

4. Олдрич Х. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях // Российский журнал менеджмента. — 2005. — Т. 3. — № 2. — С. 139—154.

5. Радаев В.В. Популяционная экология организаций: как возникает разнообразие организационных форм // Российский журнал менеджмента. — 2005. — Т. 3. — № 2. — С. 99—108.

6. Ханнан М., Фримен Дж. Популяционная экология организаций // Вестник Санкт Петербургского ун-та. Сер. «Менеджмент». — 2004. — № 3. — С. 51—83.

7. Розанова Н.М. Экономические основы конкурентной политики // Экономический вестник Ростовского государственного университета. — 2003. — Т. 1. — № 4. — С. 141—149.

УДК 658.5

О. С. Апчел, аспірантка кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ВИКОРИСТАННЯ ЦІННІСНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ ОПЕРАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто особливості концепції управління цінністю споживача як підходу до підвищення ефективності виробництва. Визначено механізми управління операційною системою конкурентоспроможного підприємства.

The features of the concept of the customer value management as an approach to improving production efficiency are examined. The mechanisms of operations system management of competitive enterprise are determined.

В сучасній ринковій ситуації ефективним може бути лише те підприємство, що в основу своєї діяльності закладає принцип найбільш повного та якісного задоволення потреб споживачів, приймаючи при цьому до уваги постійні зміни їх запитів в умовах конкурентного ринку та обмеженості ресурсів. Саме тому шанс на існування та довготривале ефективне функціонування отримують лише ті представники бізнес-середовища, які насамперед турбуються про створення цінності для споживача.

Ми схиляємося до думки, що якраз відсутність для більшості українських підприємств глибинного усвідомлення свого призначення є головною причиною їхнього низького

конкурентного рівня порівняно з подібними іноземними підприємствами.

Оскільки виробництво існує виключно для задоволення суспільних потреб, а останні постійно змінюються як за видами, так і за обсягами, операційна система підприємства повинна знаходитися в стані постійних адекватних змін — в іншому випадку не може бути створено товару в потрібній кількості, асортименті й необхідної якості. Саме тому виникає необхідність у розробці чітких механізмів управління діючими операційними системами з позицій ціннісного підходу в умовах мінливого конкурентного середовища.

В ринково орієнтованій економіці, де головним є споживач, перед підприємствами постає завдання розробки механізмів управління ланцюгом створення цінності в межах операційних систем, функціонування яких забезпечило б поєднання очевидних переваг масового виробництва з можливістю одночасного гнучкого реагування і відповідного забезпечення індивідуальних запитів споживачів.

Наш інформаційний пошук показав, що в історичному контексті можна виділити наступні базові підходи до управління ланцюгом створення цінності в межах операційної системи: Концепція взаємозамінних частин продукції — Interchangeable Parts (Елі Уїтні), Науковий менеджмент — Scientific Management (Ф. Тейлор), Процесні карти — Process charts (Ф. Гілбрет), Поточкові лінії (поточкове виробництво) — Assembly Lines (Генрі Форд), Загальне управління якістю (TQM) — Total Quality Management (Едвард Демінг), Система адміністративного управління (AMS) — Administrative Management System (Британський інститут управління), Виробнича система Тойота (TPS) — Toyota Production System (Таїчі Охо, Кічіро Тойода; Toyota Motor Company), Безупинна інформаційна підтримка життєвого циклу продукту (CALs) — Continuous Acquisition and Life cycle Support (США, 80-ті роки), Теорія обмежень (ТОС) — Theory of Constraints (Голдрат), Бережливе виробництво — Lean Manufacturing (Джеймс Вумек) тощо.

На сьогодні концепція створення цінності для споживача являє собою інтеграцію інструментів перерахованих вище підходів до управління операційною системою. При втіленні даного комплексу необхідно враховувати індивідуальні особливості кожного окремо взятого підприємства, приймаючи до уваги можливість застосування тих чи інших методик при

удосконалення конкретних процесів. Дана процедура може включати в узагальненому вигляді наступні етапи:

— формування зацікавленості працівників шляхом застосування відповідних мотиваційних механізмів до запровадження системи управління потоком створення цінності;

— вибір потоку цінностей (який може виступати об'єктом удосконалення) та вивчення методології бережливого виробництва та відповідних їй методик (організаційний механізм);

— складання карти поточного стану обраного потоку створення цінності;

— встановлення характеристик рівня бережливості цього потоку;

— складання карти майбутнього стану обраного потоку;

— розробка плану неперервного вдосконалювання обраного потоку (кайдзен-плану);

— реалізація даного плану (механізм управління та координації).

Даний підхід до управління операційною системою передбачатиме формування цінності як для кінцевого споживача, так і для виробника.

Література

1. *Вумек Д., Джонс Д.* Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании: Пер. с англ. / Дж. П. Вумек, Д.Т. Джонс. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 472 с.

2. *Круглов М.И.* Стратегическое управление компанией: Учебник для ВУЗов. — М.: Русская Деловая Литература, 1998. — 768 с.

3. *Чейз Ричард Б., Эквилайн Николас Дж., Якобс Роберт Ф.* Производственный и операционный менеджмент: 5-е издание: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. — 704 с.

4. *Ray Wild.* Essentials of Production and Operations Management. Text and Cases. — Henley Management College, UK, fourth edition, 1995. — 518 p.

УДК 338.45

З.П. Бараник, доц.
О. А. Петухова, здобувач,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»