

# РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРИКОТАЖНОГО АТЕЛЬЕ НА ПЛАТФОРМЕ «1С: ПРЕДПРИЯТИЕ»

УДК 677.02

Цыренова Д.Ш.

Аннотация. В статье рассматривается процесс разработки автоматизированной системы учета деятельности трикотажного ателье на платформе «1С: Предприятие 8.3». Основными функциями данной системы автоматизации являются: учет сырья на складе, ведение справочников по клиентам, работникам, изделиям и др., оформление и учет заказов клиентов, расчет заработной платы рабочих, формирование отчетных документов. Определены дальнейшие задачи по усовершенствованию системы.

Ключевые слова: автоматизированная система, 1С: Предприятие, ателье.

Abstract. In this paper the process of development of automatic account system of knitwear atelier business on the platform «1С: Enterprise 8.3» is considered. Main functions of this system are accounting of materials on storage, maintaining reference books about clients, workers, production and others, creation and accounting of client orders, calculation of worker's salary and creation of reports. Further objectives of development system are determined.

На сегодня автоматизация бизнес-процессов предприятия становится главным инструментом повышения эффективности бизнеса. Успешное внедрение автоматизированной системы на предприятии определяется тем, насколько данная система автоматизации адаптирована к особенностям производственного процесса предприятия.

В данной работе описывается разработка системы автоматизации учета деятельности трикотажного ателье ОАО «Буряттрикотаж». Основным направлением деятельности предприятия является выпуск изделий из трикотажа по индивидуальным заказам клиентов.

Главными функциями разрабатываемой системы по требованиям заказчика должны быть: учет материалов на складе, оформление и учет заказов клиентов, расчет заработной платы рабочих, формирование отчетных документов. Разработка конфигурации осуществляется на платформе «1С: Предприятие 8.3».

В результате анализа была предложена следующая схема автоматизируемых бизнес-процессов предприятия:

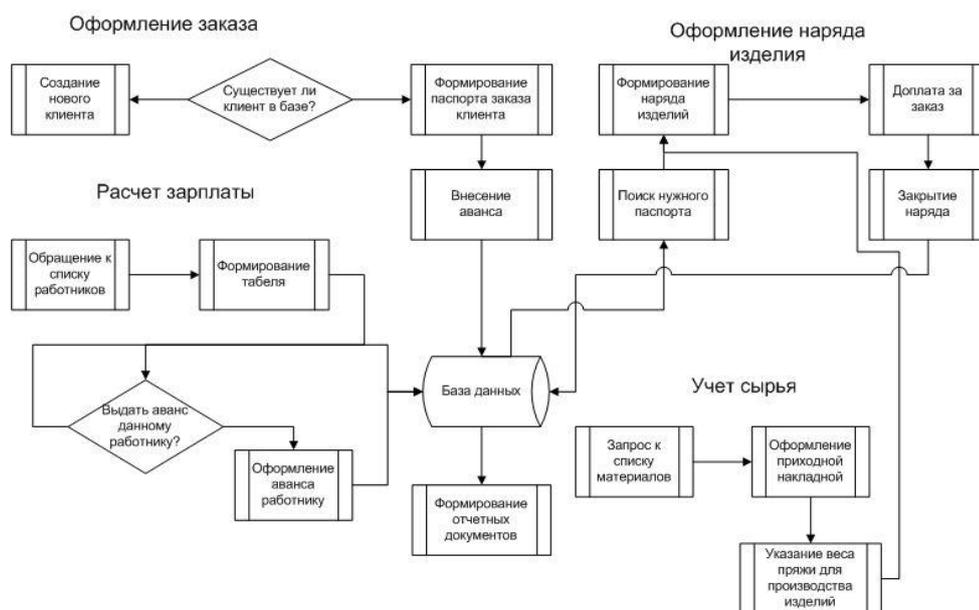


Рис. 1. Схема автоматизируемых бизнес-процессов

Исходя из данной схемы, основными подсистемами разрабатываемой конфигурации будут являться:

- 1) *Учет материалов* – в данной подсистеме ведется учет сырья на складе;
- 2) *Учет заказов* – в данной подсистеме оформляются основные документы учета заказов клиентов – паспорт заказа и наряд изделий;
- 3) *Расчет зарплаты* – в данной подсистеме системы ведется учет заработной платы работников с учетом коэффициента трудового участия (КТУ).

Общая структура метаданных конфигурации представлена на рисунке 2.

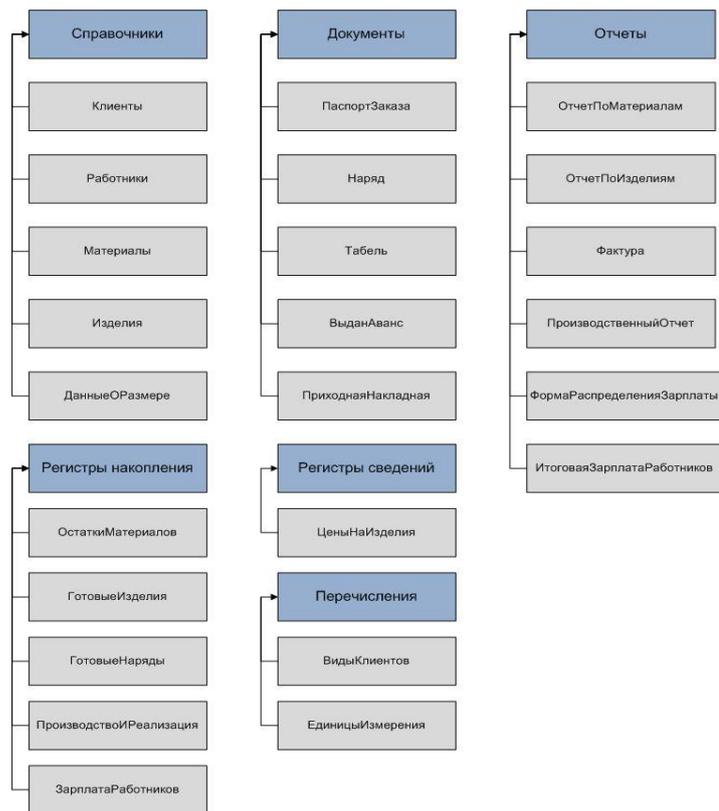


Рис. 2. Общая структура метаданных

Основными документами, регистрирующими учетные операции на предприятии, являются *ПриходнаяНакладная*, *ПаспортЗаказа* и *Наряд*.

*ПриходнаяНакладная* регистрирует поступление сырья и материалов на склад.

В документ *ПаспортЗаказа* вводятся данные о заказчике (клиенте) и требования к заказу. Далее он распечатывается и отдается в вязальный и швейный цех для производства изделий.

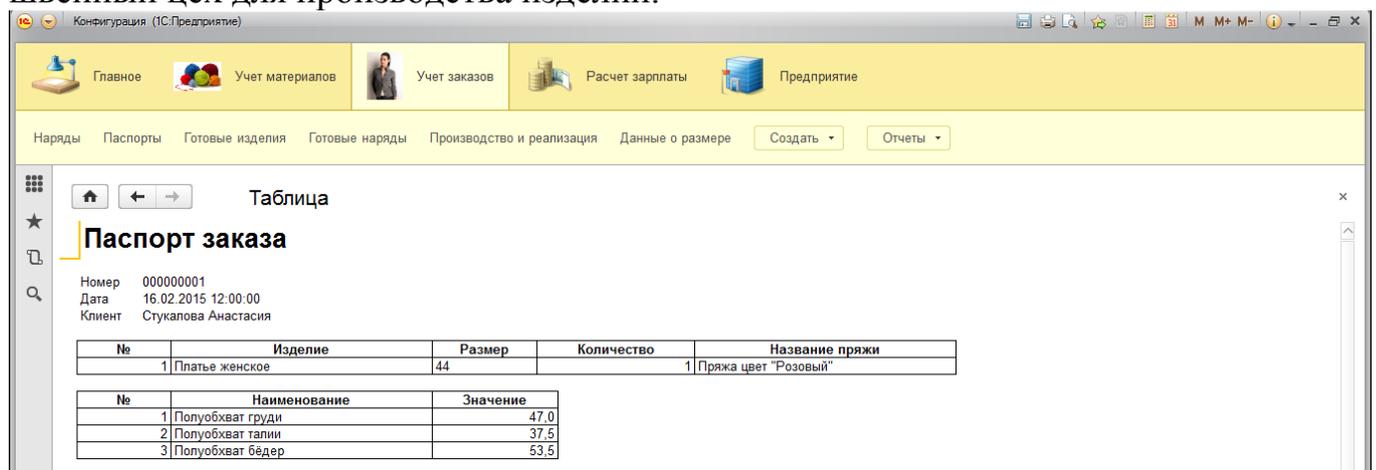


Рис. 3. Печатная форма документа *Паспорт Наряд*

*Наряд* – документ, регистрирующий статус заказа, количество израсходованного сырья, а также полную стоимость заказа.

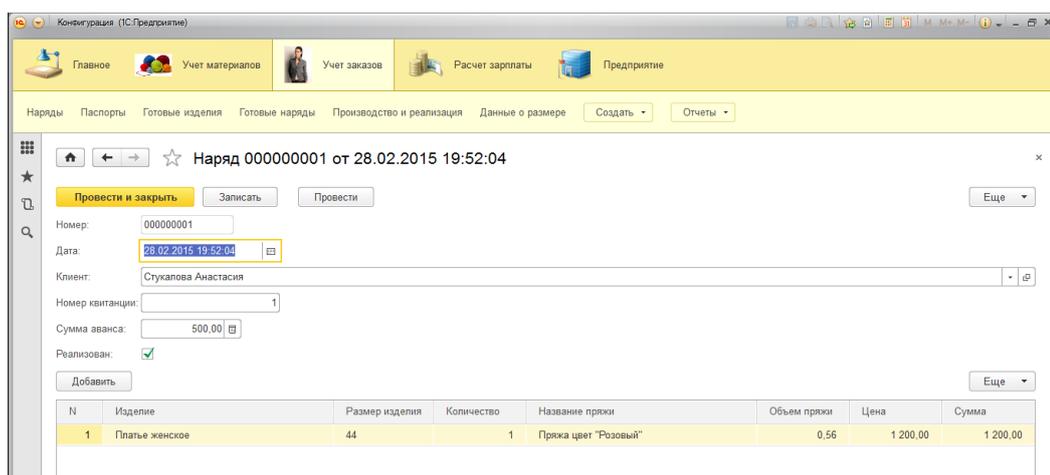


Рис. 4. Наряд

В подсистеме *Расчет зарплаты* основными документами являются *Табель* и *ВыданАванс*. Эти документы регистрируют заработную плату рабочих цехов.

Для автоматизации отчетности на предприятии и возможности анализа его деятельности в конфигурации разработаны различные отчеты.

Отчет *Фактура* создает список нарядов, которые были созданы за определенный период времени.

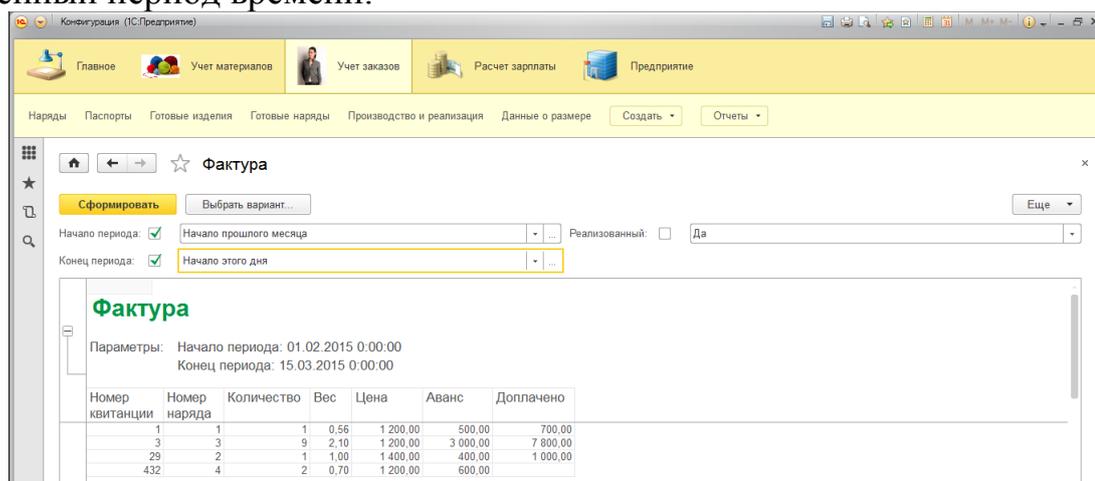


Рис. 5. Отчет Фактура

Для анализа производства предприятие использует *ПроизводственныйОтчет*. Он показывает количество произведенных (реализованных и нереализованных) изделий, израсходованного сырья и выручки за определенный период времени.

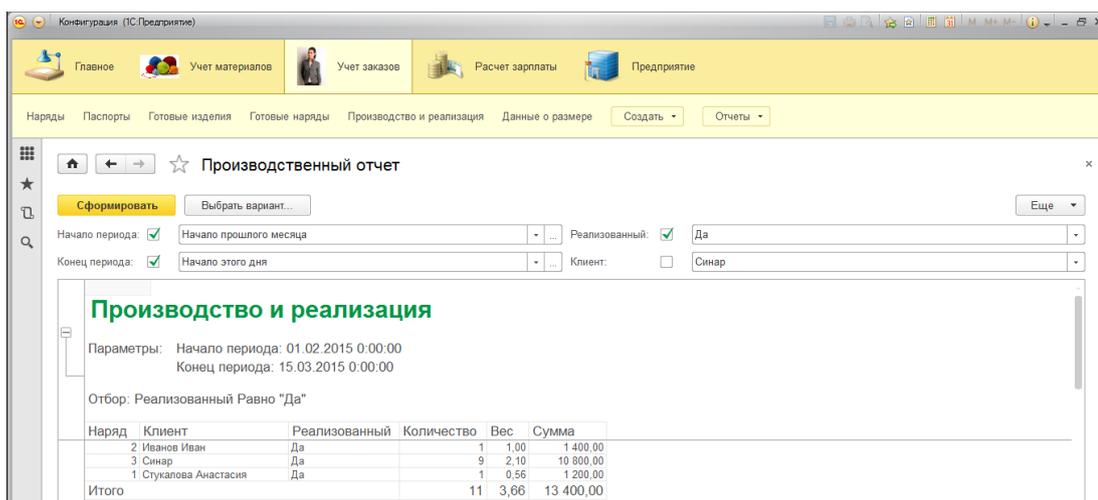


Рис. 6. Производственный отчет

Для расчета итоговой заработной платы рабочих используется отчет *Итоговая Зарплата Работников*.

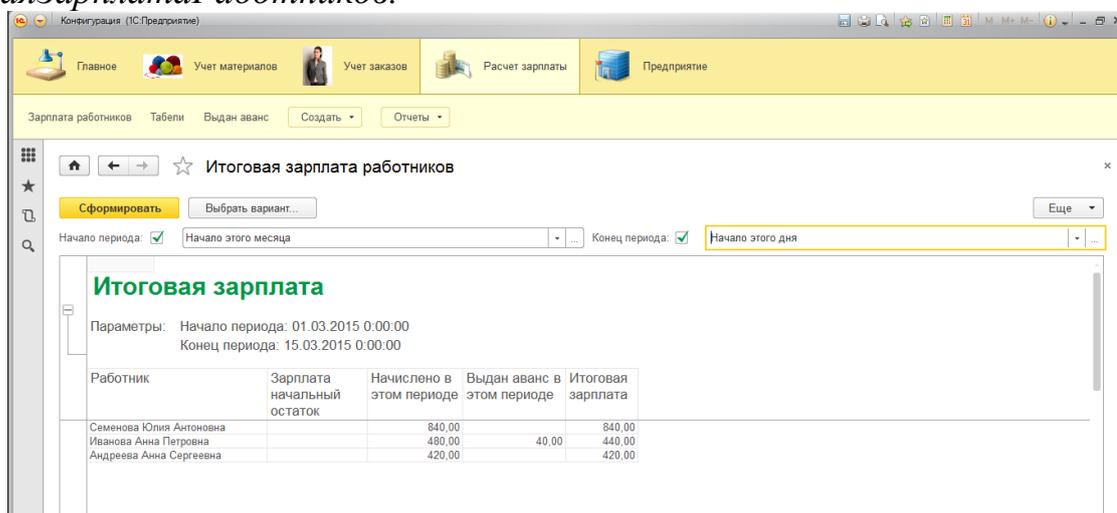


Рис. 7. Итоговая зарплата работников

В целом, на данный момент конфигурация находится в процессе дальнейшей разработки и модернизации. Планируется автоматизировать бухгалтерский учет предприятия, а также расширить функционал всех подсистем.

## Список литературы

1. Гусева В.В. Дипломный проект выполненный на платформе "1С: Предприятие" [Электронный ресурс] // Ежегодная конференция «Использование программных продуктов 1С в учебных заведениях» 2011. URL: <http://www.1c.ru/rus/partners/training/edu/theses/?y=2011&s=51&t=1320> (дата обращения: 20.02.2015).
2. Методическая поддержка для разработчиков и администраторов 1С:Предприятия 8 [Электронный ресурс] // Информационно-технологическое сопровождение пользователей 1С: Предприятия. URL: <http://its.1c.ru/db/metod8dev#browse:13:-1:1989> (дата обращения: 25.02.2015)

3. Радченко М.Г., Хрусталёва Е.Ю. 1С: Предприятие 8.3. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приёмы. М: 1С Пабблишинг, 2013.
4. Цыренов Д.Д. Информационные технологии управления бизнес-процессами: теория и практика. Улан-Удэ: Издательство Бурят. ун-та, 2013.

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ: ПЕРЕХОД ОТ ТЕХНОЛОГИЙ К ЭМОЦИЯМ**

**Сулковская Ю.А.** магистрант 2 курса  
Уральский федеральный университет  
г.Екатеринбург, Свердловская область, Россия

Исследования ведущих ученых мира по теме «В связи с чем выбор потребителей падает на те или иные товары и услуги» показывает, что в 80% люди принимают решение на эмоциональном уровне. А наисильнейшей и фундаментальной эмоцией, определяющей их выбор, является доверие.

Стоит отметить нарастающее любопытство ученых и исследователей разных сфер наук к проблематике доверия/недоверия. Многие специалисты, такие как Т.П. Скрипкина, Ф.Фукуяма, А.К. Ляско и другие подчеркивают перемещение проблемы доверия/недоверия в социуме и социальных институтах из малоинтересных областей исследования на передний план.

Для принятия решения обратиться в конкретную компанию или нет на сегодняшний день потребителям мало предоставления информации о высокотехнологичных и уникальных методах, технологиях и современном оборудовании, которые имеются в арсенале компании. Необходимо развивать доверие к бренду и компании в целом. Именно доверие помогает известным компаниям оставаться на вершине успеха. Доверие потребителей к бренду позволяет оставаться лидерами продаж в своем сегменте.

Безусловно, при создании бренда доверие не выступает чем-то новым. Но только сейчас доверие воспринимается как новый шаг к переходу от ценностей примитивного уровня (техника, методика и знание) к возвышенным ценностям – эмоциям.

Трудное, межпредметное исследование явления доверия, объединяющее совокупность многогранных наук таких, как психологию, социологию, экономику и менеджмент, представляет собой серьезную преграду для осуществления научного познания сущности и особенностей данного понятия.

Фундаментальный вклад в развитие теории доверия внесли такие авторы, как П. Штомпка, Ф. Фукуяма, Дж. О'Шонесси, А. Селигмен, Э. Гидденс, А.Б. Купрейченко, В.С.Сафонов, Т.П. Скрипкина и другие.

В качестве объекта исследования многие науки интересовались и интересуются феноменами доверия и недоверия. И каждая научная дисциплина стремится выделить в понятии данных феноменов свой акцент, изучая и выискивая свою специфику. Это происходит в силу того, что доверие нельзя