

**Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу

Тези доповідей

13 листопада 2020 року
м. Харків, Україна

Харків
2020

Секція 2. Управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції

Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства створювати інноваційні підходи для реалізації своїх послуг на міжнародному ринку, також підвищити економічний рівень країни [2].

Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства створювати інноваційні підходи для реалізації своїх послуг на міжнародному ринку, також підвищити економічний рівень країни.

На сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для міжнародних ІТ-послуг, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власних послуг потребує постійних і рішучих дій для свого вирішення.

Зростання конкурентоспроможності підприємства ІТ-сфери залежить від управлінських рішень на рівні підприємств, а також від міжнародної та регіональної політики надання послуг.

Підвищення конкурентоспроможності ІТ-компаній потрібно розглядати як довготривалий послідовний процес пошуку та реалізації управлінських рішень у всіх сферах її діяльності.

Конкурентоспроможність залежить від багатьох факторів, які об'єктивно впливають на підприємство ІТ-сфери, також існують суб'єктивні фактори, які відіграють важливу роль у житті підприємства ІТ-сфери.

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства ІТ-сфери має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний та комерційний. І, хоча вони усі дуже тісно пов'язані між собою, існує певна черговість вирішення питань кожного з аспектів.

Попри велику кількість досліджень з цієї теми недостатньо розглянутим залишається питання управління конкурентними перевагами підприємств ІТ-сфери.

Ці переваги є основними факторами, які визначають конкурентну позицію підприємств ІТ-сфери на міжнародному ринку.

Стратегія конкурентних переваг повинна базуватися на попереджувальному, превентивному характері тактичних і стратегічних дій підприємств ІТ-сфери.

Конкурентні переваги – це сукупність ключових, відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємств стійкою конкурентною позицією на міжнародному ринку на певний період [1]. М. Портер виділяє два основних джерела переваг: маркетинг і витрати. Ці переваги являються ключовими факторами для первинної оцінки підприємства.

Перевага в маркетингу – це найсильніша перевага для підприємства, яке надає послуги, які найкраще задовольняють актуальні потреби споживачів і розуміють потреби краще, ніж конкуренти.

Перевага у витратах – це атрибут, завдяки якому знижуються витрати на маркетинг, ніж у конкурентів, що дозволяє підприємствам ІТ-сфери сфокусувати увагу на реалізації проєктів та завоюванні провідних позицій на міжнародному ринку.

Основним стратегічним завданням конкурентоспроможності підприємств ІТ-сфери підприємства можна виділити такі: фінансове стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нової низки послуг в ІТ-сфері; забезпечення кваліфікованих спеціалістів; удосконалення інформаційних систем; підвищення продуктивності праці підприємства ІТ-сфери [3].

Перелічені вище заходи сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності не тільки підприємства та його продукції, а й усієї ІТ-галузі в цілому.

Література

1. Портер М. Международная конкуренция. М. : Альпина Паблишер, 2005. 295 с.