

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ІТ-РИНКУ У СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

©2023 ПТАЩЕНКО О. В., КУРЦЕВ О. Ю., ДЕНИСЮК О. В., ВОВК В. А.

УДК 338.467  
JEL: F69; L86

### Птащенко О. В., Курцев О. Ю., Денисюк О. В., Вовк В. А. Особливості розвитку національного ІТ-ринку у світовому інформаційному просторі

У роботі розглянуто основні особливості формування інформаційного простору сьогодення, розглянуто особливості інформаційних послуг і тенденції розвитку ІТ-ринку. Світовий ринок інформаційних технологій характеризується високим рівнем конкуренції, що спонукає ІТ-компанії, які функціонують на цьому ринку, використовувати всі доступні маркетингові засоби для того, щоб протистояти конкуренції, яка постійно зростає. У контексті діяльності на світовому ринку інформаційних технологій ключове значення має ефективна маркетингова комунікаційна діяльність, яка є запорукою забезпечення конкурентоспроможності ІТ-компанії для успішного функціонування на цьому висококонкурентному ринку. Зазначено, що ІТ-ринок є одним із елементів формування сучасного високотехнологічного ринку в Україні. У широкому розумінні ІТ охоплює всі сфери передачі, зберігання та сприйняття інформації. У цьому ІТ часто асоціюють саме з комп'ютерними технологіями, і це не випадково: поява комп'ютерів вивела ІТ на новий рівень. При цьому основою ІТ є технології обробки, зберігання та сприйняття інформації. Визначено основні тенденції розвитку ІТ-ринку до яких належать: компетентність (Україна має висококваліфікованих фахівців у галузі програмування, тестування ПЗ, аналізу даних та інших суміжних сфер); конкурентність (українські ІТ-компанії надають якісні послуги за більш прийнятними цінами порівняно з розвиненими країнами Заходу); швидкість розвитку (ІТ-індустрія в Україні швидко розвивається та зростає, що дає можливість бути на шляху до технологічного лідерства); наявність стартап-екосистеми (Україна має активну стартап-екосистему, що сприяє створенню та розвитку молодих технологічних компаній); географічне положення (Україна знаходиться в зручному географічному положенні для співпраці з Європою та США, що дозволяє легко входити на світовий ринок). Зроблено висновок, що одним із ключових факторів для досягнення успіху є забезпечення сприятливого бізнес-клімату в Україні, що залежить від урядової політики, законодавства та інфраструктури.

**Ключові слова:** ІТ-ринок, інформаційне середовище, комунікації, інформаційний простір, ІТ-сфера.

**Бібл.:** 11.

**Птащенко Олена Валеріївна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [Olena.Ptashchenko@hneu.net](mailto:Olena.Ptashchenko@hneu.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-2413-7648>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/2133774>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57215814236>

**Денисюк Ольга Василівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, менеджменту та управління територіями, Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва і архітектури (вул. Освіти, 4, Київ, 03037, Україна)

**E-mail:** [olga28.ovden9707@gmail.com](mailto:olga28.ovden9707@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5294-4933>

**Курцев Олексій Юрійович** – викладач кафедри державного управління, публічного адміністрування та регіональної економіки, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [alexeykurcev@gmail.com](mailto:alexeykurcev@gmail.com)

**Вовк Володимир Анатолійович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [Volodymyr.vovk@hneu.net](mailto:Volodymyr.vovk@hneu.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-1140-3273>

UDC 338.467  
JEL: F69; L86

### Ptashchenko O. V., Kurtsev O. Yu., Denysuk O. V., Vovk V. A. Features of the Development of the National IT market as Part of the Global Information Space

The publication considers the main features of the formation of the information space of the present day, considers the features of information services and trends in the development of the IT market. The global information technology market is characterized by a high level of competition, which encourages IT companies operating in this market to use all available marketing means in order to withstand the constantly growing competition. In the context of activities in the global information technology market, effective marketing communication activities are of major importance, which is the key to ensuring the competitiveness of an IT company for successful operation in this highly competitive market. It is specified that the IT market is one of the elements of the formation of a modern high-tech market in Ukraine. In a broad sense, IT covers all areas of transfer, storage and perception of information. At this, IT is often associated with computer technology, and this is no coincidence: the advent of computers has brought IT to a new level. Further on, the basis of IT is the technology of processing, storing and perceiving information. The main trends in the development of the IT market have been identified, which include: competence (Ukraine has highly qualified specialists in the field of programming, software testing, data analysis and other related fields); competitiveness (Ukrainian IT companies provide quality services at more reasonable prices compared to developed countries of the West); speed of development (the IT industry in Ukraine is developing rapidly and growing, which makes it possible to be on the way to technological leadership); the presence of a startup ecosystem (Ukraine has an active startup ecosystem that promotes the creation and development of young technology companies); geographical location (Ukraine is in a convenient geographical position for co-

operation with Europe and the United States, which makes it easy to enter the world market). It is concluded that one of the key factors for success is to ensure a favorable business climate in Ukraine, which depends on government policy, legislation and infrastructure.

**Keywords:** IT market, information environment, communications, information space, IT sphere.

**Bibl.:** 11.

**Ptashchenko Olena V.** – D. Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of International Economic Relations, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** Olena.Ptashchenko@hneu.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-2413-7648>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/2133774>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=57215814236>

**Denysiuk Olga V.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Management and Territory Management, Institute of Innovative Education of the Kyiv National University of Civil Engineering and Architecture (4 Osvity Str., Kyiv, 03037, Ukraine)

**E-mail:** olga28.ovden9707@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5294-4933>

**Kurtsev Oleksiy Yu.** – Lecturer of the Department of the State Administration, Public Management and Regional Economy, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** alexeykurcev@gmail.com

**Vovk Volodymyr A.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economics and Management, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** Volodymyr.vovk@hneu.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-1140-3273>

У даний час ринок інформаційних послуг є сукупністю економічних, правових та організаційних відносин з продажу та купівлі інформаційних послуг, що складаються між їх постачальниками та споживачами. Інформаційні послуги дуже специфічні, що дозволяє за рядом ознак віднести їх до нетипових, нетрадиційних послуг. Підставою при цьому є такі особливості інформаційних послуг.

*По-перше*, результат інформаційної діяльності уречевлений у документах, які можуть бути збережені на матеріальних носіях. Кінцеві результати інформаційних послуг уречевлені в документальній, машиночитаній формі, що зберігаються у вигляді паперових копій і на машиночитаних носіях (мікрофільмах, дискетах, жорстких дисках комп'ютерів тощо), придатні до зберігання (у бібліо-, відео-, аудіо-, фільмотеках, архівах) і транспортування (на носіях або за допомогою телекомунікаційних засобів зв'язку).

*По-друге*, споживання інформаційної послуги саме по собі передбачає можливість зберігання та транспортування.

*По-третьє*, інформаційна послуга може бути без прямого особистого контакту споживача і виробника. Використання сучасних телекомунікаційних засобів дозволяє працювати з інформацією у глобальному масштабі. Користувач може отримати послуги на відстані, що є основою функціонування сучасного ринку інформаційних послуг і відповідного розвитку цілої галузі, що забезпечує доступ до віддалених баз даних [1; 4; 6; 10; 11].

Важлива особливість інформаційних послуг – висока швидкість обороту капіталу, що є наслідком короткого виробничого циклу, що дає переваги бізнесу в цій сфері. Найбільш перспективний тут сектор електронної комерції, оскільки зниження витрат утримання складських і торговельних площ разом із

швидшим рухом коштів від покупця до продавця дає збільшення швидкості оборотності капіталу.

Дослідження комунікаційного простору здійснюють науковці з різних галузей знань, таких як комунікації, соціологія, політична наука, психологія, антропологія та інші. Дослідники комунікаційного простору займаються аналізом процесів, що відбуваються в цьому просторі, вивчають механізми комунікації та впливу на суспільство.

До провідних дослідників комунікаційного простору можна віднести таких науковців:

Маршалл Маклуен – канадський культуролог, філософ, теоретик комунікації та медіа. Його праці мали значний вплив на розвиток теорії медіа та комунікації.

Жан Бодріяр – французький соціолог і філософ, який досліджував сучасну культуру та медіа, зокрема відносини між медіа та владою.

Ноам Чомський – американський лінгвіст і філософ, відомий своїми роботами в галузі політичної філософії та критики медіа.

Гарольд Лассвелл – американський комунікаціолог, який розвинув концепцію «віртуальної реальності» та зробив значний внесок у теорію медіа та комунікації.

Поль-Мішель Фуко – французький філософ та історик, який досліджував питання влади, знання та контролю в сучасному суспільстві.

Ці дослідники та багато інших учених працювали над розумінням того, як комунікаційний простір впливає на суспільство та як суспільство впливає на процес інформатизації.

Дослідженнями інформаційних технологій займаються науковці з різних галузей, таких як комп'ютерні науки, інформаційні технології, електроніка, математика, фізика, економіка та інші.

До провідних дослідників інформаційних технологій можна віднести таких науковців:

Тім Бернерс-Лі – британський інженер та комп'ютерний вчений, який створив перший вебсервер і веббраузер та зробив значний внесок у розвиток Всесвітньої павутини.

Вінтон Серф – американський інженер, відомий як «батько Інтернету». Він разом із Робертом Каном створив протокол передачі даних TCP/IP, який лежить в основі Інтернету.

Томас Кормен – американський вчений, один із авторів відомої книги "Introduction to Algorithms", яка є стандартом у галузі алгоритмів та структур даних.

Дон Норман – американський дизайнер і когнітивний науковець, який досліджує, як люди взаємодіють з технологіями та як поліпшити цю взаємодію.

Реймонд Курцвейл – американський винахідник і футуролог, який відомий своїми передбаченнями щодо технологій та їх впливу на суспільство.

Дослідження цих авторів знайшли своє відображення в доробках провідних вітчизняних і зарубіжних науковців за даною тематикою.

*Основні риси сучасних ІТ:*

- ✦ комп'ютерна обробка інформації за заданими алгоритмами;
- ✦ зберігання великих обсягів інформації на машинних носіях;
- ✦ передача інформації на значні відстані в обмежений час.

Високі технології прискорюють постіндустріальний розвиток, рівень якого можна визначити за такими ознаками:

1. Переважна частина ВВП виробляється у сфері послуг (понад 70%).

2. У сільському господарстві зайнятість становить від 2% до 4% (3–4% ВВП) усієї зайнятості; у промисловості, транспорті, енергетиці, зв'язку – до 16% (ВВП у межах 20%), у галузях послуг, включно з торгівлею, фінансами – 80% зайнятості та вище (при 75–80% ВВП) [7–9].

3. Високий загальний рівень доходу на душу населення, більшість населення має високий рівень життя.

4. Великий запас накопиченого капіталу.

5. Розвиток венчурного фінансування.

6. Не більше 10–15% населення є бідними; при цьому саме поняття «бідність» сильно відрізняється від прийнятого в інших групах країн.

Найважливішими критеріями віднесення тих чи інших галузей до наукомістких є те, що мінімум 3% персоналу галузі зайнято в НДДКР, а частка витрат на НДДКР становить понад 4% [7].

Для інформаційних послуг характерна специфічність організації виробництва. Постачальники послуг – це переважно малі та середні підприємства різного профілю. Їхній невеликий розмір та висока мобільність дають широкі можливості для гнучкого

реагування на зміни ринкової кон'юнктури, що дуже ефективно в умовах локального ринку. Однак в умовах глобалізації особливе становище на ринку займають центри – постачальники інформації, великий розмір яких забезпечує конкурентну перевагу, а ефект від масштабу дозволяє швидко отримувати й обробляти великі обсяги інформації, використовуючи для цього сучасне комп'ютерне та телекомунікаційне обладнання, яке потребує значних інвестицій [2; 3].

Надання інформаційних послуг може не супроводжуватись особистим контактом постачальника та споживача, а використання комунікаційних засобів дозволяє надавати їх віддалено, втілюючи результат у вигляді баз даних, звітів, довідок, реферативних документів на носіях. Таким чином, унаслідок цього знижується роль суб'єктивного фактора надання послуги та невизначеність результату.

Саме тому на сучасному етапі розвитку економіки та формування новітнього глобального інформаційного простору актуальним стає розгляд процесу інформатизації та диджиталізації з точки зору розвитку ІТ-ринку.

*Метою роботи є аналіз розвитку національного ІТ-ринку та визначення основних його особливостей та векторів розвитку.*

**Р**озвиток національного ІТ-ринку є важливим елементом економічного розвитку будь-якої країни. У світовому інформаційному просторі існують певні особливості, які впливають на розвиток національного ІТ-ринку. Деякі з них наведені нижче.

*Глобалізація.* Глобалізаційні процеси сприяють збільшенню обсягу торгівлі та обміну інформацією між різними країнами. ІТ-ринок є однією з найбільш глобалізованих галузей, що дозволяє національним компаніям отримувати доступ до нових ринків та ресурсів.

*Конкуренція.* Зростаюча конкуренція на ринку технологій стимулює розвиток інновацій та технологій, що може допомогти національним компаніям стати конкурентоспроможними на глобальному ринку.

*Розвиток технологій.* Швидкий технологічний розвиток вимагає від компаній постійного оновлення своїх продуктів та послуг. Компанії, які не в змозі пристосуватися до швидкого технологічного розвитку, ризикують відставати від конкурентів.

*Доступність інвестицій.* Розвиток національного ІТ-ринку вимагає значних інвестицій у дослідження та розробки. Доступність інвестицій є важливим фактором успішного розвитку ІТ-ринку.

*Підтримка держави.* Державна підтримка може стати вирішальним фактором успіху національного ІТ-ринку. Державні програми необхідні для підтримки малого та середнього бізнесу, досліджень та розробок, освіти.

Інформаційні послуги відрізняються високим ступенем диференціації, що пов'язано з персоніфі-

кацією й індивідуалізацією попиту них, і навіть з появою нових, нестандартних послуг.

Основними учасниками ринку інформаційних послуг є:

- ✦ виробники інформації (*producers*);
- ✦ продавці інформації (*vendors*);
- ✦ користувачі інформації (*users*) чи передплатники (*subscribers*) [5; 11].

У середині червня 2021 р. Світовий банк опублікував новий звіт, згідно з яким до 2024 р. 80% технологічних продуктів та послуг створюватимуть непрофесіонали. Ця тенденція обумовлена появою нової категорії покупців, що не належать до традиційних IT-підприємств, які зазвичай займають велику частку всього IT-ринку [7].

**В** торгнення технологій у всі сфери бізнесу та до свід споживачів створює попит на продукти та послуги за межами IT-відділів. Потреби цих покупців завжди точно відповідають пропозиціям традиційних постачальників. Ці тенденції отримали ще більший імпульс внаслідок пандемійної кризи COVID-19, яка тільки збільшила загальну кількість і різноманітність варіантів використання IT-рішень. Експерти Світового банку очікують, що у 2023 р. компанії отримають близько \$30 млрд доходу від продажу продуктів та послуг, яких навіть не існувало до пандемії [8].

Однією із особливостей сфери IT є те, що *конкуренція серед компаній міжнародна*, оскільки постачальник IT-послуг може перебувати в будь-якій точці світу. Бувають і винятки, коли замовником є державні органи або великі корпорації, у яких найчастіше основною вимогою є постачальник.

Із особливостей випливають характерні риси піару IT-компаній. Існують певні труднощі, які можуть виникнути під час просування IT-компанії. Наприклад, лише на українському ринку налічується приблизно 4000 IT-компаній, більшість з яких зосереджено в мегаполісах. У столицях знаходяться великі компанії, які вже 15 років на ринку, мають свою розроблену нішу, розвинуту PR-службу. У середньому кількість публікацій про компанії такого рівня може досягати від 20 до 50 на місяць [8; 9].

На тлі великих компаній IT-ринку молодій компанії важко виділитися та зайняти тверду позицію. Одна з можливостей бути помітною в інформаційному полі – отримати в клієнти компанію-гіганта.

Ряд ринків, таких як США та Західна Європа, – зрілі, усталені з точки зору корпоративної мобільності. Будь-який великий замовник у цих країнах вже має якесь впроваджене рішення, і завоювати успіх можна лише в одному випадку: довівши, що твоє рішення для якихось актуальних завдань краще за аналоги від визнаних лідерів. В Америці та Західній Європі можна лише замінити ті рішення, які вже є у замовників. Звичайно, це складно і витратно, але обсяг цих рин-

ків настільки великий, що зиск від проекту переважає труднощі.

Інші ринки можна вважати такими, що розвиваються. І ось тут є замовники, які ще нічого не обрали чи взагалі не думали про такі рішення. На цих ринках все попереду, вони перспективні, і потенціал зростання великий. Насамперед це ринки країн, де є великі замовники, які мають потребу в продуктах корпоративної мобільності.

*Розгалужена структура IT-послуг.*

Через велику різноманітність спеціалізації в IT-компанії може бути нелегко визначити свою цільову аудиторію, а отже, і цільові ЗМІ. Йдеться про те, що в гонитві за публікаціями компанія може дати коментар або написати статтю для журналу.

*Конфіденційність.*

Дуже часто результат виконаної роботи IT-фахівця конфіденційний – особливо якщо справа стосується розробки систем, критично важливих для бізнесу. Або компанії, що розробляє програмне забезпечення для стільникових операторів, суворо заборонено розголошувати інформацію про абонентів (кількість, суми рахунків, обороти). Інформація також може стосуватися партнерів, співробітників або керівників компанії-замовника. У такому разі замовник або відмовить у публікації інформації, або дозволить опублікувати таку малу її частину, що вона буде нецікавою виданням.

*Замовник знаходиться в іншій країні.*

Вибір країн визначається дуже різними чинниками – і мовними, і технологічними, і політичними. При цьому останні іноді дуже впливають на ситуацію [4; 6].

Вихід на будь-який іноземний ринок потребує витрат – на виставки, персонал, поїздки, офісні площі, локалізацію, персональні та професійні контакти та багато іншого. І чим далі розташована країна, тим більші витрати.

**Н**ині IT-компанії постійно перебувають у пошуку ефективних інструментів просування свого бренду, особливо в ситуаціях, коли класичні інструменти маркетингу не приносять бажаний ефект для компанії, але в ринку високий рівень конкуренції.

Для вивчення особливостей маркетингових комунікацій для IT-компаній на зарубіжному ринку потрібно визначити спектр можливостей нових медіа та їх відмінності від традиційних.

Нові медіа – це нові форми комунікації та поширення інформації, які виникли завдяки розвитку технологій. До таких форм можна віднести соціальні мережі, блоги, відеохостинги, мобільні застосунки та інші.

Нові медіа мають такі *особливості*:

*Інтерактивність.* Нові медіа дають можливість активно взаємодіяти з контентом та іншими користувачами, що збільшує залучення аудиторії.

*Віральність.* Нові медіа дозволяють швидко та легко поширювати інформацію через соціальні мережі та інші канали комунікації.

*Багатоформатність.* Нові медіа дозволяють працювати зі змістом у різних форматах, таких як відео, фото, текст, звук та інші.

*Мобільність.* Нові медіа дозволяють отримувати доступ до контенту та взаємодіяти з іншими користувачами з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету.

**З**а допомогою нових медіа користувачі можуть спілкуватися, ділитися інформацією, створювати та споживати контент, а також займатися бізнесом. Водночас нові медіа можуть мати і негативний вплив, зокрема на приватність, кібербезпеку, формування громадської думки та інші аспекти суспільного життя.

Традиційні медіа включають ATL-комунікації, а саме: реклама в ЗМІ (преса, радіо, телебачення, зовнішня реклама, зв'язки з громадськістю, організація різних заходів (виставки, дегустації, розпродажі, акції, лотереї та ін.), виготовлення POS-матеріалів (поліграфія, буклети, каталоги, вивіски, стенди та ін.).

Нові медіа включають частини BTL-комунікацій і комунікацій, заснованих на інтернет-платформі: соціальні мережі, сфера блогів, тематичні форуми, новинні сервіси, інтернет-опитування, поштові клієнти, рекламні інтернет-майданчики, реклама всередині мобільних застосунків.

Нові медіа мають широкі та гнучкі інструменти для досягнення максимальної ефективності продажів та підвищення конверсії. Головні переваги нових медіа перед традиційними: швидка комунікація, доступність, автоматизація процесів менш вимогливі до фінансових ресурсів, інтерактивність, нові формати рекламного контенту, високий показник точності та збору аналітичних даних.

Інтернет-простір дозволяє користувачам взаємодіяти один з одним, обмінюючись необхідною інформацією, навіть комп'ютер виступає як один з учасників діалогу, оцінюючи реакції користувачів на інформацію та підлаштовуючись під їх очікування [10].

За визначенням, до світу «нових медіа» включаються: загально тематичні мережі, спеціалізовані соціальні мережі, блогосфера, форумне середовище, відеосайти, сервіси соціальних новин, сервіси опитувань-відповідей, сервіси соціальних закладок.

Однією з виділених нами особливостей просування у просторі нових медіа IT-продуктів є формування образу та фірмової ідентифікації. На даний момент фірмовий стиль розглядається як дизайнерський інструмент корпоративної ідентифікації.

Українська IT-галузь останніми роками значно зросла та стала важливим сектором економіки країни. Із розвитком технологій і збільшенням попиту на IT-послуги можна очікувати подальший розвиток українських IT-компаній найближчими роками.

Деякі з напрямків розвитку, які можуть бути актуальні для українських IT-компаній, включають:

- ✦ *розширення глобальної присутності:* українські IT-компанії можуть збільшувати свою клієнтську базу шляхом виходу на нові ринки за межами України;
- ✦ *розробку власних продуктів:* українські IT-компанії можуть зосередитися на розробці власних продуктів та сервісів, що дозволить їм збільшувати прибуток і незалежність від клієнтів;
- ✦ *розширення технологічної експертизи:* зростаючий попит на передові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей та інші, відкриває можливості для українських IT-компаній, які можуть розвивати свою технологічну експертизу в цих галузях;
- ✦ *розвиток роботи з даними:* аналіз даних стає все більш важливим у бізнесі, тому українські IT-компанії можуть розвивати свою експертизу в цій галузі та надавати послуги з обробки та аналізу даних;
- ✦ *розвиток електронної комерції:* зростаючий попит на онлайн-торгівлю відкриває нові можливості для українських IT-компаній.

**Н**езважаючи на те, що українська IT-галузь зросла та стала важливим сектором економіки країни, є деякі *проблеми*, які можуть впливати на розвиток українського IT-ринку. Основні з них такі.

*Недостатній рівень освіти:* низький рівень освіти та недостатнє фінансування досліджень у галузі IT можуть призвести до нестачі кваліфікованих спеціалістів на ринку праці.

*Відсутність чіткої регуляторної бази:* відсутність чіткої регуляторної бази у сфері IT може призвести до недовіри з боку бізнесу та клієнтів.

*Відсутність доступу до фінансування:* недостатнє фінансування може стати перешкодою для створення та розвитку нових IT-проектів та компаній.

*Конкуренція з іншими країнами:* зростаюча конкуренція з іншими країнами може призвести до того, що українські IT-компанії втратять свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

*Неповний розвиток IT-інфраструктури:* недостатній розвиток IT-інфраструктури може призвести до того, що українські IT-компанії матимуть проблеми зі швидкістю та якістю інтернет-з'єднання, що може вплинути на якість надання послуг і роботу компаній.

*Нерівномірний розвиток галузі:* розвиток IT-галузі не є рівномірним по всій країні, що може призвести до того, що деякі регіони будуть відставати в розвитку цієї галузі. Це може стати перешкодою для розвитку інноваційних проектів та зменшить можливості для молодих талановитих IT-спеціалістів.

*Проблеми з інтелектуальною власністю:* недостатня охорона інтелектуальної власності може призвести до порушення прав на інтелектуальну власність, що, своєю чергою, може вплинути на конкурентоспроможність українських ІТ-компаній на міжнародному ринку.

*Корупція:* проблема корупції також може впливати на розвиток української ІТ-галузі, зокрема на залучення інвестицій та розвиток стартапів.

*Недостатня увага до кібербезпеки:* зростання кількості кібератак і кіберзлочинності може призвести до погіршення репутації українських ІТ-компаній та зменшення довіри до них з боку клієнтів.

*Недостатня співпраця між бізнесом і урядом:* це може призвести до того, що відсутність необхідних регуляторних змін та інвестицій у розвиток ІТ-галузі можуть гальмувати її розвиток.

Згалом, розвиток української ІТ-галузі є перспективним, але є деякі проблеми, які можуть вплинути на її розвиток. Проте залучення інвестицій, розвиток кваліфікованої робочої сили, впровадження новітніх технологій та розвиток інноваційних проектів можуть допомогти вирішити ці проблеми та забезпечити стабільний і швидкий розвиток української ІТ-галузі. Одним із ключових факторів для досягнення успіху є забезпечення сприятливого бізнес-клімату в Україні, що залежить від урядової політики, законодавства та інфраструктури. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Crouch, A. *The Tech-Wise Family: Everyday Steps for Putting Technology in Its Proper Place*. Baker Books, 2017. 224 p.
2. Hagel III, J., Brown, J. S., Davison, L. *The Power of Pull: How Small Moves, Smartly Made, Can Set Big Things in Motion*. Basic Books, 2013. 320 p.
3. Walter, E., Gioglio, J. *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*. McGraw-Hill Education, 2014.
4. Kane G. C., Phillips A. N., Copulsky J. R., and Andrus G. R. *The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation*. The MIT Press, 2019. 280 p.
5. Отенко І., Птащенко О. Тенденції розвитку високотехнологічної сфери в умовах глобалізації. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2020. Вип. 4. С. 65–76. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.065>
6. Отенко І. П., Птащенко О. В., Куц Я. М. Тенденції розвитку електронного бізнесу на світовому ринку. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 4. С. 50–57. DOI: [10.30857/2413-0117.2020.4.5](https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.4.5).

7. The World Bank. URL: <http://www.worldbank.org>
8. eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat>
9. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
10. Птащенко О. В., Пастушенко А. О., Імнадзе І. Н., Солдатова А. А. Тенденції розвитку глобальних ринків в умовах цифровізації. *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля*. 2021. Вип. 6. С. 125–128. DOI: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128>
11. Четверта промислова революція: зміна напрямів міжнародних інвестиційних потоків : монографія / за наук. ред. А. І. Крисоватого, О. М. Сохацької. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2018. 478 с.

## REFERENCES

- Chetverta promyslova revoliutsiia: zmina napriamiv mizhnarodnykh investytsiinykh potokiv* [The Fourth Industrial Revolution: Changing the Direction of International Investment Flows]. Ternopil: Osadtsa Yu. V., 2018.
- Crouch, A. *The Tech-Wise Family: Everyday Steps for Putting Technology in Its Proper Place*. Baker Books, 2017.
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <http://ukrstat.gov.ua>
- eurostat. <http://ec.europa.eu/eurostat>
- Hagel III, J., Brown, J. S., and Davison, L. *The Power of Pull: How Small Moves, Smartly Made, Can Set Big Things in Motion*. Basic Books, 2013.
- Kane, G. C. et al. *The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation*. The MIT Press, 2019.
- Otenko, I. P., Ptashchenko, O. V., and Kushch, Ya. M. "Tendentsii rozvytku elektronnoho biznesu na svitovomu rynku" [E-Business Development Trends in the World Market]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dizainu. Seriya «Ekonomiczni nauky»*, no. 4 (2020): 50-57. DOI: [10.30857/2413-0117.2020.4.5](https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.4.5)
- Otenko, I., and Ptashchenko, O. "Tendentsii rozvytku vysokotekhnologichnoi sfery v umovakh hlobalizatsii" [Trends in the Development of the High-Tech Sphere in the Conditions of Globalization]. *Visnyk Ternopils'koho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, no. 4 (2020): 65-76. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.04.065>
- Ptashchenko, O. V. et al. "Tendentsii rozvytku hlobalnykh ryнкiv v umovakh tsyfrovizatsii" [Trends in the Development of Global Markets in the Conditions of Digitalization]. *Visnyk Shkhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia*, no. 6 (2021): 125-128. DOI: <https://doi.org/10.33216/1998-7927-2021-270-6-125-128>
- The World Bank. <http://www.worldbank.org>
- Walter, E., and Gioglio, J. *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*. McGraw-Hill Education, 2014.