

**Khrystyna Zalutska, Doctor of Economic Sciences,
Associat Professor**

Lviv Polytechnic National University

Ivan Hnat, Postgraduate Student

Lviv Polytechnic National University

Khrystyna Mykhalenych, Student

Lviv Polytechnic National University

Lviv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-377-4-3>

FEATURES OF DETERMINING PROSPECTIVE STRATEGIC DEVELOPMENT DIRECTIONS OF IT COMPANIES

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ІТ-КОМПАНІЙ

Функціонування вітчизняних ІТ компаній в напрямку забезпечення розвитку національної економіки обмежується низкою труднощів. Основними із яких є доцільність окреслення перспективних і необхідних програмних продуктів ефективного розвитку підприємств, регіонів і країни загалом та вигоди отримані в даному випадку для всіх сторін. Що зумовлено також і низьким рівнем зацікавленості окремих господарських структур у такого роду продукту через значні витрати на його придбання і проблемність його реалізації (необхідність навчання працівників особливостям функціонування даного продукту, пошук можливостей його супроводжувального обслуговування тощо). Відповідно, пропозиції програмного продукту повинні передбачати комплексні рішення щодо оперативності його впровадження і обслуговування. Однак, особливість ІТ компанії полягає в тому, що вона працює для виконання широкого спектру робіт на різних національних ринках, що в деяких моментах унеможливує отримання бажаного результату зумовленого: відсутністю детальної інформаційної бази про споживачів компанії на кожному із цих ринків; неможливістю детального вивчення особливостей кожного продукту, що сприяло б його модифікації і підвищення терміну післяпродажного обслуговування тощо. Отримання відповідної інформації дозволило б ранжувати і споживачів, і товари за різними категоріями та забезпечило б можливість коригування цін чи

додаткових властивостей/характеристик продукту залежно ринку його збуту. Це в свою чергу, підвищило б якість продукції, вчасність виконання умов договорів, налагодження ефективних взаємовідносин тощо.

Перехід на вживання заходів щодо раціоналізації товарного асортименту чи спеціалізації окремих офісів компанії, вимагає, перш за все, кардинального дослідження перспективних напрямків розроблення ІТ продуктів, динаміку і тенденцію розвитку ринку ІТ, специфіку і затребуваність кожних товарів на окремих ринках, особливості діяльності основних конкурентів та перспективності певних товарів.

Дослідженнями особливостей ІТ-бізнесу, визначенням рівня їх розвитку та впливу на розвиток окремих структур займалися такі українські вчені, як Ганущак-Єфименко Л.М. [1], Довгань Л.Є. [2], Журавльов О.В. [3], Козик В.В. [4], Літошенко А.В. [5], Полякова О.М. [6], Тимошенко Н.Ю. [7], Хаустова В.Є. [8] та ін. Проте в українській літературі не досить розкритими є питання визначення привабливості окремих ІТ продуктів і послуг для впровадження їх у розробку компаніями в контексті сприятливих та несприятливих факторів формування концептуальних засад стратегічного розвитку ІТ-компаній в певному регіоні.

Для того, щоб визначити в яких саме напрямках варто сконцентрувати зусилля компанії, необхідно визначити перспективні варіанти ефективного конкурентоспроможного розвитку кожного із офісів компанії окремо. Перспективними є ті продукти, які сприятимуть розведенню досліджуваної компанії від компаній конкурентів за різними сегментами.

Для того, щоб визначити, які саме продукти є перспективними в тому чи іншому регіоні пропонуємо використати матрицю перспективності, представлену на рис. 1.

Перспектива виходу в даній матриці стосується можливості просування конкретного продукту компанії на інші ринки або сфери чи галузі діяльності. Перспектива нарощування, у свою чергу, відображає можливість коригування ціни (зокрема їх підвищення) на продукти в інших сферах та галузях діяльності.

Вектор поєднання цих двох альтернатив відображає міжрегіональну перспективність, що характеризує певну здатність виходу із певним товаром або його модифікацією, або товарами для конкретної галузі за межі наявного ринку.

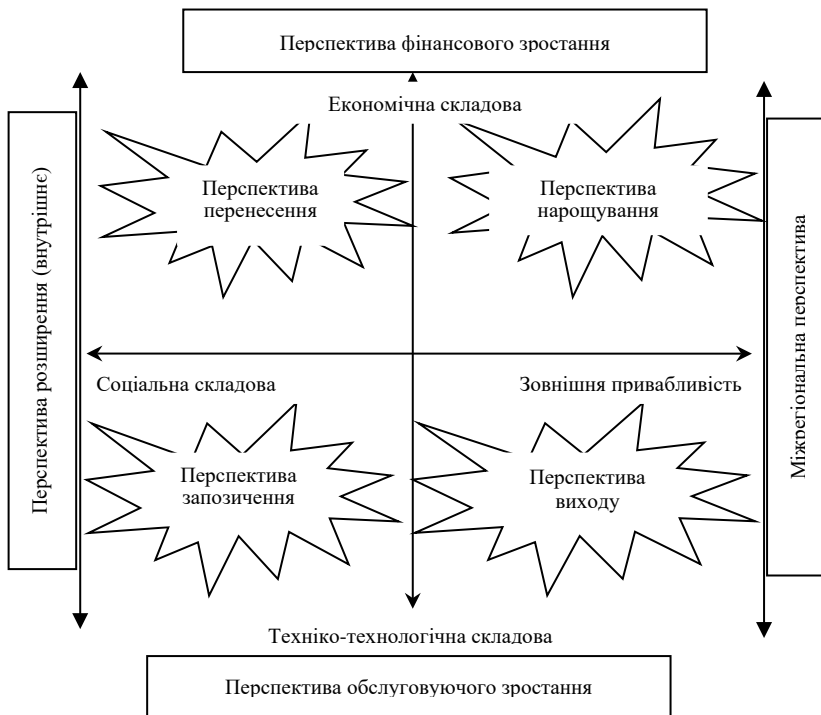


Рис. 1. Перспективність ІТ продуктів залежно рівня їх впливу на розвиток конкретного регіону, ринку збуту чи сфери (галузі) діяльності

Перспектива перенесення стосується можливості адаптації пропонувананих продуктів для інших пов'язаних із основною сфер діяльності. Перспектива запозичення стосується перенесення частини характеристик продукту або технології створення окремих продуктів.

Поєднання цих перспектив створює перспективу розширення, тобто, виходу в інші сфери діяльності існуючого ринку компанії.

Перспектива обслуговуючого зростання пов'язана із можливістю забезпечення або надання певних консультаційних послуг – через здійснення певних тренінгів, курсів, навчальних програм, модулів, спеціальностей, навчальних додатків тощо.

Перспектива фінансового зростання стосується можливості застосування розроблених програм для інших споживачів компанії у інших офісах.

Розрахунок конкретних значень за поданими перспективами має відбуватися наступним чином: фінансова складова будується виходячи із фінансових результатів, які отримає компанія в процесі реалізації певного продукту. При чому, значення даної складової може бути інтегральним показником, який складається із низки фінансових показників, що оцінюють ефективність конкретного продукту; соціальна складова визначається як інтегральне значення бальних оцінок впливу пропонованого продукту на інші аспекти життєдіяльності окремого суб'єкта господарювання поряд із його основним (замовленим, цільовим) впливом на цей суб'єкт; техніко-технологічна складова означає рівень інноваційності продукту порівняно із тими продуктами, які представлені ринком. Тут можна визначати і рівень його маркетингової перспективності, і рівень його затребуваності, і рівень сукупного задоволення потреб тощо; зовнішня складова стосується можливості поширення продукту за межі ринку чи суб'єкта господарювання для якого цей товар розробляється.

Матриця перспективності дозволить прийняти рішення про ті товари або галузі у яких варто здійснювати свою діяльність.

Зокрема за даною матрицею можна визначити недостатність чи затребуваність певних продуктів у окремих регіонах або можливість появи нових.

Література:

1. Ганущак-Єфіменко Л.М. Особливості розвитку підприємництва в ІТ-сфері України. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 55–67.
2. Довгань Л.Є., Козинець А.В. Розвиток ІТ-сфери: проблеми та шляхи вирішення в забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/130936/1266613>
3. Журавльов О.В., Сімачов О.А. Статистичне дослідження ринку ІТ-послуг в Україні. *Статистика України*. 2018. № 4. С. 25–33.
4. Kozyk, V. Zalutska, Kh., and Tovkan, O., 2019. The formation of a sustainable development strategy of the region. Proceedings Article of the 2019 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System.

5. Літошенко А.В. Проблеми визначення поняття ІТ-аутсорсингу та його особливості. *Економічний аналіз : зб. наук. праць*. 2016. Том 23. № 2. С. 88–92.
6. Полякова О.М. Сучасні тенденції розвитку ІТ-індустрії в Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 64. С. 179–186.
7. Тимошенко Н.Ю. Ронський Б.Ю. Проблеми та перспективи розвитку ІТ-індустрії в Україні. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/17_ukr/57.pdf
8. Хаустова В.С., Решетняк О.І., Хаустов М.М., Зінченко В. А. Аналіз розвитку ІКТ-сфери в Україні за міжнародними індексами та рейтингами. *БІЗНЕС-ІНФОРМ*. 2022. № 5. С. 40–56.