

Strategjia e Operacioneve

-Paraqet aktivitetet përmes operacioneve të implementuara me të cilët realizohet strategjia e korporatës

Qëllimet e të mësuarit:

- Përshkrimi i rolit të strategjisë së operacioneve si burim i konkurrencës së fortë në tregun global,
- Shpjegon si të lidhet strategjia e marketingut me strategjinë e operacioneve përmes përdorimit të prioritetëve konkurruese,
- Sigurimi i shembujve si firmat i përdorin prioritetet konkurruese për përparsit konkurruese,
- Rasti studimorë: „BSB, INC. – Luftërat e pizave vijjnë në kampus,,

Misioni

- Misioni – ku duam të shkojme?
 - Qellimi i ekzistences se organizates
 - Prcakton kufizimet dhe fokusin
 - I pergjigjet pyetjes “ si do te plotesojme nevojat e njerezve”
 - Shprehet ne deklarimin e publikuar



Misioni i Fakultetit te FAB

Organizata

FBE si pjese integrale e Universitetit te Evropës Jug Lindore, eshte nje institucion arsimor privat-publik,

Produkti

qe pergatit kuadro te specializuar ne finance, manaxhim, marketing dhe ekonomiks, si dhe ofron kurse kualifikimi pasuniversitare.

Menyra

Procesi i mesimdhënies realizohet nepermjet nje stafi te kualifikuar pedagogesh dhe ne ambiente bashkekohore.

Klienti

Ne i sherbejme te gjithe te rinjve qe mbarojne arsimin e mesem, qe deshirojne te kualifikohen ne fushat qe ne ofrojme.

Misioni dhe Strategjia

- **Misioni** – ku po shkojme
- **Strategjia** – si do te shkojme atje. Plan veprimi ose rruga qe duhet te ndjekim per te arritur misionin e organizates.

Strategjia

- Plan veprimi per arrijten e misionit
- Tregon se si do te arrihet misioni
- Kompania ka nje strategji biznesi
- Fushat funksionale te organizates kane strategjite e tyre

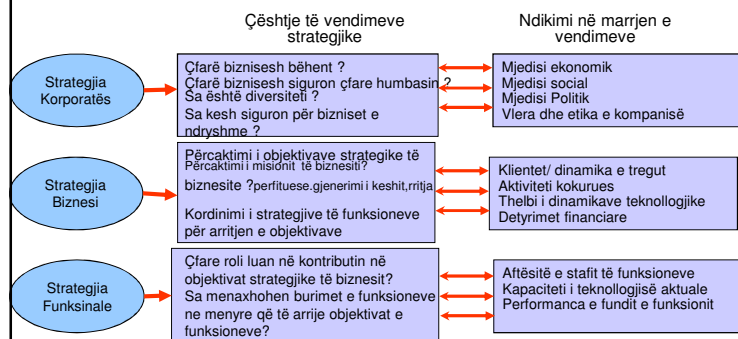


ç`është strategjia?

Me termin `Strategji` – në nivel korporate ne do të gjykojmë lidhur me këto vendime ...

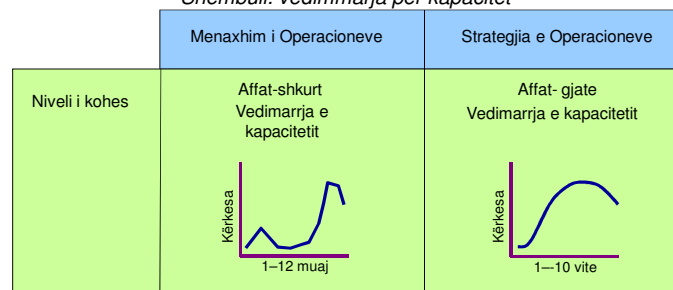
- Kur efektet e tyre janë me shtrirje të gjërë dhe shumë domethënëse për çdo pjesë dhe për çdo strategji që i referohet.
- Kur përcakton pozicionin relativ të organizatës në mjedisin e tij.
- Kur lëviz rrethin e organizatës drejte qëllimeve të tij afatgjata.

Vendimet dhe ndikimet në nivelet e ndryshme në hierarkinë strategjike

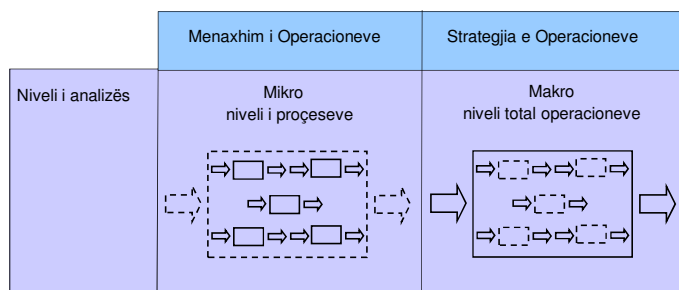


Dallimi i Strategjise së Operaciveve prej Menaxhimit te Operaciveve

Shembull: vedimmarja per kapacitet



Dallimi i Strategjise së Operaciveve prej Menaxhimit te Operaciveve



Parakushte per te hartuar e zbatuar nje Strategji

- Analize e mjedisit per te identifikuar shanset dhe kercenimet si dhe fuqite e dobesite e konkurrenteve dhe hyresve te rinj ne treg.
- Analize e burimeve te kompanise dhe te operaciveve. Cilat jane fuqite dhe dobesite tona. Identifikimi i kompetencave tona kyce.
- Pas hartimit te strategjise se biznesit behet zberthimi i saj ne strategji funksionale.
- Strategjia e Operaciveve duhet te jete e integruar me strategjine e kompanise dhe ato te funksioneve te tjera.

Analiza e mjedisit

Te jesh lider sot, nuk do te thote se do te vazhdosh te jesh edhe ne te ardhmen

Shanset dhe kercenimet e mjedisit pasqyrohen ne modifikimet qe i behen strategjise se biznesit.

Shembull: **Analiza 'Scanning'**
Boshleqet mes nevojave te konsumatoreve dhe menyres se si i plotesojne ato konkurrentet

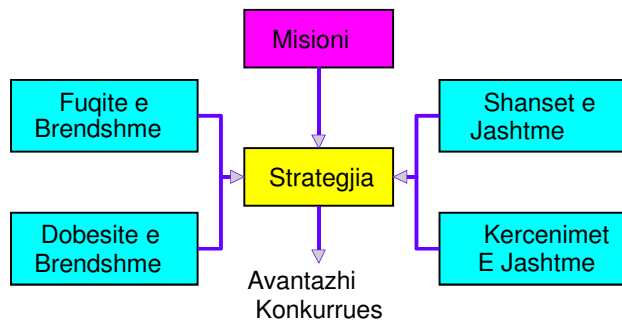


Analiza e mjedisit

Cilat jane tendencat e mjedisit ne lidhje me :

- Faktoret Ekonomike:** Perqindja e rritjes ekonomike, Nr. e interesit, Inflacioni, Papunesia
- Faktoret Social-Kulturore:** Normat, Zakonet, Qendrimet, Sjellja
- Faktoret Politiko-ligjore:** Kuadri ligjor, Politikat fiskale, Stabiliteti politik
- Faktoret Teknologjike:** Ndikimet ne procesin e punes, Produkte te reja, Makineri e pajisje, Novacionet

Formulimi i Strategjise se Biznesit



Avantazhi konkurrues

- është një aftësi, që i jep organizatës një armë në konkurrencën e tij (si koha e shkurtër e livrimit ose cilësi e lartë e produktit).
- Kur operacionet përdoren sic duhet, mund të jenë një instrument i rëndësishëm për përmirësimin e fitimeve, për rritjen e pjesës së tregut, dhe zhvillimin e tregjeve të reja.

Pjesa e tregut të firmës

- është përqindja e shitjeve të saj në një treg të vecantë - që është, shitjet e tij pjesëtuar me shitjet totale për gjithë organizatat që konkurrojnë në një treg.

Avantazhet e mëposhtme mund të përfitohen nga menaxhimi dhe kordinimi i kujdesshem i operacioneve

1. Kur planet operacionale lidhen me planet financiare, të marketingut, dhe sistemin e informacionit, **do të kemi sinerxhi. Sinerxhia** përfshin veprimet e grupit të punës në të cilën efekti total i veprimeve është më i madh së shuma e efekteve individuale.
2. Fleksibiliteti në operacionet lejon përgjigje të shpejtë dhe jo të kushtueshme për ndryshimin e kërkesës së klientit. **Kënaqësia e klientit rritet, dhe livrimi në kohë ulët.**
3. Produktiviteti i përmirësuar siguron **bazën për konkurrimin në tregjet botërore.**
4. Cilësia e lartë e produktit bëhet domosdoshmëri për firmat, **në mënyrë që ato të mbeten konkurruese në tregjet e sotme.**
5. Kompjuterat sigurojnë mundësi për përmirësimin e operacioneve. **Është e rëndësishme që të integrohen kompjuterat dhe operacionet.**

Opsionet Strategjike qe perdorin Manaxheret per te fituar Avantazh Konkurrues

- 28% - Manaxhimi i Operacioneve
- 18% - Marketingu/shperndarja
- 17% - Forca/emri i mire
- 16% - Cilesia/sherbimi
- 14% - Manaxhimi i mire
- 4% - Burimet financiare
- 3% - Te tjera

Opsionet Strategjike qe perdorin Manaxheret per te fituar Avantazh Konkurrues

- 28% Manaxhimi i Operacioneve
 - Produkt me kosto te ulet
 - Linje e gjere produkti
 - Superioritet teknik
 - Karakteristikat e produktit/diferencimi
 - Rinovim i vazhdueshem i produktit
 - Oferta me cmim te ulet/vlere te larte
 - Operacione eficente, fleksibel qe i pershtaten klienteve
 - Zhvillim i kerkimit inxhinierik
 - Dislokimi
 - Skedulimi

Strategjia e Operacioneve

- Strategjia e Operacioneve eshte forma totale e vendimeve dhe aktivitetet te cilat pozicionojne nje organizate ne mjedisin e saj dhe kane si qellim te arrijne synimet e saj affatgjate.

Procesi i Strategjise



Makro operacione

- Strategjia e Operacioneve eshte forma totale e vendimeve dhe veprimeve e cila përcaktonë rolin, objektivat e cdo pjese te operacionit keshtu qe ato kontribuojne ne strategjine e biznesit dhe mbeshtesin strategjine e biznesit te organizates.
- *Mikro operacione*
- strategjine e biznesit dhe mbeshtesin strategjine e operacioneve biznesit.

Strategjia e operacioneve

Roli i strategjise se operacioneve eshte:

- Te jape nje plan per funksionimin e operacioneve ne menyre qe te sigurohet perdorimi me i mire i burimeve.
- Specifikon politikat dhe planet per perdorimin e burimeve te organizates per te mbeshtetur strategjine konk. afat-gjate (te biznesit).

Kjo perfshin :

Dislokimin

Permasat dhe llojin e fasiliteve ne dispozicion

Aftesite qe kerkohe per fuqine punetore

Teknologjine qe do te perdoret e pajisjet speciale

Proceset qe nevojiten

Metodat e kontrollit te cilesise

Prioritetet konkurruese

Strategjia e operacioneve fokusohet ne aftesite specifike te operacioneve qe e pajisin kompanine me nje avantazh konkurrues.

Ekzistojne kater kategori te gjera te prioriteteve konkurruese:

1. Kostoja
2. Cilesia
3. Shpejtesia
4. Fleksibiliteti

CILESIA

Ka dy dimensione:

a. *Performance e larte*

Funksioni i operacioneve duhet te fokusohet ne aspekte te cilesise si toleranca minimale, sherbim ekselent ndaj klientit, karakteristika superiore etj.

b. *cilesi e qendrueshme*

Permbushja e specifikimeve ekzakte te projektuara. P.sh gjetja e te njejt produkt ne cdo kohe e kudo (Mc Donalds)

Cilesi do te thote...

Spital

- Pacientet marrin trajtimin e duhur
- Trajtimi kryhet ne menyre korrekte
- Pacientet konsultohen e informohen
- Staf i sjellshem, miqesor, disponibel

Shoqeri transporti

- Autobuset jane te paster e te rregullt
- Udhetimi eshte i qete, pa zhurma etj.
- Oraret jane te hartuara me kujdes
- Staf i sjellshem, miqesor

Fabrike automobilash

- Pjeset prodhohen sipas specifikimeve
- Pjeset montohen sipas specifikimeve
- Produkti eshte i sigurte, i besueshem
- Produkti eshte terheqes

Supermarket

- Mallrat jane ne gjendje te mire
- Ambjenti i paster i rregullt
- Dekori terheqes e i pershtatshem
- Staf i sjellshem, miqesor

KOHA

Ose shpejtesia nenkupton :

1. Shperndarje te shpejte
2. Shperndarje ne kohe

Zakonisht kompanite duhet te :

- Perdorin teknologjine per te pershpejtuar proceset
- Te mbeshteten ne nje fuqi punetore fleksibel per te kenaqur periudhat pik te kerkeses
- Te eliminohen hapat e panevojshme ne procesin e prodhimit

Kohe e shpejte shperndarje...

Spital

- Intervali i kohes mes kerkimit dhe marrjes se trajtimit te mbahet ne minimum
- Koha e marrjes se pergjigjjes se analizave te mbahet ne minimum

Shoqeri transporti

- Koha nga nisja deri ne mberritjen ne destinacion te mbahet ne minimum

Fabrike automobilash

- Koha qe nga marrja e porosise per nje automjet deri ne dergimin e porosise te mbahet ne minimum
- Koha e shperndarjes se pjeseve te kembimit neper pikat e sherbimit te jete minimale.

Supermarket

- Koha per te shkuar ne supermarket, per te bere blerjet e per t'u kthyer te mbahet ne minimum.
- Disponibilitet i menjehershem i produkteve

Shperndarje ne kohe...

Spital

- Respektim i kohes se takimeve
- Takimet e anuluar te mbahen ne minimum
- Dhenia e rezultateve te analizave ateher kur eshte premtuar

Shoqeri transporti

- Respektimi i orareve te publikuara ne te gjitha vendndalimet
- Disponibilitet konstant i vendeve per t'u ulur pasagjeret

Fabrike automobilash

- Shperndarje ne kohe tek shitesi i automjeteve
- Shperndarje ne kohe e pjeseve te kembimit ne pikat e sherbimit

Supermarket

- Mallrat qe mbarohen te mbahen ne minimum
- Kohe e arsyeshme e qendrimit ne radhe
- Disponibilitet konstant i parkingut

KOSTO

Do të thote të konkurrosh me cmim më të ulët se të tjerët.
Nevoja për këtë lloj konkurrençe del nga strategjia e biznesit.

Roli i strategjisë së operacioneve është të ndërtojë një plan të përdorimit të burimeve për të mbështetur këtë lloj konkurrençe.

- A. Uljen e kostos së punës së gjalle
- B. Uljen e kostos së materialeve
- C. Uljen e kostos së fasiliteve

Kush konkurrençe me kosto më të ulët :

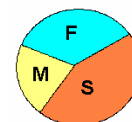
Varieteti i vogël i produkteve
Përshtatje e ulët me kërkesat e klientit
Procesi prodhimi sa më eficient

Kjo realizohet duke :

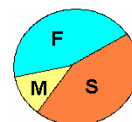
- A. eliminuar harxhimin kot të kohës
- B. maksimizuar produktivitetin e punetoreve
- C. minimizuar mbeturinat dhe shpërdorimin e lëndës së parë
- D. investuar për automatizimin dhe rritjen e produktivitetit

Kosto do të thote...

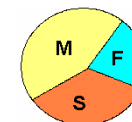
Spital



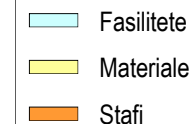
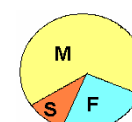
Shoqëri transporti



Fabrike automobilash



Supermarket



FLEKSIBILITETI

Aftesi për të bërë modifikime apo për të sjellë tipe të reja produktesh → **fleksibilitet produkti**

Aftesi për të ofruar një varietet (game) të gjere produktesh dhe/ose shërbimesh → **fleksibilitet miksi**

Aftesi për të rritur ose ulur me shpejtësi sasinë që prodhohet për t'ju përshtatur ndryshimeve në kërkesë → **fleksibilitet volumi**

Aftesi për të riskeduluar prioritetet e porosive → **fleksibilitet shpërndarjeje**

Fleksibilitet do të thote...

Spital

- Fleksibilitet i P/SH- lloje të reja trajtimi
- Fleksibilitet miksi- varietet i gjere trajtimesh
- Fleksibilitet i volumit- aftesi për t'ju përshtatur ndryshimit të numrit të pacientëve
- Fleksibilitet shpërndarjeje- aftesi për të riskeduluar takimet

Shoqëri transporti

- Fleksibilitet i P/SH- itinerare të reja
- Fleksibilitet miksi- numer i madh vendndodhjeve që u shërbëhet
- Fleksibilitet i volumit- aftesi për t'ju përshtatur frekuencës së shërbimeve
- Fleksibilitet shpërndarjeje- aftesi për të riskeduluar udhëtimet

Fabrike automobilash

- Fleksibilitet i P/SH- modele të reja
- Fleksibilitet miksi- varietet i gjere modelesh
- Fleksibilitet i volumit- aftesi për t'ju përshtatur ndryshimit të numrit të automjeteve që kërkohen
- Fleksibilitet shpërndarjeje- aftesi për të riskeduluar prioritetet e prodhimit

Supermarket

- Fleksibilitet i P/SH- mallra të reja
- Fleksibilitet miksi- varietet i gjere mallrash
- Fleksibilitet i volumit- aftesi për t'ju përshtatur ndryshimit të numrit të klientëve
- Fleksibilitet shpërndarjeje- aftesi për të blerë artikujt që nga rezervat

Kompanite qe duan te jene fleksibel duhet te kene:

- **Pajisje te destinacionit te pergjithshem** qe mund te perdoren per te prodhuar shume lloje te ndryshme produktesh,
- **Punonjes te kualifikuar** qe te jene ne gjendje te kryejne detyra te ndryshn



Përparësitë Konkuruuese

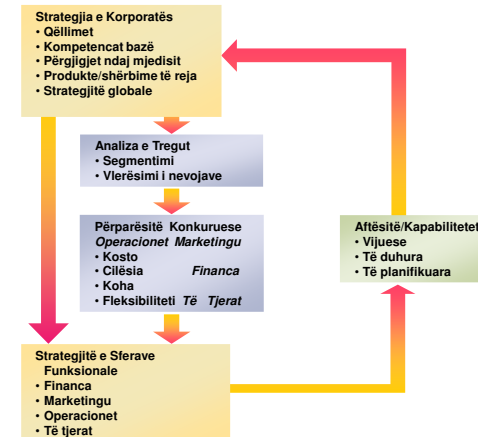


Figura 2.1

A)

Strategjia e korporatës

-Pavarsisht nga lloji i firmës kompetenca e top manaxhmentit është të planifikojë ardhmërinë afatgjate të organizatës.

-Konsideratat strategjike:

- Të përballosh (përgjigjesh) presionin për fleksibilitet
- Monitorimi dhe ndikimi për të ndryshuar ambientin e biznesit ,dhe
- Identifikimi dhe zhvillimi i vetive konkurente të organizatës.

-Strategjitë globale:

- Çfarë roli luajnë lojrat operacionale në hyrjen e tregjeve ndërkombëtare.
- Aleancat strategjike- një mënyrë që firma të hap tregjet e jashtme është krijimi i aleancave strategjike përmes:
 - Përpjekjeve për bashkpunim
 - Ndërmarjet me kapital të përzier (Joint Venture)
- Lokacioni i operacioneve jashtë vendit (p.sh. Mc Donalds)

Procesi i Klinikës Shëndetësore

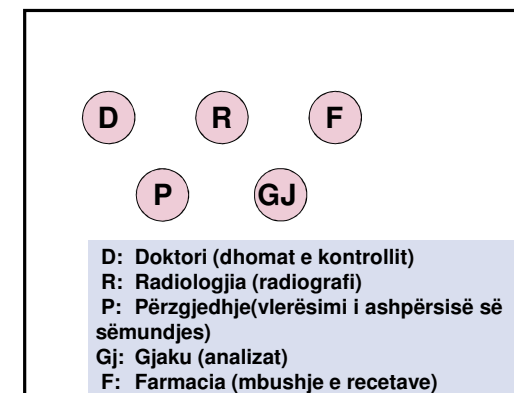


Figura 2.2

Procesi i Klinikës Shëndetësore

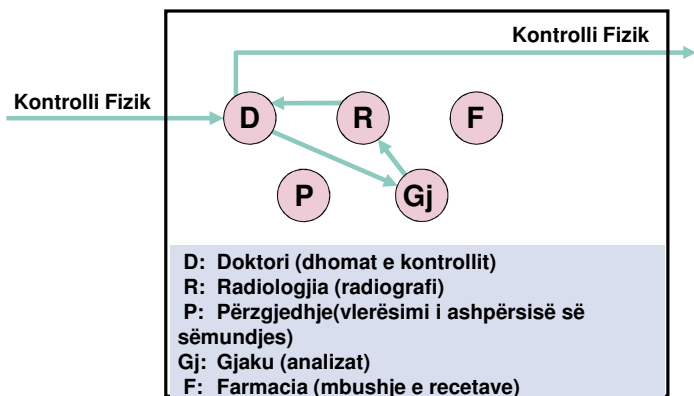


Figura 2.2

Procesi i Klinikës Shëndetësore

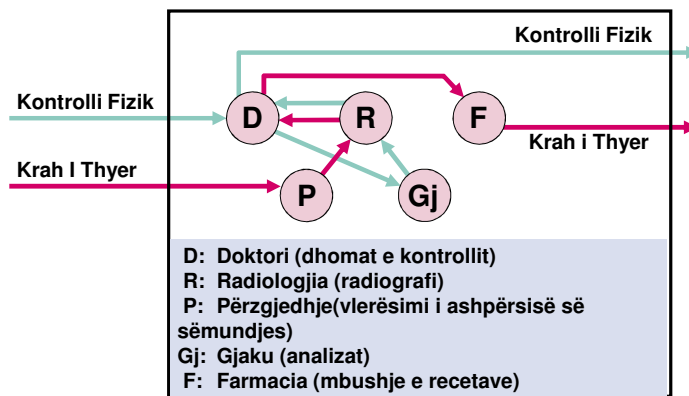


Figura 2.2

Procesi i Klinikës Shëndetësore

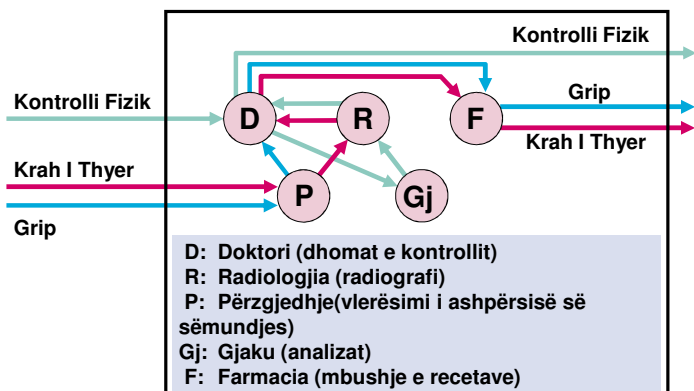


Figura 2.2

Procesi i Montimit të Automobilave

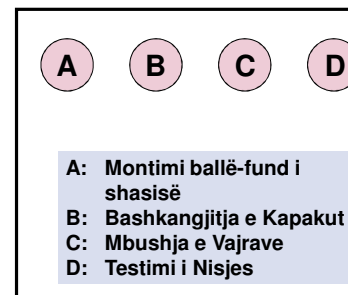


Figura 2.3

Procesi i Montimit të Automobilave

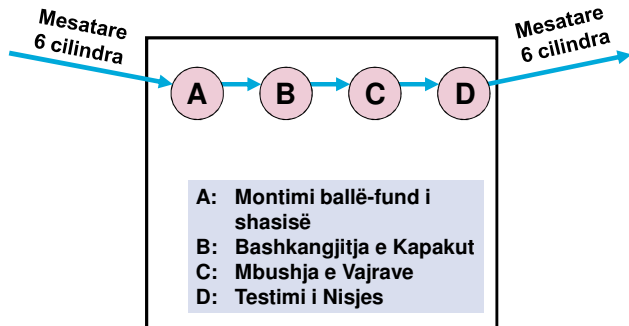


Figura 2.3

Procesi i Montimit të Automobilave

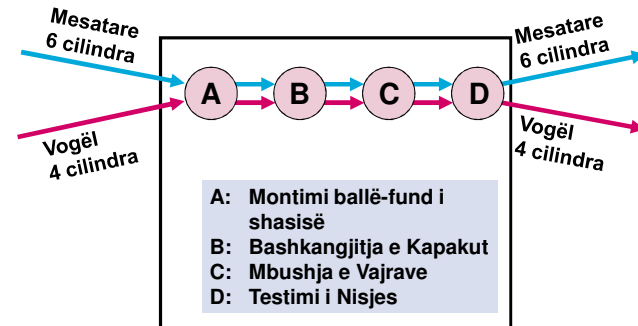


Figura 2.3

Strategjia dhe Vendimet

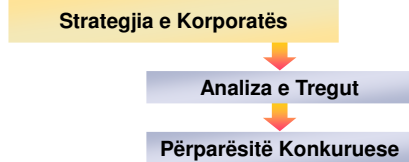


Figura 2.4

Strategjia dhe Vendimet

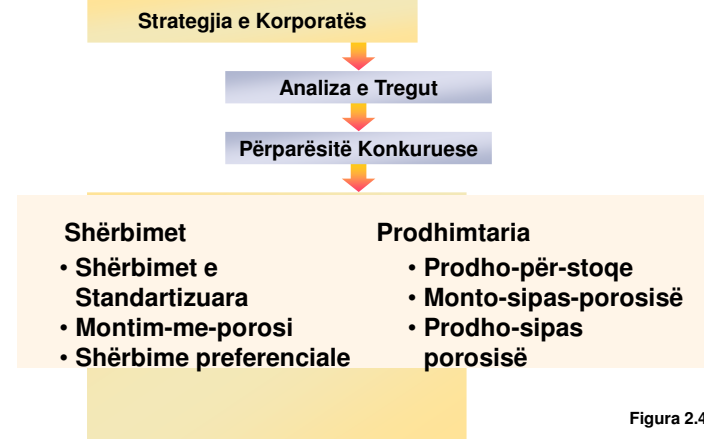


Figura 2.4

Strategjia dhe Vendimet

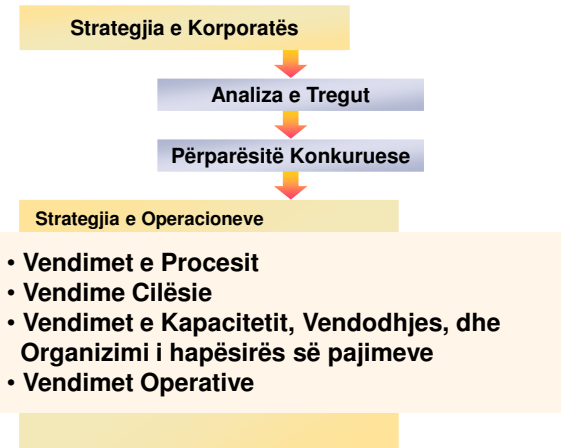


Figura 2.4

Strategjia dhe Vendimet

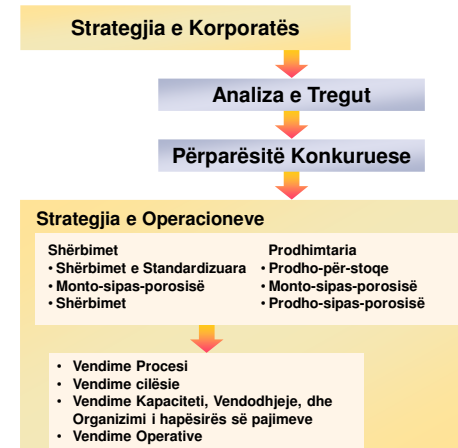


Figura 2.4

Strategjia dhe Vendimet

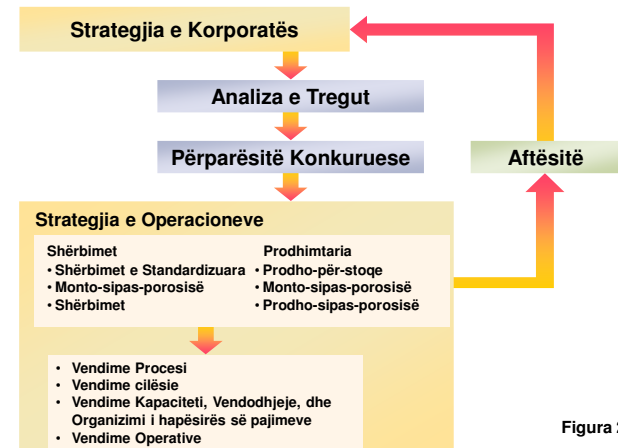
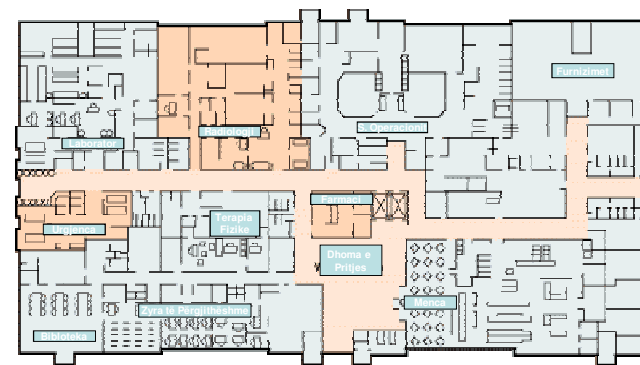


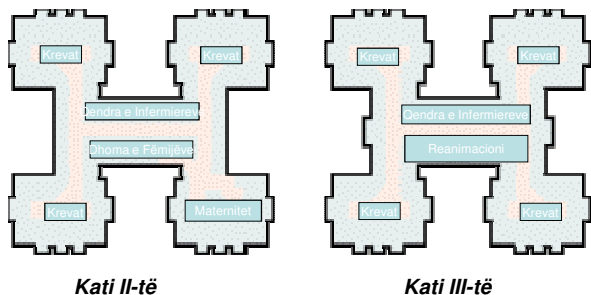
Figura 2.4

Sistemi Shëndetësor i Lower Florida Keys



Kati I -rë

Sistemi Shëndetësor i Lower Florida Keys



Planifikimi strategjik

- Planifikimi strategjik në operacionet përfshin përrputhjen e misionit të operacioneve me strategjinë e korporatës, një strategji që do të kombinojë mjedisin dhe burimet e korporatës në diagramën që pasqyron strukturën e korporatës.
- Brënda operacioneve strategjia duhet të reflektojë eficientë, besueshmërinë, cilësinë dhe fleksibilitetin, **për të mbështetur drejtimin e firmës.**

Planifikimi strategjik për prodhimin dhe operacionet

- Operacionet mund të bëhen shumë herë një faktor pozitiv që kontribuojnë në sukseset e organizatës se sa një faktor neutral apo negativ.
- Që të ndodhë kjo, njësitet, pajisjet dhe trainimi duhet të shikohen si mjete për të përballuar objektivat e organizatës.

Planet strategjike të prodhimit dhe të operacioneve janë baza për:

- (1) planifikimin operacional të makinerive, pajisjeve dhe komoditeteve të tjera (projektimin) dhe
- (2) planifikimin operacional për përdorimin e njësive të prodhimit dhe të shërbimit.

Ai duhet të vijë nën çadrën e planifikimit strategjik efektiv.

Hapat ne lidhjen e strategjise me operacionet

1. Duke analizuar mjedisin konkures
2. Duke vlersuar aftesite dhe burimet e organizates
3. Duke formuluar strategjine e korporates
4. Duke percaktuar implikimet e strategjise se korporates per strategjine e operacioneve
5. Duke ekzaminuar kufizimet qe ekonomia dhe teknologjia kane mbi operacionet
6. Duke projektuar sistemet per operacionet
7. Planifikimi I operacioneve
8. Manaxhimi dhe kontrolli I operacioneve

Metodat e planifikimit strategjik per prodhimin/operacionet

- Në praktikën e planifikimit strategjik ekzistojnë tre mënyra të planifikimit: mënyra sipërmarrëse, mënyra adaptive dhe modeli i planifikimit.
- Në mënyrën **sipërmarrëse**, që është një mënyrë e fortë e planifikimit strategjik, drejtuesi i guximshëm e fillon veprimin e planifikimit në emër të funksionit të prodhimit ose të operacioneve.
- Në mënyrën **adaptive**, plani i manaxherit formulohet në një seri hapash të vogla, të shkëputura nga njëra-tjetra kundrejt mjedisit përkatës.
- Modeli i **planifikimit**, përdor bazat themelore të planifikimit të kombinuar me analizën llogjike të shkencës së manaxhimit.

Modeli i zgjedhjes së detyruar të planifikimit strategjik

Vleresimi i Mjedisit	Pozita e Organizatës
Supozimi i gjerë ekonomik	Pasqyra e misionit
Kërcënimet qeveritare kyce/ ose kërcënimet e vazhdueshme të rregullta	Forma e ndërlidhjes së objektivave financiare dhe jo financiare
Forcat kryesore teknologjike	Gjendja e fuqive dhe dobesive
Mundesite me të medha të marketingut ose kercentimet	Parashikimi i operacioneve: fitimet dhe fluksi i parave
Strategjite e sakta konkuresore për cdo konkurent kryesor	Programet me të rëndësishme për të ardhmen
Alternativat strategjike	
<ul style="list-style-type: none"> • Zgjedhjet strategjike (të paktën dy) • Kërkesat për zbatimin e cdo strategjie • Planet e rastit. 	

• Fig. 1-3: Një model i zgjedhjes së detyruar të planifikimit strategjik për operacionet.

Modelin e planifikimit strategjik të operacioneve

- profesor Chris A. Voss
- *Koncepti i tij është që strategjia e manufakturimit përpiqet të lidhë politikën e vendimeve lidhur me operacionet, tregun, mjedisin dhe synimet e përgjithëshme të kompanisë.*

Forma e thjeshtëzuar për ekzaminimin e strategjisë së operacioneve

Mjedisi dhe Industria Strategjia e korporatës Burimet e korporatës

- Eficienca
- Besueshmëria
- Cilësia
- Flexibiliteti

Misioni i njësisë

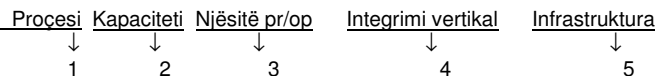


Figura : Skeleti i strategjise së operacioneve

Ku:

- 1 - Automatizimi - Specifikim i produktit/shërbimit - Ndërlidhjet
- 2 - Ngarkimi i makinerive dhe pajisjeve - prodhimi në dispozicion
- 3 - Madhësia e njësisë - dislokimi
- 4 - Kontrolli i furnizuesit - kontrolli klientit - ndërvarësitë
- 5 - Planifikimi dhe kontrolli - krahu i punës - kontrolli i cilësisë.

KRITERI PËR SUKSES I BAZUAR NË TREG

- **Eficienca**
 - Çmimi i ulët----- Kosto e ulët
 - ----- Produktivitet i lartë ----- i punës
 - ----- i materialit
 - ----- i energjisë
- **Efektiviteti**
 - Shpërndarja ----- e besueshme
 - ----- e shpejtë
 - Realizueshmëria (nga stoku)
 - Kompetenca e projektimit
 - Aftësia teknike
- **Cilësia**
 - E lartë
 - E qëndrueshme
- **Fleksibiliteti** (adoptueshmeria, aftesia per te ndryshuar kur ndryshojne kushtet e biznesit)
 - Paraqitja e shpejtë e produkteve dhe shërbimeve të reja
 - Kufiri i gjerë i produktit ose shërbimit

- Manaxheri i operacioneve duhet të bëjë zgjedhjet nga misioni specifik i dhënë i operacioneve i krijuar nga kriteri për sukses i bazuar në treg. Fushat kryesore të zgjedhjeve janë:
 - ▼ **Njësitë** - (njësitë e prodhimit ose shërbimit) - për shembull, shkalla, vendodhja dhe fokusimi i njësisë.
 - ▼ **Kapaciteti i përgjithshëm** - politikat për të qeverisur manaxhimin e aftësive totale të të gjithë njësisë të biznesit; maksimumin e prodhimit në dispozicion.
 - ▼ **Zgjedhja e proçesit** - tipi, teknologjia dhe produkti ose shërbimi i prodhuar.
 - ▼ **Integrimi vertikal** - shkalla dhe natyra e varësisë nga burimet e blera përmes prodhimit tek klienti.
 - ▼ **Integrimi i operacioneve** - politikat e punës, metodat e pagesës, sistemet e prodhimit dhe kontrolli i inventarit, të cilat janë elemente kyçe për kontrollin e drejtimit.
 - ▼ **Mpleksja e operacioneve me funksionet e tjera** - mekanizmat për të komunikuar me funksionet e tjera.

Si dështon një organizatë?

- ◆ Fokusimi në kriterin e performancës së prodhimit që nuk harmonizon kriterin e tregut për sukses.
- ◆ Përpjekja për të përballuar kriterin e papajtueshmërisë për sukses brenda një tregu të vetëm.
- ◆ Përpjekja për të prodhuar mallrat e një fabrike të vetme për tregjet me kritere shumë të ndryshme për sukses.

Planifikim strategjik te suksesshem te
Operacioneve

- **strategjia e operacioneve duhet të ndryshojë dhe të adoptohet për të maksimizuar kriterin e tregut për sukses, ose tregjet e zgjedhura duhet të ndryshohen për të harmonizuar, përshtatur më shumë aftësinë e operacioneve, në lidhje me kriterin e tregut për sukses.**

Promovimi i Produktivitetit, Efiçencës dhe Efektivitetit

- Manaxherët e operacioneve përdorin këto funksione për të arritur objektivat e tyre organizative.
- Konceptet tipike të manaxhimit të operacioneve përdorur për të matur ose përshkruar suksesin e manaxherit në përmbushjen e objektivave të manaxhimit të operacioneve përfshijnë produktivitetin, efiçencën dhe efektivitetin.

- **Produktiviteti** është matësi relativ i outputit për orë pune ose për orë makine, *shpesh shprehur si raport i outputit me inputin*. Sa më i madhë të jetë raporti i produktivitetit aq më efiçient është sistemi i operimit.
- **Efiçienca** është një matës që tregon lidhjen midis përdorimit të burimeve (inputit) dhe outputit që rezulton.
- Me rritjen e produktivitetit rritet dhe efiçienca e sistemit të manaxhimit të operacioneve.

- **Efektiviteti** është një matës që tregon se sa mirë një organizatë (ose një sistem apo një fushë funksionale) përmbush synimet e saj.
- Në qoftë se sistemi i manaxhimit të operacioneve përmbush objektivat e tij, ai është efektiv.

Nivelet e produktivitetit

- Produktiviteti mund të shihet në dy *ekstreme*.

Ne mund ta shikojmë atë në nivelin e gjithë vendit ose në nivelin e një punonjësi të vetëm.

Midis këtyre ekstremeve janë nivelet e industrisë, organizatës (firmës), divizionit (njësia e biznesit) dhe grupit të punës.

Strategjia cilësi - produktivitet

- Përmirësimi i cilësisë është një mënyrë e rëndësishme për të ruajtur një pozicion konkurrues në tregjet e sotme.
- Cilësia mund të nxitet për klientët dhe punonjësit.

Produktiviteti dhe kostot

- Shumë faktorë influencojnë tek produktiviteti dhe kostot.
- Inputet në procesin e prodhimit ndikojnë në produktivitetin.
- Cilësia e materialeve, saktësia dhe preçizioni i pajisjes, dhe aftësia e manaxhimit, të gjitha këto ndikojnë në produktivitetin.
- Në kërkim të përmirësimit të produktivitetit, manaxhimit i nevojitet të ekzaminojë ndikimin e përgjithshëm të ndryshimeve në sistemin e prodhimit më mirë se sa të përqëndrohet vetëm në reduktimin e kostove të punës.

Faktori

Influenca

- | | |
|-------------------------------|---|
| Projektimi i produktit | • Një produkt më i sofistikuar dhe më i komplikuar prirë të kostojë më shumë. Projektimi efektiv i produktit mund të elemonojë kompleksitetin dhe të rrisë produktivitetin. |
| Projektimi i procesit | • Si shërbimi ose produkti prodhohet ndikon në kostot. Njësia dhe pajisja gjithashtu do të ndikojnë në kostot. |
| Materiali | • Sasia dhe tipi i materialit ndikon në kostot. |
| Sistemimi i njësisë | • Një sistemim eficient do të eliminojë lëvizjet e kota në prodhim. |
| Dislokimi i njësisë | • Shumë kosto, të tilla si kosto e punës, e transportit, dhe normat e shfrytëzimit janë në varësi të dislokimit të njësisë. |

Maksimizimi i ciklit të produktivitetit

- Por ndërsa matja ekzakte e produktivitetit është e vështirë, është relativisht e lehtë për të përcaktuar kur ndodhin ndryshimet në produktivitet.
- Për shembull, në qoftë se një kompani dyfishon outputin e tij pa shtuar numrin e punonjësve ose pa shtuar numrin e pajisjeve, atëherë produktiviteti rritet dukshëm.

- Ndikimi në një organizatë i rritjes së produktivitetit karakterizohet me konceptin e ciklit të produktivitetit
- Sekuenca e ngjarjeve mund të ndodhë në çdo rradhë dhe mund të përfshijë ngjarjet e mëposhtme:
- Përmirësimet në produktivitet ose në fleksibilitet (ose të dyja sëbashku) ndodhin nga cilësia e përmirësuar e produktit, aftësitë e rritura të burimeve njerëzore, procedurat apo sistemet e përmirësuara të punës, ose nga paraqitja e një teknologjie të re (ose e një kombinimi).

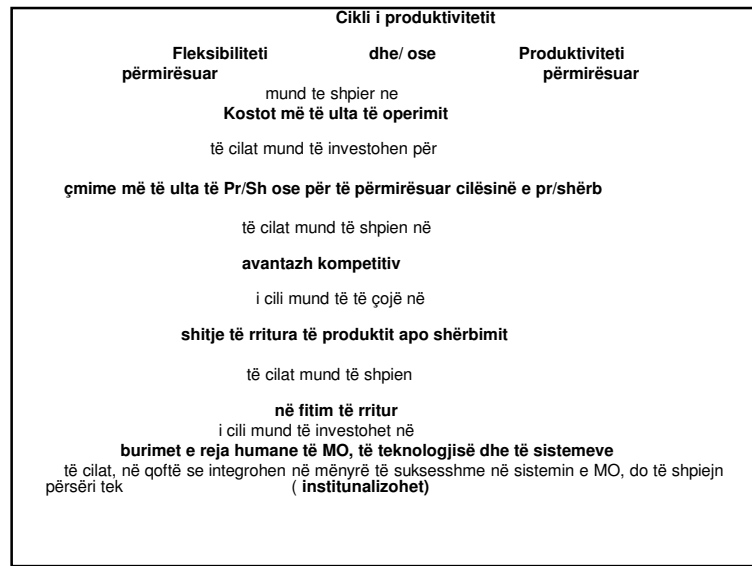
- Përmirësimet e lejojnë organizatën të ulë inputin e saj lidhur me outputin e saj, e cila mund të ulë kostot e operimit. Cilësia e përmirësuar e produktit apo e shërbimit, për shembull, mund të ulë kostot e ripunimit dhe të skrapit; fleksibiliteti i përmirësuar mund të ulë kostot e punëve përgatitore dhe përfundimtare (setup costs) gjatë kalimit nga një produkt tek një produkt tjetër për produktet e ndryshme.
- Ulja e kostove të operimit e lejon organizatën të ulë më shumë çmimet e produkteve apo të shërbimeve ose të investoj në burimet për përmirësimin e mëtejshëm të cilësisë së produktit.

- Përmirësimi relativ në çmimin ose cilësinë e produktit i jep organizatës një avantazh kompetitiv në treg.
- Avantazhi relativ rrit kënaqësinë e konsumatorit për produktin ose shërbimin e organizatës dhe përgjegjësitë e tregut për konsumimin e një sasive më të madhe të produktit apo të shërbimit.
- Rritja në shitjet rrit fitimet e organizatës.

- Fitimet e rritura lejojnë investimin e ri në burimet e manaxhimit të operacioneve. Një investim më i madh në burimet njerëzore tërheq puntorët më produktiv në industri.
- Një investim më i madh në teknologji dhe në sistemet mund të përmirësojë cilësinë dhe mundësinë për të ndryshuar (fleksibilitetin). Në qoftë se manaxherët e operacioneve do t'i integrojnë në mënyrë të suksesshme këto burime të manaxhimit, rezultatet e investimit të ri do të rrisin më tej produktivitetin dhe këto shtatë hapa do të përsëriten.

- Cikli i produktivitetit paraqet një element të ndryshimit dinamik në një organizatë. Megjithëse cikli i produktivitetit mund të ketë një efekt dramatik në disa organizata, në organizatat e tjera ai mund të mos arrihet kurrë si një cikël i plotë për shkak të një manaxhimi inefektiv.
- Për shembull, një organizatë e cila nuk ul më tej çmimin e produktit të tij mbasi ka ndodhur një ulje e kostos nga një rritje e produktivitetit ndoshta nuk do të arrijë rritjen në shitjet e kërkuara për të vazhduar ciklin e produktivitetit.

- Lidhja e ciklit të produktivitetit me strategjinë e manaxhimit të operacioneve dhe strategjinë e korporatës është mjaftë dinamike. Maksimizimi i ciklit të produktit duhet të shihet si një synim apo mision i MO sepse ai është e lidhur direkt me integrimin e burimeve të MO.
- Maksimizimi i ciklit të produktivitetit nuk është i barabartë me maksimizimin e produktivitetit. Maksimizim i ciklit të produktivitetit do të thotë kalim i përfitimeve maksimale të çdo hapi tek hapi tjetër.



Falemenderit