РАЗДЕЛ III. МЕНЕДЖМЕНТ

Брадич М.С.

Подходы к организации материально-технического снабжения в авиакомпаниях

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

(Россия, Москва)

doi:10.18411/spc-08-06-2018-11

idsp: 000001:spc-08-06-2018-11

Аннотация

В статье рассматриваются различные подходы к организации процесса снабжения. Сформированы рекомендации по созданию прогрессивной системы материально-технического снабжения в авиакомпании.

Ключевые слова: материально-техническое снабжение, авиакомпании, запасные части

Система материально-технического снабжения, не влияя на безопасность полетов непосредственно, оказывает влияние на регулярность вылетов, что напрямую связано с экономическими показателями авиапредприятия в целом.

Бесперебойное снабжение запчастями и авиационно-техническими изделиями, а также наличие резервных запасов ведет к уменьшению простоев в ожидании устранения неисправностей. С другой стороны, наличие на складах большой массы запчастей и агрегатов ведет к снижению экономических показателей. В виду этого перед авиапредприятиями встает задача выбора метода организации снабжения с максимальной экономической эффективностью.

При разработке прогрессивной системы материально-технического снабжения авиакомпаний необходимо учитывать положительный опыт организации работы структур обеспечения воздушных судов.

Подход, основанный на индивидуальном обмене, подразумевает независимость от сторонних организаций. Снабжение производится непосредственно владельцами – авиакомпаниями. Предприятие проводит закупки изделий у поставщиков частично для устранения повреждений, частично для хранения на складах, где по истечении времени образуется фонд запчастей.

Формирование такого фонда, безусловно, увеличивает вероятность наличия требуемого изделия и сокращает время его поставки к воздушному судну. С другой стороны, увеличивается объем финансовых вложений на поддержание больших складских помещений.

С повышением стоимости воздушных судов и запасных частей, развитием связей между различными странами, все больше авиакомпаний вместо вышеизложенной системы пополнения складов в запас применяют систему обеспечения запасными частями (в первую очередь, дорогостоящими) в зависимости от потребности в них.

Авиакомпании содержат минимальное количество для эксплуатации воздушных судов запасных частей на складах, а фирмы-изготовители за соответствующую плату доставляют авиакомпаниям нужную запасную часть в соответствии с контрактом. При возникновении потребности в изделии, входящем в перечень фонда, формируется заявка с указанием наименования, чертежного номера компонента, требуемых сроков поставки, места поставки.

Система централизованного хранения запасных частей на складах фирм-изготовителей вместо рассредоточения их по многочисленным складам авиакомпаний

позволяет существенно сократить общее количество и площадь складов, одновременно повысив оперативность в решении вопроса бесперебойного обеспечения авиакомпаний необходимыми запасными частями в нужный момент.

Однако перед началом взаимодействия предприятию необходимо провести тщательную оценку надежности организации, предоставляющей услуги фонда, так как при его нестабильной работе велика вероятность сбой поставок материалов.

Таким образом, каждый из подходов имеет свои положительные и отрицательные стороны. Применяя оба подхода при построении системы материально-технического снабжения, предприятие, с одной стороны, приобретет независимость от сторонних организаций, с другой – минимизирует финансовые вливания при обеспечении доставки запасных частей в срок, что позволит достигнуть максимальной экономической эффективности.

1. Бутушин С.В. Обеспечение летной годности воздушных судов гражданской авиации по условиям прочности. М.: МГТУ ГА, 2013. – 772 с.
2. Чинючин Ю.М., Смирнов Н.Н., Кирдюшкин В.С., Гафуров Д.С. Формирование Минимальных перечней оборудования воздушных судов, обеспечивающего безопасные и регулярные полеты. Научный Вестник МГТУ ГА. № 205 (7). 2014. С. 10–16.

Кокоева Д.Е., Жерукова А.Б.

Совершенствование маркетинговой деятельности предприятий гостеприимства

*Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова
(Россия, Нальчик)*

doi:10.18411/spc-08-06-2018-12

ids: 000001:spc-08-06-2018-12

В настоящее время развитие отечественного рынка гостиничных услуг характеризуется высокой динамичностью и изменчивостью, что требует от предприятий индустрии гостеприимства (ПИГ) любых форм собственности и размеров применения таких концепций управления, которые позволили бы им с успехом конкурировать и реализовывать собственный потенциал. Такой управленческой концепцией является маркетинг. В данной статье рассмотрим направления совершенствования маркетинговой деятельности ПИГ, связанные с возможностью регулирования производственно-сбытовой деятельности в соответствии с динамикой рыночной конъюнктуры, тенденциями развития современного гостиничного бизнеса.

Под маркетинговой деятельностью ПИГ нами будет пониматься такая система внутрифирменного управления, которая направлена на изучение и учет спроса и требований рынка для более обоснованной ориентации их производственной деятельности на предоставление конкурентоспособного продукта в заранее установленных объемах, отвечающих определенным требованиям, что обеспечит получение наиболее высокой прибыли и прочное положение на рынке (рис. 1).

Поскольку ориентация на реальные требования и пожелания потребителей является ключевым принципом разработки и реализации эффективной маркетинговой стратегии, то гостиничное предприятие должно всесторонне изучить состояние и динамику потребительского спроса на предлагаемые услуги и использовать полученную информацию при разработке и принятии научно-технических, производственных, хозяйственных решений [3]. Поэтому стратегия маркетинга ПИГ должна включать ряд функциональных блоков (рис. 2).