

Жминько Анастасия Дмитриевна,
Маслахов Рафаэль Альбертович,
обучающиеся ГБПОУ ЯНАО
«Ноябрьский колледж профессиональных и
информационных технологий»,
г. Ноябрьск

Научный руководитель
Каргина Наталья Юрьевна,
преподаватель ГБПОУ ЯНАО
«Ноябрьский колледж профессиональных и
информационных технологий»,
г. Ноябрьск

ФОРМИРОВАНИЕ СТАТИСТИКИ ПО ПРОДАЖАМ В КОФЕЙНЕ НА ОСНОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО ОПРОСА

**СФЕРА
ОБСЛУЖИВАНИЯ**

УДК 311

В эпоху повсеместной компьютеризации и развитых информационных технологий, множества приложений-помощников почти вся ручная работа бухгалтеров переходит в автоматизированный режим, и с сотрудников практически снимаются обязанности по ведению статистического учета. Современному бухгалтеру для формирования статистики по продажам в кофейне на основании социального опроса необходимо владение знаниями и умениями работы на платформе «1С:Предприятие8». Авторы статьи показывают на практике, как современные технологии помогают в решении рутинных вопросов и облегчают работу бухгалтера.

In the era of ubiquitous computerization and advanced information technologies, a multitude of assistant applications, almost all manual work of accountants goes into automated mode and employees are practically relieved of statistical accounting duties. For a modern accountant to generate statistics on sales in a coffee shop based on a social survey, it is necessary to have knowledge and skills of working on the 1C: Enterprise 8 platform. The author of the article shows in practice how modern technologists help in solving routine issues and facilitate the work of an accountant.

Ключевые слова

кофейня, кофейная индустрия, статистика продаж, бухгалтерия, отчеты.

Keyword

coffee shop, coffee industry, sales statistics, accounting, reports.

Основным критерием контроля качества предоставляемых услуг является степень приверженности и удовлетворенности ее потребителей. В условиях жесткой конкуренции на рынке услуг ключевыми факторами успеха для предпринимателей становятся удовлетворение и удержание потребителя, поскольку



Самые известные кофейни в России

ку прибыль, которую организация получает сегодня, приносят потребители, завоеванные вчера. Необходимость удержания клиентов основывается и на том, что лояльные покупатели, как правило, тратят при покупке больше, приходят чаще и обладают меньшей чувствительностью к ценам. Привлечение новых перспективных потребителей – дорогостоящий и трудный процесс для предприятия.

Кофейня – гастрономическое заведение, место для встреч и общения, где подают напитки и десертные блюда. Каждый день через порог кофейен проходят сотни человек. Но мало кто задумывается о том, насколько сложен процесс формирования отчётов по продажам за неделю и ведение учета статистики по часто продаваемым напиткам. В статье мы на конкретном примере рассказываем о формировании таких отчётов.

Для того чтобы составить статистику, мы решили провести социальный опрос, который затронул не только коллектив и студентов Ноябрьского колледжа профессиональных и информационных технологий, но также школ и некоторых образовательных учреждений в других городах. Число опрошенных составило более 200 человек. Запуская опросник, мы преследовали цель изучить предметную область и выяснить, в какой день недели молодые люди чаще всего посещают кофейни, а также понять их предпочтения по напиткам.

Для этого мы решили углубиться в предметную область и сформировать отчёты на платформе «1С:Предприятие8». Для этого мы создали конфигурацию под названием «Кофейня».

N	Напитки	Количество	Цена	Сумма
1	Американо	2	80,00	160,00
2	Горький шоколад	6	140,00	840,00
3	Какао	5	130,00	650,00
4	Капучино	7	120,00	840,00
5	Латте	9	120,00	1 080,00
6	Моко	3	130,00	390,00
7	Раф	11	150,00	1 650,00
8	Флет уайт	4	140,00	560,00
9	Эспрессо	1	60,00	60,00
ИТОГО: 48				ИТОГО: 6 230,00

Рис. 1. «1С:Предприятие8»

В базу данных мы внесли названия всех классических напитков из меню кофейни.

После чего внесли данные по ценам на один объём напитка (все цены были внесены нами произвольно, так как это конфиденциальная информация).

Для точного формирования статистики мы написали программный код, который по заданному количеству и фиксированной цене вычислял сумму заказа и итог (рис. 4) в конце рабочего дня.

N	Напитки
1	Латте
2	Капучино
3	Раф
4	Горячий шоколад
5	Американо
6	Флет уайт
7	Мокко
8	Эспрессо
9	Какао

Рис. 2. Классические напитки

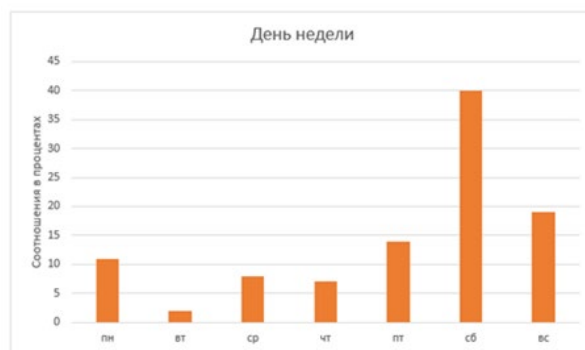


Рис. 5. Статистика по посещаемости в неделю

В заключение хотелось бы сказать, что с помощью разработанной базы данных на платформе «1С:Предприятие8» не только удалось минимизировать работу бухгалтера, но и узнать, какой напиток самый востребованный. Им оказался раф-кофе, за кото-

```

4НаКлиенте
Процедура ТабличнаяЧасть1КоличествоПризменении(Элемент)
    СтрокаТабличнойЧасти = Элементы.ТабличнаяЧасть1.ТекущиеДанные;
    СтрокаТабличнойЧасти.Сумма = СтрокаТабличнойЧасти.Количество * СтрокаТабличнойЧасти.Цена;
КонецПроцедуры

4НаКлиенте
Процедура ТабличнаяЧасть1ЦенаПризменении(Элемент)
    СтрокаТабличнойЧасти = Элементы.ТабличнаяЧасть1.ТекущиеДанные;
    СтрокаТабличнойЧасти.Сумма = СтрокаТабличнойЧасти.Количество * СтрокаТабличнойЧасти.Цена;
КонецПроцедуры

Процедура РассчитатьСумму(СтрокаТабличнойЧасти) Экспорт
    СтрокаТабличнойЧасти.Сумма = СтрокаТабличнойЧасти.Количество * СтрокаТабличнойЧасти.Цена;
КонецПроцедуры

```

Рис. 3. Программный код

N	Напитки	Количество	Цена	Сумма
1	Американо	5	80,00	400,00
2	Горячий шоколад	11	140,00	1 540,00
3	Какао	10	130,00	1 300,00
4	Капучино	12	120,00	1 440,00
5	Латте	13	120,00	1 560,00
6	Мокко	6	130,00	780,00
7	Раф	16	150,00	2 400,00
8	Флет уайт	6	140,00	840,00
9	Эспрессо	4	60,00	240,00
Итого: 83				Итого: 10 500,00

Рис. 4. Итог суммы за сутки

На основании всех внесённых и полученных данных была сформирована статистика по количеству посещения людей в неделю, а также по часто покупаемому классическому напитку.

рый проголосовало большее количество молодых людей. Также в ходе работы была изучена предметная область (кофейня) и разработан механизм, автоматически формирующий отчёт по продажам за сутки, неделю, месяц, год. С помощью него выяснилось, что самым дешёвым классическим напитком является эспрессо, а к самому дорогому относится раф-кофе. При этом наиболее продуктивный день продаж – это суббота, наименьшее число посетителей было во вторник.

В ходе выполнения практической части работы получилось решить основную проблему – специалисты, ведущие бухгалтерию кофейни, больше не будут вручную вносить данные для отчёта. Автоматизация предприятий кофейной индустрии – это инвестиции в развитие данного бизнеса, которые окупаются в среднем за 3 месяца, и, по статистике, позволяют увеличить прибыль до 20 – 40 %.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Развитие первых кофеен <https://goo.su/swbDgQ> (дата обращения 14.02.2022).
2. Напитки в меню кофейни <https://coffeegravity.ru/2019/04/28/napitki-v-menu-koфеini/> (дата обращения 14.02.2022).
3. Книги для бариста <https://m.vk.com/@coffeetoryka-top-10-knig-dlya-barista> (дата обращения 14.02.2022).