

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Анализ нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность организации.....	4
2. Анализ локальных документов, регулирующих деятельность структурного подразделения организации.....	7
3. Анализ программного обеспечения и статистической отчетности, используемых в организации.....	21
Заключение	27

ВВЕДЕНИЕ

Практика по получению первичных профессиональных навыков и умений проходила в период с 09.02.2018 г. по 09.03.2018 г. на предприятии Шумячского районного потребительского общества в качестве экономиста по ценам.

Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков является важным этапом подготовки студента к дальнейшей специализации и очень актуальна в наше время, так как студент должен не только теоретически изучать будущую профессию, но и на практике ознакомиться с ней.

Целями прохождения практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются:

- закрепление, углубление и систематизацию теоретических знаний;
- овладение комплексом практических методов в условиях реальной работы предприятия.

Основными задачами практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются:

- проанализировать нормативно-правовую базу, регулирующую деятельность организации;
- проанализировать локальные документы, регулирующие деятельность структурного подразделения организации;
- проанализировать программное обеспечение и статистическую отчетность, используемые в организации.

1. АНАЛИЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ, РЕГУЛИРУЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Шумячское районное потребительское общество действует с 07 октября 2002 года. У организации 7 собственников. Председатель совета Шумячского райпо - Михеенкова Татьяна Павловна.

Компания относится к отрасли Продукты питания, ее сфера деятельности - "Продукты питания – оптовая продажа". Организация ведет деятельность в городе Шумячи и расположена по адресу Советская ул., д. 77.

Виды деятельности (по кодам ОКВЭД):
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования
Розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями.

Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения.

Отрасль народного хозяйства (по классификатору ОКОНХ)
Маркетинговые исследования, консультации по вопросам коммерческой деятельности, финансов и управления
(Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка)

Филиалы и дочернии компании: ФЛ ШУМЯЧСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ.

Райпо занимается торговым обслуживанием населения поселка Шумячи и района, организацией общественного питания, заготовкой сельскохозяйственной продукции, производством и т.д.

Организация расположена в Шумячском районе — одно из самых крупных в области.

Отрицательные явления в промышленности и сельском хозяйстве

района сказываются и на покупательной способности населения, поэтому предприятиям, реализующим товары населению, трудно добиться больших объемов деятельности. При данных условиях, однако, Шумячское районное потребительское общество, обеспечивающее население района товарами по низким ценам, сумело добиться значительного объема товарооборота.

Райпо является некоммерческой организацией, то есть не преследует получение прибыли в качестве основной цели. Закон «О потребительской кооперации» определил, что «потребительским обществом является добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц, созданное, как правило, по территориальному признаку на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов». Таким образом, прибыль выступает лишь средством достижения основной цели.

Одни из основных профессий Шумячского райпо:

- Экономист по ценам
- Бухгалтер
- Товаровед
- Кассир
- Отдел кадров
- Оператор ЭВМ
- Планово-экономический отделении

В соответствии с законом, в период между общими собраниями управление потребительским обществом осуществляет совет, являющийся представительным органом. Совет подотчетен общему собранию потребительского общества. Председатель и члены совета избираются сроком на 5 лет и могут быть освобождены от занимаемых должностей в любое время по решению общего собрания.

Заседания совета проводятся по мере необходимости, но не реже одного раза в месяц.

Руководителем совета потребительского общества является председатель совета. Председателю совета непосредственно подчиняются руководители отделов административного аппарата, а также три заместителя, наделенные линейными полномочиями.

Административный аппарат занимается обслуживанием процесса управления. В него входят:

- отдел кадров, возглавляемый заместителем председателя по кадрам;
- планово-экономический отдел, возглавляемый старшим экономистом;
- бухгалтерия, которой руководит главный бухгалтер;

Отдел кадров занимается принятием и увольнением работников, анализом показателей по труду, организует обучение и повышение квалификации работников. Кроме того, в обязанности отдела входит работа с пайщиками.

В обязанности планово-экономического отдела входят такие функции:

- анализ финансово-хозяйственной деятельности;
- составление отчетов о деятельности райпо;
- прогнозирование и планирование;
- ценообразование и калькуляция цен и другие.

Бухгалтерия, кроме ведения учета, выполняет также функции финансовой службы. Конкретно финансами занимается заместитель главного бухгалтера по финансам. На наш взгляд, следует переложить данные полномочия на отдельный финансовый отдел в обязанности которого входило бы следующее:

- анализ финансового состояния организации;
- разработка мер по укреплению финансового состояния;
- финансовое планирование.

2. АНАЛИЗ ЛОКАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ, РЕГУЛИРУЮЩИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРУКТУРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

В розничную торговлю товары для продажи поступают для продажи от производственных предприятий, оптовых организаций, от фирм ведущих внешнюю торговлю со складов и т.д.

Товары, поступающие на предприятия розничной торговли, должны иметь сопроводительные документы (счета-фактуры, товарно-транспортные накладные и др.).

Пищевые продукты, продовольственное сырье должно сопровождаться соответствующим документом предприятия-изготовителя подтверждающим качество и безопасность продукции для здоровья человека (гигиенический сертификат).

Товары поступающие в розничную торговлю приходятся в день поступления по их фактическому наличию.

Получение и реализация товара на предприятии отражается в товарно-денежном отчете Ф.№058, на котором формируются результаты за один или несколько дней работы, который является основанием для ведения бухгалтерских записей.

При поступлении товара делается следующая проводка: Дт 41.2 «Товары и тара в розничной торговле» Кт 60.1 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

Величина торговой надбавки при этом отражается записью: Дт 41.2 «Товары и тара в розничной торговле» Кт 42 «Торговая наценка».

Все транспортные расходы, возникающие в процессе приобретения товаров, относятся к расходам на продажу, счет 44 «Расходы на продажу».

Отпуск товаров в магазин отражается внутренней проводкой: Дт 41.2 «Товары и тара в розничной торговле» Кт 41.2 «Товары и тара в розничной

торговле».

Наличие товаров и тары на складах и в магазинах периодически проверяется. Инвентаризации проводятся не реже 2-х раз в год. Инвентаризация начинается с проверки денежных средств в кассе. Такую проверку оформляют актами снятия остатков кассы в магазине. В ходе проведения инвентаризации составляется инвентаризационная опись в 3-х экземплярах. Результаты инвентаризации выводятся в сличительной ведомости. Они рассматриваются руководителем.

Выявленная недостача при инвентаризации отражается: Дт 73.2 «Расчеты по возмещению ущерба» Кт 41.2 «Товары и тара в розничной торговле».

Излишек товаров и тары отражается: Дт 41.2 «Товары и тара в розничной торговле» Кт 99.1 «Прибыли и убытки по торговой деятельности».

Особенность товарооборота предприятий общественного питания состоит в том, что здесь процессы производства, реализации и потребления продукции тесно связаны между собой. Они происходят ежедневно и совершаются в одном месте — столовой, кафе и т.д. Реализуемая продукция общественного питания включается в состав розничного товарооборота.

Цена на готовую продукцию общественного питания определяется методом калькуляции в калькуляционной карточке. При этом исчисляется не себестоимость продукции, а ее продажная стоимость.

На предприятия общественного питания продукты и товары поступают от поставщиков. При закупке товаров и продуктов необходимо проверять наличие сертификатов качества.

При отпуске товаров из кладовой на кухню или в буфет на основании требований выписываются накладная на отпуск товаров.

Для оформления отпуска продукции, изделий из производства в филиалы, буфеты применяется дневной заборный лист.

Материально-ответственные лица кладовой, буфетов и кухни сдают товарные отчеты аналогично розничной торговле.

Учет товаров, продуктов на складе ведется количественно-суммовым способом, в продажных ценах на счете 41.3 «Товары, продукты и тара в общественном питании». Формирование розничной цены аналогично розничной торговле.

На покупную стоимость товаров, продуктов на складе делается запись: Дт 41.3 «Товары, продукты и тара в общественном питании» Кт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» Кт 42.2 «Торговая наценка в общественном питании».

Учет товаров, продуктов в производстве (на кухне) ведется на счете 41.3. Поступили товары со склада на производство, в буфет: Дт 41.3 «Товары, продукты и тара в общественном питании» Кт 41.3 «Товары, продукты и тара в общественном питании».

На сумму выручки от продажи изделий кухни за наличный расчет: Дт 50 «Касса» Кт 90.1.2 «Выручка от реализации в общественном питании».

Списана себестоимость проданных изделий кухни, покупных товаров: Дт 90.2.2 «Себестоимость продаж по общественному питанию» Кт 41.3 «Товары, продукты и тара в общественном питании».

В буфете учет ведется также как и на кухне.

Сторнирование торговой наценки продажные изделия: Дт 90.2.2 «Себестоимость продаж по общественному питанию» Кт 42.2 «Торговая наценка в общественном питании».

Инвентаризация на предприятиях общественного питания, ее документальное оформление и учет результатов аналогично торговле. Особенности есть на кухне. Они заключаются в пересчете полуфабрикатов и неотработанное сырье в соответствии с нормами расходов и отходов приведенных в сборнике рецептов.

Определение понятия «розничная торговля» дано в части 2 ГК РФ, где указано, что по договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность в сфере розничной торговли, передает покупателю товар, предназначенный для личного,

семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, т.е. розничные торговцы реализуют товар конечным потребителям.

Розничная торговля сочетает в себе интересы продавца в получении доходов и потребности покупателя в получении высококачественных товаров и услуг.

Именно розничная торговля ориентирует отечественных производителей максимально учитывать запросы общества. В основе розничной торговли используется теория индивидуального выбора, которая исходит из принципа приоритета потребителя. Поэтому розничная торговля является социальным выражением качества жизни общества.

Фирмы-производители изготавливают товары и продают их фирмам, занимающимся оптовой или розничной торговлей. Оптовики перепродают эти товары розничным торговцам, а те — конечным потребителям.

Именно торговля, реализуя произведенную потребительскую стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает равновесие между спросом и предложением. При этом не имеет значения, кто и где осуществляет реализацию товаров и через какие каналы сбыта они доводятся до конечных потребителей.

Торговая сфера сегодня — один из наиболее динамично развивающихся секторов российского хозяйства. К середине первого десятилетия нового века сразу более десятка торговых компаний преодолели по объему годовой чистой выручки миллиардный рубеж в долларовом исчислении, а оборот отдельных крупных магазинов стал сопоставим с объемами производства солидных промышленных предприятий.

Сфера торговли оказывает возрастающее влияние на другие отрасли, работающие по всей цепи товародвижения, включая закупщиков, дистрибьюторов и производителей.

В текущем столетии темпы роста розничной торговли в России в 1,5 раза опережали темпы роста валового внутреннего продукта. При этом

розничная торговля растет быстрее, чем реальные доходы населения, которые ежегодно повышались на 10-11%.оборот розничной торговли в 2008 г. на 8,0% больше, чем за соответствующий период предыдущего года. Этому способствовал прирост финансовых активов граждан России: поданным ЦБ России, в 2008 г. объем банковских вкладов населения составил 261,1 млрд руб. на депозитных счетах и 5479 млрд руб. — на корреспондентских счетах. Эти данные позволяют сделать вывод о наличии объективных условий для дальнейшего развития розничной торговли в стране.

По прогнозам аналитиков, рост оборота розничной торговли в России не опустится ниже 10% как минимум до 2017 г. — в связи с наличием перспектив развития данного сектора.

Розничная торговля решает следующие задачи:

- приобретает товары у оптовика и предлагает их для продажи любому желающему (магазинная торговля) в неизменном виде или после обычной для розничной торговли обработки (переработки);
- формирует ассортимент товаров и перечень услуг для удовлетворения потребностей покупателей;
- демонстрирует образцы на открытых торговых стендах в целях получения заказов на товары (пункт по приему заказов);
- осуществляет рассылку товаров, заказанных по каталогу, образцам, пробам или на основании других предложений (посылочная торговля);
- организует торговлю с доставкой товара на дом. Торговля с доставкой на дом предлагает свои товары, как правило, за пределами местонахождения своих складов или работает вообще без таковых;
- организует торговлю вразнос, когда розничный торговец ходит со своими товарами от дома к дому;
- организует уличную торговлю — торговец сокращает хозяйке путь за покупками. В определенное время он появляется в жилом квартале в целях продажи жителям овощей, фруктов, яиц, напитков, солений и проч.;

- осуществляет мелочную торговлю — торговцы предлагают свои товары на прилавках, которые устанавливают на площадях и улицах с оживленным движением или в местах проведения специальных мероприятий.

Функции, которые должна выполнять розничная торговля для обеспечения успешной реализации товаров конечным потребителям, определяются ее сущностью и заключаются:

- в изучении спроса на товары и их рыночного предложения, поддержании баланса между предложением и спросом;
- в формировании торгового ассортимента, удовлетворении потребностей населения в товарах;
- в организации товародвижения, доведении товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
- в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
- в формировании товарных запасов и поддержании их на необходимом уровне;
- в рекламно-информационной работе розничных торговых предприятий;
- в осуществлении торгово-технологических операций с товаром — таких как хранение, производственная доработка (фасовка, упаковка и т.п.); внутримagaзинное перемещение, размещение и выкладка в торговом зале, совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей;
- в формировании спроса и стимулировании сбыта на реализуемые товары;
- в выборе наиболее эффективных методов продажи товаров (предложение товаров и оказание помощи покупателям в их выборе, выполнение расчетных операций);

- в оказании покупателям комплекса услуг, облегчающих процесс не только покупки, но и использования товара (прием предварительных заказов, продажа отдельных товаров в кредит, доставка купленных товаров покупателю, сборка и установка купленных товаров на лому у покупателя, обучение покупателя правилам эксплуатации технически сложных товаров, подарочная упаковка приобретенных товаров и т.д.);
- в удовлетворении потребностей населения в товарах;
- в доведении товаров до конечных покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам непосредственной продажи;
- в поддержании баланса между предложением и спросом;
- в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема производимых товаров;
- в совершенствовании технологии торговли и улучшении обслуживания покупателей.

Торговая отрасль России в настоящее время стала одной из крупных бюджетосодержащих систем, ее доля во внутреннем валовом продукте страны составляет 22%. В отрасли действуют свыше 900 тыс. хозяйственных единиц. В торговле сегодня занято около 15 млн человек (около 15% общего числа занятых в экономике страны).

В рыночных условиях розничная торговля в России ориентируется на развитие торговли в странах с развитой рыночной экономикой, где широко внедряются достижения науки и техники, сосредоточены большие людские ресурсы, привлекаются значительные финансовые средства.

Состояние розничной торговли на Западе сегодня можно определить как гиперконкуренцию.

Конкурентная борьба ведется по трем направлениям:

- между формами обслуживания покупателей (например, передовые магазины самообслуживания против устаревших гастрономов);
- между производителями и торговыми посредниками (появление при

заводах и фабриках собственных магазинов розничной торговли под торговой маркой производителя);

- на новых рынках (американские фирмы стремятся утвердиться на европейском рынке, европейские захватывают рынки стран Центральной и Восточной Европы).

Одной из основных тенденций российской розничной торговли является развитие сетевых форматов, гипермаркетов, супермаркетов, дискаунтеров. Наиболее развита во всех странах сеть дискаунтеров, которая достигает почти 100%.

В условиях жесткой конкуренции большое значение для любой торговой фирмы имеет правильный выбор формата и организация торговой деятельности.

Основными форматами по торговой площади являются;

- мини-маркеты (или бентамы) — от 90 до 400 м²;

- универсамы, супермаркеты, дискаунтеры — от 400 до 3000 м²;

- гипермаркеты — свыше 3000 м².

К изменениям, происходящим в российской экономике, непосредственно связанным с коммерческой деятельностью, можно отнести становление и развитие малого предпринимательства как эффективного сектора национальной экономики.

В современных условиях рыночного взаимодействия представителям малого предпринимательства, к которому в основном относятся предприятия розничной торговли, необходимы высокая инициатива, компетентность и оперативность в организации коммерческой работы.

Преобладающее место в торговле занимают малые предприятия — около 90%.

Наряду с внедрением сетевой торговли получили развитие и небольшие магазины формата «магазин у дома» (за рубежом — «бентамы», «удобные магазины», «соседские магазины»), которые предполагают обслуживание

жителей из близко расположенных домов. Их характеризует удобный (часто круглосуточный) режим работы и расположение «в пределах шаговой доступности» (т.е. короткой пешей прогулки). Такой магазин открывается в расчете на проживающих в радиусе 400-800 м и совершающих целевые покупки от двух до семи раз в неделю для восполнения пробелов в домашнем ассортименте. Кроме утилитарной функции такие магазины играют и социальную роль, так как покупатели имеют дело со знакомыми продавцами и встречают соседей; они становятся местом не только покупок, но и соседского общения, культурной коммуникации.

Уникальность этих «магазинов у дома» состоит в том, что только в этом формате возможно достижение высокого уровня индивидуального сервиса, так как отношения между покупателями и продавцами складываются дружескими, доверительными и неформальными. Качество обслуживания в индивидуальных магазинах всегда намного выше, чем в сетях, в которых предлагают низкие цены, но не предлагают сервиса.

По прогнозам специалистов, формат шаговой доступности выживает практически при всех изменениях рынка, в том числе и при появлении крупных форматов. Это связано с тем, что для жителей многих городов страны стала главным критерием выбора места покупок близость магазина к дому.

В этих магазинах есть необходимый набор товаров хорошего качества, постоянный ассортимент. Покупки совершаются быстро, покупателей устраивают и цена, и сервис, и комфорт.

Изменения в розничной торговле сегодня позволяют прогнозировать, что в недалеком будущем:

- появятся крупные торговые комплексы с централизованными складами, компьютерными системами в каждом магазине и средствами автоматической передачи запросов на доставку товаров с центрального склада во все магазины;

- станет доступной полная статистическая информация по каждому

магазину — объем сбыта и прибыль на 1 метр² торговой площади; объем сбыта и прибыль на наиболее доступных покупателям местах в торговом зале;

- увеличение сбыта каждого вида товара в результате кампании его продвижению, а также аналогичные данные по группам товаров и отдельным секциям магазина;

- более продуманным станет размещение в магазинах быстро меняющегося ассортимента товаров, максимум торговых площадей будет предоставлен ходовым товарам, в результате чего сократятся издержки обращения;

- сократится численность и одновременно произойдет укрупнение магазинов;

- функции управления будут выполнять высококвалифицированные руководители, работающие только с высококвалифицированными представителями фирм-производителей в высокопрофессиональной маркетинговой среде;

- появятся довольно крупные кафе, управляемые на кооперативной основе;

- повсеместно распространятся автоматизированная система считывания штрихового кода и система анализа прямой прибыльности товара.

Желательно, чтобы в ближайшие пять — десять лет основные направления технического прогресса в торговле определялись развитием механизации торговых работ и автоматизации ряда процессов. освоением новой техники по перемещению грузов внутри крупных магазинов и складов, применением в весовом и кассовом хозяйстве электроники и комплексного технологического оборудования.

Современной тенденцией развития продовольственной торговли является универсализация магазинов, непродовольственной — увеличение специализированных и узкоспециализированных магазинов.

Постоянное развитие и обновление розничной торговой сети, совершенствование ее структуры требуют рационального размещения предприятий торговли. Они должны как можно ближе размещаться к населению, обеспечивая высокую эффективность капитальных вложений.

Задачи, стоящие перед розничной торговлей на современном этапе, заключаются как в росте товарооборота, так и в повышении уровня обслуживания покупателей на основе дальнейшего более упорядоченного развития розничной торговой и складской сети всех форм собственности и ведомственной принадлежности. Без достаточной сети современных магазинов, холодильников, складов, транспортных средств невозможно дальнейшее развитие товарооборота.

Одним из направлений развития розничной торговли является расширение фирменной торговли. Фирменные магазины — одна из самых быстрорастущих форм магазинной торговли. Среди них преобладают два типа магазинов:

- магазины при предприятиях промышленности, где в основном продаются фирменные товары по более низким ценам. Для производителей продажа в фирменных магазинах, даже по сниженным ценам, часто оказывается более прибыльной, чем обычный сбыт;

- образцовые магазины, организованные производителями. В таких магазинах упор делается не на снижение цены, а на богатство выбора.

Еще один вариант развития розничной торговли - франчайзинг. Сейчас многие крупные компании заключили договоры франчайзинга в регионах. Для небольших предприятий розничной торговли франчайзинг — это и постоянство поставок, и раскрученная узнаваемая торговая марка, и готовые маркетинговые разработки, хотя при этом предприятие не теряет самостоятельности.

Общим для всех условием является поддержание единого сетевого стиля и оборудования, сопоставимого уровня цен и включения в ассортимент обязательного перечня товаров. Достаточно активно по франчайзингу

развивается сеть обувных магазинов «Эко-ника-обувь», сеть винных магазинов «Ароматный мир».

Основные изменения в розничной торговле связаны:

- с изменениями потребителей, с их взглядами, вкусами;
- изменения в демографическом плане (население стареет, уменьшается его численность, снижается прирост населения, повышается уровень образования — поэтому необходимы специфические товары и формы розничной торговли);
- увеличивается доля работающих женщин, а значит, увеличиваются доходы в семье, сокращается свободное время и уменьшается время на совершение покупок — поэтому наблюдается тенденция открытия небольших магазинов в центральных деловых районах с удобным расположением;
- изменится время работы магазинов (дольше работать по вечерам), больше будут привлекать работников на неполный рабочий день;
- широкое использование Интернета влечет за собой приобретение дополнительных знаний и опыта в этой сфере;
- развитие мобильной коммерции — операторы сотовой связи открывают собственные порталы, которые позволяют установить тесный контакт между пользователем и оператором и могут быть использованы в целях розничной торговли. Разработано уже несколько технологий, каждая из которых поддерживается оператором сотовой связи;
- развитие виртуальных банковских услуг (телебанкинг — банковские услуги по телефону);
- большую популярность приобретает кредитование, в связи с чем получили распространение кредитные карточки;
- новые тенденции в информационных технологиях (экспертные системы, робототехнические системы), кассовые аппараты превратятся в точки обслуживания, сенсорная технология позволит клиентам самостоятельно осуществлять платежи;

- согласно прогнозам, в скором времени магазины исчезнут. Их заменят интерактивные модули или киоски, где клиенту будет предоставлено изображение продукта, принят заказ, приняты платежи с помощью кредитных карточек и распечатан чек.

Преимущества мобильной коммерции:

- портативная система, которая всегда остается с пользователем,
- система является персональной, поскольку пользователь выбирает и использует ее самостоятельно,
- телефонная компания знает своего пользователя,
- мобильный телефон обычно находится в режиме постоянной работы, и это позволяет отправлять на этот телефон различные предложения и информацию.

Экономист по ценам должен знать:

- постановления, распоряжения, приказы, методические материалы по ценообразованию, нормативные и другие руководящие материалы,
- специализацию и структуру предприятия,
- основы технологии производства,
- структуру, состав выпускаемой продукции,
- перспективы технического и финансово-экономического развития предприятия,
- организацию оперативного и статистического учета,
- планово-учетную документацию,
- экономику, организацию производства, труда и управления,
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности предприятия и его подразделений,
- установленную отчетность о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, порядок и сроки ее составления.

В обязанности экономиста по ценам входит:

- разработка проектов оптовых и розничных цен на продукцию предприятия, тарифов на работы (услуги) с учетом спроса и предложения и с целью обеспечения запланированного объема прибыли,
- составление нормативных калькуляций продукции и контроль за внесением текущих изменений в планово-расчетные цены и на основные виды сырья, материалов и полуфабрикатов, используемых в производстве,
- подготовка заключений на проекты оптовых цен на продукцию предприятия,
- внесение предложений о пересмотре цен на высокорентабельную продукцию,
- выявление убыточной продукции, разработка мероприятий по снятию ее с производства,
- определение ресурсов снижения себестоимости продукции,
- отслеживание микроэкономической и макроэкономической информации.

3. АНАЛИЗ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОРГАНИЗАЦИИ

ЕГАИС (Единая государственная автоматизированная информационная система) — автоматизированная система, предназначенная для государственного контроля над объёмом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.

Основное функциональное предназначение системы ЕГАИС заключается в обеспечении информационно-технологической поддержки задач, закреплённых в Федеральном законе № 171-ФЗ от 22 ноября 1995 года «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»

Согласно утверждениям производителя, ЕГАИС позволяет:

- обеспечивать полноту и достоверность учёта производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции; с возможностью детализации до субъекта РФ, производителя, вида, наименования продукции, крепости, объёма, правильности начисления акциза;
- обеспечивать ведение учёта импорта спирта и алкогольной продукции с контролем правильности начисления акциза;
- обеспечивать учёт федеральных специальных марок и акцизных марок;
- производить анализ состояния и тенденций развития производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции на территории РФ и её регионов;
- затруднить сбыт контрафактной продукции за счёт проверки сопроводительных документов, удостоверяющих законность производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции.

АСИиУ (автоматические средства измерения и учёта концентрации объёма

безводного спирта в готовой продукции) являются источником данных, фиксируемых в ЕГАИС предприятием, которое закупает спирт (алкогольсодержащее сырье), производит спирт или алкогольную продукцию. УТМ — универсальный транспортный модуль. Программа, устанавливаемая у участника алкогольного рынка и используемая для передачи данных между ЕГАИС и учетной системой участника.

При отправке партии алкоголя участник-отправитель обязан передать сообщение об отгружаемом алкоголе в УТМ, который в свою очередь передаст эти сведения в центральную базу данных ЕГАИС.

При получении алкоголя участник-получатель обязан принимать алкоголь только при наличии информации о поставке в ЕГАИС. Для этого у получателя также установлен УТМ, в который автоматически приходят данные из ЕГАИС. При получении партии алкоголя участник-получатель обязан подтвердить факт получения, передав в УТМ сообщение.

Технически УТМ представляет собой 3 службы: Transport, Transport-Updater и Transport-Monitoring и базу данных для хранения сообщений.

Одним из самых серьезных недочетов системы является то, что при продаже в розничном магазине до сих пор (на 02.09.2016) отсутствует контроль акцизных марок. При продаже на кассе несмотря на то, что марка контрафактная, ЕГАИС позволяет осуществить продажу. Что не позволяет полностью контролировать цепь: производитель-оптовик-розница-покупатель. Таким образом, декларируемые цели о точном учете и снижении контрафакта в рознице не достигнуты.

На 1 ноября 2015 года все программно-технические средства для ЕГАИС жёстко привязаны к одной платформе — Windows 7 (UPD: В декабре 2015 года анонсировали поддержку УТМ в Win XP) и выше. Использование кросс-платформенного аппаратного ключа JaCarta с поддержкой ГОСТ-шифрования также подразумевает только под Windows. Такое положение дел вновь вынуждает участников рынка нести дополнительные расходы. Также — нельзя не отметить необходимость размещения УТМ именно на точке

продажи (в случае сетевого магазина — на каждом обособленном подразделении), без возможности законно использовать виртуализацию или централизованное хранение ключей УТМ в одном месте.

Несмотря на повсеместное внедрение ЕГАИС, рынок нелегальной продукции (порядка 36 %) продолжает существовать.

Сервер, реализующий личный кабинет и работающий на PHP и Microsoft SQL Server, выдаёт ошибки с листингом директорий, что свидетельствует о пренебрежении безопасностью. Документация по УТМ для разработчиков, доступная в личном кабинете, представляет собой краткое описание примеров XML-запросов, без полного описания всех полей формата запроса и правил их заполнения. Отсутствуют многие необходимые методы работы с данными ЕГАИС (пакетный запрос и получение данных (информация по коду продукции, запрос «Справки А» и «Справки Б»), автоматизированной проверки статусов документов, отсутствие уведомлений об отзыве накладной и т. п.).

С точки зрения процесса разработки системы разработчики допустили очень серьёзные нарушения. Так, на 2 сентября 2016 года продуктивная система существенно отличается от тестовой системы в сторону более развитой архитектуры. То есть, разработчики ЕГАИС ведут разработку и тестирование на рабочей среде, что категорически недопустимо в проектах такого масштаба. Кроме того, часть предыдущих разработок не была перенесена на рабочую систему, а осталась в тестовой. Ошибки такого рода говорят о низкой квалификации архитекторов и разработчиков системы и приводят к существенным тратам у участников алкогольного рынка.

Процесс внедрения и обкатки системы происходил на "живых людях". Периода опытной эксплуатации системы не было. В результате чего все участники алкогольного рынка получили сырую, полную ошибок и несоответствий систему, которую сразу же пришлось внедрять в жизнь, предусматривая и обходя уже на своей стороне все подводные и надводные камни ЕГАИС.

По состоянию на 2017 одной из серьезных проблем ЕГАИС является абсолютная непродуманность системы для работы с ресторанами, которые по закону фактически не могут продавать алкоголь порциями, так как любую открытую бутылку необходимо списать немедленно, после чего проверяющие не должны обнаружить её в ресторане, иначе наложат крупный штраф.

Прежде всего следует сказать, что полное название данного программного обеспечения – это «1С: Предприятие». Она предназначена для автоматизации деятельности организаций или частных лиц. Может быть установлена на любом современном компьютере в офисных или домашних условиях. 1С - это программа, которая позволяет автоматизировать учет или облегчить принятие решений по предприятию (семейному бюджету). Состоит она из двух частей: Платформа. Прикладное решение. Платформа «1С: Предприятие» является основой, которая устанавливается на компьютер и выполняет прикладное решение. При запуске этого программного обеспечения сначала показывается именно она. Прикладное решение представляет собой комплект файлов, который содержит в себе специфичный набор возможностей, документов, функций и отчетов, которые нужны, чтобы вести конкретный вид учета и составлять всю необходимую информационную базу. Хотя составляющие и работают вместе, они являются отдельными системами. И при надобности одна из них может быть заменена. Что ж, теперь вопросов про 1С ("что это такое и чем полезно") быть не должно.

Рассмотреть пример автоматизации можно с помощью прикладного решения «1С: Зарплата и управление персоналом 8». Оно позволяет облегчить работу отдела кадров, сделать не зависящими от людей начисление зарплаты, взносы в фонды, налоги (всё зависит от количества проработанных дней, зарплаты и т. д., так что только необходимо ввести исходные данные, а программа сделает остальное). Использовано прикладное решение может быть не только в рамках большой организации, но и индивидуальным предпринимателем, который платит НДФЛ. Для программных составляющих

неважно, какие цифры считать, так что может и мелкой быть база 1С. Что это приложение применимо даже для семейного бюджета, мало кто знает. Да и неудивительно, ведь стоимость довольно высока, и мало кто может себе его позволить. Применяется программное обеспечение, чтобы вести книги учета расходов и доходов, а также другие важные для компании аспекты. Следует заметить, что количество прикладных решений очень велико – их насчитывают сотни, если не тысячи. Некоторые из них серийные, которые без дополнительных настроек может использовать множество фирм для решения своих вопросов. Одновременно они являются самыми популярными. Есть также штучные прикладные решения, которые создаются под конкретные фирмы (обычно силами штатных программистов). Но этот процесс довольно трудоёмок, поэтому имеет смысл только при четком понимании необходимости создания специфичных решений.

Конфигурация содержит параметры базы данных и пользовательского интерфейса. Файл конфигурации 1Сv7.MD расположен в каталоге базы данных. Конфигурация редактируется в режиме «Конфигуратора», предоставляющего удобный визуальный инструмент для создания и редактирования таблиц данных и графических форм, а также написания алгоритмов на встроенном языке программирования. Порядок конфигурирования и встроенный язык описаны в прилагаемой документации. Кроме того, в конфигураторе есть синтакс-помощник по встроенному языку программирования.

Язык программирования версии 7.7 существенно отличается от языка версии 6.0 и, тем более, от языка DOS-версий. Впервые в версии 7.7 появилось понятие объектов данных. Язык, по сути своей, стал универсальным (так, есть примеры написания на платформе 1С:Предприятие простейших игр — тетрис[6], шашки и т. п.)

К информационной базе 1С 7.7 возможен доступ с помощью веб-интерфейса на основе расширения v7script.dll[7], благодаря которому можно организовать через веб-порталы доступ к базам 1С (dbf, MS SQL), со всеми

вытекающими преимуществами. Процесс настройки также несложен, но основан только на платформе Windows NT (W2k, XP, Win2003) и сервере IIS (5,5.1,6). Также возможен доступ через COM-соединение и написание веб-порталов на PHP.

Одна из особенностей, позволяющая существенно расширить функциональность языка, — использование внешних компонент. Внешняя компонента представляет собой динамически подключаемую библиотеку, которая реализует определенную функциональность. Таким образом, в 1С стало возможным использовать богатые возможности других языков и платформ (например, таких, как .NET Framework). В ходе длительного нахождения на рынке данной платформы фирмой 1С, а также силами пользователей были созданы различные компоненты, позволившие значительно дополнить функциональность такими средствами, как работа с FTP, почтой, HTTP-запросами и другими. Одним из значимых проектов явилась разработка компоненты 1СРР, дававшая возможность работать с базой данных при помощи OLE DB- и ODBC-интерфейсов (так называемые прямые запросы), что позволяло в некоторых случаях сократить время выполнения запросов к базе данных в несколько раз.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На практике по получению первичных профессиональных навыков была изучена Шумячское районное потребительское общество занимает одну из высших ступеней кооперативных обществ.

Одно из самых крупных по Смоленской области. Оно насчитывает более 50 магазинов по Шумячскому району.

Каждый из них выполняет свою роль для поддержания и работоспособности общества.

Поставленные задачи практики были в роли экономиста по ценам выполнять работу по организации цен в райпо, организовать и вести проверку цен в райпо с привлечением к этой работе товароведов и счетных работников;-контролировать правильность проверки цен при инвентаризации товарно-материальных ценностей.

Из всего этого можно прийти выводу, что численное количество экономистов по ценам с 2015 года сократилось, Шумячское райпо за 3 года несла некие изменения в бюджетной сфере, а так же и в числе самих работников. На данный момент Шумячское районное потребительское общество, после некой перестройки практически не является государственным, скорее оно больше относится к кооперативным, то есть к обществу содружества, но до сих пор остается одним из ключевых в сфере потребительских обществ.