

використанням SMM, продавці - виконувати плани реалізації продукції без персональних зустрічей, а клієнти — домовлятися з постачальниками по Skype чи Zoom. Ситуація з коронавірусом показала, що необхідно розраховувати не лише на традиційні маркетингові канали. Тому ціль діджитал-маркетингу, який ще довгі місяці буде єдиним каналом взаємодії з клієнтами і надалі залишиться головним — інвестувати в інноваційні технології, у тому числі, в SMM. Як показує статистика, підприємства, що використовують в своїй роботі інтернет, менш чутливі до кризи. Наприклад, в Україні ринок електронної торгівлі – ледь не єдина галузь, яка продовжує зростати на 15-20% у рік [2].

Отже, наразі SMM є дієвим і достатньо доступним інструментом розвитку бізнесу, просування товарів і послуг через соціальні мережі. Враховуючи той факт, що кількість користувачів соціальних мереж з кожним роком зростає, це суттєво розширить коло потенційних споживачів та інформаційних комунікацій підприємства, а професійний менеджерський підхід з SMM-просування та правильне обрання цільової аудиторії здатне забезпечити ефективність в управлінні підприємством, віддачу інвестицій та збільшити прибуток.

Література:

1. SMM-стратегія: як почати і не розчаруватися? URL: <http://smashingjournal.ru/?paged=29> (дата звернення: 18.10.2020)
2. Найбільш затребувані професії України (інфографіка). URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/459216/najbilsh-zatrebuvani-profesiyi-ukrayiny-infografika> (дата звернення: 17.10.2020)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІТ-СФЕРИ В УКРАЇНІ

Назаренко Станіслав Миколайович,
аспірант
Перерва Петро Григорович.,
д.е.н., професор
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Історично, ІТ–сектор починав свій розвиток з надання аутсорсингових ІТ–послуг, який на початковому етапі обмежувався. Наразі в Україні застосовується ціла низка бізнес–моделей для ІТ–сектору. Провідні ІТ–компанії України обслуговують понад 100 компаній з переліку Fortune 50042.

На ринку ІТ–послуг України працює і розвивається багато різновидів ІТ–компаній. Великі компанії, які надають технологічні послуги досягли значного успіху на міжнародному ринку. Серед клієнтів цієї групи є компанії зі світовими іменами (наприклад, Microsoft, Google, Deloitte, Panasonic, Intel, Lenovo, Oracle, Ericsson, Ford та інші), а їх частка у загальному обсязі ІТ–експорту України є найвищою. Найбільші українські компанії вже досягли рівня, який дозволяє їм змагатися не з іншими аутсорсерами, а з міжнародними системними інтеграторами та провайдерами готових ІТ–рішень.

Головний позитивний ефект від діяльності таких компаній в екосистемі ІТ–бізнесу полягає у збільшенні кількості освічених фахівців, які звикли працювати з міжнародними клієнтами, володіють англійською мовою та застосовують новітні підходи у своїй роботі. Вони також є великими платниками податків. 50 найбільших компаній забезпечують роботою 58 тисяч ІТ–фахівців. Високий рівень конкуренції робить ІТ–екосистему загалом сильнішою, оскільки вона змушує учасників ринку шукати нові рішення, щоб вижити в цих умовах.

Частка малого та середнього бізнесу у загальній кількості складає близько 80%. Бар’єр входу на ринок для малих та середніх компаній, які надають технологічні послуги, є дуже низьким. Мінімальна вимога для входу на ринок — це команда розробників та як мінімум, один міжнародний проект. Ця сфера є дуже динамічною. Вони дають молодим підприємцям перший досвід підприємництва і на практиці демонструють, що започаткувати бізнес набагато легше, ніж розвивати та стабільно працювати.

Також необхідно виокремити компанії, які розробляють власний

програмний продукт. Такі компанії створюють та продають власний програмний продукт різним клієнтам за кордоном та в Україні (в ІТ-спільноті їх часто називають «продуктовими компаніями»). Вони поділяються на «продуктові компанії», які працюють з міжнародними клієнтами та «продуктові компанії», які працюють на місцевому ринку. «Продуктові компанії», які працюють на місцевому ринку, є найбільш вразливим сегментом. Вони не здатні пропонувати такий самий рівень зарплатні, що і компанії, які надають технологічні послуги та «продуктові компанії», які працюють на міжнародному ринку. Вони також стикаються з усіма місцевими ризиками, які стосуються оподаткування, нормативно-правового регулювання, безпеки тощо. Прикладами таких компаній є електронна комерція (Rozetka), посередницькі цифрові платформи (Kabanchik, Uklon) тощо. Ці моделі є прибутковими, але вони не можуть бути перенесені на міжнародний ринок, тому що відповідні сегменти вже зайняті іншими гравцями.

В Україні працюють понад 100 центрів розробки програмного забезпечення для міжнародних компаній. Вони належать провідним міжнародним компаніям та серйозно впливають на ІТ-екосистему. Серед найбільших міжнародних компаній, які мають свої дослідні центри в Україні, слід назвати Samsung, Siemens, NetCracker, Mallnox, Ericsson, Limelight, Huawei та Oracle. Відкриття нових дослідних центрів міжнародних компаній, що надають технологічні послуги, може сприяти приходу інших компаній, що матиме позитивний ефект для екосистеми бізнесу загалом.

В Україні активно розвиваються стартапи — це екосистема, яка народжує «продуктові компанії», які стають конкурентними на міжнародному ринку. Кількість стартапів постійно зростає, наразі в Україні їх понад 200046. Отже, стартапи мають величезний потенціал для подальшої трансформації, що є великим шансом для економіки в цілому за наявності умов для їх подальшого зростання та особливо для їх подальшої роботи саме в Україні. Окрім цього, стартапи створюють особливу культуру інновацій, розвитку нових ідей та духу

підприємництва. Негативним фактором є те, що як тільки стартап стає привабливим для інвесторів, він майже завжди реєструється за кордоном. Українське бізнес-середовище не відповідає потребам подальшого росту стартапів, а інвестори відмовляються вкладати гроші у компанії, зареєстровані в країні з нестабільним бізнес-кліматом.

Супутня інфраструктура охоплює всі компанії, які надають супутні програмні та апаратні рішення. Також на ринку ІТ-послуг існують сервісні або системні інтегратори, реселлери програмного забезпечення та обладнання, які встановлюють апаратні засоби та програмні системи переважно для місцевих клієнтів та працюють з найбільшими вендорами на кшталт IBM, Microsoft тощо. Вони відповідають за постачання повного комплексу обладнання: від мереж, апаратної частини до монтажу, налагодження та інтеграції програмного забезпечення. Необхідно відмітити, що в Україні працює ціла низка дата-центрів. Проте вони наразі не займаються експортом та стикаються з певними труднощами: відсутності навичок розвитку бізнесу, недосконалого менеджменту та законодавчих обмежень.

Таким чином, ІТ — це швидко зростаюча індустрія з високим рівнем доданої вартості, яка є важливим джерелом експортних надходжень. Українська ІТ-індустрія суттєво зросла за останні десять років, а її ґрунтова наукова база надає значний потенціал для подальшого збільшення доходів від експорту. Україна прагне стати всесвітньо визнаною технологічною країною з високим рівнем інноваційності, що створює можливість суттєво збільшити свої надходження від діяльності ІТ-сектору. Україна пропонує світу доволі широкий спектр ІТ-послуг та продуктів різного рівня складності, які можуть задовольнити вимоги різних клієнтів: від маленької іноземної компанії до великої корпорації.

Література:

1 Винничук Р. О. Особливості розвитку ІТ-ринку в Україні: стан та тенденції / Р. О. Винничук, Т. В. Скларук // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2015. — С. 6-8.

Яремчук Р. Є. Основні переваги та загрози для комплексного розвитку ІТ-сектора