

Более широкой задачей этого алгоритма может стать некое цензурирование информационного наполнения рунета, т.к. проблемы информации не ограничиваются одним лишь плагиатом. Самообучающийся алгоритм подобного рода можно было бы использовать для фильтрации избыточной и дублирующей, оскорбительной, недостоверной информации, тем более, что такой подход достаточно успешно работает в почтовых сервисах для фильтрации спама.

Конечно, машинное обучение, а именно обучение ранжированию уже применяется в большинстве современных поисковых систем, к которым относится и система «антиплагиат», но в этих системах она применяется для поиска совпадений в сети, а не для анализа самого текста. Новизна идеи этой работы заключается в том, чтобы использовать обучающийся алгоритм не только для поиска совпадений информации в сети, но и для поиска и анализа закономерностей в самой проверяемой информации с повторным поиском совпадений в сети. Безусловно, такой подход значительно увеличит требования к ресурсам системы и продолжительность процесса проверки, но даже при анализе большого объема информации использование распределенных или облачных вычислений позволит эффективно использовать данный алгоритм проверки.

Литература.

1. Plagium vulgaris: как предотвратить плагиат в науке [электронный ресурс] - режим доступа : <http://rian.ru/online/326470019.html>
2. Объем информации в мире будет удваиваться каждые пару лет / Полит.ру [электронный ресурс] – режим доступа: http://polit.ru/news/2013/05/14/jump_bigdata/
3. Машинное обучение / MachineLearning.ru [электронный ресурс] – режим доступа: http://www.machinelearning.ru/wiki/index.php?title=Машинное_обучение

ОЦЕНКА И ВЫБОР КАНАЛА СБЫТА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

М.С. Рыльцев, студент группы 17В10,

научный руководитель: Важдеев А.В.

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26*

Реализация продукции является завершающим этапом в цепи поставок. Данный этап имеет решающее значение в достижении главной цели товародвижения. Сбыт – это процесс реализации произведенной продукции с целью превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей.

Отправка продукции конечному потребителю может производиться разными способами, путем использования различных каналов сбыта. Канал сбыта — цепь фирм, участвующих в покупке и продаже товаров по мере их продвижения от изготовителя к потребителю. Различают несколько уровней канала сбыта:

1. Канал нулевого уровня — прямой метод продаж от производителя к потребителю (используется, когда сбыт продукции осуществляется крупными партиями).
2. Одноуровневый канал. В его состав входят производитель, представитель розничной торговли, потребитель.
3. Двухуровневый уровень. Основные звенья: производитель, оптовый посредник, мелкий посредник, потребитель (используется, когда предприятие не вкладывает средства в формирование сбытовой системы и сотрудничает с оптовыми и розничными посредниками, составляющими независимую сбытовую сеть).
4. Трехуровневый (состоит из оптового посредника, мелкооптовой и розничной торговли).
5. Многоуровневый (имеет множество посредников в сбытовой сети).

От конкретного состава и количества участников, составляющих канал сбыта, зависит эффективность реализации продукции, и, в конечном счете, прибыль предприятия. Как быстро готовая продукция будет доставлена потребителю, какова ее конечная стоимость, какие затраты и риски несет производитель и потребитель при использовании определенного канала и другие важные моменты необходимо принимать во внимание при выборе канала распределения. Под эффективностью при оценке канала сбыта будем понимать степень достижения результата, т.е. доставка качественной продукции потребителю в срок за оговоренную цену с минимальными затратами.

В практике производственных предприятий каналы сбыта продукции часто складываются стихийно. Поэтому для эффективной работы предприятия необходимо время от времени проводить комплексную оценку их эффективности с целью выбора каналов и участников товародвижения, сотрудничество с которыми является наиболее выгодным с точки зрения производителя.

При оценке каналов были выбраны следующие критерии:

- форма доставки;
- объем продаж;
- заказчик готовой продукции;
- расстояние;
- перспективность в плане долгосрочных тенденций;
- востребованность сервисных услуг;
- уровень управляемости;
- условия поставки продукции;
- уровень конкуренции за работу с каналом.

Реализация продукции во многом определяет процесс организации производства и в целом деятельность предприятия. Эффективная реализация продукции позволяет обеспечить стабильность производства и обозначить пути развития. Свои особенности имеет реализация продукции металлургического производства машиностроительного завода, на которую имеется стабильный высокий спрос на территории, как Сибирского региона, так и в стране. За сбыт отвечает дирекция маркетинга. Чтобы снизить затраты на поставку необходимо предварительно рассчитать их для производителя по каждому из способов поставки. Для принятия качественного и всесторонне обоснованного решения о выборе канала сбыта, необходим соответствующий инструментарий в виде информационной системы, основанной на математических моделях.

Объектом исследования является отдел сбыта предприятия. Предметом исследования – основные составляющие управления сбытом продукции.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка путей совершенствования управления, оценки и выбора каналов сбыта продукции предприятия.

В результате исследования будет спроектирована и разработана информационная система, позволяющая учитывать информацию, связанную с распределением продукции, на ее основе рассчитывать параметры каналов сбыта. На основе рассчитанных данных система позволит выбрать приемлемый вариант из имеющихся для предприятия-производителя. В основе системы – методе комплексной оценки каналов сбыта, с его помощью можно проводить анализ и оценку эффективного распределения продукции, по различным характеристикам. В соответствии с требованиями, предъявляемыми к информационной системе выбора канала сбыта, проведен обзор информационных систем, выполняющих аналогичные функции. Проанализирована Информационная система сбыта SD и готовая система от компании 1С: «1С: УПП». Собственную программу планируется разрабатывать на платформе 1С. Сравнительная характеристика представлена в таблице 1.

Таблица 1

Сравнение функциональной составляющей разрабатываемого программного продукта и аналога

Сравнительные характеристики	Информационная Система сбыта (SD)	«1С: Управление производственным предприятием 8»	Разрабатываемая ИС
Учет информации о потребителях	+	+	+
Учёт информации о произведенной продукции	+	+	+
Формирование каналов сбыта	–	–	+
Определение эффективности каналов сбыта	–	–	+
Открытый код	–	+	+
Многопользовательное	+	+	+

Входная, выходная информация и функции системы представлены на рисунке 1.

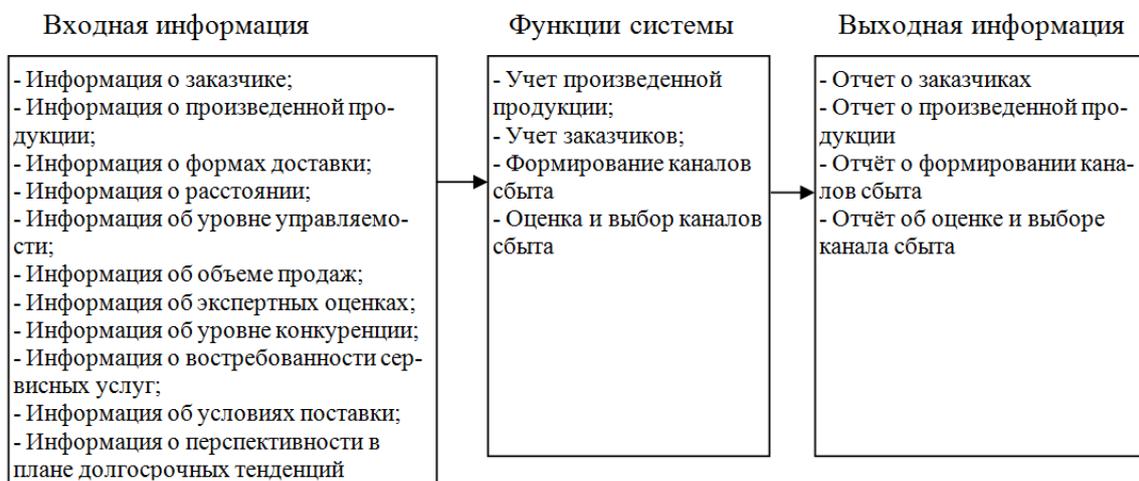


Рис. 1. Входная информация, функции и отчеты системы

Информационная систем в несколько раз облегчит труд персонала отдела сбыта, уменьшится время принятия решений по определению подходящего канала сбыта. Такой системой способен пользоваться любой сотрудник.

Литература.

1. Сбытовая политика. [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/sbytovaya_politika/. Дата обращения 1.04.2014г.
2. Сбыт продукции. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wiki.ru/encyclopedia/%F1%E1%FB%F2/>. Дата обращения 1.04.2014г.
3. Реализация продукции. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/126547/%D0%A0%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>. Дата обращения 1.04.2014г.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА СОПРОВОЖДЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ДИЛЕР ГРУППА МИР-СИБИРЬ» ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*А.С.Скроботов, студент группы 17В10,
научный руководитель: Фисоченко О.Н.*

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
E-mail: andreyskrobotov@mail.ru*

Каждое предприятия на сегодняшний день нуждается в системах пожарной безопасности. Безопасность предприятия представляет собой своеобразную многоуровневую систему барьеров, включающих в себя такие меры, как установка различных типов сигнализации, организация наблюдения и другие охранные процедуры. Предъявляемые к организации системы безопасности требования будут в итоге зависеть от характера реальной или предполагаемой угрозы персоналу или имуществу фирмы. Следовательно, анализ этих требований – это первый шаг в составлении программы мер пожарной безопасности, эффективность которых будет также зависеть и от выделенных на это средств. Нельзя забывать, что при построении систем пожарной безопасности не должно оставаться «тонких» мест, и все компоненты системы должны быть сбалансированы.

Задачи проекта:

- исследовать цены на оборудование;
- изучить стандарты по установке оборудования и его настройки;