

**Секція:** Сучасні тенденції глобалізації ринків та розвитку маркетингу

**Войтович Є.В.**

студент

Одеської державної академії будівництва та архітектури

**Захарченко О.В.,**

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Одеська державна академія будівництва та архітектури

## **ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ – ОСНОВНІ НАПРЯМИ**

**Анотація.** В даній статті визначена сутність конкурентоспроможності та її підвищення при виході на міжнародний ринок.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, продукція, підприємство, міжнародний ринок, глобалізація.

**Вступ.** Найбільш характерною ознакою сучасної міжнародної економіки є процес її глобалізації, тому у сучасному жорсткому конкурентному середовищі вітчизняні підприємства можуть успішно діяти завдяки створенню механізму забезпечення стійкого стану на ринку. Інтеграція України у світовий економічний простір актуалізує проблему підвищення конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку.

**Постановка проблеми.** Метою дослідження є обґрунтування та удосконалення теоретичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Під механізмом стійкості на рівні підприємства необхідно розуміти сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів. Економічна стійкість в більшості забезпечує досягнення стійкості і в інших напрямках функціонування підприємства. Економічну стійкість підприємств на конкурентному ринку сучасна теорія і практика поєднує з забезпеченням конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність фірми-