

УДК 621.326

Жидоник М. П.– ст. гр. БМм-52

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЗРОБКА ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.т.н., доц. І.Б. Гевко

Вибір товару – це фундаментальне рішення, яке приймається виходячи зі стратегії організації і потреб споживачів, що в подальшому досить часто визначає як ресурси організації (технології, виробничі потужності, трудові ресурси), так і долю організації в майбутньому. Нові вироби створюються в двох випадках:

1. Існуючий вибір є морально застарілий, ринок ним наситився і проходить спад збуту. В цьому випадку головним завданням є вивчення потреб ринку службою маркетингу і видача завдання інженерним службам на розробку нового виробу з певними характеристиками.

2. Виникнення ідеї, яка вносить суттєве новаторство. Відділ маркетингу проводить зондування ринку, як правило, обмежене, щоб не відкритись перед конкурентами, і дає рекомендації щодо подальшого втілення ідеї. В даному випадку інженерні служби матимуть пріоритет при розробці виробу і визначенні його функціональних характеристик, а відділ маркетингу лише займатиметься просуванням нового виробу на ринок.

Для створення конкурентоздатного виробу в організації повинна бути присутня найвища співпраця (конструкторських і технологічних) інженерних служб з службою маркетингу. Загальноприйнятий процес розробки продукту зображено на рис. 1.

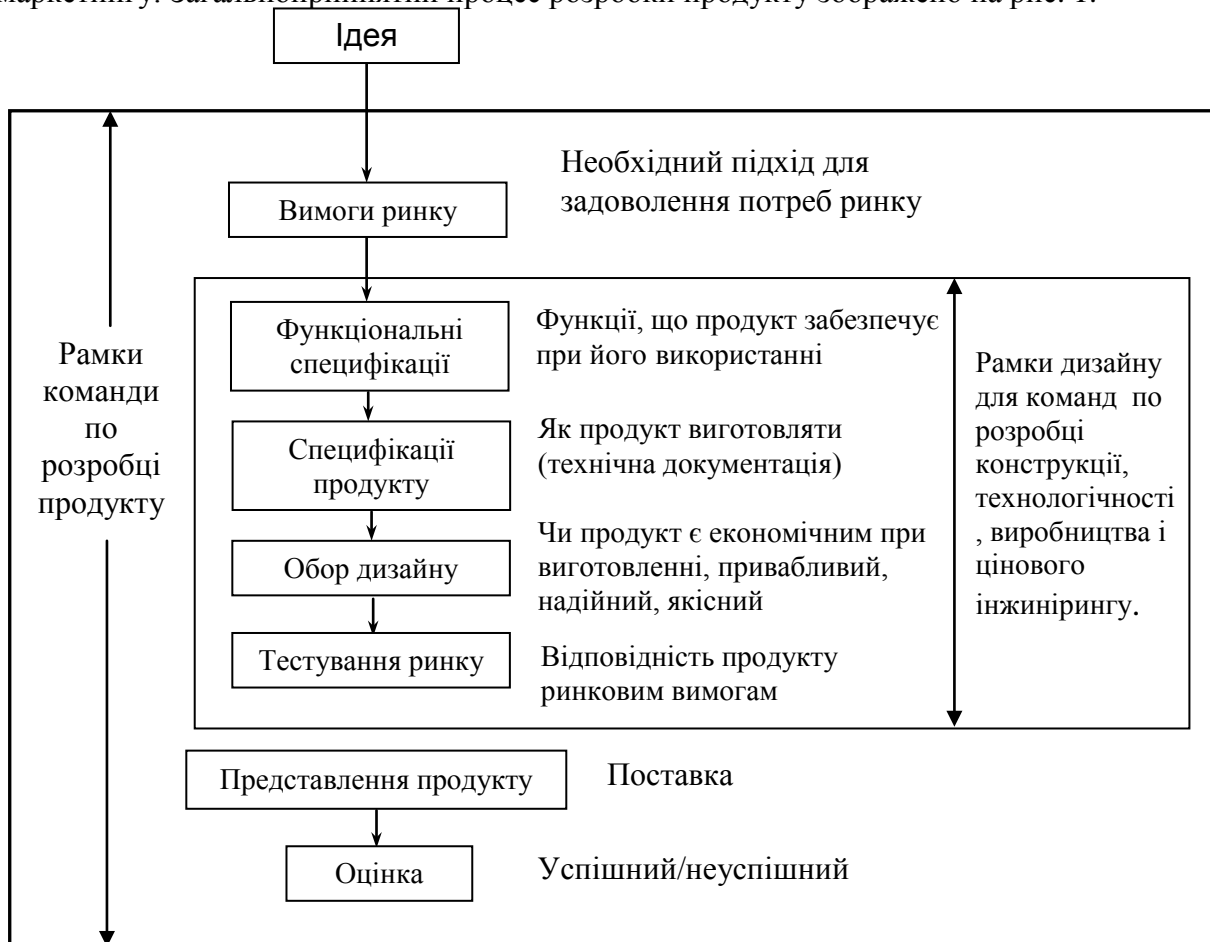


Рис. 1. Стратегія розробки продукту