

Коваленко Сергій
магістр KEI KHEU ім Вадима Гетьмана
м. Київ

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ФІРМИ

Поняття «стратегічне управління» – це управління відповідно до обраної стратегії розвитку. Система стратегічного управління дає змогу ефективно управляти бізнес-процесами в умовах невизначеності зовнішніх і внутрішніх чинників і параметрів економічного розвитку. Стратегія визначає напрямки майбутнього розвитку бізнес-процесів, яких слід дотримуватися в довгостроковій перспективі, що закладає основу для розробки програм економічного розвитку фірми, цільових програм і проєктів, пов'язаних з реалізацією стратегії, вирішенням питань локального характеру, розвитком партнерства. Сутнісна специфіка стратегічного управління полягає в прийнятті та реалізації управлінських рішень на основі розробки стратегії розвитку бізнес-процесів фірми. Для фірми стратегія її довгострокового розвитку – це інструмент цілеспрямованого впливу різноманітних чинників на бізнес-процеси з метою підвищення її ефективності та прибутку.

Однією з умов забезпечення позитивного характеру динаміки розвитку бізнес-процесів є управління ними. Як об'єкт управління економічний розвиток фірми характеризується винятковою складністю і багатоаспектністю, а також високою залежністю від впливу чинників зовнішнього порядку. Специфіка управління подібними об'єктами полягає в тому, що одночасно потрібно забезпечувати підтримку окремих її параметрів в певному стабільному стані, здійснювати антикризовий вплив на інші параметри, забезпечувати динамічний розвиток у контексті вирішення різноманітних завдань. Призначення системи стратегічного управління розвитком бізнес-процесів фірми полягає в тому, що, як важлива складова системи ефективного управління, вона здійснює формування стратегічних цілей розвитку компанії та механізму їх реалізації таким чином, щоб задовольнити потреби об'єкта управління, з одного боку, і забезпечувати умови та обмеження, що накладаються на розвиток підприємства, з іншого.

Особливістю сучасної парадигми управління розвитком фірми є те, що, по-перше, управління стає стратегічним, а по-друге, розвиток фірми та ефективне управління бізнес-процесами стають завданнями не тільки управлінської підсистеми компанії. Розгляд фірми як складної економічної системи, що функціонує на принципах адаптації та самоорганізації, управління якої залежить не тільки від оптимальної внутрішньої структури, а й від того, наскільки чітко вона зможе адаптуватися до свого факторного зовнішнього оточення, що дасть змогу сформулювати і обґрунтувати нові алгоритми і інструменти стратегічного управління бізнес-процесами компанії.

Погоджуємося з Ф. Котлером, що у центрі такої системи управління повинна знаходитися людина, з її потребами та інтересами, правами і свободою, з умовами для гідного життя [4, с. 52].

Отже, стратегічне управління розвитком бізнес-процесами фірми полягає в цілеспрямованій діяльності всіх зацікавлених суб'єктів управління з досягнення намічених цілей і завдань розвитку компанії на основі ефективної адаптації до постійно змінюваних параметрів зовнішнього середовища. Важливим чинником стратегічного управління розвитком бізнес-процесів фірми є технологія її реалізації. Динамічний і стабільний розвиток фірми повинен бути обумовлений її раціональною організацією, зростанням ефективності використання і залученням всіх видів ресурсів. На основі контролю і оцінки змін, що відбуваються в компанії з метою підтримки здатності до виживання і ефективного функціонування в умовах нестабільного зовнішнього і внутрішнього середовища.

Отже, стратегія управління – це управлінська діяльність, спрямована на досягнення поставлених цілей в умовах нестабільного, конкурентного середовища, як сукупність програм, принципів, методів, за допомогою яких планується розвиток економічної системи на середньострокову або довгострокову перспективу.

Стратегічне управління бізнес-процесами фірми розглядається як динамічна сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних управлінських процесів, а саме:

– аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища фірми;

- визначення місії фірми, цілей стратегії її розвитку;
- вибору стратегії функціонування і розвитку фірми;
- реалізації стратегії розвитку фірми;
- оцінки реалізації стратегії розвитку фірми, контроль за її виконанням.

Список використаних джерел

1. Kotler P. What Consumerism Means for Marketers [Text]. Harvard Business Review. 1972. Vol. 50. pp. 48 – 57.
2. Мікловда В. П., Брітченко І. Г., Кубіній Н. Ю., Колодинський С. Б., Ціцак Л. М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю: епістемологічні підходи та практична проблематика : Монографія. Полтава, ПУЕТ, 2013. 307 с.