

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Економічний факультет

Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності

ОРГАНІЗАЦІЯ ІТ-БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Методичні рекомендації

до вивчення дисципліни для здобувачів вищої освіти на другому
(магістерському) рівні спеціальності 073 – «Менеджмент»
освітньо-професійна програма «Менеджмент ІТ у глобальному бізнес-
середовищі»

Затверджено
на засіданні кафедри економіки,
менеджменту та комерційної діяльності
Протокол № 1 від 28.08.2024 р.

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни «Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі» для здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні спеціальності 073 – «Менеджмент» освітньо-професійна програма «Менеджмент ІТ у глобальному бізнес-середовищі» / [уклад. О. В. Заярнюк] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : ЦНТУ, 2024. – 23 с.

Укладач:

Заярнюк Олексій Васильович, к.е.н., доцент

Рецензенти:

Грінка Тетяна Іванівна, к.е.н., доцент

Пітел Наталія Сергіївна, к.е.н., доцент

Відповідальна за випуск:

Рябоволик Тетяна Федорівна, к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

© Заярнюк О.В.
Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі.
Методичні рекомендації до вивчення дисципліни, 2024.

ЗМІСТ

1	Мета і завдання навчальної дисципліни.....	4
2	Тематичний план викладання курсу.....	5
3	Зміст тем курсу.....	5
4	Плани практичних занять.....	7
5	Методичні поради до вивчення курсу «Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі»	10
6	Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи	18
7	Тематика рефератів	19
8	Орієнтовні питання до екзамену з курсу «Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі».....	20
9	Література, рекомендована до вивчення дисципліни	21

1. МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі» є формування у здобувачів вищої освіти комплексу теоретичних знань, практичних навичок, вмінь та компетентностей щодо набуття лідерських якостей з урахуванням специфіки розвитку глобального бізнес-середовища.

При підготовці методичних рекомендацій використано вітчизняний і міжнародний досвід структури та механізмів функціонування інформаційного ринку, тенденцій розвитку інформаційного бізнесу, особливостей інформаційного продукту, вимог до персоналу, який працює в ІТ-компаніях, особливостей організації розрахунків зі споживачами інформаційної продукції, надання якісних консультаційних послуг у сфері ІТ-бізнесу.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни «Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі» є отримання здобувачами знань про сутність інформаційного бізнесу; інформаційний продукт та інформаційну послугу; структуру інформаційного ринку; суб'єктів інформаційного ринку; державну реєстрацію суб'єктів ІТ-підприємництва; організаційну структуру інформаційної компанії; зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного та операційного планування; способи підвищення ефективності проведення презентації компанії.

Здобувачі повинні набути компетентностей щодо здатності проведення досліджень на відповідному рівні; здатності до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); навичок використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатності мотивувати людей та рухатися до спільної мети; здатності генерувати нові ідеї (креативність); здатності до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Для досягнення згаданих цілей важливе значення має самостійна творча робота здобувачів, на організацію якої спрямовані підготовлені методичні рекомендації.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ВИКЛАДАННЯ КУРСУ

№ п/п	Тема	Всього (годин)	Лекції (годин)	Практичні заняття (годин)	Самостійна робота (годин)
1	ІТ-бізнес і тенденції його розвитку	16	4	4	8
2	Поняття та структура інформаційного ринку	12	2	2	8
3	Механізм функціонування інформаційного ринку	18	4	4	10
4	Організаційно-правові форми бізнесу. Переваги та недоліки організаційно-правових форм для компаній ІТ-індустрії	16	4	4	8
5	Типи організаційних структур та персонал ІТ-компаній	16	4	4	8
6	Особливості кінцевого продукту та роботи в інформаційному виробництві	12	2	2	8
7	Організація ІТ-менеджменту на підприємстві	18	4	4	10
8	Організація розрахунків зі споживачами інформаційної продукції	12	2	2	8
9	Консультавання у сфері ІТ-бізнесу	18	4	4	10
10	Проведення презентації компанії	12	2	2	8
	Разом (годин):	150	32	32	86

3. ЗМІСТ ТЕМ КУРСУ

Тема 1. ІТ-бізнес і тенденції його розвитку.

Історичні передумови розвитку інформаційного бізнесу. Сутність інформаційного бізнесу. Чинники, що впливають на розвиток ІТ-бізнесу. Поняття інформаційного продукту та інформаційної послуги. Функції ІТ-бізнесу.

Тема 2. Поняття та структура інформаційного ринку.

Сутність інформаційного ринку та виклики, що на ньому існують. Ринок апаратних засобів обробки інформації. Ринок програмних продуктів. Ринок електронної інформації. Ринок електронних угод. Ринок інтегрованих інформаційних систем.

Тема 3. Механізм функціонування інформаційного ринку.

Характеристика виробників інформаційних продуктів і послуг. Суб'єкти інформаційного ринку. Моделі продажу інформаційних продуктів. Етапи розвитку інформаційного ринку України. Недоліки інформаційної політики України.

Тема 4. Організаційно-правові форми бізнесу. Переваги та недоліки організаційно-правових форм для компаній ІТ-індустрії.

Суб'єкти підприємницької діяльності. Моделі підприємницької поведінки. Види організаційно-правових форм бізнесу. Засновники інформаційних компаній та їх функції. Державна реєстрація суб'єктів ІТ-підприємництва. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах.

Тема 5. Типи організаційних структур та персонал ІТ-компаній.

Організаційна структура компанії. Організаційна структура інформаційної компанії. Основні категорії персоналу, які працюють в ІТ-компаніях.

Тема 6. Особливості кінцевого продукту та роботи в інформаційному виробництві.

Поняття інформаційного виробництва. Матеріальні та нематеріальні засоби праці інформаційного виробництва. Проектне виробництво як основа інформаційного виробництва. Закон інформаційної складності. Закон старіння інформації. Принципи управління інформацією.

Тема 7. Організація ІТ-менеджменту на підприємстві.

Зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного та операційного планування. Принципи та порядок розробки виробничої програми. Проектування виробничої системи компаній ІТ-індустрії. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу персоналу компаній ІТ-індустрії. Інформаційні рішення для забезпечення ефективної діяльності. Сутність та особливості антикризового та антисипативного управління.

Тема 8. Організація розрахунків зі споживачами інформаційної продукції.

Інформаційний продукт як об'єкт права власності. Сутність і типи електронних платіжних систем. Ціноутворення на ринку інформаційних послуг. Методи розрахунку ціни на інформаційну продукцію. Використання інструментів електронної комерції для просування інформаційної продукції.

Тема 9. Консультування у сфері ІТ-бізнесу.

Електронна підтримка покупців ІТ продукції. Автоматизація бізнес-процесів підприємства. ІТ-аутсорсинг. Безпека інформаційного бізнесу.

Тема 10. Проведення презентації компанії.

Сутність презентації. Особливості різних типів презентації. Організація і планування презентації. Способи підвищення ефективності проведення презентації.

4. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. ІТ-бізнес і тенденції його розвитку.

1. Історичні передумови розвитку інформаційного бізнесу.
2. Сутність інформаційного бізнесу.
3. Чинники, що впливають на розвиток ІТ-бізнесу.
4. Поняття інформаційного продукту та інформаційної послуги.
5. Функції ІТ-бізнесу.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Історичні передумови зародження інформаційного бізнесу.
2. Сутність інформаційного бізнесу.
3. Види інформаційного бізнесу.
4. Чинники, від яких залежить розвиток ІТ-бізнесу.
5. Сутність інформаційної послуги та інформаційного продукту.
6. Основні функції ІТ-бізнесу.

Теми рефератів: 4, 9, 15, 23.

Тема 2. Поняття та структура інформаційного ринку.

1. Сутність інформаційного ринку та виклики, що на ньому існують.
2. Ринок апаратних засобів обробки інформації.
3. Ринок програмних продуктів.
4. Ринок електронної інформації.
5. Ринок електронних угод.
6. Ринок інтегрованих інформаційних систем.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Сутність інформаційного ринку та його особливості.
2. Апаратні засоби обробки інформації.
3. Сучасні тенденції на ринку апаратних засобів обробки інформації.
4. Ринок програмних продуктів.
5. Ринок електронної інформації та його учасники.
6. Ринок електронних угод та його основні переваги.
7. Ринок інтегрованих інформаційних систем.

Теми рефератів: 2, 8, 12, 25.

Тема 3. Механізм функціонування інформаційного ринку.

1. Характеристика виробників інформаційних продуктів і послуг.
2. Суб'єкти інформаційного ринку.
3. Моделі продажу інформаційних продуктів.
4. Етапи розвитку інформаційного ринку України.
5. Недоліки інформаційної політики України.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Виробники інформаційних продуктів та послуг та їх особливості.

2. Основні суб'єкти інформаційного ринку.
3. Моделі продажу інформаційних продуктів.
4. Інформаційний ринок України та етапи його розвитку.
5. Недоліки інформаційної політики України.

Теми рефератів: 4, 12, 14, 29.

Тема 4. Організаційно-правові форми бізнесу. Переваги та недоліки організаційно-правових форм для компаній ІТ-індустрії.

1. Суб'єкти підприємницької діяльності.
2. Моделі підприємницької поведінки.
3. Види організаційно-правових форм бізнесу.
4. Засновники інформаційних компаній та їх функції.
5. Державна реєстрація суб'єктів ІТ-підприємництва.
6. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Суб'єкти підприємницької діяльності, їх основні права та обов'язки.
2. Моделі підприємницької поведінки.
3. Організаційно-правові форми бізнесу в Україні.
4. Переваги та недоліки організаційно-правових форм бізнесу.
5. Функції засновників інформаційних компаній.
6. Державна реєстрація суб'єктів ІТ-підприємництва.
7. Особливості визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах чи послугах.

Теми рефератів: 3, 10, 21, 24.

Тема 5. Типи організаційних структур та персонал ІТ-компаній.

1. Організаційна структура компанії.
2. Організаційна структура інформаційної компанії.
3. Основні категорії персоналу, які працюють в ІТ-компаніях.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Організаційна структура компанії.
2. Вимоги, що висуваються до організаційних структур.
3. Типи організаційних структур.
4. Організаційна структура інформаційної компанії та її ключові підрозділи.
5. Категорії персоналу, які працюють в ІТ-компаніях.

Теми рефератів: 6, 13, 23.

Тема 6. Особливості кінцевого продукту та роботи в інформаційному виробництві.

1. Поняття інформаційного виробництва.
2. Матеріальні та нематеріальні засоби праці інформаційного виробництва.
3. Проектне виробництво як основа інформаційного виробництва.

4. Закон інформаційної складності.
5. Закон старіння інформації.
6. Принципи управління інформацією.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Цифрове виробництво та його складові.
2. Матеріальні засоби інформаційного виробництва.
3. Нематеріальні засоби інформаційного виробництва.
4. Проектне виробництво.
5. Закон інформаційної складності.
6. Закон старіння інформації.
7. Причини втрати цінності інформації.
8. Принципи управління інформацією.

Теми рефератів: 11, 16, 17.

Тема 7. Організація ІТ-менеджменту на підприємстві.

1. Зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного та операційного планування.
2. Принципи та порядок розробки виробничої програми.
3. Проектування виробничої системи компаній ІТ-індустрії.
4. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу персоналу компаній ІТ-індустрії.
5. Інформаційні рішення для забезпечення ефективної діяльності.
6. Сутність та особливості антикризового та антисипативного управління.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Сутність стратегічного, поточного та операційного планування.
2. Порядок розробки виробничої програми.
3. Розробка виробничої системи компанії ІТ-індустрії.
4. Нормування праці персоналу компаній ІТ-індустрії.
5. Класифікація витрат робочого часу ІТ-персоналу.
6. Інформаційні рішення для забезпечення ефективної діяльності.

Теми рефератів: 2, 22, 27, 28.

Тема 8. Організація розрахунків зі споживачами інформаційної продукції.

1. Інформаційний продукт як об'єкт права власності.
2. Сутність і типи електронних платіжних систем.
3. Ціноутворення на ринку інформаційних послуг.
4. Методи розрахунку ціни на інформаційну продукцію.
5. Використання інструментів електронної комерції для просування інформаційної продукції.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Інформаційний продукт та його цінність.

2. Електронні платіжні системи.
3. Особливості ціноутворення на ринку інформаційних послуг.
4. Фактори, які впливають на ціноутворення на ринку інформаційних послуг.
5. Моделі ціноутворення на ринку інформаційних послуг.
6. Стратегії ціноутворення.
7. Методи розрахунку ціни на інформаційну продукцію.
8. Інструменти електронної комерції.

Теми рефератів: 1, 5, 19.

Тема 9. Консультування у сфері ІТ-бізнесу.

1. Електронна підтримка покупців ІТ продукції.
2. Автоматизація бізнес-процесів підприємства.
3. ІТ-аутсорсинг.
4. Безпека інформаційного бізнесу.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Види електронної підтримки покупців ІТ продукції.
2. Інструменти автоматизації бізнес-процесів підприємства.
3. ІТ-аутсорсинг.
4. Безпека інформаційного бізнесу.

Теми рефератів: 5, 18, 20, 26.

Тема 10. Проведення презентації компанії.

1. Сутність презентації.
2. Особливості різних типів презентації.
3. Організація і планування презентації.
4. Способи підвищення ефективності проведення презентації.

Основні питання для обговорення в групі:

1. Сутність презентації та її основні аспекти.
2. Типи презентацій.
3. Основні заходи для проведення успішної презентації.
4. Способи підвищення ефективності проведення презентації.

Теми рефератів: 7, 24, 30.

5. МЕТОДИЧНІ ПОРАДИ ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ ІТ-БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ»

Тема 1. ІТ-бізнес і тенденції його розвитку.

Починаючи вивчення першої теми, перш за все, необхідно відзначити зростання ролі інформації в економічних та суспільних відносинах, бурхливий розвиток нових продуктивних інформаційних технологій, їх значний вплив на організацію бізнес-процесів створило передумови для розвитку нового виду

підприємницької діяльності – інформаційного бізнесу.

Інформаційний бізнес як нова технологічна база управління виступає як мережа сполучених між собою каналами зв'язку різноманітних інформаційних структур, які акумулюють та постійно оновлюють інформаційні ресурси різних видів з метою задоволення інформаційних потреб користувачів, а також мають розвинену систему програм, що забезпечує вирішення більшості завдань економічного і соціального управління.

Інформаційний бізнес – це порівняно нова сфера підприємництва у вигляді найбільшого багатогалузевого комплексу зі своєю інфраструктурою, що склалася. Інформаційний бізнес входить в інфраструктуру всієї системи підприємницької діяльності та є самостійною сферою бізнесу.

Формуванню та розвитку інформаційного бізнесу сприяв розвиток технічної бази, засобів зв'язку, а також ставлення до інформації як до товару та стратегічного ресурсу виробничої та комерційної діяльності. Все це сприяло переведенню інформаційної діяльності на індустріальні рейки. Інформаційний бізнес має величезне значення для сучасного соціально-економічного розвитку, особливо в умовах переходу до інформаційного суспільства.

Тема 2. Поняття та структура інформаційного ринку.

Вивчення даної теми варто розпочати із з'ясування сутності інформаційного ринку. Інформаційний ринок - це система обміну інформацією між різними учасниками, включаючи компанії, організації, урядові структури та індивідуальних користувачів. Цей ринок включає в себе всі процеси, пов'язані зі збором, обробкою, збереженням, передачею та використанням інформації.

Інформаційний ринок включає різні види інформації, такі як новини, даних, наукові дослідження, статистика, комерційна інформація, фінансова інформація, аналітика та багато іншого. Учасники ринку можуть бути як постачальниками, так і споживачами інформації, а також проміжними посередниками, які забезпечують передачу та обробку інформації.

На інформаційному ринку відбувається торгівля інформацією, де вартість інформації може визначатися різними факторами, такими як її актуальність, достовірність, рідкісність, попит та інші. Учасники ринку можуть використовувати інформацію для прийняття рішень, проведення досліджень, розробки стратегій та планування дій.

Одним з важливих аспектів інформаційного ринку є доступ до інформації. Завдяки розвитку технологій, особливо Інтернету, доступ до інформації став більш доступним і широким. Це впливає на конкуренцію на ринку, сприяє зростанню обсягів обміну інформацією та розвитку нових послуг і продуктів, пов'язаних з інформаційним ринком

Тема 3. Механізм функціонування інформаційного ринку.

Вивчення третьої теми варто розпочати із з'ясування ключових суб'єктів інформаційного ринку. Це організації або особи, які займаються обміном, передачею або наданням інформації на ринку. Вони можуть бути різних типів

та виконувати різноманітні функції. Основні суб'єкти інформаційного ринку:

-медіаорганізації: газети, журнали, телебачення, радіо, онлайн-видання і блоги, які створюють, редагують і поширюють новини та інформацію;

-рекламні агентства: компанії, які надають послуги з розробки та розміщення реклами для клієнтів;

-інформаційні агентства: організації, які збирають, обробляють і поширюють новини та інформацію для медіа, уряду та інших клієнтів;

-видавництва: організації, які друкують книги, журнали, наукові статті;

-Інтернет-провайдери: організації, які надають доступ до Інтернету та інших послуг, пов'язаних з передачею інформації;

-виробники технологій: компанії, що розробляють та виробляють пристрої, програмне забезпечення та інші технології, що сприяють обміну та передачі інформації;

-бібліотеки та архіви: установи, які зберігають та надають доступ до інформаційних ресурсів, таких як книги, документи, архіви, бази даних тощо;

-корпорації та підприємства: компанії, які створюють, обробляють та передають інформацію, пов'язану з їх діяльністю, включаючи внутрішні та зовнішні комунікації, маркетинг, фінанси тощо.

-користувачі інформації: особи або організації, які шукають, отримують, обробляють та використовують інформацію для своїх потреб, розваг або прийняття рішень.

Інформаційний ринок перебуває у стані постійного розвитку, тому на ньому час від часу з'являються нові суб'єкти.

Тема 4. Організаційно-правові форми бізнесу. Переваги та недоліки організаційно-правових форм для компаній ІТ-індустрії.

Слід зазначити, що в Україні існують такі організаційно-правові форми бізнесу.

Фізична особа-підприємець (ФОП) – це фізична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи. ФОП відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з веденням підприємницької діяльності, усім своїм майном, крім майна, на яке згідно із законом не може бути звернено стягнення.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) – це юридична особа, статутний капітал якої поділений на частки, розмір яких визначається установчим договором. Учасники ТОВ не відповідають за зобов'язаннями товариства, а несуть ризик збитків, пов'язаних з його діяльністю, у межах своїх вкладів.

Акціонерне товариство (АТ) – це юридична особа, статутний капітал якої поділений на акції рівної номінальної вартості. Акціонери не відповідають за зобов'язаннями товариства, а несуть ризик збитків, пов'язаних з його діяльністю, у межах вартості належних їм акцій.

Спільне підприємство – це договірна форма спільної підприємницької діяльності, створена двома або більше суб'єктами господарювання, які є

юридичними особами.

Філія – це відокремлений підрозділ юридичної особи, який не є юридичною особою і здійснює всі або частину її функцій.

Представництво – це відокремлений підрозділ юридичної особи, який не є юридичною особою і здійснює представництво та захист інтересів юридичної особи.

Тема 5. Типи організаційних структур та персонал ІТ-компаній.

Вивчення п'ятої теми передбачає вивчення типів організаційних структур. Найбільш поширеними є такі типи організаційних структур.

Лінійна структура – це структура, в якій кожен підлеглий має лише одного керівника, який виконує всі функції адміністративного характеру у відповідному підрозділі.

Функціональна структура – це структура, в якій підрозділи організовані за функціональними ознаками (виробництво, маркетинг, фінанси тощо).

Дивізійна структура – це структура, в якій є поділ на відділення (дивізії) за географічними, продуктовими або іншими ознаками.

Матрична структура передбачає, що співробітники компанії підпорядковуються одночасно як лінійному керівнику, так і керівнику функціонального підрозділу. Така структура ефективна для компаній, які працюють над проектами, що вимагають тісної взаємодії між різними функціональними підрозділами.

Комбінована структура є поєднанням лінійної, функціональної та матричної структур. Така структура ефективна для великих компаній з складним набором продуктів і послуг.

Тема 6. Особливості кінцевого продукту та роботи в інформаційному виробництві.

Вивчення цієї теми варто розпочати з того, що інформаційне виробництво (цифрове виробництво або виробництвом знань) – це процес створення, обробки, передачі та управління інформацією з використанням технологій інформаційних систем. Це поняття відноситься до сфери діяльності, пов'язаної з розробкою, виробництвом та обробкою інформаційних продуктів, які мають значення для суспільства, бізнесу, науки та інших галузей.

Основні складові інформаційного виробництва включають:

збір інформації – це процес отримання даних з різних джерел, таких як документи, бази даних, Інтернет, сенсорні пристрої тощо;

аналіз інформації – це процес перетворення зібраних даних в корисну інформацію за допомогою методів статистики, моделювання, машинного навчання (Machine Learning) та інших аналітичних технік;

створення інформаційних продуктів – включає розробку програмного забезпечення, веб-сайтів, мобільних додатків, баз даних, аналітичних звітів, наукових досліджень та інших інформаційних ресурсів;

передавання інформації – це процес обміну інформацією між різними учасниками (співробітники компанії, клієнти, партнери, користувачі веб-сайтів

або додатків);

управління інформацією – включає зберігання, організацію, пошук, захист і контроль доступу до інформаційних ресурсів, а також розвиток інформаційних стратегій та політик компанії.

Інформаційне виробництво відіграє важливу роль у розвитку сучасного суспільства. Це дозволяє швидко обмінюватися інформацією, забезпечує доступ до знань, покращує ефективність бізнес-процесів, сприяє науковим дослідженням і стимулює інновації.

Тема 7. Організація ІТ-менеджменту на підприємстві.

Починати вивчення даної тем, слід із визначення антикризового управління. Антикризове управління – це процес, що включає в себе планування і реалізацію заходів для подолання критичних ситуацій, які загрожують стабільності і успіху організації. Воно охоплює різноманітні стратегії і техніки, що дозволяють управляти і мінімізувати негативні наслідки кризових ситуацій.

Антикризове управління передбачає ідентифікацію кризових ситуацій, визначення потенційних загроз і проблем, які можуть призвести до кризи, оцінку поточного стану справ, визначення основних проблем і можливих наслідків, розробку стратегій для подолання кризи або зміну бізнес-моделі, забезпечення необхідними фінансовими ресурсами та людським капіталом для впровадження антикризових заходів, налагодження ефективної комунікації, моніторинг ефективності вжитих заходів, оцінка результатів антикризового управління та аналіз успіхів і помилок та розробка рекомендацій для покращення антикризового управління в майбутньому.

Розрізняють наступні стратегії антикризового управління:

- фінансова реструктуризація;
- операційна реорганізація;
- зміна бізнес-моделі;
- управління репутацією;
- управління людськими ресурсами.

Інструментами антикризового управління можуть виступати SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін організації, можливостей і загроз); аналіз ризиків (виявлення і оцінка ризиків для вчасного реагування); фінансове моделювання (інструменти для прогнозування фінансових показників і оцінки впливу антикризових заходів).

Антикризове управління вимагає оперативності, стратегічного мислення і гнучкості. Своєчасне і ефективне реагування на кризові ситуації може допомогти не тільки подолати труднощі, але і зміцнити позиції організації.

Антисипативне управління (від латинського «anticipatio» – передбачення) – це підхід до управління, спрямований на проактивне передбачення і підготовку до можливих майбутніх подій і змін. Цей підхід базується на ідеї, що успішне управління можливе лише тоді, коли організація здатна не лише реагувати на вже існуючі проблеми, але й передбачати їх і готуватися до них заздалегідь.

Основними аспектами антисипативного управління є:

- прогнозування і аналіз тенденцій у галузі, ринку і технологіях; використання статистичних і аналітичних моделей для прогнозування можливих сценаріїв розвитку;

- оцінка ризиків і можливостей та потенційних загроз, які можуть вплинути на організацію;

- стратегічне планування, розробка кількох сценаріїв розвитку подій;

- підготовка і реалізація антисипативних заходів, інвестування в нові технології, розвиток нових продуктів або послуг, які можуть стати ключовими в майбутньому;

- постійний моніторинг змін у середовищі та оцінка ефективності впроваджених стратегій та внесення коректив у разі необхідності.

Переваги антисипативного управління: проактивність; можливість скористатися новими можливостями раніше за конкурентів; підвищення здатності організації швидко адаптуватися до змін у середовищі.

Основними інструменти антисипативного управління є SWOT-аналіз, PEST-аналіз, аналіз сценаріїв, фінансове моделювання, використання моделей для прогнозування фінансових результатів і впливу майбутніх змін на бізнес.

Антисипативне управління дозволяє організаціям бути проактивними, забезпечуючи довгострокову стійкість і конкурентні переваги на ринку.

Тема 8. Організація розрахунків зі споживачами інформаційної продукції.

Вивчаючи тему, присвячену організації розрахунків зі споживачами інформаційної продукції, потрібно надати визначення інформаційному продукту. Інформаційний продукт – це будь-який вид інформації, який може бути створений, оброблений і переданий у формі, що має певну цінність. Це може бути текст, зображення, відео, аудіо або будь-яке інше цифрове або фізичне представлення знань.

Розглянемо методи, які використовуються для визначення ціни на інформаційну продукцію.

Метод витрат. Передбачає розрахунок ціни на основі витрат, понесених на розробку і підтримку інформаційної продукції, плюс націнка для покриття прибутку. Він включає витрати на розробку, технічну підтримку, маркетинг і інші супутні витрати. Його перевагою є проста у реалізації, особливо якщо витрати чітко визначені. Разом із тим, він не враховує ринковий попит і конкурентне середовище.

Метод ціноутворення на основі цінності. Цей метод визначає ціну на основі сприйнятої цінності для споживача. Враховуються вигоди, які продукт приносить користувачеві, і те, скільки він готовий платити за ці вигоди. За допомогою нього аналізують переваги та вигоди, які продукт надає споживачеві. Визначення ціни відбувається на основі того, як багато споживачі готові заплатити за цю цінність. Недоліком цього методу є те, що складно визначити точну цінність для кожного споживача.

Конкурентне ціноутворення. Цей метод визначає ціну на основі цін конкурентів. Виробники аналізують ціни аналогічних продуктів на ринку і

встановлюють свою ціну відповідно. Метод допомагає залишатися конкурентоспроможним на ринку. Однак, метод не враховує внутрішні витрати і унікальні особливості продукту.

Ціноутворення на основі попиту. Ціни визначаються на основі аналізу попиту на інформаційну продукцію. Високий попит може виправдати вищі ціни, тоді як низький попит може вимагати зниження цін. Використання цього методу може допомогти максимізувати доходи за рахунок підвищення цін при високому попиті.

Моделі підписки. Застосовується до інформаційних послуг, що надаються на регулярній основі. Клієнти сплачують періодичні платежі за доступ до послуги або оновлень. Може бути щомісячна, щорічна або інша періодичність. Передбачає встановлення ціни на основі вартості підтримки та обслуговування послуг. Забезпечує стабільний дохід і лояльність клієнтів, однак потребує постійного оновлення і підтримки контенту.

Freemium. Модель, де базові функції або доступ до інформаційної продукції надаються безкоштовно, а розширені функції або додатковий контент доступні за плату. Розмежовує функціонал, доступний безкоштовно і за плату.

Ціноутворення на основі результатів. Вартість визначається на основі досягнутого результату або вигоди для клієнта. Це може бути застосовано для консалтингових послуг або аналітичних рішень. Недоліком є те, що складно виміряти і забезпечити результати.

Методи розрахунку ціни на інформаційну продукцію можуть бути комбінацією різних підходів, залежно від специфіки продукту, ринкових умов і бізнес-моделі. Правильний вибір методу ціноутворення допоможе максимізувати прибуток і задовольнити потреби споживачів.

Тема 9. Консультування у сфері ІТ-бізнесу.

Ефективне консультування у сфері ІТ-бізнесу має, насамперед, передбачати підтримку покупців ІТ продукції. Електронна підтримка покупців ІТ продукції є важливою складовою сучасного обслуговування клієнтів, яка включає різноманітні форми допомоги та комунікації. Це дозволяє забезпечити швидке реагування на запити, покращити користувацький досвід і підвищити рівень задоволеності клієнтів. Основні аспекти електронної підтримки включають наступне.

Служба підтримки через електронну пошту. Клієнти можуть надсилати запити та проблеми через електронну пошту, а підтримка надає відповіді або рішення.

Чат-підтримка. Веб-чати на сайті компанії або в мобільних застосунках дозволяють отримувати допомогу в реальному часі.

Форуми і спільноти. Спеціалізовані форуми або онлайн-спільноти дозволяють користувачам обмінюватися досвідом, задавати питання і отримувати поради від інших користувачів і спеціалістів.

База знань та FAQ. Веб-сайти компаній часто мають розділи з часто задаваними питаннями (FAQ) і статті, що описують рішення поширених проблем.

Системи управління запитами (Ticketing Systems). Використання систем для відстеження запитів і інцидентів допомагає управляти і координувати підтримку, що дозволяє уникнути втрати інформації і забезпечити швидке реагування.

Відеоуроки та навчальні матеріали. Відео та інструкції можуть допомогти користувачам краще зрозуміти функціональність продукту та самостійно вирішити проблеми.

Соціальні мережі. Взаємодія через соціальні платформи, такі як Twitter або Facebook, дозволяє швидко реагувати на запити та проблеми користувачів.

Автоматизовані чат-боти. Використання штучного інтелекту для автоматизації відповідей на запити та надання основної підтримки.

Вебінари та онлайн-зустрічі. Проведення онлайн-сесій для навчання та відповіді на запитання користувачів.

Моніторинг та аналітика. Аналіз запитів та відгуків користувачів для виявлення часто повторюваних проблем та вдосконалення процесів підтримки.

Ефективна електронна підтримка допомагає не лише вирішувати технічні проблеми, але й забезпечує позитивний досвід користувачів, що може сприяти лояльності та задоволенню клієнтів.

Тема 10. Проведення презентації компанії.

Слід зазначити, що сутність презентації полягає в ефективному донесенні інформації до аудиторії. Це може бути досягнуто шляхом використання різних візуальних, аудіо та текстових засобів, щоб зробити повідомлення зрозумілим, переконливим і запам'ятовуваним.

Для того, аби презентація була ефективно, необхідно враховувати наступні аспекти.

1. Мета. Чітке розуміння мети презентації допомагає визначити її структуру і зміст. Мета може бути інформаційною, переконливою, навчальною або розважальною.

2. Аудиторія. Знання потреб, інтересів і рівня знань аудиторії дозволяє адаптувати інформацію та спосіб її подачі, щоб забезпечити максимальну ефективність сприйняття.

3. Структура. Хороша презентація має чітку структуру: вступ, основна частина і висновки. Вступ презентує тему і мету, основна частина детально розглядає питання, а висновки підсумовують основні ідеї.

4. Візуальні та аудіо елементи. Використання графіки, діаграм, відео та аудіо може значно підвищити зрозумілість і цікавість презентації. Важливо, щоб ці елементи були якісними та доречними.

5. Комунікація. Важливо вміти ефективно спілкуватися з аудиторією, відповідати на питання та реагувати на її зворотний зв'язок. Це включає в себе як вербальні, так і невербальні комунікаційні навички.

6. Підготовка. Презентація має бути добре підготовлена. Також необхідно перевірити технічне обладнання та матеріали.

Презентація – це не просто передача інформації, але й мистецтво взаємодії з аудиторією для досягнення конкретних цілей.

6. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота здобувача (здобувачки) передбачає написання реферату за темами дисципліни «Організація ІТ-бізнесу в глобальному середовищі». Робота над рефератом ставить за мету отримання навичок науково-дослідницької роботи, в процесі якої здобувачі мають навчитись самостійно працювати з економічною літературою, науковими публікаціями вітчизняних та зарубіжних вчених, використовувати законодавчо-правову базу, аналізувати статистичні дані, узагальнювати отриману інформацію та логічно викладати свої думки з приводу того чи іншого питання.

Структура реферату має включати:

- вступ, у якому автор(ка) має розкрити актуальність обраної теми та основні завдання дослідження;
- основну частину, яка складається з двох-трьох розділів;
- висновки, що містять стисле викладення основних результатів роботи;
- список використаної літератури, у тому числі законодавчих та нормативних актів (перелік джерел надається в алфавітному порядку у відповідності з правилами бібліографічного оформлення).

Зауважимо, що реферат виконується здобувачем (здобувачкою) самостійно. Обсяг реферату визначено в межах 10-15 сторінок друкованого тексту з міжрядковим інтервалом 1,5; шрифт Times New Roman (Times New Roman Cyr) № 14 на аркушах паперу формату А4 (210×297 мм) з одного боку аркуша. На сторінках залишаються береги таких розмірів: ліве – 30 мм, праве – 10 мм, верхнє та нижнє – 20 мм.

Реферат повинен обов'язково містити теоретичні основи досліджуваної проблеми та включати аналітичну оцінку статистичного матеріалу, що її характеризує. Стель викладу матеріалу в рефераті має бути науковим, з дотриманням стилістичних і граматичних норм. Обов'язково необхідно навести в рефераті ілюстрації: таблиці, схеми, графіки, діаграми тощо. При написанні реферату здобувач(ка) має не лише систематизувати теоретичний та фактичний матеріал, але проявити творчий підхід до аналізу та визначення шляхів розв'язання реальних проблем у межах обраної теми.

Виступаючи з рефератом на практичному занятті, здобувач(ка) має стисло обґрунтувати актуальність обраної теми, викласти суть питання, зосередити увагу на дискусійних та проблемних аспектах, висловити власне бачення можливостей розв'язання тих чи інших проблем. При цьому необхідно вільно володіти матеріалом і бути готовим надати повну та ґрунтовну відповідь на запитання викладача та здобувачів групи.

До здобувачів висуваються вимоги досконалого володіння матеріалом, повного розкриття теми реферату, використання інформації за відповідний рік статистичних збірників «Статистичний щорічник України», інших статистичних даних, що містяться у відкритих джерелах; детального аналізу усіх аспектів досліджуваної проблеми (тенденцій, причин та наслідків) з

обов'язковим посиланням на використані літературні джерела та наявністю конкретних пропозицій і прогнозів; наявності доцільного, кваліфіковано виконаного та оформленого ілюстративного матеріалу; вірних відповідей на питання викладача та здобувачів групи.

7. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Роль інтелектуальної власності в глобальному ІТ-бізнесі.
2. Ефективність використання великих даних (Big Data) в ІТ-операціях.
3. Міжнародна співпраця в галузі ІТ-досліджень і розробок.
4. Використання штучного інтелекту для оптимізації глобальних ІТ-процесів.
5. Комплексні системи захисту інформації.
6. Інформаційне забезпечення сталого розвитку України.
7. Ризики економічної безпеки в контексті глобальної діджиталізації аутсорсингу.
8. Управління ризиками ІТ-проектів.
9. Формалізація ризиків ІТ-компаній: управлінський аспект.
10. Цифрова трансформація фінансового сектору світової економіки: тенденції та ризики.
11. Сталий розвиток і екологічна відповідальність у глобальному ІТ-бізнесі.
12. Технології блокчейн і їх вплив на міжнародний ІТ-бізнес.
13. Управління людським капіталом в ІТ компаніях.
14. Аналіз ринку стартапів у сфері ІТ.
15. Вплив цифрових трансформацій на традиційний бізнес.
16. Моделі бізнес-інновацій в міжнародних ІТ-компаніях.
17. Вплив глобальних економічних циклів на ІТ-компанії.
18. Переваги і виклики аутсорсингу ІТ-послуг на глобальному рівні.
19. Моделі монетизації ІТ-продуктів і послуг на глобальному ринку.
20. Етичні та правові аспекти глобального ІТ-бізнесу.
21. Ризики та можливості для ІТ-бізнесу в країнах, що розвиваються.
22. Роль крос-культурного менеджменту в ІТ-компаніях.
23. Тенденції глобального ринку ІТ.
24. Стратегії виходу компаній ІТ на міжнародні ринки.
25. Перспективи розвитку інтернету речей (ІоТ) на глобальному ринку.
26. Вплив соціальних медіа на ІТ-бізнес.
27. Роль кібербезпеки в управлінні ІТ-компаніями.
28. Управління якістю в ІТ-компаніях.
29. Тренди і перспективи розвитку 5G і їх вплив на ІТ-бізнес.
30. Культура інновацій в глобальних ІТ-компаніях.

8. ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ З ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ІТ-БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ»

1. Історичні передумови розвитку інформаційного бізнесу.
2. Сутність інформаційного бізнесу.
3. Чинники, що впливають на розвиток ІТ-бізнесу.
4. Поняття інформаційного продукту та інформаційної послуги.
5. Функції ІТ-бізнесу.
6. Сутність інформаційного ринку та виклики, що на ньому існують.
7. Ринок апаратних засобів обробки інформації.
8. Ринок програмних продуктів.
9. Ринок електронної інформації.
10. Ринок електронних угод.
11. Ринок інтегрованих інформаційних систем.
12. Характеристика виробників інформаційних продуктів і послуг.
13. Суб'єкти інформаційного ринку.
14. Моделі продажу інформаційних продуктів.
15. Етапи розвитку інформаційного ринку України.
16. Недоліки інформаційної політики України.
17. Суб'єкти підприємницької діяльності.
18. Моделі підприємницької поведінки.
19. Види організаційно-правових форм бізнесу.
20. Засновники інформаційних компаній та їх функції.
21. Державна реєстрація суб'єктів ІТ-підприємництва.
22. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах.
23. Організаційна структура компанії.
24. Організаційна структура інформаційної компанії.
25. Основні категорії персоналу, які працюють в ІТ-компаніях.
26. Поняття інформаційного виробництва.
27. Матеріальні та нематеріальні засоби праці інформаційного виробництва.
28. Проектне виробництво як основа інформаційного виробництва.
29. Закон інформаційної складності.
30. Закон старіння інформації.
31. Принципи управління інформацією.
32. Зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного та операційного планування.
33. Принципи та порядок розробки виробничої програми.
34. Проектування виробничої системи компаній ІТ-індустрії.
35. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу персоналу компаній ІТ-індустрії.
36. Інформаційні рішення для забезпечення ефективної діяльності.
37. Сутність та особливості антикризового та антисипативного управління.
38. Інформаційний продукт як об'єкт права власності.
39. Сутність і типи електронних платіжних систем.
40. Ціноутворення на ринку інформаційних послуг.

41. Методи розрахунку ціни на інформаційну продукцію.
42. Використання інструментів електронної комерції для просування інформаційної продукції.
43. Електронна підтримка покупців ІТ продукції.
44. Автоматизація бізнес-процесів підприємства.
45. ІТ-аутсорсинг.
46. Безпека інформаційного бізнесу.
47. Сутність презентації.
48. Особливості різних типів презентації.
49. Організація і планування презентації.
50. Способи підвищення ефективності проведення презентації.

9. ЛІТЕРАТУРА, РЕКОМЕНДОВАНА ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Баула О.В., Лютак О.М. Цифрова трансформація фінансового сектору світової економіки: тенденції та ризики. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18(1). С. 111-122.
2. Дворник О.В. Поняття адаптивно-орієнтованої системи управління бізнес-організацій. *Economic synergy*. 2024. Iss. 1. С. 167-178.
3. Дергачова В.В., Воржакова Ю.П., Хлебінська О.І. Організація бізнес-процесів в умовах цифровізації. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. Вип. 14. С. 60-68.
4. Заруба В.Я., Парфентенко І.А. Методи використання вебсайтів в інтегрованому просуванні бізнесу організацій. *Економіка промисловості*. 2021. № 2. С. 125-140.
5. Заярнюк О.В., Петросян А.А., Кухарішин І.Ю. Актуальні підходи в управлінні якістю на основі впровадження штучного інтелекту у бізнес-процеси підприємства. Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізаційних процесів в Україні та світі : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., 12 груд. 2023 р., м. Кропивницький / Центральноукраїн. нац. техн. ун-т, каф. економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи ; [редкол. : А.А. Тихий, В.В. Зайченко та ін.]. В 2х частинах. Ч.1. Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2023. – 203 с., С. 61-64.
6. Заярнюк О.В., Сікач А.Ю. Цифрові виклики та рішення у публічному управлінні стратегічним розвитком підприємств дорожнього господарства України. Проблеми і перспективи економічного розвитку в умовах модернізаційних процесів в Україні та світі : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 12 груд. 2023 р. : у 2 ч. : Ч. 2 / [редкол. : А. А. Тихий, В. В. Зайченко, Н. С. Шалімова та ін.] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т, каф. економіки, підприємництва та готельно-ресторанної справи. – Кропивницький : РВЛ ЦНТУ, 2023. – 106 с., С. 36-38.

7. Заярнюк О.В., Сторожук О.В., Сокурєнко О.Ю. Організація ІТ-бізнесу: особливості менеджменту в контексті соціальної відповідальності в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. №64.
8. Заярнюк О.В., Холодовська О.Г., Коверга Я.В. Штучний інтелект у сучасному ризик-менеджменті: методи та алгоритми. Сучасні тренди соціально-економічних перетворень та інтелектуалізації суспільства в умовах сталого розвитку: матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс]. Електрон. дані. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. – 410 с., С. 192-193.
9. Кошеля Д.І. Концептуальні засади організації бізнесу в ІТ-сфері. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 5. С. 106-112.
10. Кошеля Д.І. Сутність та критерії формування потенціалу організації бізнесу в ІТ сфері. *Ефективна економіка*. 2023. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_2_56
11. Кравченко О. М. Організаційно-правові заходи забезпечення охорони конфіденційної інформації та комерційної таємниці бізнесу в Україні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Юридичні науки*. 2023. Т. 34(73), № 3. С. 48-53.
12. Лаврєнтьєва О.О., Крупський О.П. Методика підготовки майбутніх ІТ-фахівців до стратегічної та тактичної діяльності в бізнес-організаціях. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Педагогіка і психологія*. 2023. № 1. С. 51-61.
13. Машошина Н.В., Пуріхов В.М., Ковалик О.А. Використання діджитал інструментів в організації ресурсного забезпечення діяльності малого бізнесу. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 6(1). С. 30-32.
14. Назаренко С.А., Носань Н.С. Управління інформаційною системою бізнес-організації в умовах цифрової трансформації економіки України. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Вип. 5. С. 185-189.
15. Смолич Д. В. Розвиток бізнесу в Україні за підтримки організацій роботодавців та їх об'єднань. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 3. С. 56-62.
16. Українська Л.О., Шифріна Н.І. Особливості організації інноваційних бізнес-процесів в інформаційній економіці. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 83. С. 157-164.
17. Харчук Т.В., Попрозман О.І., Мельник В.В. Інформаційно-комунікаційний вплив на трансформацію системи управління бізнес-організаціями. *Наукові праці НДФІ*. 2022. Вип. 2. С. 100-109.
18. Шалева О.І. Організація бізнес-планування і його роль у підвищенні ефективності функціонування інтернет-магазинів. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 25. С. 103-109.
19. Штик Ю.В., Семенова Д.О., Ковальська К.В. Цифровізація бізнес-процесів екоорієнтованих підприємств в умовах сталого розвитку. *Підприємництво та інновації*. 2023. Вип. 28. С. 70-73.
20. Шульга О.А. Цифровий маркетинг як основа сучасного бізнесу. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 76. С. 135-139.

ОРГАНІЗАЦІЯ ІТ-БІЗНЕСУ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Методичні рекомендації до вивчення дисципліни для магістрів
ОПП «Менеджмент ІТ у глобальному середовищі»

Автор:

Заярнюк Олексій Васильович

канд. екон. наук., доцент кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності Центральноукраїнського національного технічного університету