

- визуализация целей работы каждой функциональной сферы для ее работников;
- более широкое применение нефинансовых целевых параметров;
- для руководящего персонала: чаще покидайте свой письменный стол!

И. В. Трусевич

Гомельский кооперативный институт

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ ПО ОПЕРАТИВНОМУ УПРАВЛЕНИЮ ТОРГОВЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Одним из основных направлений перестройки управления торговлей является качественное изменение практики использования информационных технологий. Это связано с переориентацией действующих автоматизированных систем обработки экономической информации на усиление контрольно-аналитического аспекта при решении управленческих задач.

Сложившаяся практика проектирования и эксплуатации информационных технологий в торговле свидетельствует о том, что аналитические задачи занимают в них незначительное место. Их удельный вес колеблется от 4 до 7 %. Причин этому несколько.

Во-первых, отсутствие общей концепции управления торговым предприятием в новых условиях хозяйствования предполагает многообразие методик экономического анализа, поэтому организация анализа на предприятии носит индивидуальный характер.

Во-вторых, не определен единый подход, связанный с выявлением места и роли анализа в структуре функциональной части автоматизированной системы управления торговлей (АСУТ). А это крайне затрудняет создание типовых проектных решений.

В-третьих, слабо разработан и алгоритмизирован процесс принятия управленческого решения. В условиях АСУТ требуется применение методологии системного анализа, сочетающей строго формализованные методы с неформализованными, основанными на интуиции и опыте.

В-четвертых, в области экономического анализа преобладает жестко детерминированный подход. В то же время, хозяйственные процессы имеют стохастическую природу.

Еще в большей степени сдерживает развитие анализа в АСУТ сложившаяся практика построения подсистем по функционально-производственному принципу. Целью комплексной обработки аналитических данных на ЭВМ является существенное повышение обоснованности зада-

ний и нормативных показателей, а также информационное обеспечение оценки хозяйственных ситуаций и принятия управленческих решений. Достигается это путем использования многовариантных расчетов и формирования аналитической информации по составу, форме, временному параметру, предназначенной для оперативного и перспективного управления.

Г. К. Федоров

Государственный комитет по авиации Республики Беларусь

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА БРОНИРОВАНИЯ АВИАПЕРЕВОЗОК — ИНСТРУМЕНТАЛЬНАЯ И ИНФОРМАЦИОННАЯ ОСНОВА МАРКЕТИНГА В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Крупнейшие авиакомпании мира имеют собственные автоматизированные системы бронирования и продажи авиаперевозок, которые в совокупности представляют глобальную мировую телекоммуникационную систему сбыта авиаперевозок. Такой инструментальный подход к проблеме сбыта авиаперевозок привел к созданию единого глобального рынка, эта глобализация породила жесткую конкуренцию в такой сфере деятельности, как производство авиаперевозок.

В современных условиях функционирование любой авиакомпании невозможно без автоматизированных систем бронирования авиаперевозок, поскольку они являются информационной основой для решения таких задач как:

- продажа авиаперевозок;
- формирование спроса и управление пассажирскими и грузовыми потоками;
- управление тарифами на авиаперевозки и применение различных льгот при их использовании;
- доступ потенциального пассажира или грузового клиента к провозным возможностям авиакомпаний из любого крупного города мира;
- управление доходами авиакомпаний;
- информирование авиакомпаний об основных параметрах аэропортов и т. д.

Помимо перечисленных функций системы бронирования выполняют и целый ряд других функций, которые в совокупности позволяют авиакомпаниям разрабатывать комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности авиакомпаний на мировом рынке авиаперевозок. Решая задачу получения устойчивой прибыли, авиакомпании, используя методы маркетинговых исследований, должны варьировать ряд уп-