

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса

Департамент образования и науки администрации Приморского края

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования

«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

(ВГУЭС)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ - НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР £

Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

15-28 апреля 2011 года

КНИГА 2: СТУДЕНТЫ И ШКОЛЬНИКИ

Владивосток

2011

ББК 74.584(255)я431 УДК

378.4 И 73

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ-НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР: Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 15-28 апреля 2011 г. Кн. 3. - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011.-352 с.

K8H978-5-9736-013(I)

Сборник содержит материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов-на развитие дальневосточного региона России и стран АТР».

Во вторую книгу включены работы студентов института информатики, инноваций и бизнес-систем (ИИИБС); института международного бизнеса и экономики (ИМБЭ); института сервиса, моды и дизайна (ИСМД); института права и управления (ИПУ); института иностранных языков (ИИЯ) Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, а также вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья. Тематика представленных работ отражает широкий спектр исследований, характеризующих современное состояние научно-образовательного процесса в различных областях знаний.

ББК 74.584(255)я431

ISBN 978-5-9738-0130-0

© Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

ИНСТИТУТ ИНФОРМАТИКИ, ИННОВАЦИЙ И БИЗНЕС-СИСТЕМ

- 8 **Д.В. Агеев** Методы снижения вредного воздействия автомобильного транспорта на окружающую среду
- 10 **А.В. Безымянных** Разработка web-представительства для компании ОАО«Ель»
- 13 **Р.И. Белогуб** Основы теплового расчета камер испарения гигроскопических опреснителей
- 15 **А.С. Богатырев** Разработка интерфейса для программы «распределение товара по филиалам» в системе «1С:Предприятие 8.2»
- 17 **Е.Г. Болдескул** Сравнительный анализ сред имитационного моделирования для описания экономических процессов
- 19 **В.О. Брагинец** Разработка алгоритма работы программы временной передачи доступа к учётным записям в интернет
- 22 **А.Ю. Бурцев** Анализ качества при разработке программного продукта
- 26 **Е.А. Варлыга** Оценка выбросов загрязняющих веществ в г. Артём
- 30 **Г.Г. Герман** Разработка программных средств для автоматической выгрузки прайс-листа в «1С:Предприятие82»
- 31 **Б.С. Головченко** Модуль виртуальные выставки сайта библиотеки ВГУЭС
- 34 **Н.В. Жданова** Разработка функциональности анализа данных о стабильности продаж в системе 1С
- 35 **Н.А. Журавлёв** Имитационное моделирование технологических процессов в промышленном птицеводстве
- 37 **Н.С. Каминский, П.Д. Тарлев** Теоретическое обоснование изменения конструкции двухтактного двигателя, с целью увеличения мощности
- 40 **Б.А. Кан** Информационно-программное обеспечение для исследования каскадных цифровых систем управления
- 44 **Р.А. Кислый** Контрольно-измерительный комплекс на базе спектроанализатора IFR-2399a для автоматизированного рабочего места оператора электромагнитной обстановки
- 47 **Р.В. Ковбас** Автоматизированное рабочее место руководителя молодежного центра на примере ГОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
- 48 **А.Н. Королев** Разработка электронного учебника «Криптографическая защита информации, для системы отчетность через интернет»
- 50 **Е.С. Макаров** Межосевые дифференциалы и блокировки мостов
- 53 **А.Н. Малий** Автомобильные масла: мифы и реальность
- 55 **А.А. Маренец** Электронные системы управления фазами газораспределения двигателей внутреннего сгорания
- 59 **Д.М. Марохонько** Создание автоматизированной системы планирования работы абонентского отдела компании, предоставляющей услуги связи
- 61 **А.О. Мочалов** Разработка интернет-портала компьютерного магазина «Dbs», г, Дальнегорск

РАЗРАБОТКА WEB-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ДЛЯ КОМПАНИИ ОАО «ЕЛЬ»

А.В. Безымянных, студент

Научный руководитель **Е.В. Моисеенко**, доцент кафедры информационных систем и прикладной информатики

Институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, г. Владивосток

Целью работы является разработка WEB-представительства для компании ОАО «Ель» в городе Находка.

ОАО «Ель» расположена в городе Находка. ОАО «Ель» занимается производством и реализацией столярных изделий.

Компания осуществляет следующие виды деятельности: производство пиломатериалов, различных столярных изделий; переработка древесных отходов.

Ассортимент продукции, которую производит компания, очень широк: пиломатериал различных видов; деревянные окна, двери; лестницы различных видов; мебель различных стилей и направлений; изготовление различных строений по заказу клиента; Сырьем для основной хозяйственной деятельности является лес круглый. Лес заготавливается собственными силами на арендованных лесоучастках. В п.Сергеевка у предприятия имеется собственная пилорама, где осуществляется переработка исходного материала (древесины).

ОАО «Ель» имеет линейно-функциональную структуру управления, сочетающую как преимущества, так и недостатки. Организационная структура предприятия представлена на рисунке 1.

Клиентами компании являются как физические лица, так и юридические.

Работа с клиентом и грамотная организация продаж является основной задачей предприятия ОАО «Ель». Такую работу как раз и выполняет менеджер по продажам.

На менеджера по продажам возложена ответственность за поддержание имиджа предприятия. Однако из-за большого объема работы менеджер не всегда может много уделить каждому клиенту, клиентам приходится ждать в очередях, что, безусловно, негативно сказывается на имидже компании. Необходимо решить эту задачу таким образом, чтобы каждый клиент в полном объеме мог получить интересующую его информацию в удобное время, при этом, не выстаивая в очередях. В частности для решения этих задач необходимо создать WEB-представительство компании ОАО «Ель».

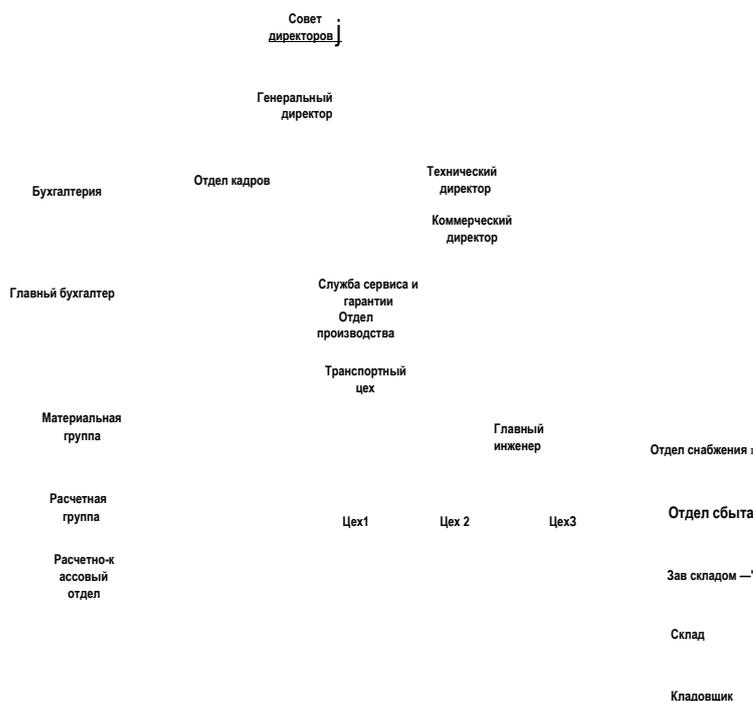


Рис. 1. Организационная структура ОАО «Ель» 10

Основная цель создания WEB-представительства для компании ОАО «Ель» это расширение бизнеса за счет организации продаж с помощью всемирной паутины. Также к основным целям создания WEB-представительства можно отнести:

- создание рекламно-информационного канала;
- облегчение коммуникации с действующими и потенциальными клиентами;
- формирование положительного имиджа компании ОАО «Ель» как предприятия, использующего современные информационные технологии;
- использование Интернета для сбыта продукции.

ЕВ-представительство поможет компании укрепить позиции на традиционных рынках, а также выйти на новые.

Таким образом, к основным задачам можно отнести:

- создание интерактивного корпоративного сайта, предоставляющего клиенту всю необходимую информацию о компании и ее продукции, товарах и услугах;
- обеспечение возможности оформления клиентом on-line-заказа;
- использование уже существующей системы доставки товаров в полной мере;
- продвижение продукции, товаров средствами сетевой рекламы.

При этом делается упор на существующую, уже налаженную систему поставщиков. Интернет-составляющая бизнеса участвует в формировании выручки всего предприятия, обеспечивая увеличение общего объема сбыта.

WEB -представительство компании должно реализовывать модели B2C и B2B. Так как клиентами являются как физические лица, так и другие предприятий.

Создание и внедрения WEB-представительства для компании ОАО «Ель», направлено на создание конкурентных преимуществ компании на основе:

- формирования правильного имиджа компании и повышения ее престижа: наличие WEB-сайта компании становится признаком стабильной профессиональной работы;
- формирования новых каналов сбыта;
- возможности привлечения новых клиентов и удержания существующих клиентов, используя инструменты информационной поддержки клиентов компании и общения с клиентом;
- более полного удовлетворения нужд и клиентов;
- поддержки дилерской сети;
- возможности поддержки партнеров;
- совершенствования стратегии компании, на основе анализа полученных статистических данных.

В процессе разработки WEB- представительства ОАО «Ель» необходимо проанализировать WEB-представительства компаний, работающих в этой же отрасли. Для анализа были выбраны сайты компаний ОАО «Большевик» (www.oao-bolshevik.ra), Романовское деревообрабатывающее предприятие (www.romdp.ru), ООО «Светла» (www.svetla.ru) и деревообрабатывающее предприятие «Эталон» (www.etalon-dv.ru).

Для оценки сайтов выбраны следующие критерии:

- оценка контента (содержания);
- оценка эргономичное™ использования;
- оценка технической реализации;
- оптимизация;
- оценка внешнего вида.

Сравнительная характеристика WEB- представительств компаний, работающих в этой же отрасли что и ОАО «Ель» представлена в таблице 1.

Сравнительная характеристика WEB- представительств компаний, работающих в деревообрабатывающей отрасли.

Критерий оценки	Оценка показателя по 10-балльной шкале				
	Вес показателя	ОАО «Большевик»	Романовское деревообрабатывающее предприятие	ООО «Светла» .	«Эталон»
Контент	0,2	8	8	9	10
Эргономичность использования	0,3	4	3	7	8
Техническая реализация	0,1	4	6	7	9
Оптимизация	0,2	7	8	8	8
Дизайн	0,2	3	2	8	10
Общая оценка		5,2	5,1	7,8	8,9

Из табл. 1, следует, что сайт компании ООО «Эталон» обладает свойствами, наиболее привлекательными для потенциальных клиентов. О привлекательности сайта для посетителей свидетельствует такой показатель как посещаемость. В соответствии с Alexa Rankings самым посещаемым из рассматриваемых сайтов является сайт компании ООО «Эталон». Таким образом, при разработке WEB- представительства ОАО «Ель» следует ориентироваться на характеристики сайта компании ООО «Эталон».

В связи с тем, что клиентами компании ОАО «Ель» являются как физические лица, так и юридические лица, в структуре сайта компании ОАО «Ель» необходимо предусмотреть соответствующие разделы, где клиентам будет предоставляться свой каталог продукции и услуг, возможность оформления заказа, формирования корзины, выбора способа доставки. Важным также является раздел для партнеров компании. Примерная структура сайта ОАО «Ель» представлена на рисунке 2.

На предприятии автоматизирован складской учет, управление номенклатурой продукции и услуг, включая автоматизацию ценообразования, составление сложных калькуляций, бухгалтерский и налоговый учет, планирование, управление и анализ финансовых результатов деятельности предприятия на платформе «1С:Предприятие 7.7». Так как на сайте предусмотрено создание интернет-магазина, то необходимо создать базу данных товаров. Причем база данных должна быть представлена не как отдельный статичный файл, а как интегрированная база данных «1С:Предприятие».

На российском рынке представлено множество программных продуктов для разработки сайтов и в частности для создания интернет-магазина. Для создания интернет-магазина на базе «1С:Предприятие» предлагается программный продукт «OSG WEB Shop v.2». Поэтому для реализации сайта представляется целесообразным использование «OSG WEB Shop v.2».

«OSG WEB Shop v.2» предназначено для построения интернет-магазина на базе «1С:Предприятие». Данный программный продукт представляет собой приложение клиент-сервер. Серверная часть программного комплекса «OSG WebShop v2» работает под управлением ОС Windows NT/2000 и представляет собой набор компонент – «OSG WebShop Site» и «OSG WebShop Service» обеспечивающих взаимодействие с серверной базой данных (Microsoft SQL Server 7.0/2000), где хранятся все данные о товарах, клиентах и заказах.

Использование данного программного продукта при разработке WEB-представительства для компании ОАО «Ель» позволит формировать каталог товаров интернет-магазина на основе справочника номенклатуры, создавать расширенное описание товаров, прикреплять изображения, представлять различные варианты цен в зависимости от категорий покупателя, сформировать гибкую систему

скидоч на сайте, сформировать список покупателей интернет-магазина и связь со справочником контрагентов, сформировать журнал заказов интернет-магазина с возможностью корректировки и удаления, создавать счета на основании интернет-заказов.

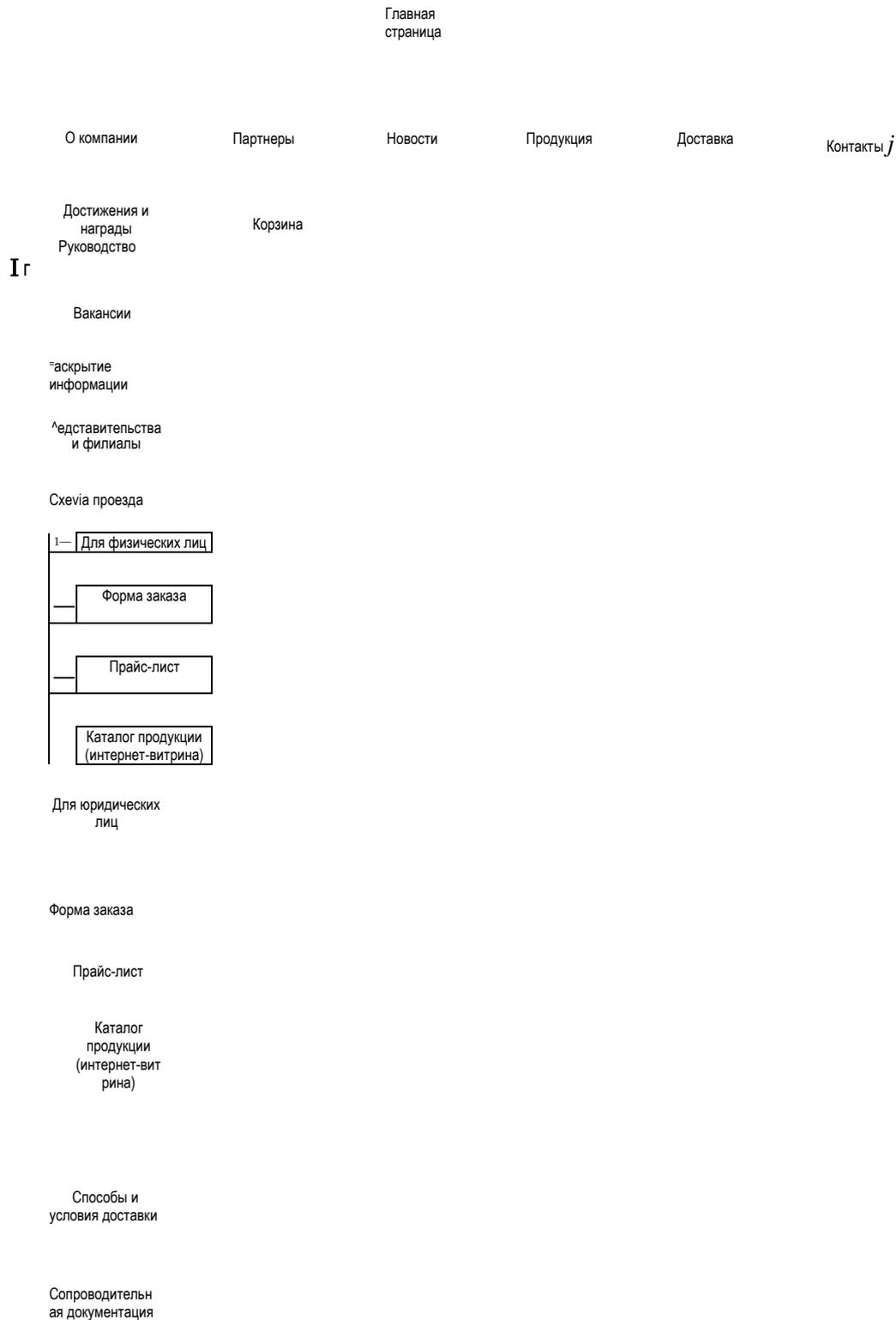


Рис. 2. Структура сайта компании ОАО «Ель»

Создание WEB-представительства для компании ООО «Ель» позволит увеличить продажи привлечь дополнительных клиентов, а также более эффективно организовать работу с уже существующими клиентами. Создание WEB-представительства обеспечит формирование отдельного имиджа компании, повысит конкурентоспособность фирмы.

ОСНОВЫ ТЕПЛООВОГО РАСЧЕТА КАМЕР ИСПАРЕНИЯ ГИГРОСКОПИЧЕСКИХ ОПРЕСНИТЕЛЕЙ

Р.И. Белогуб, студент Научный руководитель **Б.Б. Потехин**,
канд. техн. наук, доцент кафедры сервиса и технической
эксплуатации автомобилей

*-институт информатики, инноваций и бизнес-систем Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса, г. Владивосток*

В данной статье представлены уточнения к методике расчета теплообменных аппаратов смесительного типа (газ - жидкость) на основе расчета теплообмена при движении капель жидкости. Показана целесообразность применения для смесительных теплообменных аппаратов противоточного движения теплоносителей.

Интенсивность теплообмена при движении капель в теплообменных аппаратах смесительного типа (газ - жидкость) в настоящее время может быть определена из известных критериальных уравнений, полученных при обработке опытов, в основном, с испаряющимися каплями.