

Рассмотренные примеры показывают, что работа с платформой Arduino позволяет получить большой опыт в схемотехнике. Так же платформа дает широкие возможности для создания собственных проектов.

Литература.

1. Arduino. [Электронный ресурс]. <http://www.robototehnika.ru/content/articles/1029/> (дата обращения 29.03.14).
2. Измерение емкости батареек. [Электронный ресурс]. <http://robocraft.ru/blog/projects/877.html> (дата обращения 29.03.14).
3. Контроль температуры воды в газовой колонке. [Электронный ресурс]. <http://habrahabr.ru/post/146190/> (дата обращения 29.03.14).
4. Кодовый замок. [Электронный ресурс]. <http://habrahabr.ru/post/135981/> (дата обращения 29.03.14).
5. Центральный домашний контроллер. [Электронный ресурс]. <http://habrahabr.ru/post/210830/> (дата обращения 29.03.14).

АВТОМАТИЗАЦИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАНАЛА СБЫТА

М.С. Рыльцев, студент группы 17В10

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
E-mail: nurlina78@mail.ru*

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 наиболее часто используются следующие критерии:

- объем продаж;
- процент продаж целевым клиентам;
- темпы роста продаж;
- расстояние до потребителя;

- форма доставки;
- условия доставки и т.п.

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 компьютерной программы, основанной на математических моделях.

Для создания подобной программы необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы управления сбытом на металлургических предприятиях;
- проанализировать современное состояние управления сбытом предприятия;
- разработать пути совершенствования управления сбытом продукцией.

Объектом исследования является отдел каналов 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 наиболее приемлемый вариант из имеющихся для предприятия-производителя. В основе системы - методе комплексной оценки каналов сбыта, с его помощью можно проводить анализ и оценку наиболее эффективного распределения продукции, по различным характеристикам. Например: Территориальное размещение потребителей и посредников, условия поставок готовой продукции, формы доставки и т.д. Среди всех остальных выделяет наиболее выгодные варианты. В соответствии с требованиями, предъявляемыми к информационной системе выбора канала сбыта, проведен обзор информационных систем, выполняющих аналогичные функции. Таких систем оказалось не много. Проанализирована Информационная система сбыта SD (табл.1). Собственную программу планируется разрабатывать на платформе 1С. На рис.1 представлены входящая информация, функции и отчеты системы.

Таблица 1

Сравнение функциональной составляющей разрабатываемого программного продукта и аналога

	Информационная система сбыта SD	Разрабатываемый программный продукт на платформе 1С.
1. Учет сведений о потребителях, посредниках и т.д	+	+
2. Учёт сведений о каналах сбыта, объёмах.	+	+
3. Учет сведений о продукции	+	+
4. Определение эффективности каналов сбыта	–	+
5. Простота использования, удобный интерфейс	–	+
6. Низкая стоимость	–	+

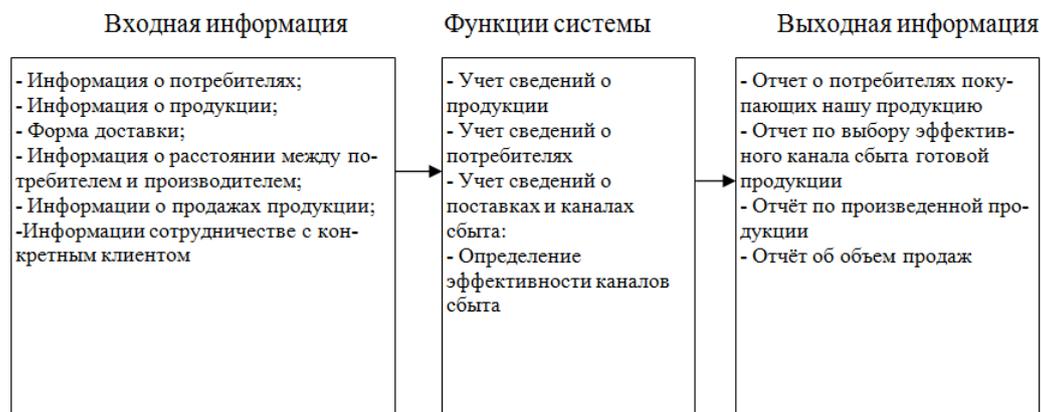


Рис. 1. Входящая информация, функции и отчеты системы

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. Так же сократятся издержки на выплату заработной платы, так как автоматизации приводит к сокращению сотрудников.

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.

ПРИМЕНЕНИЕ ПРАВИЛА «ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ» В ВЕБ-ДИЗАЙНЕ

Т.С. Олейникова, магистрант

Научный руководитель: Чернышева Т.Ю., к.т.н., доц.

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

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

E-mail: tanya1301@mail.ru

На сегодняшний день у многих сложилось мнение, что веб-дизайн – это просто красивая и яркая картинка. Но это далеко не так. Многие начинающие дизайнеры не задумываются, что дизайн должен быть не только удобным, но и эффективным, т.е. доносить до пользователя конечную цель.

Сделав красивый макет, иногда видишь, что что-то не так. И это отражается на результате – на потребителях, их поведении на сайте. Ведь то, что они видят, влияет на их поведение подсознательно, и они совершают какие-либо действия незадумываясь об этом.

Это, скажем так, прелепа, которая относится к любой статье о дизайне. В этой статье речь пойдет о правиле «Золотого сечения», точнее, о его применении в веб-дизайне, и насколько это эффективно сказывается на результатах.

Одна из главных задач веб-дизайна – это ясность и интуитивность, а так же концентрация внимания пользователя на нужных местах страницы. Существует много путей, но все они сходятся к тому, что у пользователей должно складываться ощущение порядка, баланса, единства и гармонии. Для реализации этого, как раз подходит правило «Золотого сечения».

По материалам из «Википедии»: «Золотое сечение» - (золотая пропорция, деление в крайнем и среднем отношении, гармоническое деление, число Фидия, ϕ) — деление отрезка на части в таком соотношении, при котором большая часть относится к меньшей, как сумма к большей. Например,