



Стратегічні рішення в операційному менеджменті

Виконала студентка 3 курсу
спеціальності «Менеджмент»

Коваленко Анна

Викладач: Лебедева Н.А.



- **Стратегічні рішення** операційної системи мають тенденцію до тривалого застосування і можуть потребувати рік чи більше.
- **Тактичні рішення** — це ті, які можна модифікувати, істотно змінити упродовж року.

Термін "стратегічний", у свою чергу, залежить від того, як керівництво визначає організацію у своїй сфері діяльності. Менеджер може приймати рішення, які є важливими для даного підрозділу або для всієї організації.

Швидкі зміни в зовнішньому середовищі вимагають створення в організаціях невеликих, більш оперативно реагуючих на зміни зовнішнього середовища, підрозділів. Таким підрозділам передаються повноваження прийняття рішень і додаткова відповідальність за їхні дії в наступних конкретних напрямках.

***В сучасному менеджменті існує п'ять
ознак прийнятної стратегії:***

- унікальність пропозицій, відмінних від пропозицій конкурентів;
- особливий спеціально розроблений ланцюг створення додаткової вартості;
- визначені компроміси та свідомо відмова від виробництва певної продукції;
- цілісність і гнучкість в реалізації;
- синергія.

Коло стратегічних рішень

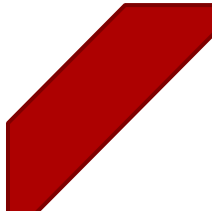
Стратегічні рішення стосуються майбутнього всієї організації в цілому і є дуже важливими для забезпечення її конкурентоздатності в перспективі. Такі рішення не можуть прийматися і здійснюватися у "звичайний" спосіб, необхідно вживати алгоритм, який враховує всі його цикли.



Оцінка середовища - вивчення подій та тенденцій, які можуть нести загрозу чи, навпроти, бути сприятливим для підприємства.

Інструментом оцінки зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства може слугувати **матриця SWOT**. При визначенні конкурентоспроможності SWOT-аналіз створюється і для конкурентів. В цьому випадку SWOT-аналіз дозволяє виявити положення конкурентів, їх цілі, завдання, стратегію, а також можливості співробітництва чи суперництва з ними.

Для посилення стратегічної орієнтації управління необхідно забезпечити пріоритетне рішення ряду ключових завдань (рис 2).



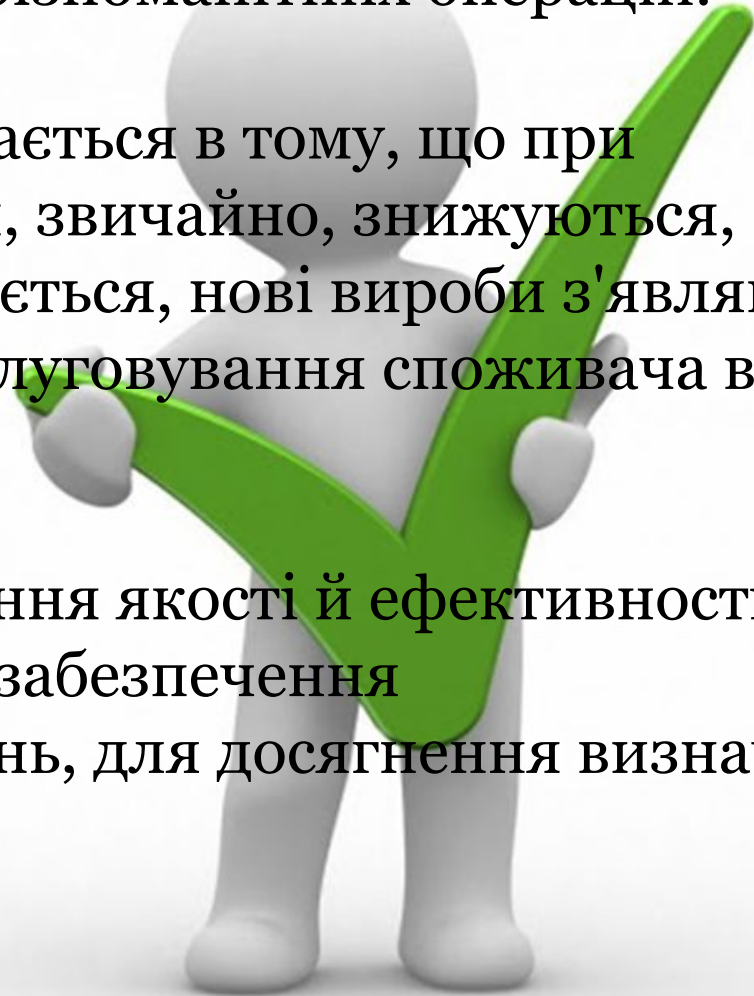
ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ



Стратегії, які основані на термінах, спрямовані на прискорене виконання різноманітних операцій.

Основна ідея заключається в тому, що при скороченні часу витрати, звичайно, знижуються, продуктивність підвищується, нові вироби з'являються на ринку швидше та обслуговування споживача в цілому стає кращим.

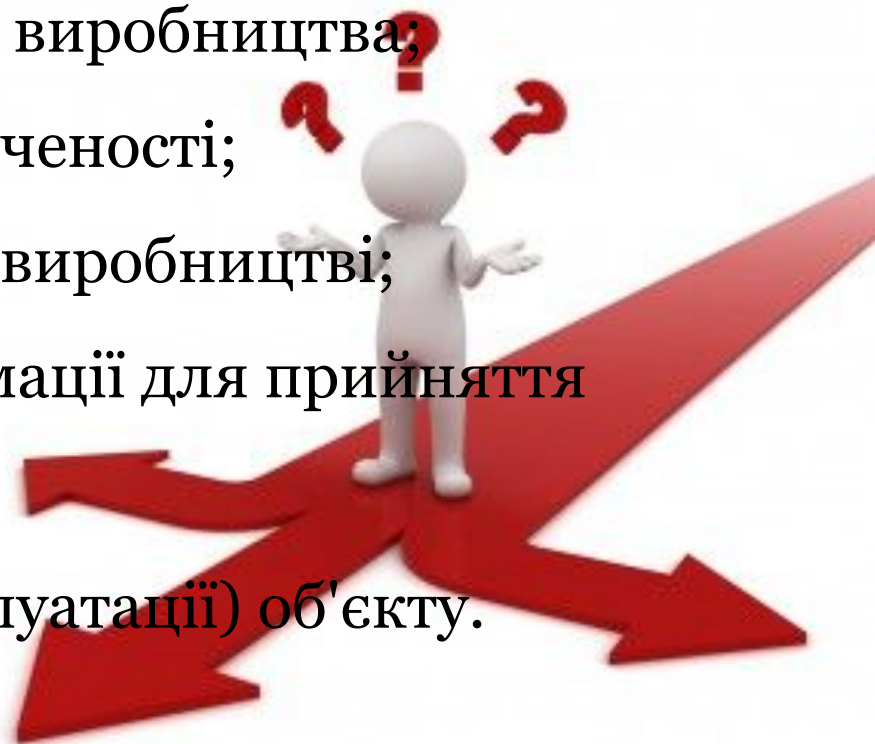
Однією з **умов** підвищення якості й ефективності управлінських рішень є забезпечення багатоваріантності рішень, для досягнення визначеної мети.



Відтак, альтернативні **варіанти управлінських рішень**

повинні зіставлятись за наступними **факторами**:

- за фактором часу;
- за фактором якості об'єкту;
- за фактором масштабу (обсягу) виробництва;
- за фактором ризику та невизначеності;
- за рівнем освоєності об'єкта у виробництві;
- за методами отримання інформації для прийняття рішень;
- за умовою використання (експлуатації) об'єкту.



Розглянемо всі етапи, на яких можна скоротити витрати часу.

Час маркетингу. Це вивчення ринкової ситуації та адаптації продукту до конкурентоспроможності.

Час планування. Це час, який потрібен для розробки стратегії та вибору тактики, схвалення запропонованих змін виробничих потужностей, впровадження нових технологій через загрози з боку конкурентів.

Час на розробку виробів (послуг). Це час, який потрібен на розробку нових чи модифікаційних виробів (послуг).

Час виробництва. Це час, який потрібен для виробництва виробів чи послуг. Сюди може додаватись час, витрачений на складання робочого графіку, ремонт обладнання, простої, інвентаризацію, навчання персоналу тощо.

Час переходу до випуску нової продукції. Це час, який потрібен для переходу від виробництва одного типа виробу (послуги) до виробництва іншого. Може включати час установки нового обладнання, складання виробничих графіків, переходу на нові методи чи застосування нових матеріалів.

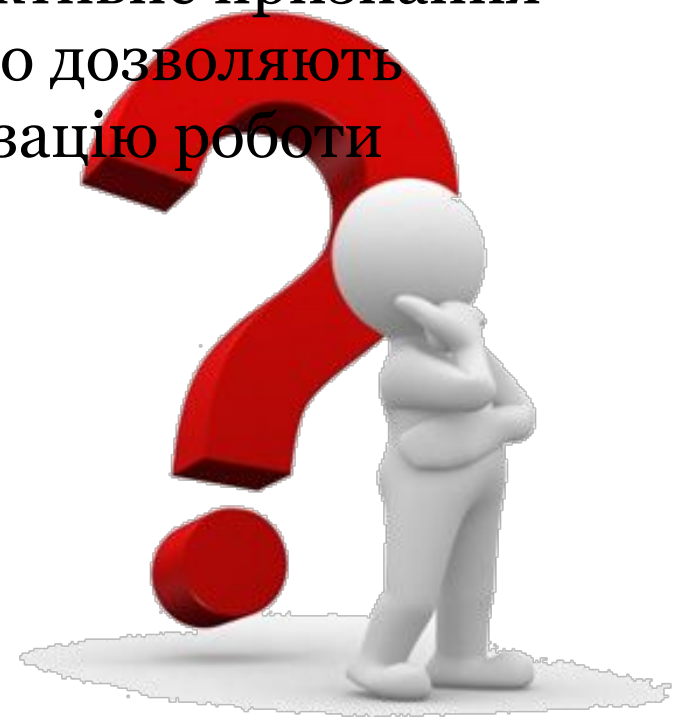
Терміни поставки. Це час, необхідний для виконання замовлень (поставок).

Час відповіді по рекламаціях. Рекламація - це захід замовника відносно якості, терміна поставок та ін. Претензії можуть також поступати від службовців відносно умов праці (безпека, освітлення, мікроклімат тощо), проблем з обладнанням, якістю.

Висновок:

Таким чином, підприємство (організація) прагне підвищити якість обслуговування споживача та одержати конкурентну перевагу перед суперниками, яким потрібно більше часу на виконання тих самих завдань.

Ці нові підходи одержують активне признание всього ділового світу, тому що дозволяють кардинально змінити організацію роботи компаній.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**ПОСТАВЬТЕ МНЕ 5
ПОЖАЛУЙСТА**