

УДК 621.326

М. Жидоник

(Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя)

ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В операційному менеджменті стратегія передбачає принципово новий підхід до проблем, пов'язаних з операціями. Цей підхід передбачає концепцію, в якій приймаються рішення згідно яких поряд з загальною стратегією підприємства, враховуються потреби споживачів.

Термін "операції" є досить широким і стосується промислового виробництва, а також надання послуг організацією будь-якого типу (державною, приватною тощо).

Операційна функція охоплює всі дії, результатом яких є товари, послуги, що пропонуються організацією на ринку. Для здійснення цієї функції створюється та функціонує з урахуванням стратегії операційної діяльності, відповідна операційна система, яка у свою чергу є однією з функціональних стратегій розвитку організації.

Будь-яка стратегія повинна забезпечувати переваги підприємства у конкурентному середовищі. Конкурентні переваги виявляються у різноманітних видах і навіть формах, які залежать від специфіки галузі діяльності організації, ринкового сегмента, товару тощо.

Операційна стратегія (Operations Strategy) полягає в розробці загальної політики і планів використання ресурсів підприємства, направлених на максимально ефективну підтримку її довгострокової конкурентної стратегії.

Операційна стратегія не може реалізовуватися ізольовано, вона повинна бути пов'язана зі споживачами (по вертикалі) і з іншими елементами структури підприємства (по горизонталі).

Основні цілі розвитку операційної стратегії полягають, по-перше, у правильному визначенні (на основі найважливіших пріоритетів, що, як правило, з'ясовуються в результаті проведення маркетингових досліджень) конкретних вимог до виробництва і, по-друге, у розробці планів, які гарантують, що операційні можливості (і можливості підприємства) виявляться достатніми для виконання цих вимог.

Постановка цілей операційної стратегії здійснюється відповідно до визначених критеріїв. Найчастіше в якості їх беруться наступні:

- Витрати на виробництво продукту;
- Якість виробництва;
- Якість виробничих постачань;
- Відповідність виробництва попиту чи так звана "гнучкість за попитом".

Операційну стратегію формує кожен первинний підрозділ підприємства: цех, бригада, дільниця тощо. Системна взаємодія з різними спеціалізованими підрозділами організації необхідна для якісної розробки стратегії. Так, фахівці з маркетингу повинні забезпечувати розроблювачів операційної стратегії інформацією і про реалізацію продукту, і про його збут на відповідних ринках; технологи повинні повідомляти про новинки і всі інші значні зміни на ринку технологій і т.д.

Отже, виробнича (операційна) стратегія визначає завдання операційної системи, тобто вказує, що має виконувати ця особлива операційна функція і як це має бути здійснено у зв'язку з іншими елементами організації, щоб реалізувати місію фірми. Вона чітко визначає місце операційної функції, тобто на яких особливих завданнях вона має концентруватися.