

## СУТНІСТЬ ТА ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ НИЗЬКИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Студ. Дідик Я.В.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Стратегія – це затвердження декількох основних цілей і завдань підприємства, визначення напрямку руху і розподіл ресурсів, потрібних для досягнення мети.

Стратегія низьких витрат – політика фірми чи компанії, яка заснована на зменшенні витрат та обороту товару. Потрібно виділити такі способи її реалізації:

1. За рахунок збільшення обсягів виробництва – зменшення витрат;
2. Економія витрат на виробництво створенням дешевших моделей продукції;
3. Монополія на дешевшу сировину.

Стратегія низьких витрат спрямовує дії підприємства у досягненні чіткої і вагомої переваги в виготовленому товарі чи послугі. Лідерство через витрати може бути досягнуто за рахунок володіння великою частиною ринку, пріоритетного доступу до джерел сировини і матеріалів, комплектуючих або використання новітніх технологій. Досвід компаній за кордоном показує фірмам, що використання стратегії зменшення витрат не завжди іде разом із зменшенням ціни на товари, що випускаються чи послуги, що надаються. Економія витрат, що досягається підприємством, стає додатковим доходом та може використовуватися у збільшенні витрат на оновлення та модернізацію, рекламу та просування виготовлених товарів та продуктів.

У загальному розумінні стратегія підприємства складається із багатьох відповідей на поставлене запитання «як»: як організувати виготовлення тих або інших товарів, як розділити малі і обмежені виробничі ресурси, як задовольнити найбільше потреби покупців, як стати кращими за своїх основних конкурентів, як врахувати зміни у зовнішньому світі покупця, як досягти поставленої фірмою мети? Ця відповідь альтернативна для різних фірм, бо вимагає врахування різної кількості ситуацій і факторів. Вона має задовольняти і деколи перевищувати основну мету фірми.

Окреме підприємство має обрати для себе найбільшу кількість різних можливих та реальних для нього стратегій. Деякі компанії можуть диверсифікувати свою діяльність на ринку, інші сконцентруються у певному виді діяльності, інші обирають обслуговування особливих потреб і бажань малої кількості споживачів чи слідує стратегії лідерства за витратами. Деякі підприємства можуть приймати на озброєння стратегії інтегрованого зростання, які полягають у розширенні господарської діяльності у нові сфери, рухаючись вгору (пряма інтеграція) або вниз (зворотна інтеграція) по технічно-виробничому ланцюгу.

Тому зміст опису стратегії має бути таким, щоб не тільки залишатися цілим протягом довгого часу, але і бути дуже гнучкими, щоб при різких, непередбачених змінах у навколишньому середовищі, де велика кількість сильних конкурентів, можна було здійснити модифікацію, здійснити інновації і виконати переорієнтацію виробництва.

Ризики, що пов'язані із функціонуванням підприємства у межах стратегії низьких витрат, визначаються тим, що за рахунок дій різних сильних конкурентів певний ринок можна дуже швидко наповнити та пропозиція буде перевищувати попит на товари або послуги. Таким чином, це змусить фірму на деякий проміжок часу призупинити зростання виробництва, що в свою чергу вплине на збільшення витрат на виробництво. Через це, зниження цін на товари буде неможливим. З'являться значні передумови для створення нової стратегії для виробництва.