

*Головата О.О.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
(Науковий керівник: к.е.н., доцент Сисоліна Н.П.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

РЕКОМЕНДАЦІЇ ПІДВИЩЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ КОНКУРЕНТЕСПРОМОЖНОСТІ ПАТ НВП «РАДІЙ»

У сучасному ринковому середовищі питання конкурентоспроможності є ключовим для довгострокового розвитку будь-якого підприємства. Підвищення конкурентного потенціалу підприємства означає збільшення його прибутковості та стабільності на ринку. ПАТ НВП «Радій» працює в умовах високої конкуренції, що обумовлює постійне підвищення ефективності та вдосконалення стратегії розвитку.

Завдання включають:

1. Оцінити актуальність підвищення конкурентоспроможності для ПАТ НВП «Радій» у поточних умовах ринку.
2. Розглянути основні методи та підходи, які застосовуються для оцінки конкурентного потенціалу підприємства.
3. Проаналізувати внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на конкурентні позиції підприємства.
4. Визначити існуючі конкурентні переваги та які напрямки для їх посилення.
5. Розробити практичні рекомендації, які можуть допомогти підприємству підвищити свою конкурентоспроможність на підприємстві.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з ключових категорій у сучасному бізнесі, оскільки визначає його здатність успішно функціонувати в умовах ринкової конкуренції та адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Її значення можна розглянути через кілька основних аспектів, конкурентоспроможність забезпечує підприємству можливість протистояти конкурентам, утримуючи або збільшуючи свою ринкову частку.

Вона дозволяє швидко адаптуватися до змін попиту, нових технологій чи економічних викликів. Таким чином, ці націлені на представлення загальних його висновків і рекомендацій, які можуть сприяти довгостроковому розвитку ПАТ НВП «Радій» та сприяти формуванню стратегій ефективного використання потенціалу.

Підвищення конкурентоспроможності для ПАТ НВП «Радій» в поточних умовах ринку визначається зростанням конкуренції в галузі швидким технологічним прогресом, вимогами міжнародних стандартів якості, впливом зовнішніх факторів і економічної нестабільності.

Сектор високотехнологічної продукції, в якому працює ПАТ НВП «Радій», відзначається високою конкуренцією як серед вітчизняних, так і міжнародних компаній. Щоб зберегти свою позицію та розширити ринки збуту, підприємству необхідно адаптуватися до нових викликів і підтримувати конкурентоспроможність на високому рівні.

В Україні питання конкурентоспроможності підприємств активно досліджуються багатьма вченими, які спеціалізуються на економіці, менеджменті та стратегічному управлінні. Ось декілька провідних вітчизняних економістів, що займаються цією темою. Олександр Амоша, основна увага в його роботах приділяється промисловій політиці, підвищенню конкурентоспроможності підприємств та інноваційному розвитку. Дослідження спрямовані на аналіз проблем промислових підприємств, включаючи їх конкурентоспроможність і ефективність. розробляє підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств через оптимізацію виробничих процесів, інноваційні рішення та впровадження сучасних технологій [2; 70].

Людмила Федулова український дослідник, що активно вивчає економічні аспекти інновацій та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств. Її роботи присвячені аналізу механізмів інноваційного розвитку, управління знаннями та забезпечення сталого економічного зростання. Серед основних досліджень, які торкаються цієї теми, можна виділити: монографію «Інновації та економічний розвиток». У цій праці автор аналізує зв'язок між інноваціями та конкурентоспроможністю підприємств, а також пропонує шляхи формування ефективної інноваційної політики [11; 200].

Роботи І. Бланка стосуються фінансового забезпечення конкурентоспроможності, оптимізації витрат і підвищення ефективності бізнесу [4; 140].

Анатолій Мокій досліджує проблеми міжнародної економіки та конкурентоспроможності українських підприємств у глобальному середовищі [8].

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності є надзвичайно актуальним завданням для ПАТ НВП «Радій» у системі конкуренції.

Для оцінки конкурентного потенціалу підприємства застосовуються методи та його підходи, які дозволяють використовувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози в умовах ринкової конкуренції.

Основні методи, які можуть бути використані для оцінки конкурентного потенціалу ПАТ НВП «Радій», включають: SWOT-аналіз. SWOT-аналіз є одним із найпоширеніших інструментів для визначення внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на підприємство. Він дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони компанії (внутрішні фактори), а також можливості та загрози (зовнішні фактори). За допомогою SWOT-аналізу можна отримати конкурентні переваги ПАТ НВП «Радій» та програмні напрямки розвитку.

Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на конкурентні позиції підприємства ПАТ НВП «Радій», дозволяє глибше відобразити поточний стан компанії та її можливості для розвитку. Нижче наведені основні внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Внутрішні фактори: якість продукції та інноваційний потенціал, висока якість продукції та наявність інновацій є основою для формування конкурентних переваг. ПАТ НВП «Радій» може підвищити конкурентоспроможність за рахунок інвестицій у технологічні інновації, розробку нових продуктів і підвищення стандартів якості, та рівень кваліфікації співробітників.

Існуючі конкурентні переваги ПАТ НВП «Радій» та можливості напрямків для їх посилення включають наступні аспекти: висока якість продукції.

Продукція ПАТ НВП «Радій» відповідає міжнародним стандартам якості, що є значною перевагою в умовах конкуренції. Це забезпечує лояльність клієнтів і відкриває можливості для виходу на нові ринки.

Для підвищення конкурентоспроможності ПАТ НВП «Радій» в сучасних умовах ринку можна запропонувати такі рекомендації: інноваційний розвиток і технологічне оновлення, інвестування в дослідження та розробки (R&D). Розширення інвестицій в інновації та впровадження нових технологій дозволити підприємству розробляти продукцію з підвищеною доданою вартістю, що відповідає сучасним вимогам ринку. Автоматизація виробничих процесів - сприятиме підвищенню ефективності виробництва, зниженню витрат на робочу силу та мінімізації людських помилок. Автоматизація також зменшує виробничий цикл і швидше виводить виробництво на ринок. Покращення якості продукції та підвищення стандартів – запровадження системи управління якістю (ISO).

Сертифікація за міжнародними стандартами якості підвищити конкурентоспроможність, забезпечити відповідність вимогам міжнародних клієнтів та сприяти підвищенню довіри з боку споживачів. Має відбуватись постійний моніторинг та вдосконалення якості. Створення відділу контролю якості або підсилення існуючих процедур контролю для швидкого реагування на відгуки споживачів і оперативного вдосконалення продукції. Звернути увагу на підвищення кваліфікації персоналу, розробити програми навчання і розвитку, направляти інвестиції в навчання співробітників, зокрема у сфері нових технологій, цифрових навичок та управління проектами, сприяння зростанню компетенцій та адаптивності команд, залучати молодих спеціалістів, співпрацювати з вищими навчальними закладами для залучення молодих спеціалістів, а також програма стажування, відповідно до підприємства формувати кадровий резерв.

Диверсифікація та вихід на нові ринки. Розширення асортименту продукції, вихід на нові сегменти ринку, адаптація продукції під спеціальні потреби певних груп споживачів. Це зменшує залежність від окремих ринкових ніш і стабілізує доходи, активізувати експорт та освоєння нових ринків, розробити стратегії виходу на зовнішні ринки, зокрема в регіонах з високим потенціалом попиту. Розширення присутності на міжнародних виставках та участь у бізнес-форумах може допомогти залучити нових клієнтів.

Зміцнення маркетингових стратегій: підвищити пізнаваність бренду через цифровий маркетинг, активно працювати над брендом у соціальних мережах, SEO-оптимізація та контент-маркетинг дозволяють підвищити пізнаваність і залучити нових клієнтів, вивчати потреби клієнтів, регулярно досліджувати ринок продукції та відстеження тенденцій щоб вчасно реагувати на зміну споживчих та адаптувати пропозиції під запити цільової аудиторії.

Оптимізація витрат та підвищення операційної ефективності: оптимізувати логістичні процеси. Скорочення витрат на логістику та оптимізація постачання сировини сприяючи зниженню загальної собівартості продукції та підвищенню конкурентоспроможності на ціновому рівні.

Енергозбереження та екологічність: впровадження заходів для зниження енерговитрат і покращення екологічності виробництва може залучити додаткову групу споживачів, для яких важлива екологічна відповідальність компанії.

Зміцнення відносин з клієнтами та партнерами. Розробити програми лояльності для клієнтів. Впровадження програми лояльності дозволяє підвищити рівень задоволеності та стимулювати повторні покупки. Особливу увагу варто приділити сервісному обслуговуванню, щоб забезпечити високий рівень задоволеності клієнтів. Розширяти партнерські зв'язки, саме розвиток нових партнерств і стратегічних альянсів, зокрема з постачальниками технологій, дозволить підвищити операційну гнучкість і сприяти інноваційному розвитку.

Застосування цих практичних рекомендацій допоможе ПАТ ВАТ «Радій» підвищити свою конкурентоспроможність, знизити операційні витрати, підвищити якість продукції та адаптуватися до вимог сучасного ринку. Ці кроки забезпечать довготривалий розвиток підприємства, підвищення прибутковості та зміцнення позицій як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках.

Список використаних джерел:

1. Акімова Л.М., Корж М.В., Чуб І.В. Управління конкурентоспроможністю промислового підприємства : монографія. Рівне : НУВГП, 2017. 121 с.
2. Амоша О.І., Амоша О.О. Щодо формули стратегії повоєнної перебудови економіки. *Економічна промисловість*. 2023. №1 С. 69-71.
3. Бечко П.К., Голобородько Я.О. Теоретичні засади сутності економічних категорій «конкуренція» і «конкурентоспроможність». *Ефективна економіка*. 2015. № 7. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4191> (дата звернення: 17.08.2024).
4. Бланк, І.О., Ситник, Г.В. та ін. Фінансова стратегія підприємства: монографія / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, О.В. Корольова-Казанська, І.Г. Ганечко / За ред. проф. Бланка І.О. – К.: КНТЕУ, 2009. – 147 с.
5. Бланк І.О., Ситник Г.В, Гуляєва Н.М. Федулова Л.І. Тенденції розвитку національних інноваційних систем: уроки для України Актуальні проблеми економіки. 2015. №4. – С. 94-104.
6. Дейнеко Л.В., Кушніренко О.М., Циплінська О.О., Гахович Н.Г. Наслідки повномасштабної воєнної агресії рф для української промисловості. *Економіка України*. 2022. №5 – С. 3-25.
7. Державна служба статистики України: офіційний сайт URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 20.09.2024).
8. Концептуальні засади моделювання соціально-економічного розвитку України: інституціональні загрози та глобальні виклики [Електронний ресурс] / А. Мокій, М. Флейчук, А. Гуменюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. *Економіка*. – 2011. – Вип. 124-125. – С. 13-16. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2011_124-125_5.
9. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12> (дата звернення: 16.09.2024).
10. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 20.09.2024).
11. Рогоза М.Є., Кононенко Ж.А., Яковенко Т.І. Методологічні підходи у дослідженнях конкурентоспроможності підприємств. *Modern Economics*. 2024. № 44(2024). С. 139-146.
12. Хорольський В.П., Жукова С.О. Парадигми стратегії інноваційного розвитку підприємств промислового комплексу регіону: монографія. Кривий Ріг: 2016. – 324 с.
13. Федулова Л.І. Фінансове забезпечення розвитку підприємства: монографія. Київ: КНТЕУ, 2011. – 344 с.