УДК: 338.58

Олександр Літвінов
д.е.н., професор кафедри економіки
підприємства та організації підприємницької діяльності
Одеський національний економічний університет (Україна)
litvinov.o@oneu.edu.ua
Дмитро Огренич
здобувач третього рівня вищої освіти кафедри економіки
підприємства та організації підприємницької діяльності
Одеський національний економічний університет (Україна)
dima@wideweb.pro

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТУ ТА РЕСУРСІВ ДІЯЛЬНОСТІ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ

INDICATORS OF THE EFFECT AND RESOURCES OF THE ACTIVITIES OF IT ENTERPRISES

Анотація. Розглянуто актуальність проблеми оцінки ефективності ІТ-підприємств в умовах динамічного розвитку технологій та унікальної значущості нематеріального та людського капіталу. Запропоновано категоризацію показників ефекту (фінансові, клієнтські, продуктові, якісні) та ресурсів (фінансові, операційні, кадрові), що дозволяє комплексно оцінити результативність та ефективність використання ресурсів у ІТ-секторі.
Abstract. This article examines the relevance of evaluating the performance of IT enterprises amidst dynamic technological development and the unique significance of intangible and human capital. It proposes a categorization of effect (financial, client, product, quality) and resource (financial, operational, human capital) indicators, enabling a comprehensive assessment of results and resource utilization efficiency within the IT sector.

Ключові слова: ефективність, ІТ-підприємства, ефект, ресурси, витрати
Key words: efficiency, IT companies, effect, resources, costs

Оцінювання ефективності діяльності ІТ-підприємств потребує врахування специфіки та унікальних викликів ІТ-сектору. ІТ-сфера є однією з найбільш швидкозмінних. Технології застарівають, ринкові ніші з'являються та зникають, а конкуренція зростає. Ефективне вимірювання дозволяє ІТ-компаніям швидко адаптуватися та реагувати на ці зміни. ІТ-компанії інвестують значні кошти у дослідження та розробки (R&D). Критично важливо розуміти, наскільки ці інвестиції в нові технології та продукти окупаються і чи приносять бажаний результат у швидкоплинному ІТ-ландшафті.

Ключовим активом ІТ-підприємств є елементи нематеріального капіталу (програмний код, алгоритми, бізнес-моделі, бренди, дані), а традиційні методи не завжди можуть адекватно відобразити їхню реальну вартість та ефективність в ІТ-бізнесі. Також важливим є забезпечення висококваліфікованими спеціалістами, а їхня продуктивність та людський капітал безпосередньо впливають на ефективність. Оцінка ефективності допомагає максимізувати віддачу від цих найцінніших, нематеріальних ресурсів. Різноманітність ІТ-бізнес-моделей вимагає унікального набору показників ефективності, що ускладнює уніфікацію та вимагає гнучких підходів до її вимірювання.

Таким чином, проблема визначення ефективності ІТ-підприємств складається з вирішення проблема формування специфічних показників результату (ефекту) діяльності, а також ресурсів (витрат) ІТ-підприємств. Серед вчених, які займались визначенням сутності та видів показників ефекту можна виділити наступних: В. Андрійчук, М. Панов, В. Петі, О. Рябкова, А. Сміт, О. Сукач, В. Малишко, К. Ненюк, А. Журенко та інші [1-4].

Для оцінки результату (ефекту) діяльності ІТ-підприємства можна сформувати чотири групи показників, кожна з яких відображає певний аспект успіху ІТ-компанії:

1. *Фінансові результати*. Ця група показників фокусується на грошових надходженнях та прибутковості. Дохід (Revenue, Sales) є базовим показником, що відображає

загальний обсяг проданих товарів чи послуг. Більш специфічними для IT, особливо для SaaS-моделей, є ARR (Annual Recurring Revenue) та MRR (Monthly Recurring Revenue), які показують стабільність та передбачуваність грошового потоку від підписок. Показники Валового та Чистого прибутку (Gross, Operating, Net Profit) йдуть далі, віднімаючи різні рівні витрат, щоб показати, скільки компанія реально "заробляє" після покриття собівартості, операційних витрат та податків відповідно.

2. *Клієнтські та ринкові результати*. Ця категорія вимірює успіх компанії у залученні та утриманні споживачів. Кількість клієнтів (Number of Customers) є прямим показником розширення ринкової присутності, тоді як Кількість активних користувачів (Active Users – DAU/MAU) деталізує, скільки з них регулярно взаємодіють з продуктом. Довічна цінність клієнта (LTV – Lifetime Value) показує загальний дохід, який очікується від клієнта за весь період співпраці, підкреслюючи цінність довгострокових відносин.

3. *Результати продукту та інновацій*. Ці показники відображають здатність компанії до розробки, оновлення та захисту своїх технологічних рішень. Швидкість випуску (Release Frequency) показує, наскільки швидко компанія може впроваджувати зміни та оновлення продукту. Кількість нових продуктів/функцій, запущених за період, є прямим індикатором інноваційної активності. Кількість патентів інтелектуальної власності свідчить про створення унікальних, захищених технологічних рішень, які є основою для довгострокової конкурентної переваги.

4. *Якість та надійність*. Ця група показників критична для IT, оскільки вона визначає довіру користувачів до продукту чи сервісу. Наприклад, час безвідмовної роботи (Uptime/Availability) є ключовим показником для будь-яких онлайн-сервісів або програмного забезпечення, що працює в режимі 24/7, і безпосередньо впливає на задоволеність користувачів та репутацію компанії.

Кожна з цих груп дає унікальне уявлення про успіх IT-підприємства, дозволяючи менеджменту та інвесторам сформувати всебічну картину його діяльності. Далі розглянемо види показників ресурсів (витрат) IT-підприємства, які обумовлюють отримання вищеназваних результатів.

Для досягнення будь-яких результатів IT-підприємство мусить витрачати свої ресурси. Ці витрати можна класифікувати, щоб краще розуміти, куди йдуть гроші та інші цінні ресурси компанії на наступні групи:

1. *Фінансові витрати*. Це прямі грошові витрати, які є основою для виробництва та функціонування компанії. COGS (Cost of Goods Sold), або собівартість реалізованих послуг/продуктів, відображає прямі витрати на створення продукту (наприклад, зарплати розробників, ліцензії, хмарні ресурси). OPEX (Operating Expenses) охоплює ширший спектр витрат, необхідних для повсякденної діяльності, таких як маркетинг, адміністративні витрати та витрати на дослідження та розробки (R&D). CAC (Customer Acquisition Cost) – це специфічна витрата на залучення одного клієнта, критична для розуміння ефективності маркетингових кампаній. Хоча Оборотний капітал (Working Capital) та Операційний грошовий потік (Cash Flow) є показниками ліквідності та фінансового здоров'я, вони також відображають доступність і використання фінансових ресурсів для поточної діяльності. Окремо виділяються Витрати на R&D (Research & Development spending), які інформують про інвестиції в майбутні інновації.

2. *Операційні та технічні ресурси*. Ця група показників відображає ефективність використання технічної інфраструктури та управління проектами. Час від ідеї до випуску продукту (Time to Market) показує, наскільки швидко команда може трансформувати ідеї у готовий продукт. Кількість багів (Bug Count / Density), хоча й є показником якості, прямо вказує на витрати часу та ресурсів на їх виправлення. Відгук системи (Response Time) відображає якість архітектури та ресурсів, задіяних для її підтримки. Кількість звернень до підтримки (Support Tickets) також показує обсяг ресурсів, що витрачаються на обслуговування клієнтів. Ефективність використання інфраструктури відображає Завантаженість серверів

(Server Utilization) та Витрати на хмарні сервіси (Cloud Spend), що є прямою витратою на технічні ресурси.

3. *Ресурси людського капіталу*. Ця категорія підкреслює витрати, пов'язані з найціннішим активом ІТ-компаній – її співробітниками. Плинність кадрів (Employee Turnover Rate) відображає витрати, пов'язані з відтоком співробітників, а також опосередковані витрати на втрату знань. Вартість навчання та розвитку (Training & Development Cost per Employee) показує інвестиції в розвиток персоналу. Нарешті, Час закриття вакансій (Time to Fill Vacancies) є важливим показником ефективності процесу найму та відображає час, протягом якого потенційні доходи або продуктивність можуть бути втрачені через відсутність фахівців.

Ці показники в сукупності дають детальне уявлення про те, які ресурси та в якій кількості споживає ІТ-підприємство для досягнення своїх цілей.

Література

1. Малишко В.С., Літвінов О.С. Показники ефективності відтворення нематеріальних ресурсів підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Одеса : ОНЕУ. 2015. №. 2 (57). С. 144-149.
2. Ненюк К.С., Літвінов О. С. Проблеми класифікації видів ефективності та її показників. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2015. № 7 (227). с. 45-54.
3. Сукач О. О., Літвінов О. С. Ефективність витрат на оплату праці як фактор конкурентоспроможності підприємства. *Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення* : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2013. С. 459-470.
4. Журенко А.В., Літвінов О.С. Проблеми визначення сутності економічної ефективності. *Науковий вісник Одеського національного економічного університет*. 2017. №6 (248). С. 67-80.

УДК: 338.436:339.562/564

Вячеслав Кужель
доцент кафедри комерційної діяльності та логістики
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна
kuzhel.viacheslav@kneu.edu.ua
Діана Петренко
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійна програма/спеціалізація «Комерційна діяльність і логістика»
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна
diana2002petrenko@gmail.com

СУЧАСНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ «НОВА ПОШТА»)

MODERN INTERNET TECHNOLOGIES IN MANAGING THE COMMERCIAL ACTIVITIES OF AN ENTERPRISE (A CASE STUDY OF NOVA POSHTA COMPANY)

Анотація. У статті розглянуто роль сучасних інтернет-технологій у системі управління комерційною діяльністю підприємства. Проаналізовано основні напрями цифрової трансформації бізнес-процесів на прикладі компанії «Нова пошта». Визначено ключові інструменти електронної комерції, CRM-систем, Big Data, а також впровадження автоматизованих сервісів у логістичних процесах.

Abstract. The article examines the role of modern Internet technologies in managing a company's commercial activities. The main directions of digital transformation of business processes are analyzed on the example of "Nova Poshta." The key tools of e-commerce, CRM systems, Big Data, and the implementation of automated logistics services are defined.

Ключові слова: інтернет-технології, комерційна діяльність, цифровізація, CRM, електронна комерція, Нова пошта.

Key words: Internet technologies, commercial activity, digitalization, CRM, e-commerce, Nova Poshta.