

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Департамент научно-научно-исследовательской 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.  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

*Методические указания по организации и проведению  
научно-исследовательской работы для обучающихся по направлению  
подготовки 38.03.06 "Торговое дело" профиль «Товароведение и экспертиза  
продовольственных товаров»*

Красноярск 2016

Рецензент:

Власова Е.Ю. - канд. эконом. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ

Чаплыгина И.А.

Производственная практика. Научно-исследовательская работа: метод. указания / И.А. Чаплыгина, В.В. Матюшев, Н.О. Васильева,; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. - 42 с.

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

Печатается по решению редакционно-издательского совета Красноярского государственного аграрного университета

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

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	4
1 Цели практики .....	5
2 Задачи практики .....	5
3 Место научно-исследовательской работы в структуре производственных практик, ее связь с теоретической подготовкой.....	6
4 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики «Научно-исследовательская работа» .....	9
5 Формы проведения практики.....	11
6 Места проведения практики .....	11
7 Индивидуальное задание.....	11
8 Структура и содержание практики «Научно-исследовательская работа» .....	12
8.1 Структура практики «Научно-исследовательская работа».....	12
8.2 Содержание производственной практики «Научно-исследовательская работа».....	17
8.3 Содержание вопросов отчета по практике «Научно-исследовательская работа».....	17
8.4 Примерная тематика научно-исследовательских работ.....	19
8.5 Примерный перечень рассматриваемых вопросов по темам.....	20
9 Краткая характеристика содержания и методик научно-исследовательской работы.....	22
9.1 Анализ конкурентоспособности предприятия .....	22
9.2 Организация закупки товаров. Анализ поставщиков .....	23
9.3 Анализ товарных запасов .....	25
9.4 Анализ форм и методов продажи .....	25
9.4 Анализ структуры ассортимента товарной группы.....	26
9.5 Методика разработки анкет .....	28
10 Требования к оформлению отчета по практике.....	31
11 Критерии оценки отчета по практике .....	35
12 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики .....	37
Заключение .....	40
Приложения .....	41

## Введение

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

Учебный план подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» студентов очной и заочной формы обучения в блок производственная практика включает типы: «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Технологическая практика», «Научно-исследовательская работа» и «Преддипломная практика».

Способы проведения производственной практики «Научно-исследовательская работа» – стационарная и выездная.

Практика «Научно-исследовательская работа» проводится в структурных подразделениях организации в соответствии с рассматриваемыми вопросами программы практики.

Практика «Научно-исследовательская работа» 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 формированию информационных баз данных.

При разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение учитывает необходимость предоставить обучающимся возможность и создать условия:

- изучать специальную литературу и другую научно-техническую информацию о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний;
- участвовать в проведении научных исследований или выполнении технических разработок;
- осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-технической информации по теме (заданию);
- составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);
- выступить с докладом на конференции.
- овладеть способностью аргументированно высказывать свои суждения, включающие научные, социальные, этические и эстетические аспекты (для вузов эстетического профиля – создавать, воплощать и выражать собственные художественные идеи);
- развивать навыки, которые в дальнейшем будут необходимыми для продолжения своих исследований с высокой степенью автономии;
- овладеть необходимыми академическими компетенциями в том, что касается проведения исследований, использования теорий, моделей и логики последующих интерпретаций, а также основных интеллектуальных навыков, способов и форм сотрудничества и коммуникаций.

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 практики

Научно-исследовательская деятельность – это неотъемлемый вид научно-исследовательской практики, являющийся разделом практики, направленный на расширение и закрепление теоретических и практических знаний, полученных в процессе обучения, приобретение и совершенствование практических навыков, знаний, умений, компетенций по избранной программе, подготовку к будущей профессиональной деятельности.

Цель данного вида практики: овладение навыками проведения прикладных научных исследований в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности, способствующих формированию общекультурных и профессиональных компетенций выпускника.

Цели практики второго порядка:

- обеспечение интеграции учебных занятий и научно-исследовательской работы студентов;
- формирование и развитие профессиональных научно-исследовательских навыков в сфере избранной специальности, закрепление полученных теоретических знаний по дисциплинам направления и специальным дисциплинам программ;
- приобретение опыта самостоятельного ведения профессиональной деятельности в коммерческих и товароведных технологических процессах торговых организаций на основе инновационных подходов в данной сфере

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

## 2 Задачи практики

Задачами проведения практики «Научно-исследовательская работа» являются приобретение профессиональных умений и опыта в следующих направлениях:

- работа с эмпирической базой исследования в соответствии с выбранной темой исследования (составление программы и плана эмпирического исследования, постановка и формулировка задач эмпирического исследования, определение объекта эмпирического исследования, выбор методики эмпирического исследования, изучение методов сбора и анализа эмпирических данных);
- проведение статистических и социологических исследований, связанных с темой выпускной квалификационной работы;
- освоение методик анкетирования и интервьюирования (составление анкеты, опрос, анализ и обобщение результатов);
- освоение методик наблюдения, эксперимента и моделирования;
- рассмотрение вопросов по теме исследования;
- исследование и анализ товарных рынков;
- прогнозирование и проектирование ассортимента товаров;
- оценка и обеспечение прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров (в том числе и услуг) и организаций (предприятий), ее обеспечение;
- научное обоснование инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;
- исследование эффективности инновационных торгово-технологических процессов;
- исследование информационно-методического обеспечения торговой деятельности с целью ее оптимизации;

- анализ и оценка эффективности торговой деятельности;
- поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации;
- подготовка аргументации для проведения научной дискуссии, в том числе публичной;
- изучение справочно-библиографических систем, способов поиска информации;
- приобретение навыков работы с библиографическими справочниками, составления научно-библиографических списков, использования библиографического описания в научных работах;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления торговой деятельности.

### **3 Место научно-исследовательской работы в структуре производственных практик, ее связь с теоретической подготовкой**

Блок «Практики», в том числе «Научно-исследовательская работа» в полном объеме относится к вариативной части программы. Содержание научно-исследовательской практики определяется направлением и профилем программы бакалавриата.

Эта составляющая основной профессиональной образовательной программы нацеливает студента на преддипломную практику, способствует накоплению практического опыта и осмыслению теоретических знаний, ориентирует на выбор наиболее интересного для обучающегося направления торгово-товароведной деятельности при выполнении 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 научно-исследовательской 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 практики «Научно-исследовательская работа»:

- основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы их определения;
- общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации;
- организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия);
- общую теорию статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности, статистические методы оценки и прогнозирования этих видов деятельности;
- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;
- основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров;
- классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие;

- виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу.

**Студент должен уметь:**

- анализировать исторические факторы;
- выражать и обосновывать свою позицию по отношению к историческому прошлому;
- понимать и анализировать философские проблемы;
- читать и переводить со словарем, говорить на иностранном языке;
- применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели;
- производить расчеты математических величин; применять статистические методы обработки экспериментальных данных;
- уметь осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, пользоваться локальными и глобальными сетями электронно-вычислительных машин;
- применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии;
- определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;
- применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности;
- проводить учет товаров и материальных ценностей;
- оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;
- выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль торговой деятельности, прогнозировать ее результаты;
- применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;
- ориентироваться в вопросах управления предприятием; его материальными ресурсами, финансами, персоналом;
- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
- применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения;
- составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность;
- выбирать логистические цепи и схемы, управлять логистическими процессами компании;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;
- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;
- действовать в экстремальных и чрезвычайных ситуациях, применять основные способы выживания.

**Студент должен владеть:**

- знаниями экономических терминов, законов и теорий, уметь определять экономические показатели;
- методами экономической теории, расчета экономических показателей;

- методами математического анализа и моделирования математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;
- средствами реализации информационных процессов;
- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;
- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования;
- методами и средствами управления логистическими процессами;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;
- навыками и способами оказания первой медицинской помощи в экстремальных ситуациях; навыками принятия оптимальных решений, минимизирующих негативное воздействие результатов человеческой деятельности на окружающую среду;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

В процессе прохождения практики «Научно-исследовательская работа» студент должен получить навыки решения следующих профессиональных задач:

- разработка рабочих планов и программ проведения научных исследований и разработок, подготовка заданий для групп и отдельных исполнителей;
- разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов;
- подготовка данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций;
- сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;
- организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;
- разработка теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов.

Научно-исследовательская работа выполняется студентом под руководством руководителя практики. Направление научно-исследовательской работы студента определяется в соответствии с основной образовательной программой, а также тематикой научных исследований выпускающей кафедры. Примерная тематика научно-исследовательской работы в разрезе видов профессиональной деятельности представлена ниже:

***торгово-технологическая деятельность:***

1. Состояние и потенциал повышения качества торгового обслуживания в предприятии;
2. Техническая оснащенность предприятия торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
3. Управления торгово-технологическими процессами в розничной торговле.
4. Пути совершенствования технологических решений при организации розничной торговли.
5. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.
6. Основные направления совершенствования торгово-технологического процесса в предприятии
7. Роль и значение составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий розничной торговли.
8. Развитие услуг и совершенствование обслуживания потребителей.



9. Мерчандайзинг в организации продвижения товаров в торговых сетях
10. Оптимизация управления товарным ассортиментом на предприятиях розничной торговли.
11. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятия розничной торговли.
12. Исследование условий хранения на качество товаров и рекомендации сохранности качества товаров (на примере отдельных групп товаров).
13. Исследование потребительских свойств и качества одной из групп товаров.
14. Оценка конкурентоспособности товаров конкретных производителей
15. Влияние технологических факторов на формирование потребительских свойств (на примере одной группы товаров).
16. Эффективность методов продажи и их совершенствование.

**организационно-управленческая деятельность:**

17. Роль торговли в формировании потребительского спроса и культуры потребления.
18. Исследование конкурентоспособности фирмы на товарном рынке;
19. Исследование потребительских предпочтений товарных марок и фирм;
20. Ассортиментная политика производственной (торговой) фирмы
21. Анализ внешней среды предприятия;
22. Анализ внутренней среды предприятия;
23. Организация и планирование материально-технического снабжения производственного предприятия.
24. Организация и инструменты сбытовой политики фирмы.
25. Эффективность торгово-закупочной деятельности предприятия (фирмы).
26. Эффективность торговой деятельности предприятия в современных условиях (условиях финансовых ограничений; посткризисных условиях и др.).
27. Информационное обеспечение торговой деятельности производственного предприятия (фирмы)
28. Организация маркетинговых исследований на рынке (на примере конкретных товаров или услуг).
29. Разработка ценовой политики предприятия.
30. Оценка эффективности торговой деятельности предприятия оптовой торговли.
31. Оценка рисков в торговой деятельности предприятия оптовой торговли.
32. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
33. Проектирование бизнес-процессов и организационных систем предприятий (компаний) оптовой или розничной торговли.
34. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия оптовой (розничной) торговли.
35. Использование современных видов стратегий в торговой деятельности компании.

**логистическая деятельность:**

36. Методы и модели управления производственными запасами на предприятии.
37. Формирование логистической системы предприятия.
38. Заготовительная (закупочная) логистика производственной (торговой) компании.
39. Использование методов ABC и XYZ-анализа на предприятии.
40. Факторы и источники экономии и рационального использования материальных ресурсов.

**4 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики «Научно-исследовательская работа»**

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) торгово-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) торгово-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 торгово-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**

Практика «Научно-исследовательская работа» проводится в форме самостоятельной практической деятельности студента, как правило, на базах практики (предприятиях, учреждениях и организациях) и по договоренности, в организациях, предприятиях и учреждениях, ведущих научно-исследовательскую деятельность, где возможно изучение и сбор материалов, связанных с выполнением выпускной квалификационной работы.

При прохождении научно-исследовательской 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**

Научно-исследовательская практика по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» студенты проходят в сторонних организациях.

Объектами научно-исследовательской 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 организации торговой деятельности, 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 практики «Научно-исследовательская работа»

### 8.1 Структура практики «Научно-исследовательская работа»

При прохождении НИР учитывается индивидуальная образовательная траектория, предполагаемая тема выпускной квалификационной (бакалаврской) работы. НИР включает выполнение студентом ряда заданий, направленных на формирование требуемых компетенций и выполнение плана работ (включая подготовку к итоговой аттестации).

НИР сопровождается тематическими консультациями, проводимыми руководителем индивидуально со студентом. Консультации содержательно упорядочены, оговариваются их сроки, а также материалы, предоставляемые на проверку в рамках каждой консультации.

Непосредственно перед прохождением практики составляется план НИР (включается в состав отчета о прохождении практики).

Прохождение НИР включает в себя *три основных этапа*:

1. Поиск информации в соответствии с индивидуальным заданием, сформированным руководителем практики;
2. Проведение анализа полученной информации;
3. Подготовка аналитического отчета или информационного обзора по результатам проведенного исследования

Общая трудоемкость научно-исследовательской практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Этапы и виды работ выполняемых при прохождении научно-исследовательской практики представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Этапы и виды работ производственной практики «Научно-исследовательская работа»

Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость		Формы отчета о выполнении		
	Содержание работ	Всего			
		час	ЗЕТ		
Организационный	Заклучение 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.	
Научно-исследовательская деятельность (по заказу организации)	- Ознакомление с целями, задачами, содержанием НИР, разработка проекта индивидуального плана прохождения практики, решение организационных вопросов. - Подбор и ознакомление с источниками ли-	84	2,33	Формирование пакета документов по фактам хозяйственной жизни, связанным с объектом будущего исследования	

Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость		Формы отчета о выполнении	
	Содержание работ	Всего		
		час	ЗЕТ	
	<p>тературы по соответствующей проблеме.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Поиск информации в системах справочно-правовой информации «Гарант» или «Консультант Плюс», в иных источниках, в том числе в сети удаленного доступа - Интернет.</li> <li>- Сбор информации с использованием специальных методов исследования (анкетирование, социологическое исследование).</li> <li>- Ознакомление с организацией как объектом профессиональной деятельности бакалавра.</li> <li>- Изучение общих сведений об организации: наименование, организационно-правовая форма, состояние и перспективы развития производственно - хозяйственной и финансовой деятельности; сферу деятельности (научно-исследовательская, операционная, торговая, посредническая 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);</li> <li>- Организация, проведение исследований торговой деятельности и оценка ее эффективности; проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками; участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления торговой деятельности; оценка достоверности соответствующей информации;</li> <li>- Изучение и анализ патентов и источников литературы по теме исследования с целью их использования при выполнении выпускной квалификационной работы;</li> <li>- Анализ, систематизация и обобщение научно-технической информации по теме исследований;</li> <li>- Освоения методов исследования и проведения экспериментальных работ, информационных технологий в научных исследованиях, программных продуктах, относящиеся к профессиональной сфере.</li> <li>- Проведение теоретического или экспериментального исследования в рамках постав-</li> </ul>			<p>в рамках выпускной квалификационной (бакалаврской) работы. Контрольные вопросы. Запись в дневнике. Раздел отчета.</p>

Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость			Формы отчета о выполнении
	Содержание работ	Всего		
		час	ЗЕТ	
	ленных задач.			
Анализ и обобщение информации	- Оценка проанализированной информации и предложенных мероприятий (оценка эффективности, подготовка проектов решений по отдельным вопросам). - Формирование заключения по практике по предприятию, по организации практики:	5	0,14	Контрольные вопросы. Запись в дневнике Раздел отчета: выводы и рекомендации
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 студент. 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; определяется предмет исследования и круг изучаемых заданий программы практики, устанавливается порядок, сроки и объемы проведения необходимых теоретических и экспериментальных исследований, наблюдений и расчетов.
- студент заключает договор нахождение 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.).

Со студентами 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 «Научно-исследовательская работа» студентами ИПП.

**Научно-исследовательский этап включает:** сбор и систематизацию необходимой статистической информации об изучаемом объекте, выявление его состояния, закономерности

сти и тенденций развития посредством изучения нормативной, плановой, отчетной и учетной документации, а также проведение дополнительных исследований путем анкетирования, наблюдения и т.п.

Внеаудиторная самостоятельная работа включает практическую деятельность на рабочем месте специалиста (менеджера по продажам, торгового представителя и т. п.) написание отчета по практике, в том числе подготовку обзоров по отдельным проблемным вопросам.

Научное исследование, используемое на практике по направлению 38.03.06 «Торговое дело», – это обоснованное применение научного предвидения будущего развития торгово-технологических явлений и процессов. Исследование торговой деятельности является поисковым и должно сочетать в себе идею с реальными достижениями науки и техники в сфере торговли.

Процесс научного исследования можно представить в виде следующей логической схемы:

1. Обоснование актуальности выбранной темы.
2. Постановка цели и конкретных задач исследования.
3. Определение объекта и предмета исследования.
4. Выбор методов (методики) проведения исследования.
5. Описание процесса исследования.
6. Обсуждение результатов исследования.
7. Формулирование выводов и оценка полученных результатов.

Начальным этапом исследования является **обоснование актуальности выбранной темы**. Понятие «актуальность» означает, насколько важна и существенна выбранная тема в настоящий момент. Студент оценивает тему с точки зрения своевременности и социально-экономической значимости. Для этого достаточно в пределах одной страницы изложить суть проблемной ситуации, требующей своего разрешения. Такая ситуация возникает в результате появления новых фактов (событий или явлений), которые требуют ясной формулировки и выяснения главного о предмете исследования. Если студенту удастся показать, где проходит граница между знанием и незнанием предмета исследования, то можно определить четко научную проблему и сформулировать ее суть.

Правильная постановка и ясная формулировка новой проблемы имеет решающее значение, так как определяет в дальнейшем направление научного поиска и стратегию исследования. Проблема формулируется студентом как обобщенное множество теоретических вопросов и практических задач, которые охватывают область будущих исследований коммерческой деятельности.

В сфере торговли различают темы: **исследовательские, комплексные и научные**.

Исследовательская тема ставит своей целью развитие положений в границах одной научной дисциплины и в одной области применения.

Комплексная тема состоит из взаимосвязанных тем из различных областей науки, направленных на решение важнейших социально-экономических задач.

Научная тема – совокупность тем, охватывающих всю или часть научно-исследовательской работы кафедры: предполагает решение конкретной теоретической или опытной задачи, направленной на обеспечение дальнейшего научного или технического прогресса в данной отрасли.

Научные темы могут быть узкими, широкими и оригинальными. Узкие темы, как правило, направлены на детальную проработку частных вопросов уже апробированной концепции, которые могут вносить существенный вклад в ее развитие; широкие темы охватывают изучение общих вопросов научной дисциплины, такие темы могут быть поверхностными и мало самостоятельными; оригинальные темы отличаются новизной, их положения не заимствованы из других источников, отличаются самостоятельностью и положительным эффектом.

Следующим этапом является **формулировка цели исследования** и решение задач в соответствии с этой целью. Это обычно делается в форме перечисления: изучить, описать, установить, выяснить, организовать, разработать, спроектировать, проанализировать, оценить и т.д. Например, «Цель исследования - проанализировать организацию закупочной деятельности на предприятии ООО «Весна» и разработать пути совершенствования планирования закупок на данном предприятии». Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты закупочной деятельности торгового предприятия.
2. Проанализировать планирование закупок товаров на торговом предприятии ООО «Весна».
3. Разработать рекомендации по совершенствованию закупочной деятельности на предприятии.

Далее формулируется объект и предмет исследования.

Объект – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения.

Предмет – это то, что находится в границах объекта. Например: объектом исследования является торговое предприятие ООО «Весна». Предмет исследования - организация закупочной деятельности торгового предприятия.

Этап **«выбор методов (методики) проведения исследования»** необходим для определения методов исследования или разработки методики исследования, которые служат инструментом получения фактического материала, на основе которого решаются задачи и достигается поставленная цель.

**Описание процесса исследования** – основная часть научной работы, в которой освещается методика исследования с использованием логических законов и правил. Текст научной работы должен отличаться логичностью. В определении научных определений сложных явлений и фактов наряду с логическими требованиями необходимо использовать специфику научных текстов фактического материала из практики.

**Обсуждение результатов исследования** может осуществляться на заседании научного кружка, в форме научного доклада – на конференции университета. Здесь дается предварительная оценка теоретических и практических вопросов, которые будут использованы при выполнении выпускной квалификационной работы.

Заключительный этап схемы научного исследования - **формулирование выводов**, которые должны представлять научные и практические результаты научной работы, отличающиеся новизной и значимостью в рамках разработанной концепции.

Оценка выводов позволяет установить, какой вклад вносит студент в решение основных вопросов проблемы.

Сбор материалов осуществляется на предприятии из документации (отчетов, каталогов, электронные ресурсы и т.п.), которые являются **источниками внутренней информации**.

Кроме того, сбор сведений может проводиться из **источников внешней информации**, которые подразделяются на первичные и вторичные источники информации.

Первичными источниками информации являются сведения, которые студенты могут специально собирать на рынке закупок или сбыта товаров по заданию руководителя практики от организации. Первичными источниками информации, например, являются: предложения поставщиков и запросы покупателей, посещение выставок и ярмарок, отчеты о командировках персонала организации, осмотр предприятий поставщиков и покупателей и т.п.

**Вторичными источниками информации** являются:

- статистика объема продаж и розничных (оптовых) цен;
- копии заказов и договоров;
- адресные книги и отраслевые справочники;
- каталоги и проспекты по продажам;



- специальные книги и журналы;
- каталоги ярмарок;
- электронные ресурсы фирм.

Анализ является методом научного исследования путем разложения предмета на составные части. Методы анализа в зависимости от глубины изучения сущности объекта могут быть различной формы.

Прямой или эмпирический анализ дает возможность поверхностно ознакомиться с объектом: отдельными его частями, свойствами, числовыми значениями. Для проникновения в сущность исследуемого явления используется элементарно-теоретический анализ, который позволяет сделать предположение о причинно-следственной связи различных явлений, о действии какой-либо закономерности.

Современные методы математического, статистического и экономического анализа используются в связи с тем, чтобы выявить закономерности в коммерческой деятельности и сделать научно обоснованные выводы.

Количество времени, необходимого для прохождения этапов, студент-практикант определяет самостоятельно с учетом рекомендаций руководителя практики от института.

Как правило, все проблемы, решение которых может предлагаться в рамках прохождения практики можно подразделить на следующие основные направления:

- общие проблемы разработки и реализации теоретических основ торгового дела;
- общие и специальные технологии и методы торговой работы;
- проектирование и прогнозирование торговых предприятий;
- управление и администрирование в торговой сфере;
- нормативно-правовое обеспечение торговой деятельности и другие.

## **8.2 Содержание производственной практики «Научно-исследовательская работа»**

В ходе научно-исследовательской практики студент должен ознакомиться с деятельностью предприятия и собранную информацию в комплексе представить в следующих разделах:

1. Общие сведения о торговом предприятии;
2. Анализ торговой деятельности предприятия;
3. Исследование по индивидуальной теме научно-исследовательской работы (с учетом тематики выпускной квалификационной работы).

## **8.3 Содержание вопросов отчета по практике «Научно-исследовательская работа»**

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 следующие структурные элементы:

**1.1. Титульный лист** (приложение А) является первой страницей отчета о прохождении научно-исследовательской деятельности;

**1.2. 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.

**1.3. Введение.** Должно быть кратким, не более 2-3 страниц. Во введении содержится краткая оценка современного состояния рассматриваемой научной или научно-практической проблемы, обосновывается актуальность и необходимость проведения работы.

Во введении отчета о практике определяется объект и предмет исследования, формулируются цели, определяются задачи исследования. Выбор объекта и предмета исследования студент проводит самостоятельно или по рекомендации руководителя практики.

Объем введения не должен превышать двух страниц.

**1.4. Основная часть** включает следующие разделы:

*1.4.1. Общие сведения о торговом предприятии (организационно-правовая характеристика торгового предприятия)* отражающие следующие вопросы:

- организационно-правовая форма собственности исследуемого торгового предприятия;
- дата учреждения или создания предприятия, его регистрация и 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;

*1.4.2. Анализ торговой деятельности предприятия.* Раздел включает следующие блоки:

- а. Анализ торговой деятельности и конкурентоспособности предприятия, поставщиков товаров, товарных запасов, форм и методов продажи товаров.
- б. Анализ структуры ассортимента товарной группы.
- в. Изучение структуры потребительских предпочтений определенной группы товаров с помощью маркетинговых исследований.
- г. Предложения по совершенствованию ассортимента.

Необходимо собрать информацию на предприятии о информированности потребителей об ассортименте (информационные доски и т.д.), ассортименте товарной группы и рассчитать показатели ассортимента.

Изучить структуру предпочтения товарной группы среди определенной группы населения используя методы наблюдения, интервьюирования или опроса. Например, посредством разработанной анкеты, опросить потребителей о предпочтении того или иного вида товара, производителя и т.д.

На основании проведенных исследований сформулировать предложения по совершенствованию ассортимента в торговом предприятии.

*1.4.3. Исследование по индивидуальной теме научно-исследовательской работы.* Включает в себя работу с информационными ресурсами по тематике, соответствующей теоретической части ВКР. Предполагается поиск и структурирование информации по теме, составление библиографического списка.

Теоретическая работа предполагает ознакомление с научной литературой по заявленной и утвержденной теме исследования с целью обоснованного выбора теоретической базы предстоящей работы, методического и практического инструментария исследования, постановки целей и задач исследования, формулирования гипотез, разработки плана проведения исследовательских мероприятий.

Практическая работа заключается в организации, проведении и контроле исследовательских процедур, сборе первичных эмпирических данных, их предварительном анализе (проведение собственного исследования).

Обобщение полученных результатов включает научную интерпретацию полученных данных, их обобщение, полный анализ проделанной исследовательской работы, оформление теоретических и эмпирических материалов в виде научного отчета по практике «Научно-исследовательская работа».

- задачи, стоящие перед студентом, проходившим практику;
- последовательность прохождения научно-исследовательской деятельности, характеристика подразделений организации, предоставившей базу практики;

- краткое описание выполненных работ и сроки их осуществления;
- описание проведенных научно-практических исследований, с указанием их направления, видов, методов и способов осуществления;
- характеристику результатов исследований, изложенную исходя из целесообразности в виде текста, таблиц, графиков, схем и др.;
- затруднения, которые встретились при прохождении научно-исследовательской деятельности;

**1.5. Заключение** должно содержать общие выводы по проделанной работе, 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.

Выводы должны содержать:

- оценку полноты поставленных задач;
- оценку уровня проведенных научно-практических исследований;
- рекомендации по преодолению проблем, возникших в ходе прохождения практики и проведения научно-практических исследований;
- оценку возможности использования результатов научно-практических исследований в научно-исследовательской работе и выпускной квалификационной работе.

Выводы и предложения являются важнейшей структурной частью отчета по практике, в которой подводятся итоги всех проведенных исследований и анализа. Выводы должны соответствовать материалу, изложенному в работе. Не допускаются выводы общего порядка, не вытекающие из результатов и содержания отчета по практике. Они должны отражать существо работы и её основные результаты. Выводы и предложения должны быть четкими, краткими, конкретными и не должны быть перегружены цифровым материалом. Их необходимо писать в виде тезисов, по пунктам, в последовательности соответственно порядку изложения материала и выполнения практической части. В качестве одного из пунктов выводов, либо в самостоятельном пункте «Предложения (рекомендации)» формируются конкретные предложения или рекомендации по внедрению полученных результатов в практику. Предложения или рекомендации не стоит формулировать в общей директивной форме, они должны быть конкретными и адресными.

**1.6. Библиографический список** В список вносят все литературные источники, правовые и нормативные документы в том числе локальные (должностные инструкции, устав предприятия и др.), изученные и проработанные студентом в процессе выполнения научно-исследовательской работы. Общее количество источников в библиографическом списке должно быть не менее 15. Включение в список литературы, которой студент не пользовался в своей работе, не допустимо.

**1.7. Приложения** к отчету могут содержать: образцы документов, которые студент в ходе практики самостоятельно составлял или в оформлении которых принимал участие, а также документы, в которых содержатся сведения о результатах работы обучающегося в период прохождения научно-исследовательской деятельности (например, тексты статей или докладов, подготовленных студентом по материалам, собранным на практике).

## **8.4 Примерная тематика научно-исследовательских работ**

Тема научного исследования при прохождении практики выбирается студентом совместно с руководителем выпускной квалификационной работы. Выбранная тема является третьим разделом основной части отчета по практике. Может быть использована одна из предложенных тем:

1. Экспертиза ассортимента одной из групп потребительских товаров и перспективы её совершенствования.

2. Экспертиза качества одной из групп потребительских товаров и перспективы ее совершенствования.
3. Анализ конъюнктуры рынка потребительских товаров и факторов, обуславливающих их конкурентоспособность.
4. Экспертиза нормативной документации одной из групп потребительских товаров и возможности ее совершенствования в соответствии с требованиями технического регулирования.
5. Экспертиза и оценка качества одной из групп потребительских товаров и возможности их совершенствования.
6. Анализ и оценка конкурентоспособности одной из групп потребительских товаров, пути их повышения.
7. Анализ и оценка влияния технологических факторов на формирование качества одной из групп товаров.
8. Анализ и оценка влияния физико-механических факторов на формирование качества одной из групп товаров.
9. Анализ и оценка влияния химических факторов на формирование качества и конкурентоспособности одной из групп товаров.
10. Товароведная характеристика ассортимента одной из групп товаров.
11. Сенсорная оценка качества продовольственных товаров (на примере одной из однородных групп товаров).
12. Маркировка товаров, ее значимость в товароведной деятельности, пути совершенствования.
13. Исследование влияния упаковки товаров на качество и информированность покупателей, пути совершенствования.
14. Исследование влияния условий хранения на качество, перспективы повышения сохранности качества товаров (на примере отдельных групп товаров).
15. Исследование экологичности и безопасности потребительских товаров (на примере одной из групп товаров).
16. Сравнительная оценка ассортимента и потребительских свойств товаров отечественного и импортного производства (на примере одной из групп товаров).
17. Оценка потребительских свойств товаров различных фирм-изготовителей (на примере одной из групп товаров).
18. Исследование потребительских свойств и качества одной из групп товаров.
19. Товароведно-технологическая экспертиза одной из групп товаров и пути ее совершенствования.
20. Оценка конкурентоспособности товаров конкретного производителя (фирмы).
21. Оценка конкурентоспособности отечественных и зарубежных товаров определенного вида.
22. Особенности идентификации потребительских товаров (на примере одной из групп товаров).
23. Особенности фальсификации потребительских товаров, методы обнаружения и меры предупреждения (на примере однородных групп товаров)
24. Управление безопасностью продукции (на примере конкретного предприятия).
25. Товарная информация и ее роль в обеспечении качества и безопасности товаров.
26. Анализ рынка и объемов продаж конкретной продукции.
27. Состояние и тенденции развития современного рынка определенной группы товаров.
28. Система менеджмента качества и конкурентоспособности продукции.

### **8.5 Примерный перечень рассматриваемых вопросов по темам**

На основании выбранной темы составляется план, согласно которому будет проводиться работа над темой. Далее приведены примерные планы работы над темами научно-исследовательской работы:

**Тема 1: Совершенствование торговой деятельности предприятий розничной торговли.**

1. Теоретические основы торговой деятельности предприятия розничной торговли.
  - 1.1 Содержание, функции и задачи торговой деятельности.
  - 1.2 Основные формы и методы торговой деятельности.
  - 1.3 Планирование, разработка и обоснование торговой политики предприятия розничной торговли.
2. Анализ организационно-хозяйственной деятельности и методов совершенствования торговой деятельности
  - 2.1 Общая характеристика предприятия.
  - 2.2 Анализ финансово-экономического состояния

**Тема 2: Роль распределительной логистики в деятельности предприятия.**

1. Теоретические основы распределительной логистики
  - 1.1. Сущность и задачи распределительной логистики
  - 1.2. Построение логистических цепей и каналов сбыта
2. Логистические распределительные каналы предприятия
  - 2.1. Характеристика сбытовых операций предприятия
  - 2.2. Распределительная логистика предприятия
  - 2.3. Недостатки в системе распределительной логистики предприятия.

**Тема 3: Автоматизации складской деятельности предприятия**

1. Теоретические аспекты организации складирования
  - 1.1 Склады, их понятие и роль в логистике
  - 1.2 Складирование и его характеристика
  - 1.3 Организация складских процессов с элементами логистики
  - 1.4 Современные автоматизированные системы управления складом
2. Предложения по внедрению автоматизированной системы управления на склад готовой продукции
  - 2.1. Автоматизация процесса приемки
  - 2.2. Автоматизация процесса отпуска со склада
  - 2.3. Комплектование и отгрузка клиенту железной дорогой
  - 2.4. Перемещения внутри склада
  - 2.5. Инвентаризация
  - 2.6. Требования к интерфейсу
  - 2.7. Оценка затрат на внедрение автоматизированной системы управления

**Тема 4: Организация сбытовой деятельности предприятия**

1. Теоретические основы организации сбытовой деятельности предприятия
  - 1.1 Понятие, сущность, роль сбытовой деятельности на предприятии
  - 1.2 Принципы, формы и структура организации сбыта на предприятии
  - 1.3 Система товародвижения и ее элементы
2. Анализ организации сбытовой деятельности на предприятии
  - 2.1 Краткая характеристика финансово-хозяйственной деятельности
  - 2.2 Оценка организации распределительной сети
  - 2.3 Анализ основных направлений сбытовой деятельности

**Тема 5: Закупочная деятельность предприятия**

1. Сущность закупочной деятельности промышленных предприятий
  - 1.1 Содержание процесса снабжения
  - 1.2 Организация и планирование процесса снабжения. Определение метода закупок
  - 1.3 Информационное обеспечение закупочной деятельности промышленного предприятия
  - 1.4 Поиск и выбор поставщиков
2. Анализ закупочной деятельности на предприятии
  - 2.1 Краткая характеристика предприятия
  - 2.2 Организация закупок на предприятии

## 9 Краткая характеристика содержания и методик научно-исследовательской работы

### 9.1 Анализ конкурентоспособности предприятия

*Анализ рынка предприятия. Географические границы.* Необходимо обозначить зону обслуживания и место предприятия на рынке.

*Товарные границы.* Представить характеристику реализуемых товаров и услуг.

*Конкурентные границы.* В данном вопросе необходимо оценить конкурентоспособность исследуемого предприятия, используя метод сравнительного анализа, графический метод, например:



Рисунок 1 – Конкурентоспособность торговых предприятий

Конкурентоспособность торгового предприятия:

- анализ размещения предприятия: район деятельности, контингент обслуживания;
- место предприятия в экономике района, города, региона и т.д. в структуре оптовой торговли;
- анализ конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это:

а) свойство объекта, характеризующееся степенью реального и потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке;

б) способность выдерживать конкуренцию с аналогичными объектами на данном рынке;

в) характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности деятельности.

**К торговым условиям** конкурентоспособности относят следующие:

- ценовые показатели;
- показатели, характеризующие условия поставок и платежей за поставляемые товары;
- показатели, характеризующие особенности действующих на рынке производителей и потребителей;
- показатели, отражающие степень ответственности продавцов за выполнение обязательств и гарантий.

**К организационным условиям** относят следующие:

- обеспечение максимально возможного приближения продавцов товара к показателям, влияющим на снижение издержек обращения;

- доставка товаров до места потребления не только крупными оптовыми партиями (транзитом), но и мелкими партиями через складские предприятия;
- грамотное пользование транспортными уставами, кодексами, правилами перевозок, транспортными тарифами и другими основополагающими документами в этой области;
- расширение послепродажного сервиса, оказываемого потребителям с гарантийным и послегарантийным обслуживанием.

При определении конкурентоспособности исследуемого предприятия необходимо выделить его сильные и слабые стороны по отношению к основным и потенциальным конкурентам в данном рыночном пространстве. Результаты исследования рекомендуется занести в табл. 2 и 3. На основании полученных результатов сделать соответствующие выводы.

Таблица 2 – Оценка предприятия по торговым условиям конкурентоспособности

Параметры	Предприятия-конкуренты			
	Исследуемое предприятие			

Таблица 3 – Оценка предприятия по организационным условиям конкурентоспособности

Параметры	Предприятия-конкуренты			
	Исследуемое предприятие			

Оценка конкурентного окружения исследуемого предприятия может проводиться по балльной системе. Параметры анализа могут быть выбраны такие, которые позволяют определить степень привлекательности предприятий торговли сходного формата и показать специфику деятельности исследуемого предприятия. Ниже, в табл. 3 приведена шкала оценки параметра «уровень цен».

Таблица 4 – Пример шкалы оценки торгового предприятия по параметру «уровень цен»

Параметры	Оценка, баллы (1-5)			
	5 (отлично)	4 (хорошо)	3 (удовлет.)	2 (неудовл.)
1. Уровень цен	Цены ниже средних и полностью удовлетворяют потребителей при соответствующем качестве товаров и обслуживания	Цены средние и полностью удовлетворяют потребителей, соответствуют качеству товаров и обслуживания	Цены выше средних, но удовлетворяют потребителей при соответствующем качестве товаров и обслуживания	Цены существенно завышены и не удовлетворяют потребителей

При определении конкурентоспособности исследуемого предприятия можно использовать социологический опрос потребителей.

Целью данного исследования является изучение потребительских предпочтений в отношении товаров, реализуемых на продовольственном рынке города, области и т.д.; изучение мнения покупателей по отношению к работе отдельно взятого торгового предприятия и т.д. Социологический опрос проводится методом интервьюирования или анкетирования респондентов. Пример анкеты приведен в приложении Б.

## 9.2 Организация закупки товаров. Анализ поставщиков

Ознакомиться с осуществлением выбора деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведением деловых переговоров, порядком заключения договоров и контроле за выполнением договоров.

Таблица 4 – Анализ источников поступления товаров в отчетном году

Поставщик, месторасположение	Производитель или посредник	Вид продукции	Вид договора	Форма оплаты	Условия оплаты

На основе данных таблицы 4 необходимо:

- а. проанализировать поставщиков по географическому признаку;
- б. рассчитать долю производителей в общем количестве поставщиков;
- в. проанализировать товаропроизводителей и посредников по местонахождению;
- г. проанализировать организацию договорной работы с поставщиками, виды и условия договоров, обозначить ответственных за данную работу на предприятии, показать алгоритм заключения договора.

Таблица 5 – Анализ частоты и ритмичности поставок в разрезе поставщиков

Поставщики	Прошлый год			Отчетный год		
	Частота завоза согласно договору, дни	Частота завоза фактическая, дни	Объем партии, тыс. руб.	Частота завоза согласно договору, дни	Частота завоза фактическая, дни	Объем партии, тыс. руб.

Сделать соответствующие выводы.

Для выбора поставщика можно воспользоваться статистическими методами, например, *методом взвешивания*.

Метод заключается в следующем. Составляется список факторов, влияющих на выбор поставщика. Для определения относительной значимости этих факторов каждому фактору приписывается вес (весовой коэффициент) – число из отрезка [0, 1]. Сумма всех весовых коэффициентов должна равняться единице.

Выбирается шкала для измерения каждого фактора (например, от 1 до 10 или от 1 до 100 очков). Для каждого поставщика нужно оценить все факторы по принятой шкале измерения. Умножим оценки факторов на соответствующие веса и суммируем полученные числа для поставщика. Поставщик с наибольшей суммой является наилучшим.

Изменяя оценки или веса факторов, можно исследовать устойчивость полученного решения, а также степень влияния факторов на конечный результат. Те факторы, которые практически не влияют на решение, можно исключить из рассмотрения и использовать в процессе качественного анализа при принятии решений.

**Пример.** Предприятие рассматривает вопрос о выборе одного поставщика из поставщиков А, В, С. Для выбора поставщика с помощью метода взвешивания заполним таблицу 6. Каждый из поставщиков оценивается по 10 бальной шкале, по каждому из факторов. Полученные бальные оценки умножают на весовой коэффициент. По сумме взвешенных баллов оценивают насколько поставщики удовлетворяет требованиям, приоритет отдается поставщикам с наибольшей суммой. В примере – поставщик В.

Таблица 6 – Выбор поставщика методом взвешивания

Фактор	Вес	А	В	С	Вес x А	Вес x В	Вес x С
Качество	0,4	8	7	6	3,2	2,8	2,4
Цена	0,2	7	6	8	1,4	1,2	1,6
Соблюдение условий поставки	0,4	5	7	6	2	2,8	2,4
Сумма	1	–	–	–	6,6	6,8	6,4



### 9.3 Анализ товарных запасов

Анализ товарных запасов предприятия проводят в соответствии с таблицами 7 – 9. После заполнения таблиц необходимо сделать соответствующие выводы.

Таблица 7 - Анализ товарных запасов предприятия

Наименование	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение	Темп роста, %
Оборот розничной (оптовой) торговли, тыс. руб.				
Средний размер товарных запасов, тыс. руб.				
Уровень товарных запасов, %				

Таблица 8 – Анализ оборачиваемости товарных запасов предприятия

Показатели	Методика расчета	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение (+;-)
Время обращения товарных запасов, дни	$V_{po} = \frac{TЗ}{ТО} * Д$			
Скорость обращения товарных запасов, обороты	$С_{ко} = \frac{ТО}{TЗ}$			
Уровень товарных запасов, %	$У_{тз} = \frac{TЗ}{ТО}$			

Таблица 9 – Анализ товарных запасов предприятия

Товарные группы	Прошлый год				Отчетный год			
	средн. товар. запасы, тыс. руб.	товарооборот, тыс. руб.	время обращения, дни	уровень товарн. запасов, %	средн. товар. запасы, тыс. руб.	товарооборот, тыс. руб.	время обращения, дни	уровень товарн. запасов, %

Проанализировать систему организации и планирования закупки товаров на исследуемом предприятии.

### 9.4 Анализ форм и методов продажи

В этом разделе представлены примерные таблицы 10 – 13 для анализа продажи в розничных торговых предприятиях, так как они являются наиболее распространенными базами практики. Представленные таблицы могут быть адаптированы и использованы и для оптового торгового предприятия.

Таблица 10 – Анализ оборота розничной (оптовой) торговли по структуре в действующих ценах в разрезе методов продажи

Методы продажи и товарные группы	Прошлый год		Отчетный год		Абсол. отклонение	Темп изменения, %
	сумма, тыс. руб	удельный вес, %	сумма, тыс. руб	удельный вес, %		
Итого		100		100		

Таблица 11 – Анализ динамики оборота розничной (оптовой) торговли в разрезе методов продажи

Методы продажи	Оборот розничной торговли, тыс. руб.			Темп изменения отчетного года к предшествующему году, %	Темп изменения отчетного года к прошлому году, %
	предшествующий год	прошлый год	отчетный год		
Итого					

Таблица 12 – Анализ оборота розничной (оптовой) торговли по кварталам

Кварталы	Оборот розничной (оптовой) торговли, тыс. руб.		Темп изменения в % к прошлому году	Удельный вес к итогу, %	
	прошлый год	отчетный год		прошлый год	отчетный год
I					
II					
III					
IV					
Итого					

Таблица 13 – Анализ равномерности развития оборота розничной (оптовой) торговли

Кварталы	Темп изменения к прошлому году, %	(Xi-X)	(Xi-X) <sup>2</sup>
I			
II			
III			
IV			
Итого			

Расчет коэффициента вариации:

$$V = \delta / X_{\text{ср}} * 100,$$

где V-коэффициент вариации,

X<sub>ср</sub> – темп изменения товарооборота в среднем по предприятию,

δ – колебания,

X<sub>i</sub> – темп изменения товарооборота в каждом конкретном периоде рассматриваемого отрезка времени,

K<sub>р</sub> – коэффициент равномерности,

n – количество периодов (n = 4).

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (x_i - x)^2}{n}};$$

Коэффициент равномерности:

$$K_p = 100 - V;$$

По результатам заполнения таблиц и проведённых расчетов сделать соответствующие выводы.

#### 9.4 Анализ структуры ассортимента товарной группы

*Развернутый ассортимент товарной группы* (на выбор из имеющегося на предприятии ассортимента) оформляется в таблицу 14. По данным таблицы сделать вывод о преобладающих производителях, стоимости товаров и т.д.

*Коэффициент широты.* Широта ассортимента – количество видов, разновидностей, наименований товаров однородных и разнородных групп, имеющих в магазине. Используем следующую формулу:

$$K_{\text{ш.}} = \frac{\text{Ш д.}}{\text{Ш б.}} \times 100\%,$$

где K ш. – коэффициент широты,

Ш д. – действительное количество видов, разновидностей, наименований товаров однородных и разнородных групп, имеющих в наличии,

Ш б. – широта базовая, количество видов, разновидностей, наименований товаров однородных и разнородных групп, имеющих в наличии, принятых за основу сравнения (по

стандартам, прейскурантам или максимально возможное количество товара в магазинах конкурентов).

Таблица 14 – Развернутый ассортимент (на примере молока и сливок)

Наименование	Вид обработки	Жирность	Изготовитель	Нормативные документы	Объем	Стоимость упаковочной единицы
Молоко «Российское»	пастеризованное	2,5 %	ЗАО «Томмолоко»	ТУ 9222-150-00419785-04	1 л	37,37 руб.
		3,2 %				43,22 руб.
Молоко «Вкусное»	стерилизованное	2,5 %	Воронежский МК	ТУ 9222-005-41796206-98	1 л	36,10 руб.
Молоко «Большая кружка»	стерилизованное	2,5 %	Гатчинский МЗ	ГОСТ 31450-2013	1 л	44,60 руб.
		3,2 %				46,60 руб.
Молоко «Белый город»	ультрапастеризованное	2,5 %	БМК	ГОСТ 31450-2013	1 л	26,70 руб.
Молоко «Белый город»	пастеризованное	2,5 %	БМК	ГОСТ 31450-2013	1 л	21,00 руб.
		3,2 %				25,50 руб.
Молоко «Белый город»	стерилизованное	1,5 %	БМК	ГОСТ 31450-2013	1 л	28,00 руб.
		2,5 %				29,80 руб.
		3,2 %				32,90 руб.
Молоко «Доярушка»	стерилизованное	3,2 %	Гатчинский МЗ	ГОСТ 31450-2013	0,9 л	34,30 руб.
Молоко «Густияр»	пастеризованное	2,5 %	Алексеевский МЗ	ТУ 9222-150-00419785-04	1 л	20,50 руб.
Молоко «Густияр»	топленое	4 %	Алексеевский МЗ	ТУ 9222-150-00419785-04	0,5 л	17,40 руб.
Молоко «Белый город»	топленое	4 %	БМК	ГОСТ 31450-2013	0,5 л	18,70 руб.
Сливки питьевые «Белый город»	стерилизованные	10 %	БМК	ГОСТ 31450-2013	0,2 л	11,60 руб.
Сливки питьевые	стерилизованные	20 %	ЗАО «Томмолоко»	ТУ 9222-010-05300037-97	0,125 л	15,60 руб.

*Коэффициент полноты ассортимента.* Полнота – способность товара однородной группы удовлетворять одинаковые потребности. Рассчитаем по формуле:

$$K_{п.} = \frac{П_{д.}}{П_{б.}} \times 100\%,$$

где  $K_{п.}$  – коэффициент полноты,

$П_{д.}$  – полнота действующая, количество видов, разновидностей, наименований товаров однородной группы в магазине,

$П_{б.}$  – регламентируемое или планируемое количество видов, разновидностей, наименований товаров однородной группы в магазине.

*Коэффициент устойчивости ассортимента* рассчитывается по формуле:

$$K_{у.} = \left( \frac{A_1}{A} + \frac{A_2}{A} + \frac{A_m}{A} \right) / n,$$

где  $A_1$  – количество ассортимента на момент проверки;

$A$  – количество ассортимента предусмотренного для торгового предприятия;

$n$  – количество проверок.

Данные заносятся в таблицу 15.

Таблица 15 – Анализ устойчивости ассортимента

Товарные группы	Количество разновидностей, предусмотренное ассортиментным перечнем	Фактическое количество разновидностей на момент проверок			Среднее количество разновидностей	Коэффициент устойчивости ассортимента
		Проверка 1	Проверка 2	Проверка 3		
Итого						

*Коэффициент новизны ассортимента.* Новизна – способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

$$K_{н.} = \frac{Н}{П_{д.}} \times 100\%,$$

где  $K_{н.}$  – коэффициент новизны,

$Н$  – количество наименований новых товаров,

$П_{д.}$  – общее количество товаров данного вида в магазине.

*Коэффициент обновляемости товаров:*

$$K_{обн} = \frac{A_{н}}{A_{общ}},$$

где  $A_{н}$  – количество новых ассортиментных позиций;

$A_{общ}$  – общее количество ассортиментных позиций.

### 9.5 Методика разработки анкет

Создание анкеты является творческим процессом. Большинство успехов относится, в первую очередь, к определению того, чего нужно избегать в анкете, например, направляющих или неясных вопросов. Однако существует мало конкретных указаний на то, как сделать так, чтобы вопросы не оказались наводящими или нечеткими.

Порядок разработки анкеты можно представить в виде следующих этапов:

1. Определение необходимой информации;
2. Определение вида анкеты и метода проведения опроса.
3. Определение содержания вопросов.
4. Определение формы ответов на вопросы.
5. Определение формулировки вопросов.
6. Определение последовательности вопросов.
7. Определение физических характеристик анкеты.
8. Перепроверка этапов 1-7 и при необходимости их корректировка.
9. Проведение предварительного тестирования анкеты и при необходимости ее корректировка.

Данные этапы представляют собой не эталон, а примерный перечень процедур, которые могут выполняться при разработке анкеты.

**Определение необходимой информации.** Первый шаг в разработке анкеты, состоящий в определении характера информации, которую надо получить, является несложным при условии, что предварительные стадии исследования были проведены достаточно тщательно и точно.

Макет таблицы – это таблица, созданная для регистрации информации, которая будет собираться. Она совпадает с таблицами, которые будут использованы в процессе работы, но на данной стадии еще не заполнена цифрами. Если макеты таблиц для занесения результатов анализа уже разработаны, то работа по определению характера собираемой информации практически завершена.

Информация собирается о переменных, указанных в макетах таблиц, для проверки выдвинутых гипотез. Сведения необходимо получать от правильно выбранных людей и в правильном формате. Поэтому гипотезы не только являются указанием, какую информацию

следует искать, но и определяют тип вопроса и форму ответа, используемую для ее получения.

**Определение вида анкеты и метода проведения опроса.** После определения того, какая информация должна быть собрана, необходимо выяснить, как она будет собираться. Эти решения касаются степени стандартизации и открытости анкеты, а также методов, которыми она будет заполняться, — по почте, по телефону или при личной встрече.

**Определение содержания вопросов.** Предварительные решения в отношении характера необходимой информации, стандартизации и открытости вопросов, используемых при составлении анкеты, о методе, которым будет проводиться анкетирование, во многом определяют решения в отношении конкретного содержания вопросов. При этом необходимо ответить на ряд вопросов.

*1. Является ли вопрос необходимым?*

Если данный момент не охватывается в достаточной степени остальными вопросами, то должен быть введен новый дополнительный вопрос. Вопрос должен быть сформулирован так, чтобы обеспечить достаточную подробность в ответе, но не больше, чем это необходимо.

*2. Нужно ли задавать несколько вопросов вместо одного?*

Эта ситуация связана с тем, что при ответе на один и тот же вопрос респондент может дать несколько разных обоснования.

*3. Имеет ли респондент необходимую для ответа информацию?*

Для этого необходимо тщательно проверить каждый вопрос с точки зрения того, располагает ли типичный респондент той информацией, которую необходимо получить. Т.к. респонденты будут давать ответ, а вот будут ли иметь эти ответы какой-то смысл, это уже другое дело. Поэтому, чтобы не получать бесполезные ответы, респонденту надо задавать те вопросы, которые имеют для него смысл. Во-первых – респондент должен быть проинформирован в отношении предмета, о котором проводится опрос, во-вторых – респондент должен помнить эту информацию.

*4. Поделится ли респондент информацией?*

Нежелание респондентов поделиться информацией может зависеть от количества усилий, требующихся для ответов, их способности сформулировать ответ или чувствительности к данной тематике. Респонденты также могут отказаться от ответа, когда проблема смущает или, наоборот, представляется им угрожающей.

**Определение формы ответов на вопросы.** После того как определено содержание каждого отдельного вопроса, необходимо решить, какие вопросы следует использовать в анкете. Чаще на практике используются следующие виды вопросов:

- вопросы с произвольным вариантом ответа. Это вопрос, на который респонденты отвечают на такие вопросы своими собственными словами, не ограничиваясь выбором из предлагаемого набора вариантов;
- многовариантный вопрос. Это вопрос с ограниченным набором ответов, из которого респондента просят выбрать вариант, который наиболее соответствует его собственной позиции по данному вопросу. Например, опрос по возрасту, доходу, причине покупки товара и т.п.
- дихотомический вопрос. Вопрос с фиксированным количеством вариантов ответа, при котором респондента просят указать тот из двух ответов, который наиболее полно соответствует его взглядам на предмет вопроса. (Например, Вы собираетесь покупать автомобиль в этом году? ДА НЕТ)
- шкалы. Это другой тип вопросов с фиксированными вариантами ответов, который использует определенную шкалу, для того чтобы показать ответ. (Например, когда проводят опрос об использовании видеомонофонов, может быть задан следующий вопрос «Как часто вы записываете на видеомонофон телепрограммы для последующего просмотра?» НИКОГДА ИЗРЕДКА ИНОГДА ЧАСТО)

Преимущество последней схемы состоит в том, что описания или категории могут быть представлены в верхней части страницы, а разновидности программ могут быть напечатаны по левой стороне листа – например, фильмы, спортивные передачи, специальные программы. Респондентов просят отметить на шкале, с какой частотой используется видеоманитофон для записи тех или иных передач. Инструкцию можно дать только один раз, в самом начале, и при этом большое количество информации от респондента может быть получено от участника опроса за небольшое время.

**Определение формулировки вопросов.** Формулирование каждого из вопросов – это сложная задача, т.к. неправильная формулировка может вызвать отказ респондентов отвечать на вопрос, даже если они и согласились принять участие в опросе. Плохая формулировка может также спровоцировать респондента ответить на вопрос умышленно или из-за непонимания некорректно.

Поэтому, следует избегать следующих моментов:

- состояние не ответа;
- избегать сложных понятий и слов;
- избегать сомнительных слов и вопросов;
- избегать наводящих вопросов;
- избегать скрытых альтернатив;
- избегать скрытых допущений;
- избегать обобщений и оценок;
- избегать двухканальных вопросов.

**Определение последовательности вопросов.** Когда определены форма ответа и отдельная формулировка для каждого вопроса, начинают объединение их в единую анкету. Строго определенного порядка не существует, но предлагается придерживаться следующих общих принципов: использовать простые и интересные начальные вопросы.

#### **Определение физических характеристик анкеты.**

Физические параметры анкеты могут повлиять на точность полученных ответов. При определении физического формата анкеты необходимо предусмотреть следующие моменты:

- обеспечение привлекательности анкеты. Физический вид анкеты может оказать влияние на склонность респондента к сотрудничеству. Это значит, что должна использоваться качественная бумага, анкета должна быть напечатана, а не размножена на ксероксе или представлена в виде фотокопии. При почтовых опросах должно быть представлено сопроводительное письмо, которое служит для представления исследования.

- облегчение проведения и контроля. Это подразумевает оптимальный размер анкеты, ее план и последовательность вопросов. Достоинства коротких анкет:

- проще заполнять;
- меньше времени на заполнение;
- меньше вероятность отказа со стороны респондента в вопросе участия;
- удобны при полевых исследованиях (небольшой вес при большом количестве);
- простота в сортировке, подсчитыванию и группировке полученной информации.

Переполненная анкета имеет нечеткое содержание, ведет к ошибкам при сборе информации, предоставляет более короткие и менее информативные ответы при самостоятельном заполнении, или при проведении устного опроса. Нумерация вопросов облегчает кодирование, редактирование и табулирование ответов.

**Перепроверка этапов 1-7 и при необходимости их корректировка.** Анкета чаще всего не создается с первой попытки. Перепроверка и пересмотр анкеты выступают важной частью ее создания. Каждый из вопросов должен быть пересмотрен, для того чтобы убедиться, что этот вопрос легок для ответа и не вызовет затруднений, неясностей, потенциального недовольства респондента. Ни один из вопросов не должен быть направляющим или вызывающим какие-то определенные отклонения. Часто практикуется тестирование анкеты в небольшой группе участников опроса, по результатам которой выявленные недостатки и неточности устраняются.

**Проведение предварительного тестирования анкеты и при необходимости ее корректировка.** Предварительное тестирование выполняет ту же роль при разработке анкеты, что и рыночная проверка для вновь создаваемого продукта. Предварительное тестирование помогает вскрыть отдельные вопросы, в которых могут быть улучшены формулировки или изменена последовательность вопросов. Если изменения существенны, переработанная анкета должна быть снова проверена. Форма анкеты для опроса покупателей приведена в Приложении Б.

## 10 Требования к оформлению отчета по практике

Оформление отчета по научно-исследовательской 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 Times New Roman
- размер шрифта основного текста – 14 пт;
- размер шрифта сносок, таблиц, приложений – 12пт;
- 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 сокращенную обозначения (аббревиатуру), это наименование приводится полностью, а в скобках – его аббревиатура.

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

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

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

**Иллюстрации.** Иллюстрации (графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в 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 абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. При переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в отчете. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

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

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

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.

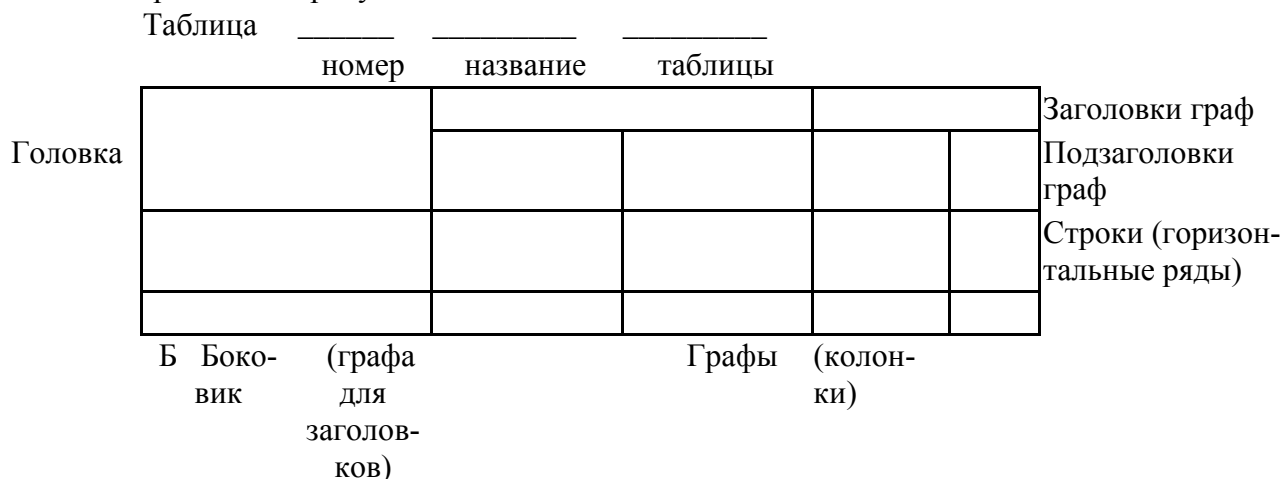


Рисунок 2 – Оформление таблицы

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

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

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

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

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

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

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

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

Например,

$$A=a:b, \tag{1}$$

$$B=c:e. \tag{2}$$

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Например, широа ассортимента молока рассчитана по 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, предвзяв 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 абзацного 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.

## 11 Критерии оценки отчета по практике

Промежуточный контроль в форме зачета с оценкой является завершающим этапом практики.

Подведение итогов 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. Студент, получив замечания и рекомендации руководителя практики от кафедры и предприятия, после доработки, выходит на защиту отчета о практике. Отчет по практике проверяется на антиплагиат. Процент оригинальности текста должен быть не менее 50 %.

Защита отчета производится студентами комиссии в сроки, установленные приказом.

Результаты научно-исследовательской работы студенты представляют в виде доклада на конференции с участием ведущих преподавателей выпускающей кафедры, с возможным привлечением специалистов и работодателей. Организация конференции предполагает широкое обсуждение научных результатов, позволяющее оценить уровень компетенций, сформированных у обучающегося. К содержанию доклада предъявляются следующие требования:

- в докладе кратко должны быть отражены актуальность проблематики, цели, задачи, предмет и объект исследования;
- основные выводы и результаты исследования теоретических аспектов анализируемой проблемы;
- результаты проведенного прикладного исследования проблем конкретного хозяйствующего субъекта;
- рекомендации и мероприятия по повышению эффективности торговой деятельности хозяйствующего субъекта.
- доклад должен сопровождаться мультимедийной презентацией результатов проведенной работы.

**Регламент выступления: 5-7 минут.**

Оценка осуществляется в соответствии с представленными в таблице 16 критериями.

Таблица 16 - Критерии оценивания практики научно-исследовательская работа

№	Критерии оценки отчета по -практике	макс. балл
1	Профессиональные знания, способность формулировать выводы	15
2	Глубина изложения представленного материала	35
3	Общее количество источников литературы, которые привлекалось для решения поставленной задачи	10
4	Разнообразие источников литературы, использованных для решения поставленной задачи	10
5	Качество предложенного в отчете решения поставленной задачи с учетом самостоятельного вклада студента	20
6	Соответствие оформления отчета требованиям	5
7	Своевременное представление отчета	5
Всего		100

*Контрольные вопросы (ответы характеризуют вид научно-исследовательской работы)*

1. Процесс выявления, формирования и удовлетворения потребностей покупателей.
2. Характеристика процесса управления торгово-технологическими процессами на предприятии
3. Организация и осуществление процесса производства и контроля качества товаров и услуг.
4. Процесс приемки товаров по количеству и качеству ее учета.
5. Проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов.
6. Регулирование процессов хранения товаров.
7. Процесс сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления торговой деятельностью.
8. Изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка.
9. Процесс идентификации товаров, выявление и предупреждение их фальсификации.
10. Процесс составления документации в области торговой деятельности и проверка правильности ее оформления.
11. Характеристика степени соблюдения действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров.
12. Процесс выбора деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров.
13. Управление ассортиментом и качеством товаров и услуг.
14. Процесс выбора и реализация стратегии ценообразования;
15. Организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров.
16. Процесс управления товарными запасами и их оптимизация.
17. Результаты анализа и оценка торговой деятельности и их использование для разработки стратегии организации (предприятия).

## 12 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

### *Основная литература*

1. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли [Текст] : учебник для студентов вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчианц, О. В. Памбухчианц. - 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 торговой 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.
6. Козлов, А.Ю. Статистический анализ данных в MS Excel [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Статистика" и другим экономическим специальностям / А. Ю. Козлов, В. С. Мхитарян, В. Ф. Шишов. - Москва : ИНФРА- М, 2016. - 319.
7. Шкляр М. Ф. Основы научных исследований. Учебное пособие для бакалавров / М. Ф. Шкляр. – 4\_е изд. – М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 244 с.
8. Дополнительная литература
9. 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.
10. 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.
11. Коротких, И. Ю. Основы торговой 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.
12. Егоров, В. Ф. Организация торговли [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающимся по торговым специальностям / В. Ф. Егоров. - СПб. : Питер, 2004. - 344 с.
13. 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*

14. Логистика
15. Предпринимательство
16. Российский экономический журнал
17. Современная торговля Российская торговля
18. Технологии и товароведение сельскохозяйственной продукции

19. Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов
20. Товароведение продовольственных товаров
21. Управление качеством

#### ***Информационные ресурсы удаленного доступа (сети INTERNET)***

22. 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/](http://www.tstu.ru/education/elib/pdf/2002/zaicev.pdf/)
23. Конъюнктура товарных рынков <http://ktr-online.ru>
24. Международная конфедерация обществ потребителей. [Электронный ресурс] – [www.konfop.ru](http://www.konfop.ru)
25. Министерство сельского хозяйства и продовольственной политики Красноярского края [www.krasagro.ru](http://www.krasagro.ru)
26. Министерство сельского хозяйства РФ [www.mcx.ru](http://www.mcx.ru)
27. Московское общество защиты прав потребителей. [Электронный ресурс] – <http://www.mozp.org>
28. О защите прав потребителей. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 в ред. от 25.11.2006.
29. Общероссийская общественная организация «Общество защиты прав потребителей образовательных услуг» [Электронный ресурс] – [www.ozprou.ru](http://www.ozprou.ru)
30. Общероссийский классификатор продукции – <http://www.consultant.ru/online/base/req=doc;base=LAW>
31. Официальный сайт Американского общества качества [Электронный ресурс] – [www.asq.org](http://www.asq.org).
32. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос» [Электронный ресурс] – [www.spros.ru/](http://www.spros.ru/)
33. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс] – <http://www.interstandart.ru/>
34. Официальный сайт Общества защиты прав потребителей [Электронный ресурс] – <http://www.ozpp.ru/>
35. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс] – [www.stq.ru/](http://www.stq.ru/)
36. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. – <http://www.gost.ru/>
37. Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс] – <http://www.rosпотребнадзор.ru/>
38. РосБизнесКонсалтинг [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
39. Россия-СКРИН Система раскрытия информации [www.skrin.ru](http://www.skrin.ru)
40. Справочная правовая система «Консультант» [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
41. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, Россия <http://www.tks.ru/db/tnved/tree>
42. Управление экономическими системами: электронный научный журнал <http://uecs.ru>
43. Федеральная служба государственной статистики [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
44. Центр независимой потребительской экспертизы [Электронный ресурс] – [www.cnpe.spb.ru](http://www.cnpe.spb.ru) .
45. Электронная библиотека: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

#### ***Программное обеспечение***

46. KonSi- SWOT Analysis
47. Konsi-Price Benchmarking (simple)
48. KonSi-Assortment Optimization
49. Windows Vista Business Russian Upgrade OpenLicense NoLevI

50. Лицензия Windows Vista Starter 32-bit Russian 1pk DSP OEI DVD-2
51. Microsoft Windows Server CAL 2008 Russian Academic OPEN No Level Device CAL Device CAL
52. Office 2007 Russian OpenLicensePask NoLevI
53. Microsoft Office SharePoint Designer 2007 Russian Academic 16 OPEN No Level
54. Acrobat Professional Russian 8.0 AcademicEdition Band R 1- 999
55. Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ»
56. Система электронно-дистанционного обучения LMS Moodle, обеспечивающая пользователям ЭОИС доступ к базе электронных курсов, средств тестирования, интерактивных дидактических инструментов обучения: <http://e.kgau.ru/>;
57. Нормативно-правовая система Консультант Плюс Программный комплекс

## Заключение

Разработанные методические указания по научно-исследовательской 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 торговой 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-научно-исследовательской 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 НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПРАКТИКЕ

Выполнил

\_\_\_\_\_  
(курс, группа, Ф.И.О.)

Руководитель от кафедры

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

К защите

\_\_\_\_\_  
(дата, подпись руководителя)

Отчёт защищен с оценкой

\_\_\_\_\_

Председатель комиссии

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

Члены комиссии:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(дата, подпись члена комиссии)

г. Красноярск 20\_\_

## ФОРМА АНКЕТЫ ДЛЯ ОПРОСА ПОКУПАТЕЛЕЙ

Уважаемые дамы и господа !

Данный опрос проводится с целью повышения уровня культуры торгового обслуживания.

Просим Вас ответить на вопрос: «Какие элементы культуры обслуживания Вы считаете наиболее важными ?» - отметьте 5 пунктов из нижеперечисленных, выражающих Ваше мнение.

- Удобный режим работы магазина.
- Торговля с помощью современных методов продаж (самообслуживание, торговля по каталогам, доставка товаров на дом и т.д.).
- Широкий ассортимент товаров.
- Предоставление дополнительных услуг (доставка товаров на дом и т.д.).
- Минимальные затраты времени на обслуживание в магазине.
- Внешний вид продавцов, специальная форменная одежда.
- Вежливое, внимательное отношение персонала магазина к покупателям.
- Умение продавцов быстро и полно ответить на Ваши вопросы.
- Состояние торгового зала магазина (чистый, светлый, проветренный торговый зал и т.д.).
- Удобное размещение товаров в торговом зале.

Если Вы имеете свое особое мнение, замечания или пожелания по повышению культуры обслуживания, просим Вас указать их

---

---

Спасибо за то, что согласились ответить на наши вопросы !