

ОПЕРАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ

Т. В. Бобочка, ст. гр. МЕ-13,

А. О. Левченко, доцент, к.е.н.

Кіровоградський національний технічний університет

Операційні стратегії є своєрідною основою реалізації всіх інших, бо навіть загальна стратегія підприємства неодмінно конкретизується у певних діях і заходах. Більшість масштабних стратегічних рішень пов'язані з використанням ресурсів підприємства, що зумовлює необхідність мати досить конкретні стратегії на рівні підрозділів, робочих місць, де створюються стійкі конкурентні переваги. Ними можуть бути зниження витрат і підвищення якості продукції, розроблення нових товарів і їх споживчих якостей, впровадження новітніх технологій та обладнання, раціоналізація виробничих функцій, організація праці, планування тощо. На вирішення цих проблем спрямовані операційні стратегії підприємства.

Розробляють операційні стратегії, використовуючи загальні принципи управління. Навіть конкретна операційна стратегія, спрямована на вирішення конкретних завдань, підпорядкована загальній меті – досягненню певних конкурентних переваг підприємства.

Стратегії операційного рівня сприяють реалізації стратегій вищих рівнів. Найтісніше вони пов'язані з функціональними стратегіями, а через них – з діловими і корпоративними. Маючи власну інформаційну базу, операційні стратегії доповнюють і деталізують бізнес-плани підприємств.

Постановка цілей операційній стратегії відбувається відповідно певним критеріям. Зазвичай у тому ролі виступають такі чотири:

1. Витрати виробництва.
2. Якість виробництва.
3. Якість виробничих поставок.
4. Відповідність виробництва-попиту.

Особливу суть операційній стратегії несуть її основні позиції:

1. Основні стратегічні виробничі рішення, які треба прийняти по заданій стратегічній перспективі.

2. Формулювання та обґрунтування можливих рішень стратегічних завдань виробництва.

3. Допрацювання прийнятих основних стратегічних цілей із виробництва рівня конкретних стратегічних вказівок із адекватного набору конкретні дій.

4. Розробка в кожній вказівці адекватного набору конкретних дій.

5. Системне зведення заходів і безкомпромісних дій за позицією в цілісну операційну стратегію, як органічну програму відповідних конкретних дій.

Всі ці заходи можливо здійснити через формування виваженої операційної стратегії. Для здійснення успішної господарської діяльності, будь-якому підприємству необхідно формувати плани майбутніх заходів, щоб бути попереду від своїх конкурентів. Потрібне формування довгострокових перспектив та пріоритетів, на основі яких формується певний план дій, які затверджені у часі та вартості, оцінені сподіваним ефектом від їх здійснення. Тобто, кожна компанія формує свою власну стратегію діяльності. Ураховуючи багатоплановий характер діяльності підприємства, треба зазначити необхідність існування певного переліку взаємопов'язаних стратегій, тобто «стратегічний набір».

Система якості є сукупністю взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів організаційної структури, визначених механізмів відповідальності, повноважень та процедур

організації, а також процесів та ресурсів, які забезпечують здійснення загального керівництва якістю та її відповідність встановленим вимогам. Підвищення технічного рівня та якості продукції визначає темпи науково-технічного прогресу та ріст ефективності виробництва в цілому, суттєво впливає на інтенсифікацію економіки, конкурентоспроможність вітчизняних товарів та життєвий рівень населення країни. Соціально-економічне значення підвищення якості й конкурентоспроможності продукції, що виробляється підприємством полягає передусім у такому:

1. Високоякісна й конкурентоспроможна продукція завжди повніше та ліпше задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній;
2. Підвищення якості продукції є специфічною формою виявлення закону економії робочого часу: загальна сума витрат суспільної праці на виготовлення й використання продукції більш високої якості, навіть якщо досягнення такої пов'язане з додатковими витратами, істотно зменшується;
3. Конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість фірми, а також одержання нею максимально можливого прибутку;
4. Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції впливає на зростання продуктивності суспільної праці, структуру виробництва та функціональний розподіл потужностей, темпи й ефективність науково-технічного прогресу.

Планування підвищення якості продукції повинно базуватися передовсім на старанному вивченні поточного та перспективного попиту на його продукцію, аналізі відгуків споживачів. Досягти необхідного рівня якості та конкурентоспроможності реалізованих на відповідних ринках товарів можна різними способами, які можна поділити на три групи: технічні:

1. Використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів;
2. Запровадження новітньої технології виробництва і суворе дотримання технологічної дисципліни;
3. Забезпечення належної технічної оснащеності виробництва;
4. Удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов;
5. Поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості, адже саме стандарти й технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів до технічного рівня та ін.;
6. Збільшення випуску сертифікованої продукції;
7. Покращення окремих показників якості продукції, що випускається (надійність, економічність);
8. Удосконалювати показники транспортабельності продукції, куди відносяться допустимі температура, вологість, тиск, час транспортування;
9. Підприємство повинно вимагати від своїх постачальників відповідного покращення якості сировини, матеріалів, напівфабрикатів, що постачається;
10. Досягнення й перевершення технічного рівня та якості найкращих вітчизняних та зарубіжних зразків;

Організаційні:

1. Запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління;
2. Удосконалення методів контролю й розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції;
3. Розширення прямих господарських зв'язків між продуцентами та покупцями (споживачами);
4. Узагальнення й використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності продукції;
5. Модернізація або зняття з виробництва неконкурентоспроможної продукції;
6. Використання власного або іншого автопарку, автомашин для надійного та безпечного транспортування готової продукції та сировини.

Економічні та соціальні:

1. Застосування узгодженої системи прогнозування і планування необхідного рівня якості виробів;
2. Установлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів;
3. Використання ефективної мотивації праці всіх категорій персоналу підприємства;
4. Всебічна активація людського чинника та проведення кадрової політики, адаптованої до ринкових умов господарювання.

Сучасні підприємства ведуть свою діяльність у галузях, де є достатня кількість конкурентів. Тому для ефективної діяльності кожному підприємству необхідно постійно удосконалювати свою операційну діяльність, адже це основний вид діяльності підприємства, з метою здійснення якої воно створено.

Список літератури

1. Бланк І. А. Управління використанням капіталу. – Київ: Ніка-Центр: Ельга, 2000. – 651 с.
2. Федоренко В. Г. Основи менеджменту. – Київ: ТОВ «Алерта», 2007. – 420 с.
3. Бланк І. А. Інвестиційний менеджмент. – К., 2003–221 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. Підручник/ З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

УДК: 338.984

ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. Дудченко, ст. гр. МЕ-13

А. О. Левченко, доц., к.е.н.

Кіровоградський національний технічний університет

Стратегія та цілі підприємства, заплановані на конкретний період, є основою розроблення стратегічного плану, в якому визначається стратегічне становище підприємства на основі аналізу конкурентного зовнішнього середовища та внутрішніх особливостей підприємства. Найскладніший напрям діяльності підприємства виробнича діяльність, її організація, планування й оперативне регулювання в просторі та часі. Виробнича діяльність підприємств характеризується системою показників. Найістотнішими з них в умовах вільних ринкових відносин є такі, як попит на продукцію та обсяг виробництва, величина пропозиції й виробнича потужність підприємства, витрати й ціни на продукцію, потреба в ресурсах та інвестиціях, обсяг продажу та загальний дохід тощо.

Найважливішим у процесі планування діяльності підприємств є розроблення виробничої програми, тобто обґрунтування обсягу виготовлення продукції, конкретної номенклатури й асортименту відповідно до потреб ринку.

Виробнича програма підприємства – це план обсягу та структури виробництва продукції із їх деталізацією у часовому періоді відповідно до потреб ринку та ресурсного забезпечення підприємства, спрямований на отримання оптимального економічного результату функціонування підприємства згідно з обраними критеріями оптимальності (максимізація прибутку, мінімізація витрат, максимізація товарообігу тощо).

Процес розробки ефективної виробничої програми, на наш погляд, повинен ґрунтуватися на результатах ретроспективного аналізу виконання плану виробництва минулих періодів та перспективного аналізу маркетингової і виробничої сфер підприємства. Зокрема, перспективний аналіз зовнішніх можливостей підприємства, який ґрунтується на проведенні маркетингових досліджень, має на меті передбачення майбутньої зовнішньоекономічної ситуації та оцінювання ринкового потенціалу підприємства на основі розрахунку потенційного рівня попиту та прогнозу поведінки конкурентів. Також важливо зробити оцінку виробничих можливостей підприємства в плановому періоді та обґрунтувати