

УДК 658.821

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗЕД (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «СЕДНА С»)

Рожок О.О.

Науковий керівник – доц. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», канд. екон. наук Продиус Ю.І.

Конкурентоспроможність продукції - вагомий критерій доцільності виходу підприємства на зовнішній ринок, умова ефективного проведення зовнішньоекономічних операцій.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства стає все більш актуальним питанням в умовах ринкових відносин і на сьогодні є запорукою успішної підприємницької діяльності.

Для підтримки високої конкурентоспроможності керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення[1].

Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв [2].

Проаналізувавши рівень конкурентоспроможності продукції ТОВ «Седна С», можна сформулювати рекомендації щодо її підвищення. Особливої уваги заслуговує стратегія конкуренції у сфері телекомунікацій та розробка програми маркетингу.

Список літератури:

1. Березуцький В.В. Основи охорони праці: Навчальний посібник/ – К.:Фах, 2005.– 480 с.
2. Виноградов О.А. Методи аналізу конкурентоспроможності впровадження інновацій на засадах маркетингу -2006. – №1.