

документооборот организации. Произведен анализ исходной информации с целью определения состава и структуры информации.

Литература.

1. Стратегическое планирование. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Strategicheskoe-planirovanie.php>, свободный. – Загл. с экрана.
2. Стратегическое планирование. Понятие и этапы стратегического планирования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strplan.htm>, свободный – Загл. с экрана.
3. Методы экспертных оценок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategplann.ru/issledovanie-rynka/metody-ekspertnyh-otsenok.html>, свободный. – Загл. с экрана.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ПОМОЩИ В ПОДБОРЕ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Е.А. Чернова, студент группы 17890

научный руководитель: Важдаев А.Н.

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

Люди все больше интересуются модной одеждой и следят за модой, регулярно обновляя свой гардероб. Все потому, что продуманный внешний образ является одним из ключей к жизненному успеху.

Все уже почувствовали, что чем выше вы поднимаетесь по социальной лестнице, тем все более высокие требования у вас появляются к своему внешнему виду, к качеству обуви, одежды и аксессуаров? И конечно же поняли на практике, что одеваться хорошо и модно способствует вашему карьерному росту?

Несмотря на огромный выбор одежды, покупатели продолжают формировать свой имидж интуитивно. Довольно часто экспертами в моде пытаются выступать жены и подруги, но увы, их советы попадают в цель далеко не всегда. В результате чего гардероб покупателей используется всего лишь на 30-40%.

Для того чтобы вы не покупали вещи, которые будут одеты всего лишь один-два раза и не тратили свои деньги и время в пустую, мною была создана информационная система помощи в подборе одежды для покупателей. Данная система поможет облегчить выбор человека в том, что одеть и какие наряды будут соответствовать последним модным тенденциям.

Данная система будет применяться в специализированном магазине одежды, для покупателей со знанием ПК. Информационная система поможет покупателям подобрать модный наряд, с учетом последних модных новинок, а также система анализирует продажи и формирует план закупок.

Культуру человека подчеркивает его одежда. Она тем целесообразнее и привлекательнее, чем больше отвечает правилам этикета. Со вкусом подобранная одежда, опрятный вид делают человека уверенным, собранным и энергичным. Чтобы одеваться красиво, не обязательно иметь полный гардероб вещей. Здесь слово за модой и вкусом [1].

Мода - это сочетание законов стиливого единства, цветовой гармонии. Она придает внешнему виду естественность и респектабельность, мода требует чувства меры, учета факторов времени, вкуса, возраста. Еще в старину говорили: старайся быть изящным, но не щеголем. К излишеству не стремитесь, иначе попадете в ситуацию: вещей много, а надеть нечего. Одежда не бывает просто красивой. Ее красота в предназначении: для работы, дома, праздника, загородной прогулки. Элегантная одежда уживается только с элегантным хозяином, который имеет достойную осанку, владеет хорошими манерами и красивой речью.

Объектом исследования является создание информационной системы помощи в подборе одежды для ИП Яблочников отделы «Dim». Основной деятельностью отделов «Dim» продажа трикотажных изделий, таких как футболки, трико и другие товары.

Более 15 лет назад было зарегистрировано ИП Яблочников, когда был открыт первый магазин по продаже французской одежды в г.Барнаул.

Сегодня отделы «Dim» набирают обороты по реализации трикотажной продукции. На сегодняшний день ИП Яблочников имеет уже 5 отделов, находящихся не только на территории города Барнаул, но и начинает набирать обороты на рынке города Новосибирск.

Основным поставщиком продукции в отделе является (монобренд) Франция «Dim». Французская марка «Dim» была создана в 1953 г., когда Бернард Гиберштейн открыл небольшую компанию по производству трикотажа в городе Труа.

«Dim» - динамично развивающаяся марка, которая не только в курсе всех инноваций в той области, в которой ведет свой бизнес, но и сама разрабатывает новые материалы, новые технологии и новые прогрессивные модели.

Сегодня бренд известен более чем в 30 странах. Клиенты компании мужчины и женщины в возрасте от 15 лет и старше 50.

При автоматизации любой области деятельности перед организацией стоит вопрос выбора. Существует ли возможность покупки готового программного продукта или создания собственного.

В настоящее время на рынке программных продуктов существует достаточно большое их количество. Кратко рассмотрим программы-аналоги проектируемой системы такие как: online сервис Яндекс.Маркет и 1С:Розница.

Подробнее рассмотрим их:

1. Яндекс.Маркет.

Яндекс.Маркет — это сервис для выбора товаров и места их покупки.

Каждый месяц более 14 миллионов человек выбирают товары в магазинах, размещенных на Яндекс.Маркете. В этом им помогает огромная база данных о товарах и актуальная информация об их стоимости и наличии в магазинах[2].

2. 1С: Розница.

Конфигурация «Розница» предназначена для автоматизации бизнес-процессов магазинов, которые могут входить в распределенную розничную сеть торгового предприятия. Может использоваться для автоматизации магазинов с большим количеством рабочих мест, в том числе и в качестве кассовой программы[3].

Конфигурация «Розница» рассчитана как на независимую, автономную работу, так и на взаимодействие с другими прикладными решениями. Двусторонние обмены данных с типовыми конфигурациями «Бухгалтерия предприятия», «Управление торговлей» позволяют создать программные комплексы, покрывающие потребности розничных предприятий различного масштаба.

В программе реализован многофирменный учет, при котором каждый склад магазина может быть отнесен к определенной организации. Для определенных торговых залов магазина может быть назначен учет ЕНВД.

В следствие чего, создаваемая система полностью удовлетворяет нашим требованиям.

Созданная система, при заполнении основных полей помогает подобрать наряд покупателям для похода на различные мероприятия. Основная форма, которая выводит информацию для покупателя предоставлена на рис. 1.

N	Одежда
1	Куртка синтетика
2	Брючный костюм
3	Джинсы

Рис. 1. Справочник подбора одежды для покупателей

В ходе создания системы было проведено обоснование разработки информационной системы помощи в подборе одежды для покупателей.

Была рассмотрена структура организации и разработана информационная система помощи в подборе одежды, учитывающая модные направления и тренды.

Выявлены следующие функции в создаваемой информационной системе:

- Подбор одежды для покупателей по заданным критериям;
- Учет модных тенденций и трендов на рынке одежды;
- Анализ продаж и формирование плана закупок.

Обозначена и выделена входная и выходная информация автоматизированной системы.

При выборе системы программирования были рассмотрены такие среды разработки приложений, как: Delphi 2009, Microsoft Access, 1С: Предприятие 8.3, а также VisualFoxPro 8.0.

Проанализировав, выше перечисленные программные продукты и выявив их недостатки, появилась необходимость в создании информационной системы для ИП Яблочников сеть магазинов «Dim» в такой среде разработки, которая бы соответствовала следующим основным критериям: возможность создания приложения для MS Windows; возможности встроенного языка; простота создания интерфейса; наличие средства создания печатных выходных форм; эффективность, простота и удобство работы при создании форм представления данных; скорость разработки приложения; надежность работы среды разработки.

Произведено обоснование выбора программных средств реализации проекта. В результате этого было принято решение создания информационной системы в среде программирования «1С: Предприятие 8.3», так как она позволит сократить затраты труда и времени на выполнение типовых информационных процессов благодаря использованию средств вычислительной техники.

Литература.

1. Иллюстрированная энциклопедия моды. Изд. Артия, Прага, 1966г. Второе издание 1987г.
2. Yandex. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://market.yandex.ua/catalog?hid=7877999>, свободный. – Загл. с экрана.
3. 1С. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://v8.1c.ru/retail/>, свободный. – Загл. с экрана.
4. Delphi. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interface.ru/home.asp?artId=21674>, свободный. – Загл. с экрана.
5. 1С: Предприятие 8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://v8.1c.ru/overview/release_8_2_14, свободный. – Загл. с экрана.
6. Радченко М.Г. 1С:Предприятие 8.2. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приемы / М.Г. Радченко, Е.Ю. Хрусталева. – М.: ООО «1С-Паблишинг», 2009. – 874с.: ил.

ПРИМЕНЕНИЕ ВЕРОЯТНОСТНО-СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

*В.Ю. Юрченко, студент группы 17В30,
научный руководитель: Разумников С.В.*

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

Педагогические эксперименты нужны для изучения вопросов педагогической теории и практики, реально существующей в жизни; для проверок гипотез, созданных в процессе осмысления проблемы; для конструирования новых педагогических технологий; для проверки полученных выводов и разработанной методики в работе других учебных заведений и педагогов. Проанализировать результаты опыта и сделать полезные выводы помогают математические методы исследования и математическая статистика.

Для анализа результатов исследования с использованием математических методов необходимо специальное оформление (представление) результатов опыта. Наиболее востребованным и часто применяемым является метод представления результатов опыта в виде вариационного ряда. Вариационный ряд – это таблица, отображающая зависимость между видами исходов проводимого опыта и количествами тех или иных исходов.

Например, после сдачи экзамена у двух студентов группы оценка неудовлетворительно, у четверых удовлетворительно, у шестерых хорошо и у трех отлично (табл. 1).