

Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів "Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі". // Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48.

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ**

Грамацька О.О.

Науковий керівник – доц. кафедри «Менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Лапін О.В.

Питання конкурентоспроможності для української економіки набуває особливого значення. Цінові умови для конкуренції з імпортом, як із-за значного зниження імпорتنих цін, так і підвищення первинних витрат вітчизняних виробників, помітно погіршали в порівнянні з докризовим періодом.

Успіх підприємства залежить від грамотного стратегічного позиціювання на ринку, що допоможе підсилити свої позиції в конкурентній боротьбі.

Для цього необхідне проведення оцінки потенційних можливостей свого підприємства і аналізу зовнішнього середовища підприємства, визначення найбільш ефективних методів використання своїх можливостей, потрібно правильно вибудувувати свою стратегію, аналізувати ринок і прогнозувати кроки конкурентів.

Основні труднощі при стратегічному позиціюванні підприємств пов'язані з недоліками інформаційно економічного порядку.

Отже стратегічне позиціювання є невід'ємною частиною при підвищенні конкурентоспроможності підприємства та виходу на зовнішні ринки.