

Ляшко Ирина Игоревна,
кандидат наук по государственному управлению, доцент,
доцент кафедры государственного управления и права
Мариупольский государственный университет им. А.И. Куинджи
Lyashko Irina Igorevna,
Mariupol State University named after A.I. Kuindzhi

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ МУНИЦИПАЛЬНЫМ
ПРЕДПРИЯТИЕМ: СУЩНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ
STRATEGIC APPROACHES TO MANAGING A MUNICIPAL
ENTERPRISE: ESSENCE AND EFFECTIVENESS**

Аннотация. В статье рассмотрены основные стратегические подходы в сфере управления. Выявлены способы достижения целей муниципального предприятия на основе выбранных стратегий развития. Рассмотрены основные этапы стратегического планирования.

Abstract. The article discusses the main strategic approaches in the field of management. The article identifies ways to achieve the goals of a municipal enterprise based on the selected development strategies. The main stages of strategic planning are considered.

Ключевые слова: Стратегические подходы, предприятие, управление, стратегии развития, стратегическое планирование.

Keywords: Strategic approaches, enterprise, management, development strategies, and strategic planning.

В условиях высокой нестабильности рынка, обусловленной усилением конкуренции и быстрыми изменениями социально-экономической среды, принятие управленческих решений муниципальным предприятием в части выбора стратегии развития предполагает определение методов и подходов для эффективного решения стоящих перед ним задач.

Формирование стратегии развития организации происходит на основе анализа внешней среды и оценки внутренних возможностей, с учётом возможных непредвиденных изменений на рынке.

Известный эксперт в области стратегического менеджмента М. Портер выделяет три ключевых подхода к формированию рыночной стратегии компании [1].

Первый подход ориентирован на достижение лидерства за счёт минимизации производственных затрат. В этом случае предприятие стремится к снижению себестоимости продукции при её реализации, что позволяет предлагать конкурентоспособные цены и завоевывать значительную долю рынка.

Второй подход предполагает специализацию на производстве определённого вида продукции. Компания концентрируется на высоком качестве и маркетинговой поддержке, что позволяет ей стать лидером в выбранной нише, несмотря на более высокую цену продукции.

Третий подход заключается в фокусировке на конкретном сегменте рынка с глубоким изучением потребностей целевой аудитории. Здесь возможно применение как политики снижения затрат, так и стратегии специализации. Важным аспектом является ориентация на запросы конкретных клиентов, а не на общий рынок [2].

Анализ понятия стратегии выявляет два противоположных взгляда на её сущность. С одной стороны, стратегия рассматривается как долгосрочный план, включающий последовательность действий, направленных на достижение определённой цели. С другой стороны, стратегия понимается как качественное направление развития организации,



охватывающее методы деятельности, внутренние отношения и позиционирование во внешней среде, что в итоге приводит к достижению конечной цели.

Примером стратегии второго типа может служить долгосрочный план производства конкретного продукта, в котором определены объёмы выпуска на каждом этапе и прогнозируемый объём продаж в конечном периоде.

В рамках стратегического управления на предприятии могут применяться различные виды стратегий, такие как: увеличение доли рынка без снижения цены, перераспределение производственных ресурсов между видами продукции, переход к групповым формам организации труда.

Следует подчеркнуть, что долгосрочное развитие организации можно рассматривать как стратегию её развития, что является важным элементом стратегического планирования.

Стратегическое планирование представляет собой процесс интеграции внутренних и внешних факторов и включает следующие этапы:

- постановка целей и задач развития предприятия;
- создание специализированных подразделений;
- проведение маркетинговых исследований;
- ситуационный анализ и выбор направления экономического роста;
- разработка маркетинговой стратегии и планирование производства;
- определение тактики и методов достижения целей;
- контроль и оценка результатов [4].

Стратегический план развития позволяет объединить все виды деятельности организации в единую систему, обеспечивая целенаправленное движение к поставленным задачам.

Он служит основой для принятия обоснованных управленческих решений, позволяя эффективно распределять ресурсы и адаптироваться к меняющимся условиям. Стратегический план также способствует формированию единого видения и понимания целей развития среди всех сотрудников предприятия, повышая их вовлеченность и мотивацию.

В контексте муниципального предприятия, выбор стратегии развития должен учитывать не только экономическую эффективность, но и социальную значимость его деятельности, а также специфику регулирования и финансирования. Например, стратегия, направленная на повышение доступности услуг для населения, может быть приоритетнее, чем стратегия максимального снижения издержек, если это приведет к ухудшению качества или ограничению доступа.

Важным аспектом разработки стратегии является гибкость. В условиях высокой изменчивости рынка, жестко зафиксированный план может быстро устареть. Поэтому стратегия должна предусматривать механизмы регулярного пересмотра и корректировки в ответ на новые вызовы и возможности. Это может включать в себя создание системы мониторинга ключевых рыночных индикаторов и внутренних показателей эффективности [3].

Кроме того, успешная реализация стратегии требует наличия соответствующих компетенций у управленческого персонала и сотрудников предприятия. Это может потребовать инвестиций в обучение и развитие персонала, а также привлечения внешних экспертов при необходимости.

В конечном итоге, стратегия развития муниципального предприятия – это не просто документ, а живой процесс, который требует постоянного внимания, анализа и адаптации для обеспечения устойчивого роста и выполнения поставленных задач в интересах общества.

Список литературы:

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник.- 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2006. – 296.



2. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005.- 400 с.

3. Литвак, Б. Г. Стратегическое планирование и прогнозирование: учебник для вузов / Б. Г. Литвак. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 139 с.

4. Хасси Д. Стратегия и планирование./ Пер. с англ. Под ред. Л.А. Трофимовой.- СПб: Питер, 2005. – 384 с.

