

Значну роль щодо удосконалення системи управління природокористуванням відіграє розвиток механізмів державно-приватного партнерства (ДДП) [3,4], який представляє взаємовигідну співпрацю між державою і приватним сектором економіки, направлену на рішення суспільно значимих екологічних проблем і управління природокористуванням.

### Література

1. Рассадникова С.І. Теоретичні основи реформування організаційно-управлінської системи природокористування в Україні в контексті сучасних викликів / С.І. Рассадникова // Економічні інновації: збірник наукових праць / О.: ІПРЕЕД НАНУ, 2014. – Вип. 57: Актуальні проблеми сталого розвитку України та її регіонів. – С. 321-332.
2. Краснопольский Б. Х. Американский опыт в правовом обеспечении управления экологической безопасностью / Б. Х. Краснопольский // Право и безопасность. – 2006. – № 3-4 (20-21) : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <[http://www.dpr.ru/pravo/pravo\\_19\\_24.htm](http://www.dpr.ru/pravo/pravo_19_24.htm)>
3. Рассадникова С.И. Реализация механизма государственно-частного партнерства в сфере экологической инфраструктуры в системе устойчивого развития Украины / С.И. Рассадникова // International Journal of Sustainable Development (Международный журнал устойчивого развития). – Vol. 8 – may 2013 (Вып.8 – май 2013). – P. 137-141.
4. Рассадникова С.І Концептуальне обґрунтування державно-приватного партнерства в контексті формування інвестиційної привабливості об'єктів екологічної інфраструктури / С.І.Рассадникова // Міжнародний науковий журнал «Механізм регулювання економіки». – 2012. – № 2. – С. 176–186.

## ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ЛИДЕРСТВА ПО ЗАТРАТАМ УКРАИНСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

*Н.А.Скрипник, старший преподаватель,  
Т.И. Постовая, студентка,  
Одесский национальный политехнический университет*

В современном бизнесе предприниматели стремятся быть первыми на рынке и здесь возникает вопрос о лидерстве. На сегодняшний день занимать лидирующую позицию очень сложно, потому что рынок очень велик, разнообразен и постоянно развивается. У предпринимателей всегда возникает вопрос как с максимально низкими затратами произвести и реализовать качественный товар. Стратегия лидерства по затратам дает возможность компании достигать самого низкого уровня затрат в отрасли при производстве своего товара, сохраняя при этом качество, а это и является актуальным в

сложных современных условиях хозяйствования. Научное обоснование концептуальных основ управления затратами начато еще в XX в. в работах К. Друри, Р. Купера, Р. Каплана, Р. Коуза, М. Портера, А. Уильямсона, Дж. Шанко и других зарубежных ученых, и сегодня эта проблема остается чрезвычайно актуальной и дискуссионной. Так, на вопрос исследования современных концепций управления затратами промышленных предприятий посвятили свои труды Н.В. Гришко, А.И.Заруднев, Г.В.Козаченко, Ю.Н. Лапыгин, В.Г.Лебедев, А.А.Пилипенко, Ю.С.Погорелов, Т.Н. Харламова, Г.И.Хотинская, А.В.Череп.

Целью работы является использование стратегии лидерства по затратам украинскими предприятиями, а также обоснование ее важности для успешной деятельности предприятий.

Стратегия лидерства по затратам является одной из главных стратегий развития бизнеса. Каждое развивающееся предприятие сталкивается с тем, что для дальнейшего роста и развития необходимо придерживаться определенного плана и последовательных действий. То есть выработать некую стратегию и придерживаться ее.

Стратегия лидерства по затратам – это сведение предприятием затрат к минимальной экономии. При этом учитывается каждая, даже малейшая возможность снизить финансовые расходы на производство и реализацию.

Применяя стратегию лидерства по затратам, предприятие должно ориентироваться на широкий рынок и выпускать большое количество товаров приемлемого, а еще лучше высокого качества. Чтобы стратегия была эффективной, необходимо:

- строго контролировать все статьи расходов;
- вкладывать прибыль в развитие производства (закупать современное оборудование, качественное сырье, привлекать к работам высококвалифицированных специалистов и т.п.);
- разрабатывать новые конструкции существующего продукта, упрощать дизайн, тем самым экономя время и ресурс;
- экономить за счет сбыта (работать напрямую с потребителем, сокращать цепочку посредников); экономить за счет рекламы (например, размещать информацию в социальных сетях и на упаковках, использовать меньшее количество слов, но более яркие и запоминающиеся визуальные образы и т.п.);
- автоматизировать процесс на основе опыта, который появляется при существенном увеличении производства;- всем структурным подразделениям предприятия использовать оборудование и ресурсы совместно;

- отказаться от сопутствующих товаров, если потребительский спрос на них не оправдывает издержки;
- сократить транспортные издержки за счет переноса производственных и складских помещений поближе к пунктам реализации товара;
- перейти к использованию компьютерных технологий (делать заказы через интернет, создать собственный интернет-магазин, обмениваться информацией с партнерами онлайн) [1].

Соответственно, предприятие, старающееся стать лидером по затратам нуждается в как можно более качественном персонале, который будет выполнять свою работу и быстрее, и лучше (при этом, получая больше).

Для того чтобы иметь низкие издержки, компании придется обслуживать достаточно много разных сегментов рынка. Это логично, так как чем больше масштабы производства, тем меньше издержки на него. Это, по мнению Майкла Портера, самый важный аспект данной стратегии [2].

Позиция низких издержек защищает фирму от конкурентов, так как обеспечивает доход в таких условиях, которые недоступны другим игрокам. При использовании стратегии низких издержек становится легко конкурировать с товарами-субститутами и снижать влияние со стороны поставщиков сырья и ресурсов. Риски стратегии лидерства по издержкам: в глобальном изменении предпочтений потребителей, снижении чувствительности к цене, росту потребностей в индивидуализации, в потере преимущества низких затрат [3].

Данная стратегия очень опасна, так как велика вероятность того, что рано или поздно появятся конкуренты, способные сделать свои издержки еще ниже.

Все это возможно, как за счет более качественного маркетинга, так и за счет таких факторов как:

- сеть дистрибуции,
- технологический прогресс,
- ноу-хау в управлении,
- внешние факторы в стране и мире,
- приход на рынок более крупных глобальных игроков,
- потеря мотивации сотрудниками и так далее.

Одним из главных соблазнов для лидера по затратам является расширение товарного ассортимента. Но прибегать к нему стоит, достаточно глубоко обдумав ситуацию, так как такое расширение может уничтожить все преимущество по затратам, тем самым погубив компанию. Еще один фактор, который не стоит терять из виду – потребители. Они могут стать тем фактором,

который может заставить компанию снизить цены, что поведет за собой уничтожение всего преимущества лидера по издержкам [4].

С учётом выше изложенного можно сделать вывод: стратегия лидерства по затратам является очень перспективной, так как с помощью различных техник и инструментов она помогает предпринимателю получить желаемый результат и занимать лидирующую позицию на рынке. Из вышеперечисленного можно сказать, что стратегия лидерства по затратам открывает множество перспектив для украинских предприятий. Однако, существует целый ряд проблем, которые препятствуют ее внедрению. Поэтому сегодня важна работа в этом направлении, скорейшее решение существующих проблем, ведь это позволит активизировать стратегию, что ускорит быстрое развитие организаций, повысит уровень конкурентоспособности отечественных предприятий.

#### **Литература**

1. Стратегия лидерства по издержкам и ее применение в би знесе : [Электронный ресурс] – Режим доступа : <<http://ipinform.ru/razvitie-biznesa/strategii/strategiya-liderstva-po-izderzhkam-i-ee-primenenie-v-biznese.html>>
2. Базовые стратегии Майкла Портера : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <<http://www.biztimes.ru/index.php?artid=168>>
3. Конкурентная стратегия ценового лидерства : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <<http://powerbranding.ru/marketing-strategy/porter/liderstvo-izderzhki>>
4. Базовые стратегии Майкла Портера : [Электронный ресурс] – Режим доступа: <<http://www.biztimes.ru/index.php?artid=168>>

## **ПОТЕНЦІАЛ: СУТНІСТЬ, ВИДИ, ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ**

*О.М. Субчинська, асистент,  
Одеський національний політехнічний університет*

У сучасних умовах перед кожним регіоном країни стоїть проблема його виживання і забезпечення сталого розвитку, яке можливе лише за умов ефективного використання його потенціалів, в залежності від індивідуальних потреб та можливостей регіону. Актуальність дослідження полягає у тому, щоб визначити сутність поняття «потенціал» у розрізі територій країни та визначити особливості їх використання.

Існує безліч науково-методичних підходів щодо визначення терміну «потенціал» як по відношенню до людини так і будь-якого об'єкта чи суб'єкта.