

Напрями вдосконалення операційної діяльності підприємства

Оксана Кириченко

*доцент кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
ORCID: 0000-0001-5244-8323*

Катерина Грищенко

*студентка групи МЕН-18д,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна*

У сучасних умовах господарювання, конкурентні засади створюють постійні зміни оточуючого середовища, які пов'язані з появою нових виробників, зі зміною попиту та пропозицій, з коливанням цін тощо. Безумовно зазначені фактори впливають на операційну діяльність підприємств. Тому, для підтримання стійких позицій на ринку, підприємствам необхідно постійно вдосконалювати свою діяльність, у тому числі операційну. Крім того, слід зазначити, що у зв'язку з поширенням на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, операційна діяльність більшості підприємств, також, наразі потерпає негативні наслідки, через зміни які викликані обмежувальними карантинними заходами. Зазначене вказує, що тема напрямів вдосконалення операційної діяльності підприємства, безсумнівно, є актуальною в умовах сьогодення.

Необхідно зазначити, що проблема вдосконалення операційної діяльності підприємств посідає важливе місце в багатьох наукових працях, серед яких необхідно виокремити праці таких відомих науковців та вчених як: Н. М. Архіпов [1], Н. О. Єфремова [2], І. М. Парасій-Вергуленко [3], Г. В. Ситник [1], Л. В. Шірінян [4] та інші.

Почати вивчення теми вдосконалення операційної діяльності підприємства, доцільно, з визначення поняття «операційна діяльність» [3, с. 109]. Як відомо, саме через поняття здійснюється процес пізнання дійсності, наприклад, у підручнику А. Є. Конверського з логіки, зазначено, що поняття-це такий спосіб відображення дійсності, коли предмет розкривається через сукупність його суттєвих ознак. На думку теоретика, щоб мати уявлення про предмет, необхідно знати, які ознаки йому притаманні, у яких зв'язках і відношеннях він знаходиться з іншими предметами та чим він від них відрізняється.

Загальновідомо, що діяльність економічних суб'єктів поділяється на: операційну, фінансову та інвестиційну. При цьому оперативну діяльність визначають як основну діяльність підприємства, яка пов'язана з виробництвом та реалізацією продукції, забезпеченням основної частки доходу та являє собою головну мету створення підприємства. Разом з цим, слід вказати, що основу операційної діяльності становить виробнича або торгівельна діяльність, яка доповнюється фінансовою та інвестиційною діяльностями. При цьому інвестиційна діяльність є основою для інвестиційних компаній та інших інвестиційних інститутів, а фінансова в основному для банків та інших

фінансових інститутів [3, с. 109].

Щодо шляхів вдосконалення операційної діяльності підприємства, то в цьому питанні ми дотримуємось точки зору науковців, яка полягає в обрані інноваційного шляху розвитку. На нашу думку ні що так не зможе вдосконалити операційну діяльність підприємств, як використання інноваційних методів, оскільки, саме за ними майбутнє людства.

Термін «інновація» (нім. innovation) у науковий лексикон вперше увів Й. Шумпетер. Науковець дав визначення інновації як «будь-якої можливої зміни, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, після продажного обслуговування» [5, с. 21].

Так, одні автори розглядають інновації як зміни, тобто цілеспрямовані зміни, які свідомо впроваджуються в процесі відтворення для кращого задоволення наявної або формування нової суспільної потреби, або як будь-яка технічна, організаційна, економічна і управлінська зміна, відмінна від існуючої практики на цьому підприємстві.

Інші науковці вважають, що інновація окреслюється як комплексний процес створення, поширення і використання нового практичного засобу для кращого задоволення відомої потреби людей [5, с. 21].

З часів промислової революції суб'єкти господарювання не втомно працювали над тим, щоб скоротити витрати за рахунок досконалості операційної діяльності підприємства. Операційні інновації набагато відрізняються від досконалості в роботі та значно потужніші. Щоб по-справжньому досягти операційного прориву, суб'єкту господарювання необхідно принципово переосмислити, як виконувати процедури та завдання [2, с. 65]. Слід зазначити, що в операційній діяльності підприємства під інноваціями слід розуміти зміни умов в його структурі та функціях. Зазначимо, що інновації в операційному менеджменті можна поділити на сприятливі, нейтральні, несприятливі. Для ефективної операційної діяльності підприємства слід використовувати сприятливі інновації, надавати сприятливий характер нейтральним інноваціям та мати можливість відокремитися, хоча б частково, від несприятливих інновацій [2, с. 65].

Упровадження інновацій у виробництво підприємства припускає підвищення віддачі та отримання від цього економічної вигоди, саме тому ми вважаємо, що останні спроможні вдосконалити операційну діяльність підприємства. Необхідно звернути увагу, що впровадження інновацій є одним із найважливіших чинників, що впливає на якість операційного менеджменту, оскільки особливістю якісного операційного менеджменту є постійний розвиток операційної діяльності підприємств, а без розроблення й упровадження інновацій це неможливо [2, с. 66]. Недарма існує думка, що майбутнє світу за інноваціями.

Разом з цим, слід зауважити, що інновації, безперечно, відіграють найважливішу роль у вдосконаленні операційної діяльності підприємств, проте, це не є єдиним шляхом, за допомогою якого можливо досягти вищезазначеної мети. Наряду з інноваціями, враховуючи, що операційна

діяльність підприємств, як ми вже раніше зазначали, це діяльність підприємства, яка пов'язана з виробництвом та реалізацією продукції, слід наголосити на розвитку маркетингової стратегії. Звісно уніфікованої маркетингової стратегії для всіх підприємств не існує, оскільки вона залежить від позиції яку займає підприємство на ринку, його виробничого потенціалу, специфіки продукції чи послуг, соціального та культурного середовища та ін.

В науковій літературі існує чимало поглядів щодо визначення маркетингової стратегії. Деякі науковці визначають її, як систему організаційно-технічних та фінансових заходів щодо інтенсифікації виробництва, реалізації продукції, підвищення її конкурентоспроможності, активного впливу на попит та пропозицію. Разом з цим існує точка зору, що маркетингова стратегія це напрям дій підприємства по створенню його цільових ринкових позицій. Також, слід зазначити, що маркетингова стратегія передбачає контроль за виробництвом та ринком для утримання ринкових цін на рівні та втілюється в програмі заходів щодо вдосконалення операційної діяльності підприємства. Виходячи з цього, відзначимо, що правильно підібрана для підприємства маркетингова стратегія, може значно вдосконалити операційну діяльність відповідного підприємства.

Отже, виходячи з вищевикладеного слід підсумувати, що на сьогодні ми вбачаємо два основних шляхи вдосконалення операційної діяльності підприємства. Перший шлях пов'язаний з впровадженням інновацій в загальну операційну діяльність підприємства, що надасть змогу підвищити рівень функціонування підприємства, полегшити процес виробництва і реалізації та як наслідок цього збільшити прибутки. Другий шлях, ми вбачаємо у розвитку маркетингової стратегії підприємства.

Ключові слова: управління; управлінські технології; механізми управління.

Список використаних джерел

1. Архіпов Н. М., Ситник Г. В. Система управління ефективністю операційної діяльності підприємства. *Проблеми економіки*. 2018. № 1 (35). С. 223–230.
2. Єфремова Н. О. Особливості імплементації маркетингових інновацій в операційний менеджмент комерційно-підприємницької діяльності суб'єктів агробізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6 (61). С. 63–68.
3. Парасій-Вергуненко І. М. Аналіз операційної діяльності підприємства: проблеми та перспективи подальших досліджень. *Міжнародний науковий журнал*. 2016. № 2. С. 107–115.
4. Шірінян Л. В., Карпович М. В. Оцінювання ефективності операційної діяльності підприємства. *I international science conference on multidisciplinary research: abstracts of international scientific and practscal conference (Berlin, 19-21 January, 2021)*. Berlin, 2021. С. 317–320.
5. Микитюк П. П. *Інноваційний розвиток підприємства: Тернопіль: Принтер Інформ, 2015. 224 с.*