

ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЗЕД

Рубанова М.В.

Науковий керівник – доц. каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності»,

канд. екон. наук Заєць М.А.

У системі управління підприємством одним з найвідповідальніших завдань є систематизація й упорядкування (регулювання) діяльності, яка спрямована на досягнення необхідного рівня конкурентоздатності продукції. Обов'язковою стратегією діяльності підприємця на сучасному міжнародному конкурентному ринку є безперервне та комплексне забезпечення конкурентоспроможності продукції, оскільки рівень вимог споживачів постійно зростає, показники корисності та вартості продукції зумовлюються ефективністю процесів її проектування, виготовлення, збуту та обслуговування, досягнення успіху в умовах конкуренції потребує перманентного удосконалення цих процесів.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і його продукції є досить багатопланою. Вона включає цілу систему показників (технічних, технологічних, якісних тощо). На міжнародні ринки необхідно виходити з продукцією, яка перевершує аналогічну продукцію конкурентів за технічними характеристиками (потужність, продуктивність, компактність, споживана енергія тощо), а також витратами, пов'язаними з просуванням продукції на міжнародні ринки. Кожному підприємству особливо важливо створити конкурентоздатний товар, правильно оцінити ринкове середовище з тим, щоб пропонувати ефективні засоби конкуренції. Найбільш складним етапом є розуміння шляхів досягнення конкурентних переваг продукції та розробка на цій основі заходів по підвищенню конкурентної позиції, як товару так і підприємства.