

Электронный билет или e-ticket представляет собой вид электронного документа, удостоверяющего договор по воздушной перевозке среди пассажирами и авиакомпаниями. Есть отличия от бумажных авиабилетов, поскольку электронный билет содержит в себе цифровую запись для базы данных авиакомпании.

Такая новая технология позволяет сделать перелёт удобнее, и она представляет собой современную замену бумажному билету.

Например, были такие ограничения:

1. Необходимо авиабилет выпустить на специальных бланках, которые снабжены средствами защиты от подделок (используют бумагу на основе водяных знаков).

2. По бланкам авиабилетов есть строгая отчетность, относительно которых работают специальные нормы по учету, хранения, передачи.

3. При выпуске авиабилета необходимо предусмотреть копирование данных с билета на различные носители информации (это может касаться отрывных купонов билетов). Далее этих носители можно передавать в другие организации и учитывать, использовать, принимать к исполнению, архивировать.

Указанные процедуры при выпуске авиабилета определяли его дороговизну. Существуют сведения, что осуществление затрат для авиакомпаний по выпуску бланков билетов, а также другие затраты, касающиеся организации продажи билетов, созданных на бумажных бланках, могли быть 10 долларов по каждому проданному билету.

Технология электронных билетов возникла в 1996 году в США. В настоящее время ее используют для большинства стран в мире.

Список литературы

1. Филипова В.Н. О некоторых инновациях, используемых в туристическом бизнесе / В.Н. Филипова, Ю.А. Пивоварова // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 202-206.
2. Филипова В.Н. Проблемы экотуризма в заповедниках и национальных парках / В.Н. Филипова // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 11. С. 126-128.
3. Верченко Г.И. Информационные технологии в управлении предприятием / Г.И. Верченко // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 209-211.
4. Филипова В.Н. Проблемы маркетинга в туристической деятельности / В.Н. Филипова, А.А. Коренюгина, О.Э. Титова // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2013. № 10. С. 206-208.

ПРОБЛЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРА НА СКЛАДЕ

Канищева Т.В.

*Воронежский институт высоких технологий, Воронеж,
e-mail: app@vivot.ru*

Проведение процессов определения необходимых вариантов размещения различных товаров на складах является той задачей, которая довольно часто встречается в торговле и системах материально-технического снабжения. Ее основная идея связана с тем, что требуется определить соответствующие оптимальные места для хранения товара. К настоящему времени уже созданы разные методы, которые дают возможности решения такой задачи, но она продолжает быть актуальной, поскольку и в существующих условиях размещение товара не бывает идеальным и порой занимает много времени.

Достаточно большую роль в работе современных торговых организаций играет склад.

Склад представляет собой помещение (или комплекс помещений), которое необходимо для того, чтобы хранить материальные ценности и при этом оказывают складские услуги.

Если организация делает в своих планах упор на то, чтобы улучшить обслуживание клиента, то при

этом следует делать оптимизацию в работе склада. Такие шаги позволят не только сделать уменьшение трудозатрат на проведение комплектации заказов клиентов и обеспечить своевременную их комплектацию, но и дать рост качества (уменьшить пересортицу и недовложения) скомплектованных заказов.

Целью данной работы является проведение анализа методов, осуществление выбора средств реализации и разработка программного средства для организации.

Программное средство дает возможности обеспечения выполнения следующих задач:

– оптимизировать товароборот на складах организации;

– повысить эффективность работы торгового предприятия;

– минимизировать кадровые риски путём ограничения количества сотрудников, ответственных за наполнение склада;

– своевременно обеспечивать склады необходимыми товарами в зависимости от места расположения склада и сезонности спроса товаров.

Поэтому основная задача на данный момент у организации – оптимизировать процесс наполнения складов на филиалах, повысить эффективность путём нахождения на товарных точках именно нужных товаров.

Данную задачу можно представить в виде задачи линейного программирования и решить, например, с помощью симплекс-метода.

В результате анализа поставленной задачи и торговой деятельности предприятия, была разработана программная реализация для решения с помощью симплекс метода.

Список литературы

1. Федотова С.А. Реализация анализа алгоритмов маршрутизации доставки продукции / С.А. Федотова // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 8-1. С. 77-78.
2. Хамов М.В. Подсистема автоматизации решения финансовых задач // М.В. Хамов // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 8-1. С. 78.
3. Пеньков П.В. Экспертные методы улучшения систем управления / П.В. Пеньков // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2012. № 9. С. 108-110.
4. Лисицкий Д.С. Построение имитационной модели социально-экономической системы / Д.С. Лисицкий, Ю.П. Преображенский // Вестник Воронежского института высоких технологий. 2008. № 3. С. 135-136.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С МЕДИАОБРАЗОВАНИЕМ

Кудрина О.С.

*Воронежский институт высоких технологий, Воронеж,
e-mail: app@vivot.ru*

Проведение анализ особенностей современного образования позволяет утверждать, что за последние несколько десятилетий отечественными и зарубежными разработчиками были сформированы основы медиаобразования, которое является направлением в педагогике, связанным с изучением характеристик массовой коммуникации.

Следует отметить, что в российских условиях происходит развитие медиаобразования в двух базовых направлениях – с одной стороны, это относится к дополнительному образованию, с другой стороны это касается интеграции медиаобразования и базового образования.

В этой связи, медиаобразование можно рассмотреть как один из инструментов, который требуется интегрировать в различные учебные занятия, это касается как школы, так и вуза. Одна из первых задач в таком подходе связана с достижением медиаграмотности. На основе медиаграмотности имеются широ-