



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«МИРЭА – Российский технологический университет»

**РТУ МИРЭА**

---

---

**Институт информационных технологий (ИИТ)**  
**Кафедра практической и прикладной информатики (ППИ)**

**ОТЧЁТ ПО ПРАКТИЧЕСКОМУ ЗАНЯТИЮ №6**  
**по дисциплине «Предметно-ориентированные информационные**  
**системы»**

Отчет представлен к  
рассмотрению:

Студент группы ИНБО-04-20

«05» ноября 2021 г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Ло В.Х.

Преподаватель

«05» ноября 2021 г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Свищёв А.В.

Москва, 2021 г

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Закрытие заказов. Контроль исполнения	3
2. Возврат товара от клиента	4
3. Анализ продаж	5
4. Сегментация клиентской базы.	11
ВЫВОДЫ	16
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ	17

## 1. Заккрытие заказов. Контроль исполнения

После того, как отгрузка продукции, товаров, работ, услуг по заказу (заказ-наряду) завершена полностью, заказ можно считать выполненным.

Для контроля того, все ли заказы исполнены, можно воспользоваться отчетом "Выполнение заказов". На Рис. 1 показан отчет "Выполнение заказов". В показанном на Рис. 1 примере четыре заказа являются неисполненными.

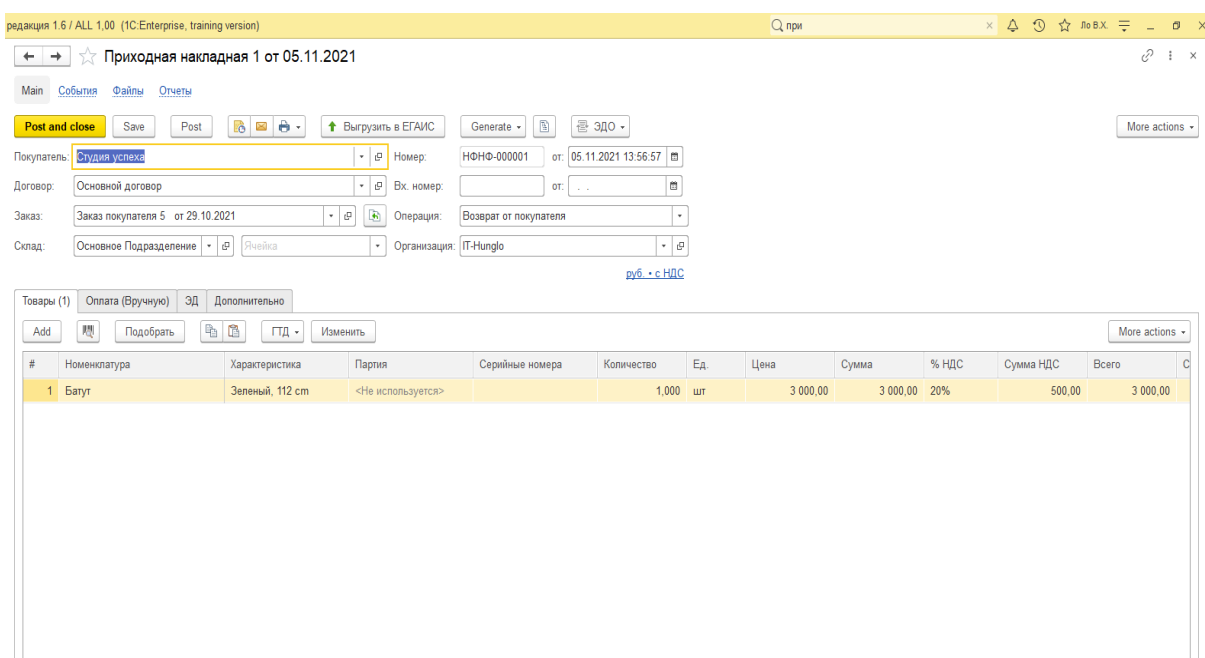
Заказ покупателя	Номенклатура	Ед.	Заказано	Отгружено	Осталось отгрузить	Зарезервировано на складе	Заказано поставщикам	В производстве	Осталось обеспечить
Заказ покупателя 1 от 25.10.2021	Батут	шт	10,000		10,000				10,000
	Мяч	шт	5,000		5,000				5,000
Заказ покупателя 2 от 29.10.2021	Батут	шт	20,000		20,000				20,000
	Мяч	шт	20,000		20,000				20,000
Заказ покупателя 3 от 29.10.2021	Батут	шт	21,000		21,000				21,000
	Мяч	шт	10,000		10,000				10,000
	Спортивный комплект Макси	шт	1,000		1,000				1,000
Заказ покупателя 4 от 29.10.2021	Батут	шт	50,000		50,000				50,000
	Мяч	шт	10,000		10,000				10,000
	Мяч	шт	20,000		20,000				20,000
Заказ покупателя 5 от 29.10.2021	Батут	шт	1,000		1,000				1,000
	Спортивный комплект Макси	шт	1,000		1,000				1,000
Заказ-наряд 3 от 29.10.2021	Батут	шт	1,000	1,000					
	Спортивный комплект Макси	шт	1,000	1,000					
Заказ покупателя 4 от 29.10.2021	Батут	шт	1,000		1,000				1,000
	Спортивный комплект Макси	шт	1,000		1,000				1,000
Заказ покупателя 5 от 29.10.2021	Батут	шт	30,000		30,000				30,000
	Мяч	шт	10,000		10,000				10,000
	Мяч	шт	10,000		10,000				10,000
	Мяч	шт	10,000		10,000				10,000
Total			134,000	1,000	133,000				133,000

Рисунок 1 — Отчет "Выполнение заказов", не все заказы исполнены

Что обычно происходит после того, как все действия по заказу завершены? Заказ можно закрыть. Для этого предназначено состояние "Завершен" в документах "Заказ покупателя" и "Заказ-наряд".

## 2. Возврат товара от клиента

В программе операция по возврату товара от покупателя отражается документом "Приходная накладная" с видом операции "Возврат от покупателя" (Рис. 2). Рекомендуется создавать приходную накладную на основании документа отгрузки товаров - "Расходная накладная" или "Заказ-наряд". В этом случае после выполнения процедуры "Заккрытие месяца" будет рассчитана стоимость возвращенных запасов.



#	Номенклатура	Характеристика	Партия	Серийные номера	Количество	Ед.	Цена	Сумма	% НДС	Сумма НДС	Всего	С
1	Батут	Зеленый, 112 см	<Не используется>		1,000	шт	3 000,00	3 000,00	20%	500,00	3 000,00	

Рисунок 2 — Возврат товара от покупателя документом "Приходная накладная"

Если создать приходную накладную на возврат без документа-основания, то необходимо будет на вкладке "Товары" заполнить колонку "Себестоимость". В противном случае возвращаемые товары поступят на склад по нулевой стоимости.

При проведении документа "Приходная накладная" с видом операции "Возврат от покупателя" товары поступают на склад, указанный в одноименном поле документа, а также изменяются взаиморасчеты с покупателем - увеличивается долг перед ним.

### 3. Анализ продаж

Итак, пришло время провести анализ выполненных продаж. Во-первых, необходимо получить данные о том, сколько, чего и кому мы продали за интересующий период времени, в натуральном и стоимостном выражении. Причем, нас будет интересовать информация в различных аналитических разрезах - по номенклатурным позициям, по клиентам, по менеджерам и т.д. Во-вторых, нам важно узнать, соответствуют ли эти продажи тем объемам, которые были запланированы, и выявить отклонения.

Для получения информации о фактических продажах предназначен отчет "Продажи", доступный в разделе "Продажи". Отчет дает информацию о суммах отгрузки продукции, товаров, работ, услуг за интересующий период времени, с различной аналитикой.

В настройках отчета на Рис. 3, определены группировки "Покупатель" и "Номенклатура".

редакция 1.6 / ALL 1.00 (1C Enterprise, training version)      Заказ на

← → ☆ Продажи

Сформировать    ?    Печать    Отправить    Save

Период: 01.10.2021 - 26.11.2021

Покупатель	Номенклатура	Ед.	Количество	Выручка
Спортивный клуб Империя			1	300.00
Доставка продукции		шт	1	300.00
Спортивный центр Дубай			25	55 000.00
Батут		шт	20	40 000.00
Мяч		шт	5	15 000.00
Спортивный центр Дубай			1	5 000.00
Спортивный комплект Макси		шт	1	5 000.00
Студия успеха			-1	-3 000.00
Батут		шт	-1	-3 000.00
Total			26	57 300.00

Вариант отчета: Продажи

Настройки

Оформление: <По умолчанию>

☐ Выводить заголовок

> Диаграмма

> Строки

> Колонки

> Фильтры

Запомнить

Рисунок 3 — Отчет "Продажи" в разрезе покупателей и номенклатуры

В настройках отчета на Рис. 4, определены группировки "Покупатель" и "Заказ покупателя".

← → ☆ Продажи

Сформировать Введите слово для поиска (название товара, покупателя, пр.). Н... ? Печать Отправить Save

Период: ноябрь 2020 г. - ноябрь 2021 г.

Покупатель	Количество	Выручка,
Заказ покупателя		
Спортивный клуб Империя	1	300,00
Заказ-наряд 6 от 05.11.2021	1	300,00
Спортивный центр Дубай	25	55 000,00
Заказ-наряд 7 от 05.11.2021	25	55 000,00
Спортивный центр Дубай	1	5 000,00
Заказ-наряд 3 от 29.10.2021	1	5 000,00
Студия успеха	-1	-3 000,00
Заказ покупателя 5 от 29.10.2021	-1	-3 000,00
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>57 300,00</b>

**Рисунок 4 — Отчет "Продажи" в разрезе покупателей и заказов**

В настройках отчета на Рис. 5, определены следующие группировки: "Менеджер", "Покупатель", "Номенклатура".

редакция 1.6 / ALL 1,00 (1C:Enterprise, training version) Заказ на

← → ☆ Продажи

Сформировать Σ 0 ? Печать Отправить Save

Период: октябрь 2021 г. - ноябрь 2022 г.

Покупатель	Номенклатура	Ед.	Количество	Выручка,
Менеджер				
Характеристика				
Спортивный клуб Империя		шт	1	300,00
Доставка продукции		шт	1	300,00
Ло В.Х.			1	300,00
Спортивный центр Дубай		шт	25	55 000,00
Батут		шт	20	40 000,00
Ло В.Х.			20	40 000,00
Мяч		шт	5	15 000,00
Ло В.Х.			5	15 000,00
Спортивный центр Дубай			5	15 000,00
Спортивный комплект Макси		шт	1	5 000,00
Ло В.Х.			1	5 000,00
Студия успеха			1	5 000,00
Батут		шт	-1	-3 000,00
Ло В.Х.			-1	-3 000,00
Зеленый, 112 см			-1	-3 000,00
<b>Total</b>			<b>26</b>	<b>57 300,00</b>

Вариант отчета: Продажи

✓ Настройки

Оформление: <По умолчанию>

☐ Выводить заголовки

✓ Диаграмма

Не выводить ... x

☑ Строки

✓ Колонки

✓ Количество

✓ Выручка

+ Добавить колонку >

Группировать по: Не группировать

Сравнить по: Не сравнивать

> Фильтры

Запомнить настройки

**Рисунок 5 — Отчет "Продажи" в натуральном и стоимостном выражении, по менеджерам, ценовым группам и номенклатурным позициям**

Напомним, что в отчет "Анализ оплаты по заказам покупателей" не включаются суммы, оплаченные клиентами безотносительно заказа (например, по счету на предоплату).

Итак, мы получили данные о фактических продажах. Теперь необходимо соотнести факт с планом, выявить и проанализировать отклонения.

Поэтому прежде всего, рассмотрим, где и как в программе "1С:Управление нашей фирмой 8" осуществляется планирование продаж.

При планировании продаж, как правило, проводится анализ:

- объемов продаж предыдущих периодов;
- состояния рынка, конкурентов;
- сезонных колебаний спроса на продукцию;
- прибыльности по группам продукции;
- производственных мощностей предприятия;
- возможностей предприятия по продвижению продукции на рынке.

Результатом такого анализа является план отгрузок продукции в натуральных и стоимостных показателях.

Для регистрации составленных планов продаж в программе "1С:Управление нашей фирмой" используется документ "План продаж" (Рис. 6), который позволяет ввести данные детализацией по номенклатурным единицам (включая разбивку по характеристикам), а также заказам покупателей.

МСписок введенных документов "План продаж" можно посмотреть, выбрав ссылку "Планы продаж" на панели навигации раздела " Продажи".

N	Номенклатура	Характеристика	Ед.	Цена	Ноябрь 2021 Количество	Сумма
1	Мяч	<характеристики н...	шт	999,00	100,000	99 900,00
2	Качели веревочные	<характеристики н...	шт	250,00	100,000	25 000,00
3	Батут	Красный, 92 см	шт	3 999,00	50,000	199 950,00
4	Батут	Зеленый, 118 см	шт	4 999,00	50,000	249 950,00
5	Батут	Черный, 92 см	шт	1 800,00	50,000	90 000,00
6	Спортивный комплекс Макси	Красный	шт	19 999,00	20,000	399 980,00
7	Спорткомплекс Мини	<характеристики н...	шт	14 999,00	30,000	449 970,00

Рисунок 6 — Документ "План продаж"

Для обобщения данных о введенных в программу планируемых продажах служит отчет "Планы продаж", доступный на панели действия раздела "Анализ". Отчет строится на основе введенных документов "План продаж".

Как выполняется в программе план-фактный анализ продаж? С помощью отчета "План-фактный анализ продаж", который доступен в разделе "Продажи"(см.рис.7).

Номенклатура	Количество				Сумма			
	план	факт	отклонение	%	план	факт	отклонение	%
Батут	150	-150,000	-100,0	-100,0	539 900,00	-539 900,00	-100,0	-100,0
Качели веревочные	100	-100,000	-100,0	-100,0	25 000,00	-25 000,00	-100,0	-100,0
Мяч	100	-100,000	-100,0	-100,0	99 900,00	-99 900,00	-100,0	-100,0
Спортивный комплекс Макси	20	-20,000	-100,0	-100,0	399 980,00	-399 980,00	-100,0	-100,0
Спортивный комплекс Мини	30	-30,000	-100,0	-100,0	449 970,00	-449 970,00	-100,0	-100,0
<b>Итого</b>	<b>400</b>	<b>-400,000</b>	<b>-100,0</b>	<b>-100,0</b>	<b>1 514 750,00</b>	<b>-1 514 750,00</b>	<b>-100,0</b>	<b>-100,0</b>

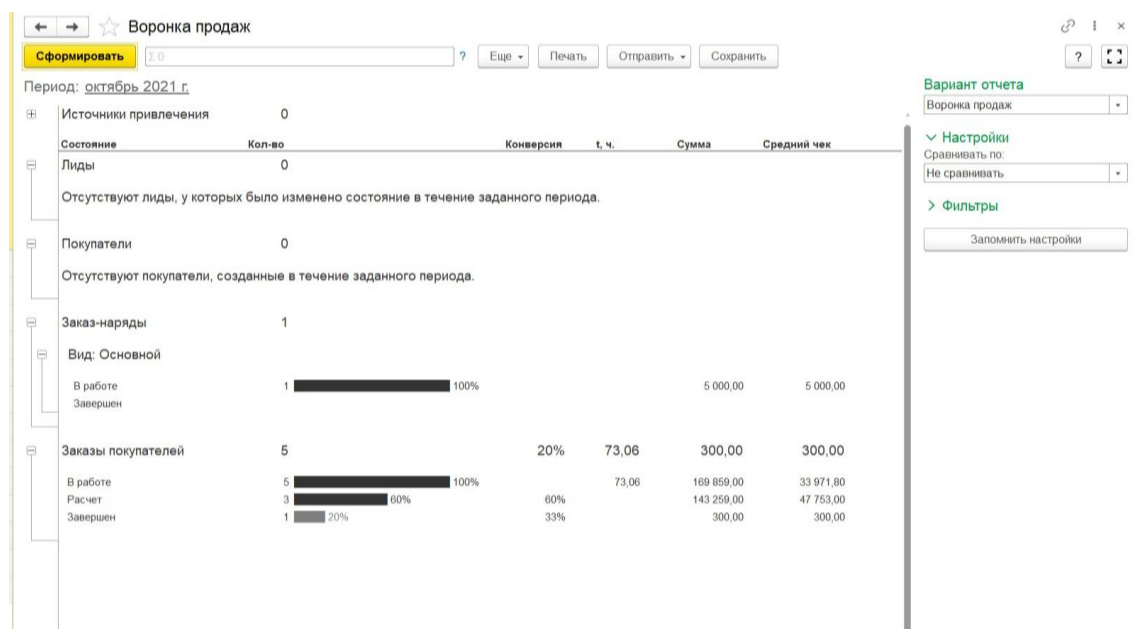
**Рисунок 7 — Отчет "План-фактный анализ продаж"**

Как и во всех других отчетах в программе, в отчете "План-фактный анализ продаж" можно настраивать группировки, отборы, сортировки, состав выводимых показателей и т.п. Это позволяет проводить план-фактный анализ продаж в различных разрезах и с нужной степенью детализации.

В программе существует возможность сформировать воронку продаж(см.рис.8) - инструмент, позволяющий провести статистический анализ продаж по отделу в целом и по каждому сотруднику, проанализировать узкие места в процессе продаж.

Источником формирования воронки служит история изменения состояний заказов покупателей. Поэтому рекомендуется привести статусы заказов в соответствие с этапами продаж. В нашем случае это может быть: "Расчете", "В работе", "Завершен". Менеджеры изменяют состояния своих заказов в процессе их прохождения по процессу, а программа фиксирует каждое изменение статуса. Если, например, клиент отказался от заказа на этапе расчета, то следует перевести заказ в статус "Завершен" и указать в нем причину отмены.





**Рисунок 8 — Отчет "Воронка продаж"**

Если в компании процессы продажи отличаются в зависимости от типа сделки (например, оптовый заказ и заказ из интернет-магазина), то можно задействовать функционал программы, который позволяет делить заказы покупателей по видам. Для этого следует в настройках параметров учета по разделу "Продажи" установить флажок "Вид заказов покупателей". После этого можно будет создавать несколько наборов состояний заказов и фиксировать их порядок для каждого вида заказа. Использование видов заказов позволяет вести индивидуальные воронки продаж.

### **Практикум №3. Формирование отчетности разделов "Продажи"**

С помощью отчетов разделов "Продажи" получите ответы на следующие вопросы(см.рис.5):

Каков общий объем продаж за текущий месяц в натуральном и стоимостном выражении?

*В натуральном – 24, в стоимостном – 71 490 руб*

Спорткомплексы какой расцветки продаются в текущем месяце лучше всего? – *Красный*

Какой покупатель сделал наибольший объем покупок? Что он покупал?

*–Больше всего покупок сделал Спортивный центр Дубай, покупали батут зеленые, 118 см, Красный спортивный комплекс Макси*

Кто из менеджеров по продажам лидирует по объему продаж продукции собственного производства (спортивные комплексы)?

По каким заказам оплата покупателями не была произведена полностью? На какую сумму? –По заказам №7, №2, №5, №4, №6 не была произведена оплата на сумму 28 600 руб

#### 4. Сегментация клиентской базы.

Под сегментами понимаются группы покупателей, выделенные по каким-либо признакам: принадлежности к определенному региону, виду деятельности, размеру, дате последнего взаимодействия, менеджеру, объему продаж и так далее. В программе "1С:Управление нашей фирмой 8" сегментирование реализовано в виде справочника который представляет собой пополняемый набор определенных заранее отборов которыми можно воспользоваться из списка контрагентов. Например, выбрав покупателей, не совершивших покупок в течение месяца можно подготовить список к обзвону или для массовой рассылки.

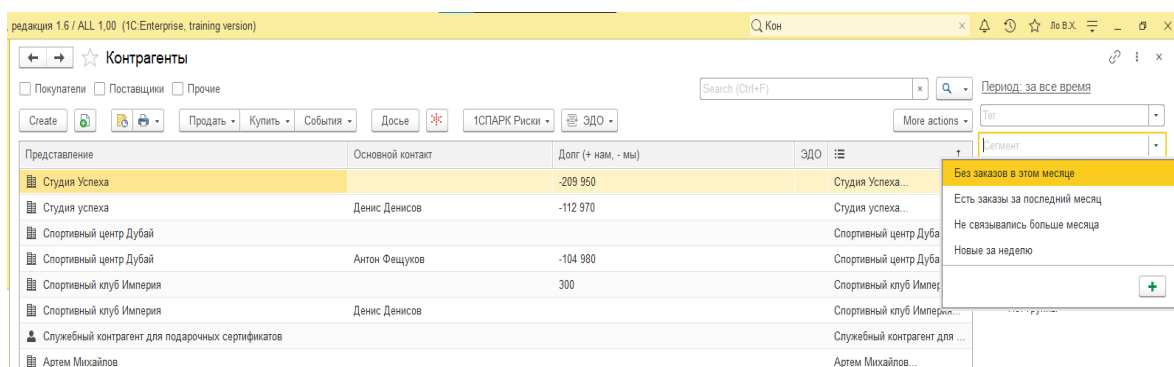
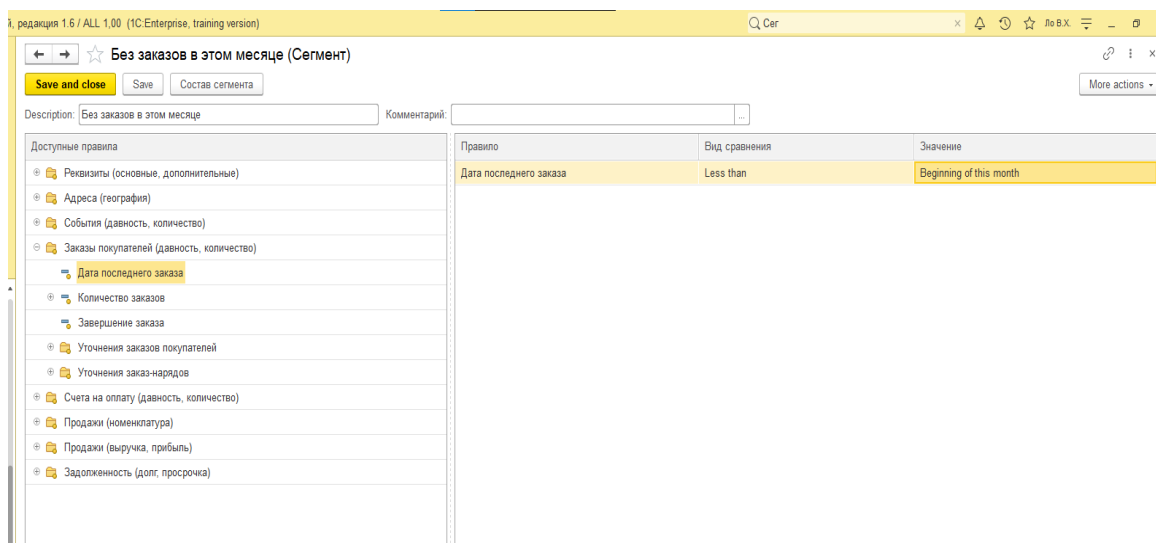


Рисунок 9 — Отбор покупателей по сегментам

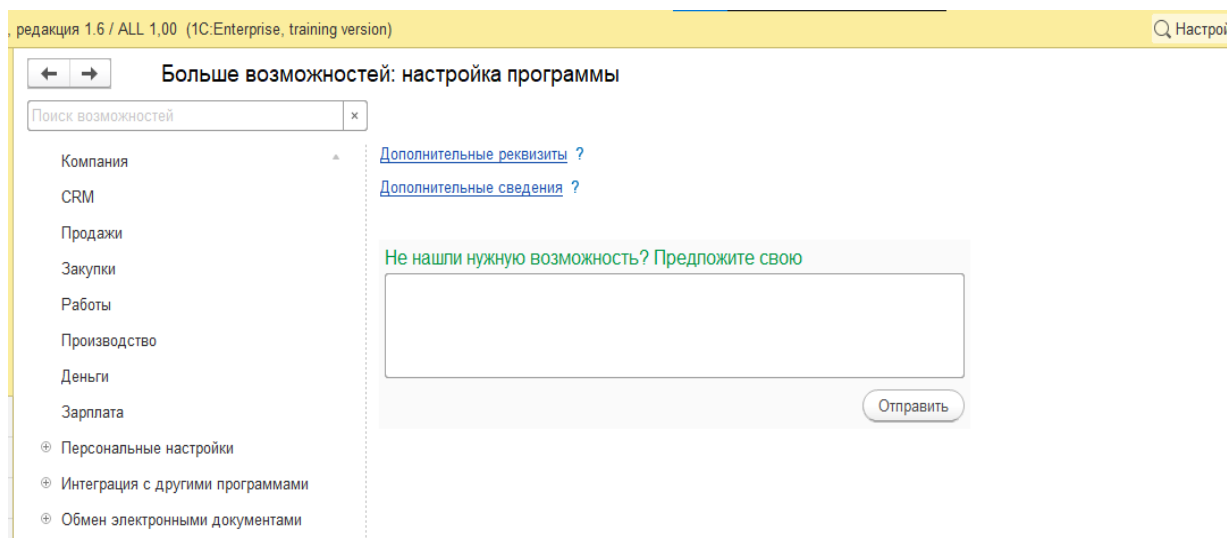
Список сегментов можно отредактировать, каждый сегмент может содержать один или несколько отборов (Рис. 10). Например, нам необходимо отслеживать клиентов, которые купили товары в прошлом месяце, но еще ничего не заказали в текущем. Для этого следует создать новый сегмент и в нем указать два отбора: в группе "Заказы покупателей (давность, количество) установить "Дата последнего заказа" - "Меньше"- "Начало этого месяца" и в группе "Продажи (выручка, прибыль" установить отбор по "За период (выручка от продаж)" и выбрать прошлый месяц. После этого назначить название этому сегменту и записать. При выборе его в списке покупателей, программа автоматически найдет контрагентов, удовлетворяющих отбору.



**Рисунок 10 — Создание нового сегмента**

Также в карточке клиента реализован механизм присвоения тегов, признаков, которые относятся к покупателю, таких групп-тегов может быть сразу несколько. Теги могут использоваться при создании сегментов, для отборов в списке контрагентов.

Программа "1С:Управление нашей фирмой 8" реализована на платформе "1С:Предприятие 8.3", а это означает, что в программе существует возможность добавлять свои собственные произвольные реквизиты в справочники и документы. Для этого необходимо зайти по ссылке "Еще больше возможностей" выбрать "Дополнительные реквизиты" (Рис. 11) на панели навигации, далее открыть доп. реквизиты нужного справочника.



**Рисунок 11 — Наборы дополнительных реквизитов и сведений**

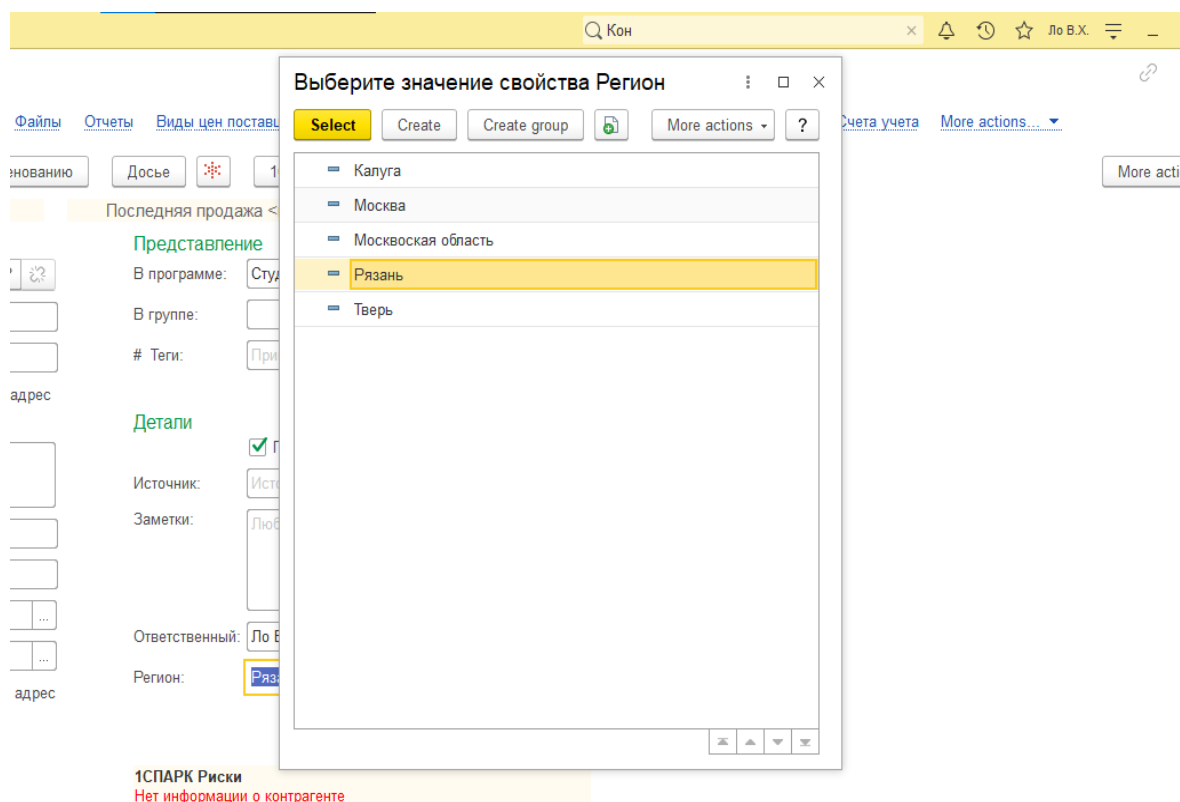
В программе УНФ новый дополнительный реквизит для справочника Контрагенты можно добавить прямо из карточки контрагента, по ссылке "+Свой реквизит", пусть это будет "Регион" (Рис. 12).

The screenshot shows a configuration window titled "★ Регион (Дополнительный реквизит)". At the top, there are buttons for "Save and close" (highlighted in yellow), "Save", "More actions", and a help icon. The main form contains the following fields:

- "Наименование:" with a text input field containing "Регион".
- "Тип значения:" with a dropdown menu showing "Дополнительное значение" and a question mark icon.
- A checkbox labeled "Выводить в виде гиперссылки".
- A tabbed interface with "Главное" and "Значения" tabs. The "Значения" tab is active, showing:
  - "Виден:" with a dropdown menu set to "всегда".
  - "Доступен:" with a dropdown menu set to "всегда".
  - A checkbox "Заполнять обязательно:" with a dropdown menu set to "всегда".
  - "Всплывающая подсказка:" with a text input field.
  - "Заголовок формы значения:" with a text input field.
  - "Заголовок формы выбора значения:" with a text input field.
  - "Комментарий:" with a text area and a "..." button.

**Рисунок 12 —Доп. реквизиты справочника "Контрагенты"**

После этого в карточке клиента появляется новое поле "Регион"(см.рис.13).



**Рисунок 13 — "Регион" как дополнительный реквизит в карточке контрагента**

Значение реквизита выбирается из списка, который мы тут же имеем возможность сформировать (в данном случае, вводим возможные значения регионов наших покупателей). Теперь осталось только указать регион в карточке каждого покупателя (как правило, это делается один раз), и наша клиентская база сегментирована по регионам. Можно получать данные о продажах, оплатах, заказах в разрезе регионов, определяя тем самым, например, регионы с большим или меньшим объемом продаж, большей или меньшей дебиторской задолженностью и так далее. Пример - на Рис. 14. Проанализировав такую информацию можно выработать индивидуальную стратегию работы с тем или иным регионом.

Выполнение заказов									
Сформировать 20 ? Печать Отправить Save									
На дату: 29 октября 2021 г.									
Заказ покупателя		Заказано	Отгружено	Осталось отгрузить	Зарезервировано на складе	Заказано поставщикам	В производстве	Осталось обеспечить	
Номенклатура		Ед.							
Контрагент.Регион (Контрагенты)									
Заказ покупателя 1 от 25.10.2021		10,000		10,000				10,000	
Батут		шт	5,000	5,000				5,000	
Тверь		шт	5,000	5,000				5,000	
Мяч		шт	5,000	5,000				5,000	
Тверь		шт	5,000	5,000				5,000	
Заказ покупателя 2 от 29.10.2021		20,000		20,000				20,000	
Батут		шт	20,000	20,000				20,000	
Москва		шт	20,000	20,000				20,000	
Заказ покупателя 3 от 29.10.2021		21,000		21,000				21,000	
Батут		шт	10,000	10,000				10,000	
Москва		шт	10,000	10,000				10,000	
Мяч		шт	10,000	10,000				10,000	
Москва		шт	10,000	10,000				10,000	
Спортивный комплект Маски		шт	1,000	1,000				1,000	
Москва		шт	1,000	1,000				1,000	
Заказ покупателя 4 от 29.10.2021		50,000		50,000				50,000	
Батут		шт	10,000	10,000				10,000	
Рязань		шт	10,000	10,000				10,000	
Мяч		шт	20,000	20,000				20,000	
Рязань		шт	20,000	20,000				20,000	
Мяч		шт	20,000	20,000				20,000	
Рязань		шт	20,000	20,000				20,000	
Заказ покупателя 5 от 29.10.2021		1,000		1,000				1,000	
Спортивный комплект Маски		шт	1,000	1,000				1,000	
Москва		шт	1,000	1,000				1,000	
Заказ-наряд 3 от 29.10.2021		1,000	1,000						
Спортивный комплект Макси		шт	1,000	1,000					
Москва		шт	1,000	1,000					
Заказ покупателя 4 от 29.10.2021		1,000		1,000				1,000	
Спортивный комплект Макси		шт	1,000	1,000				1,000	
Тверь		шт	1,000	1,000				1,000	
Заказ покупателя 5 от 29.10.2021		30,000		30,000				30,000	
Батут		шт	10,000	10,000				10,000	
Тверь		шт	10,000	10,000				10,000	
Мяч		шт	10,000	10,000				10,000	
Тверь		шт	10,000	10,000				10,000	
Мяч		шт	10,000	10,000				10,000	
Тверь		шт	10,000	10,000				10,000	
Total			134,000	1,000	133,000			133,000	

Рисунок 14 — Выполнение заказов в разрезе регионов

На Рис. 15 показан еще один интересный пример - отчет "Продажи", группировки которого заданы таким образом, чтобы получить данные о заказах спортивных комплексов в разрезе различных регионов.

редакция 1.6 / ALL 1.00 (1C:Enterprise, training version) Заказ									
Продажи									
Сформировать 201 Печать Отправить Save									
Период: октябрь 2021 г. - ноябрь 2021 г.									
Покупатель		Ед.	Количество	Выручка,					
Номенклатура									
Заказ покупателя.Регион (Заказ покупателя)									
Спортивный клуб Импульс		шт	1	300,00					
Доставка продукции		шт	1	300,00					
Москва		шт	1	300,00					
Спортивный центр Дубай		шт	2	5 000,00					
Батут		шт	1	3 000,00					
Московская область		шт	1	3 000,00					
Мяч		шт	1	2 000,00					
Московская область		шт	1	2 000,00					
Спортивный центр Дубай		шт	1	5 000,00					
Спортивный комплект Макси		шт	1	5 000,00					
Тверь		шт	1	5 000,00					
Студия успеха		шт	-1	-3 000,00					
Батут		шт	-1	-3 000,00					
Московская область		шт	-1	-3 000,00					
Total			3	7 300,00					

Вариант отчета

Продажи

Настройки

Оформление:

<По умолчанию>

Выводить заголовок

Диаграмма

Не выводить

Строки

Развернуть до:

<По умолчанию>

Покупатель

Категория номенклатуры

Набор

Номенклатура

Номенклатура

Рисунок 15 — Продажи в разрезе регионов

## **ВЫВОДЫ**

В ходе выполнения практической работы были изучены процессы закрытия заказа и статус некоторых документов был изменен на состояние «Завершен». Также были изучены процессы возврата товара от клиента и был сформирован документ «Приходная накладная». Более того были изучены возможности программы 1С: УНФ для анализа продаж. Кроме того были сформированы отчеты "Продажи", "План-фактный анализ продаж", "Воронка продаж", также был сформирован документ "План продаж". Также был проанализирован отчет "Продажи", и были даны ответы на вопросы из практикума 3. Помимо этого были изучены возможности сегментации клиентской базы, для этого были добавлены новые реквизиты. В конце были сформированы новые отчеты с учетом добавленного реквизита.



## **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ**

1. Настройка программы [Электронный ресурс]. —  
[https://edu.1cfresh.com/articles/oper\\_upr\\_2](https://edu.1cfresh.com/articles/oper_upr_2) (дата обращения 05.11.2021)

URL: