

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Тези доповідей

**матеріали V науково-практичної конференції
«Економічний розвиток і спадщина
Семена Кузнеця»**

26–27 листопада 2020 р.



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

T. Lepeyko, T. Higuchi. GOVERNANCE STRUCTURE AND MANAGEMENT STRUCTURE OF COMPANIES.....	88
A. Lytvynenko. VENTURE CAPITAL IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP.....	90
I. Litvinova, I. Zablodska. DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL COMPLEX OF UKRAINE: AN ECOLOGICAL ASPECT.....	92
М. А. Мащенко, О. М. Кліменко. ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	94
А. В. Мордовець. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ.....	96
І. Г. Муренець. ВПЛИВ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОРГАНІЗОВАННОСТІ НА ЯКІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	98
М. М. Mursalov. BANKING REGULATION: WORLD TRENDS AND NATIONAL PECULIARITIES.....	100
К. Naumik-Gladka, O. Ptashchenko. PECULIARITIES OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS IN THE ASPECT OF INTERNATIONAL SECURITY.....	102
К. Naumik-Gladka. CRISIS AS A FACTOR IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF SOCIETY.....	104
О. А. Небилиця. ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	106
A. Nikitina, K. Velichko. DEVELOPMENT OF THE THEORETICAL BASIS OF PORTFOLIO INVESTMENT IN THE CONTEXT OF THE FINANCIAL GLOBALIZATION	108
V. I. Otenko, K. O. Barkova. KEY DIFFERENCES BETWEEN THE TERMS “ORGANIZATIONAL CULTURE” AND “CORPORATE CULTURE”.....	110
М. Пасько. КАТЕГОРІАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТОВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	112
І. К. Перепелиця. ФРІЛАНС: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ ПРАВОВОГО ВРЕГУЛЮВАННЯ.....	114
З. Ф. Петряєва, Г. А. Іващенко. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО АНАЛІЗУ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	116
Н. Pisarevska, A. Semenchenko. DEVELOPMENT OF INNOVATIVE DIGITALIZATION TECHNOLOGIES IN PERSONNEL MANAGEMENT	118
Л. І. Піддубна, М. В. Горобинська. ЛАНЦЮГ ВАРТОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АУТСОРСИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-ГАЛУЗІ.....	120
І. О. Піддубний, Л. І. Піддубна. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОДУКТІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	122
T. Pliekhanova. IMPLEMENTATION OF THE RISK ASSESSMENT SYSTEM FOR INNOVATIVE ACTIVITY.....	124
О. О. Пономаренко, І. Ф. Лісна. ОСОБЛИВОСТІ АНТИІНФЛЯЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	126
Т. О. Попова. КОМУНІКАЦІЙНА МОДЕЛЬ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	128
Н. В. Проскурніна, Ю. Б. Доброскок. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ НА ПРИКЛАДІ МЕСЕНДЖЕРІВ ТА ЧАТ-БОТІВ.....	130

ЛАНЦЮГ ВАРТОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АУТСОРСИНГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ІТ-ГАЛУЗІ

На сьогодні сфера інформаційних технологій перетворилась на один з головних драйверів світової економіки, ставши каталізатором для тектонічних змін і трансформацій у багатьох індустріях. За підсумками 2018 року відповідно до досліджень та прогнозів Gartner обсяги загальносвітових витрат на продукти та послуги у сфері інформаційних технологій склали \$3.7 трлн та продемонстрували зростання на 6.2% у порівнянні з 2017 роком, що навіть вище за темпи росту світового ВВП [1]. Розвиток ІТ-індустрії в Україні, яка в своїй більшості представлена аутсорсинговими ІТ-компаніями, значно випереджає середні темпи розвитку сегменту у світі. За сучасних динамічних умов розвитку міжнародної конкуренції сталою є тенденція підвищення значущості інформаційно-інноваційної складової у процесі розробки нового продукту або послуги та формування ланцюга вартості підприємства.

Ланцюг вартості (цінності) (з англійської “Value Chain”) – модель стратегічного аналізу, яка описує і ідентифікує дії підприємства зі створення цінності для споживача і формування конкурентних переваг. Використання ланцюга вартості для визначення конкурентних переваг підприємства було вперше запропоновано працівниками компанії McKinsey в щоквартальному звіті “Стратегічний вибір та розподіл ресурсів” в статті “Конкурентний аналіз вартості” [2] в 1980 році, які побудували ланцюг цінності для створення конкурентної переваги компанії McKinsey в галузі управлінського консалтингу. В 1985 році М. Портер запропонував більш складний ланцюг цінності у своїй монографії “Конкурентна перевага” [3]

Ланцюг створення вартості допомагає розділити всі види діяльності на стратегічні групи задля детального аналізу компанії, на основі якого менеджери зможуть краще визначити етапи, на яких створюється вартість продукту і формуються конкурентні переваги підприємства [4].

З урахуванням величезного і незаперечного впливу на сучасну світову економіку стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), ланцюг вартості М. Портера не дає можливості оцінити процес створення вартості програмного забезпечення, оскільки він не охоплює конкретні види діяльності, які пов’язані з ІТ. Доцільно буде модифікувати уніфікований ланцюг вартості М. Портера таким чином, щоб він враховував основні компетенції всіх організаційних підрозділів, які приймають участь у створенні програмних продуктів [5]. Пошук оптимальної стратегії формування конкурентних переваг на основі ланцюга вартості аутсорсингових ІТ-компаній є запорукою успіху у зростаючій конкурентній боротьбі.

Відповідно до аналізу основних дій зі створення вартості продукту у ІТ-сфері, можна побудувати ланцюг вартості, який послідовно демонструє основні та супровідні види діяльності, що формують вартість продукту аутсорсингової ІТ-компанії (було зроблено на прикладі американської аутсорсингової компанії TEAM International Services Inc.).

Основні види діяльності компанії включають ліцензування та авторські права, операційну діяльність, створення програмного забезпечення, технічну підтримку, маркетинг та продаж. Операційна діяльність є одним з головних елементів основного складу та включає в себе розробку програмного забезпечення, тестування якості продукту, технічне завдання до програмного забезпечення, попередній та деталізований проект програмного забезпечення. До супровідних видів діяльності відносять інфраструктуру компанії, управління кадрами, технологічний розвиток.

Перша з основних ланок формування вартості – це ліцензування та авторські права. На цьому етапі компанія обирає ті вхідні ресурси для створення програмного забезпечення, які будуть використані у подальшій розробці ІТ-продукту. На цьому етапі компанія отримує права на використання патентів, програми інших компаній, зовнішні ресурси. До таких можна віднести використання технологій Amazon Web Services, Microsoft Azure, Oracle тощо.

На етапі операційної діяльності відбувається створення програмного продукту з початку розробки технічних завдань до фінального тестування отриманого ІТ-продукту. У більшості ІТ-активно використовуються agile-методи Scrum, Kanban для більш ефективної роботи усієї команди, яка створює програмний продукт. Кожна команда має продукт-менеджера, який визначає специфікацію продукту, критерії його якості та особливості, відповідно до яких він повинен бути створений. Команда розробників, у свою чергу, створює ІТ-продукт, який на більшості етапів тестується на наявність помилок у функціонуванні, щоб у подальшому допрацювати такий продукт та вдосконалити його. Роботу усієї команди координує менеджер проєктів, який у рамках визначеного часу та бюджету розподіляє завдання та формує процес створення програмного продукту.

Фінальним етапом розробки програмного забезпечення є випуск програмного забезпечення, яке відповідає критеріям якості замовника та доставляється у цільові канали (хмари, магазини додатків, онлайн-сервіси). Робота ІТ-продуктів постійно відстежується командою випуску за спеціальними метриками і відбувається моніторинг даних щодо використання

програмного забезпечення. За маркетинговою діяльністю стежить команда спеціалістів в усіх delivery-центрах TEAM International. Вони розроблюються цінову політику програмної продукції, розроблюють комплекси просування товарів на ринку. Менеджери з продажів займаються пошуком клієнтів. Оскільки TEAM International Services Inc. працює на моделі аутсорсингу, то sales-менеджери відповідають за співпрацю з потенціальними клієнтами щодо розробки програмного забезпечення, яке буде унікальним вирішенням саме їх потреб. Компанія володіє департаментами, які займаються розробкою ІТ-продукції лише для крупних клієнтів компанії, як-от Telenor, BullsEye, Erecruits.

Постійним клієнтам компанії також надається технічна підтримка, у рамках якої постійно удосконалюється програмне забезпечення відповідно до виникаючих проблем та життєвого циклу, а також пропонується розробка альтернативних ІТ-рішень, які мають більший функціональний потенціал.

Інфраструктура компанії TEAM International Services Inc. представлена менеджментом, кожний з яких відповідає за певну функціональну сферу діяльності. Ним підпорядковуються менеджери, які знаходяться у delivery-центрах, що знаходяться у різних країнах. На місцях вони представлені в особі операційних директорів, які відповідають за кожне окреме представництво. Наприклад, операційний директор у представництві компанії у м. Харкові відповідає за українські і польські delivery-центри. Він відповідає за зв'язки компанії з місцевими органами влади, формування бюджету delivery-центру тощо.

Бухгалтерія TEAM International відповідає за облікову роботу кожного з представництв. Компанія також надає консалтингові бухгалтерські послуги своїм клієнтам, серед яких Vault, Catapult Solution Group тощо. Технологічний розвиток компанії забезпечується за рахунок укладення партнерських угод з крупними учасниками ІТ-ринку США: Microsoft, Amazon тощо. У своїй діяльності TEAM International активно використовує сучасні інструменти пошуку нових талантів, модернізує обладнання, використовує ліцензійне програмне забезпечення.

Однією з найбільш важливих підтримуючих видів діяльності компанії є управління кадрами. Для TEAM International талановиті кадри – основа успішної діяльності, тому їх пошуку та побудові лояльних відносин приділяється дуже багато уваги. Департамент зв'язків з громадськістю компанії та відділ кадрів постійно беруть участь у ярмарках вакансій на базі універси-

тетів та міських виставках для можливості співпраці з молодими талантами. Компанія активно співпрацює з місцевими ВНЗ, відкриваючи на їх базах профільні курси.

Компанія щороку переглядає систему бонусів для працівників, дає можливість проходження сертифікацій і тренінгів. Рекрутери супроводжують нових працівників протягом випробувального строку, проводять співбесіди, щоб виявити недоліки. Два рази на рік менеджмент компанії проводить опитування, щодо якості умов праці та переглядає корпоративну політику. На даний момент, компанія надає можливість працівника релокації на визначений проміжок часу до Польщі або Колумбії. Така можливість може значно вплинути на розвиток крос-культурного співробітництва, адаптуватися до особливостей ведення бізнесу у Західній Європі та Америці.

Таким чином, на прикладі TEAM International Services Inc. було продемонстровано особливості побудови ланцюга вартості підприємств ІТ-галузі та визначені напрямки модифікації цього інструменту під їхні потреби. Визначено, що в процесі побудови ланцюга вартості для аутсорсингової ІТ-компанії є доцільним врахування основних етапів формування вартості програмного продукту. Такий підхід дозволяє виокремити джерела міжнародних конкурентних переваг підприємств ІТ-галузі, а саме: постійна технологічна модернізація, використання якісного ліцензованого програмного забезпечення, адаптивність корпоративної політики та культури, широкі можливості для працівників компанії.

Список літератури

- [1] “Розвиток української ІТ-індустрії”, *Аналітичний звіт*, Київ, Україна, 2018.
- [2] Є. Крикавський, З. Патора-Висоцька, “Ланцюг вартості М. Портера (конструкція, деконструкція, реконструкція) та управління за цінностями,” *Маркетинг і менеджмент інновацій*, вип 2, с. 121-133, 2015.
- [3] М. Е. Porter, “Competitive advantage: creating and sustaining superior performance”, New York: Free press, 1985.
- [4] Т. Л. Мостенська, О. В. Тур, “Роль ланцюга створення цінності у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств”, *Серія “Економічні науки”*, 2018.
- [5] Н. М. Гаращенко, “Ланцюг формування цінності інформаційного продукту”. [Online]. Available: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_9_50.