

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ІТ-СФЕРИ З РОЗРОБКИ ТА ПРОСУВАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ WEB-РЕСУРСІВ

студент гр. Мс-41 **Ковальов В.О.**

Сумський державний університет (Україна)

Ми живемо в епоху інформаційного вибуху, коли, за деякими даними, об'єм інформації подвоюється щорічно. Великими темпами зростає швидкість доступу в Інтернет і сама глобальна мережа розростається щогодини. Завдяки інформаційній революції формується нова світова економіка, де державні кордони розмиваються. Дозволяючи одержувати необхідну інформацію з будь-якої відстані в режимі реального часу і швидко приймати рішення, сучасні системи телекомунікацій полегшують організацію міжнародного інвестування, руху капіталів, кооперації виробництва і маркетингу.

Актуальність даної теми полягає в тому, що головна і найважливіша можливість Інтернету розповсюдження інформації про продукцію, або самої продукції, а також запрошення до співпраці. Цей спосіб роботи з клієнтами не просто розширив такі традиційні способи, як друкована та телевізійна реклама, але й забезпечив двостороннє спілкування. Проте значна частина компаній не зупинилася на досягнутому, перемістившись на наступний рівень - Інтернет. Інтернет дозволив замовляти продукцію та послуги прямо на сайтах компаній, а потім отримувати їх традиційним шляхом: за допомогою транспортної організації, або каналами Інтернету. За даними досліджень компанії Miniwatts International, що постачає цінні статистичні та прогностичні дані про населення світу, світовий ринок та розвиток інформаційних технологій, станом на 30 Березня 2014 року 3035,7 млн. чоловік користувалися послугами Інтернет [1].

Вплив Інтернету на діяльність компаній можливо зрозуміти, процитувавши Біла Гейтса: «Якщо тебе немає в Інтернеті, тебе немає у бізнесі». Тому все більше компаній намагаються окреслити свою присутність у всесвітній мережі. Проте не маючи відповідних ресурсів на навчочок, вони звертаються до спеціалізованих ІТ-компаній, щоб ті займалися створенням, підтримкою та просуванням їхніх корпоративних WEB-ресурсів. Про перспективи розвитку таких компаній можна зробити висновки враховуючи темпи зростання всесвітньої мережі Інтернет. Для ефективного функціонування даних компаній до менеджера ставиться дуже багато вимог. На даному етапі розвитку він не може залишатись лише управлінцем, в звичному для нас розумінні цього слова, менеджер повинен бути всебічно розвинутим у своїй галузі. Тепер менеджеру необхідно знати і розуміти всі механізми Інтернет маркетингу, до того ж не просто знати, а бути діючим практиком, адже в даному сегменті однієї лише теорії буде замало.

Умови ринку диктують такі вимоги, що для успішного функціонування постійно необхідно слідкувати за усіма новинками. На даному ринку дуже велика конкуренція, швидкість появи нововведень змушує керівника не тільки постійно контролювати хід виконання робіт, звітувати перед замовником та ставити завдання робітникам, а й постійно навчатись, щоб не відставати від конкурентів та мати можливість запропонувати клієнтові щось краще, ніж у інших компаній. Головною особливістю діяльності таких компаній можна назвати те, що основний їхній ресурс – це знання, тому «битва» за дійсно кваліфікованих спеціалістів дуже велика. На даному етапі замало лише високої заробітної плати та премій, тому все більше компанії владують кошти в облаштування робочого місця працівника та комфортних умов його праці. Крім того, дуже великі кошти необхідно вкладати не тільки в навчання керівників, а в навчання вузькопрофільних працівників, тобто в навчання кожного працівника, все з тих же причин, що і менеджерів – швидкоплинність змін в даному сегменті. Також необхідно знайти дійсно якісне джерело нової інформації, щоб не платити за неактуальні дані. Якщо ж повернутись до управлінців, то основна їхня задача – це зрозуміти те, що хоче отримати клієнт, мовою людини, яка навіть не уявляє як буде робитись те, що вона бажає, та грамотно перенести це в технічне завдання для працівника, але вже не мовою клієнта, а мовою, яка буде зрозумілою для вузькопрофільного спеціаліста, щоб він чітко знав, що йому необхідно робити. Тобто ми бачимо, що управління організаціями ІТ-сфери з розробки та просування спеціалізованих WEB-ресурсів - це дуже складна сфера.

По перше, дуже важко знайти дійсно кваліфікованих спеціалістів, не важливо, буде це менеджер проекту, чи вузькопрофільний спеціаліст, адже швидкість розвитку ринку така, що університети не в змозі підготувати готового робітника. Проте, в даному недоліку можна побачити і плюс, а саме, як правило, люди, які цим займаються – це самоучки. Вони свідомо обрали цю професію і отримують від неї задоволення, вони завжди відкриті до нових знань, тому ті кошти, які компанія витрачає на навчання працівників, як правило, не викидаються в нікуди, а дійсно дають результат.

По-друге, менеджеру необхідно бути не лише керівником, але і продавцем, маркетологом, добре розумітись в усіх етапах виконання проекту і розуміти мову спеціалістів, щоб правильно написати технічне завдання кожному з робітників. По-третє, постійна орієнтація на клієнта, щоб не тільки виконати його замовлення, але і запропонувати щось краще, ніж у конкурентів, та зберегти його для подальшої співпраці. І, вчетверте, необхідність постійного навчання без відриву від виконання своїх прямих обов'язків. Навчання не лише за рахунок компанії, але і самому шукати можливості для додаткового отримання знань, щоб підвищувати свою цінність, як спеціаліста, на ринку праці. Навчатись в різних сферах і постійно слідкувати за нововведеннями в усіх сферах роботи не тільки своєї спеціальності, а й спеціальностях своїх підлеглих.

1. Internet World Stats - Usage and Population Statistics [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.internetworldstats.com/>

Науковий керівник: к.е.н., доц. Глівенко С.В.