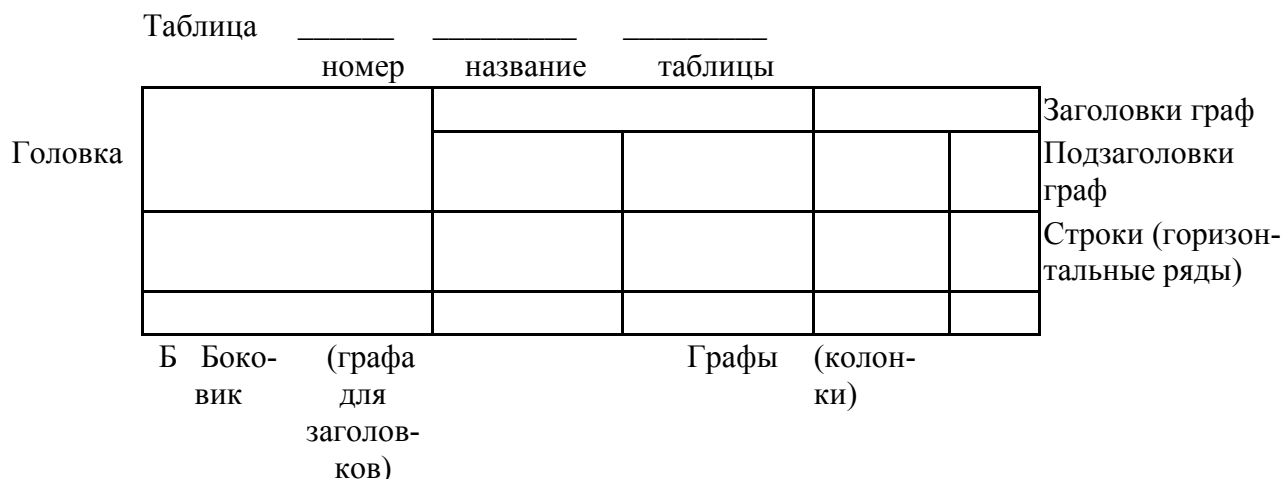


Рисунок 2 – Оформление таблицы

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 умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (х), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «Х».

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

Формулы в отчете следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всего отчета арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Пример $A = a \cdot b,$ (1)

$B = c \cdot e.$ (2)

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, предвывая 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».

Список использованных источников. 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. Сведения об источниках следует располагать в порядке появления ссылок на источники в тексте отчета и нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзачного отступа.

Литературу на иностранных языках рекомендуется приводить в конце списка, затем электронные ресурсы. В списке использованных источников после фамилии и инициалов автора, заглавия книги и статьи ставится точка; перед сведениями об авторах, помещенных после заголовка – косая черта (/); перед сведениями о месте издания ставится точка и тире (.-); перед издательством – двоеточие (:); перед годом издания – запятая (,); внутри остальных элементов ставятся точки. Информация о страницах, которые использовались в работе отделяется от предшествующих записей посредством тире, например: - 257 с.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Основная литература

1. [Дашков, Л. П.](#) Коммерция и технология торговли [Текст] : учебник для студентов вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 689с.
2. [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.
3. [Киселева Е.Н.](#) Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080301 (351300) Коммерция (Торговое дело) / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - М.: Вузовский учебник, 2011.
4. Нечушкина Е.А. и др. Практикум по логистике: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлени. 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.
5. [Калачев С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для ст-ов спец. Коммерция всех форм обучения / С. Л. Калачев. - М.: Юрайт, 2011- 463 стр.](#)

Дополнительная литература

1. 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.
2. Коммерческая деятельность [Комплект] : методические указания для практических занятий / Ю. И. Колоскова, Л. А. Якимова ; М-во сел. хоз-ва Рос. Федерации, Краснояр. гос. аграр. ун-т. - Красноярск : КрасГАУ, 2012.
3. Коротких, И. Ю. Основы коммерческой деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов СПО по специальностям "Коммерция" и "Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров" / И. Ю. Коротких. - 2-е изд., стереотипное. - М. : Академия, 2012. - 205с.
4. Егоров, В. Ф. Организация торговли [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающимся по торговым специальностям / В. Ф. Егоров. - СПб. : Питер, 2004. - 344 с.
5. Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник для вузов / А. А. Ляшко [и др.]. - М.: Дашков и К, 2009. - 667 с. Библиогр.: с. 664-667.

Научные журналы

1. Логистика
2. Предпринимательство
3. Российский экономический журнал
4. Современная торговля Российская торговля
5. Технологии и товароведение сельскохозяйственной продукции
6. Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов
7. Товароведение продовольственных товаров
8. Управление качеством

Информационные ресурсы удаленного доступа (сети INTERNET)

1. Денисова, А.Л. Теория и практика экспертной оценки товаров и услуг. Учебное пособие [Электронный ресурс] / А.Л.Денисова, Е.В.Зайцев – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. унив., 2002. – 41 с. – ISBN 5-8265-0181 – www.tstu.ru/education/elib/pdf/2002/zaicev.pdf

2. Конъюнктура товарных рынков <http://ktr-online.ru>
3. Международная конфедерация обществ потребителей. [Электронный ресурс] – www.konfor.ru
4. Министерство сельского хозяйства и продовольственной политики Красноярского края www.krasagro.ru
5. Министерство сельского хозяйства РФ www.mcsx.ru
6. Московское общество защиты прав потребителей. [Электронный ресурс] – <http://www.mozpr.org>
7. О защите прав потребителей. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 в ред. от 25.11.2006.
8. Общероссийская общественная организация «Общество защиты прав потребителей образовательных услуг» [Электронный ресурс] – www.ozppou.ru
9. Общероссийский классификатор продукции – <http://www.consultant.ru/online/base/req=doc;base=LAW>
10. Официальный сайт Американского общества качества [Электронный ресурс] – www.asq.org
11. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос» [Электронный ресурс] – www.spros.ru/
12. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс] – <http://www.interstandart.ru/>
13. Официальный сайт Общества защиты прав потребителей [Электронный ресурс] – <http://www.ozpp.ru/>
14. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс] – www.stq.ru/
15. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. – <http://www.gost.ru/>
16. Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс] – <http://www.rosпотребнадзор.ru/>
17. РосБизнесКонсалтинг www.rbc.ru
18. Россия-СКРИН Система раскрытия информации www.skrin.ru
19. Справочная правовая система «Консультант» www.consultant.ru
20. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, Россия <http://www.tks.ru/db/tnved/tree>
21. Управление экономическими системами: электронный научный журнал <http://uecs.ru>
22. Федеральная служба государственной статистики www.gks.ru
23. Центр независимой потребительской экспертизы [Электронный ресурс] – www.cnpe.spb.ru
24. Электронная библиотека: www.elibrary.ru

Программное обеспечение.

1. KonSi- SWOT Analysis
2. Konsi-Price Benchmarking (simple)
3. KonSi-Assortment Optimization
4. Windows Vista Business Russian Upgrade OpenLicense NoLevI
5. Лицензия Windows Vista Starter 32-bit Russian 1pk DSP OEI DVD-2
6. Microsoft Windows Server CAL 2008 Russian Academic OPEN No Level Device CAL Device CAL
7. Office 2007 Russian OpenLicensePask NoLevI
8. Microsoft Office SharePoint Designer 2007 Russian Academic 16 OPEN No Level
9. Acrobat Professional Russian 8.0 AcademicEdition Band R 1- 999
10. Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ»

11. Система электронно-дистанционного обучения LMS Moodle, обеспечивающая пользователям ЭОИС доступ к базе электронных курсов, средств тестирования, интерактивных дидактических инструментов обучения: <http://e.kgau.ru/>;
12. Нормативно-правовая система Консультант Плюс Программный комплекс

Заключение

Разработанные методические указания по производственной практике позволяют студентам разобраться в таких вопросах:

- представление об основах прохождения практики в организациях с целью поисков путей повышения эффективности трудовой деятельности студентов как индивидуально, так и в коллективе;
- развитие у студентов творческих способностей, перспективного мышления, вкуса к исследовательской деятельности, мотивирование научного и новаторского подхода к объяснению причин поступков индивидов в определенных условиях;
- выработка у студентов навыков и умения проведения практического исследования, анализа проблемных ситуаций, разработки предложений и рекомендаций по повышению эффективности управления коммерческой организацией, предсказаниям поведения работника в будущем.

Методические указания не только формируют научное представление об организации практики, но и содержат практические рекомендации по ее методологическому обеспечению, организации и планированию.

Выполнение самостоятельно практических работ позволяет студентам закрепить свои знания на практике.

Приложение А

Образец титульного листа отчета по практике

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

Институт пищевых производств
Кафедра Товароведение и управление
качеством продукции АПК

ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выполнил

(курс, группа, Ф.И.О.)

Руководитель от кафедры

(ученое звание, степень, должность,
Ф.И.О.)

К защите

(дата, роспись руководителя)

Отчёт защищен с оценкой

Председатель комиссии

(ученое звание, степень, должность,
Ф.И.О.)

Члены комиссии:

(дата, подпись члена комиссии)

г. Красноярск 20__