

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ЗАРУБЕЖНЫХ ИТ-КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ СОФТВЕРА

Софтвар представляет собой важнейшую составляющую информационных технологий, которая включает компьютерные программы и данные, предназначенные для решения определённого круга задач и хранящиеся на машинных носителях. Рынок софтвера в настоящее время является наиболее бурно развивающимся. Выбор потребителем программного обеспечения определяется многими факторами, среди которых можно условно выделить следующие группы: технические, экономические, правовые и другие факторы.

По прогнозам аналитической компании «IDC», в 2022 г. глобальные ИТ-расходы превысят 4,5 трлн долл, а самый высокий рост покажут сервисы и такое программное обеспечение, как облачные вычисления, мобильные технологии, большие данные, аналитика, социальные сервисы, а также проекты цифровой трансформации. К 2025 г. почти две трети предприятий станут производителями программного обеспечения, более 90 % приложений станут облачными, 80 % кода будут поступать из внешних источников, а разработчиков будет в 1,6 раза больше, чем сегодня.

Лидерам бизнеса рекомендуется вкладывать средства в системы автоматизации и начать взаимодействовать с сообществами программного обеспечения с открытым исходным кодом. Главным драйвером ИТ-сегмента станут облачные провайдеры и их инвестиции в инфраструктуру дата-центров.

Основными инновационными решениями на рынке софтвера можно назвать: открытое ПО, машинное обучение, распознавание речи, автоматизация и цифровизация ведения бизнеса, услуги по запросу, интеллектуальные помощники и чат-боты, аналитика и изучение данных, блокчейн приложения, технологии интернета вещей и прогрессивные веб-приложения.

Основными поставщиками программного обеспечения и услуг для бизнеса на мировом ИТ-рынке являются Acumatica, Inc.; Deltek, Inc.; Epicor Software Corporation; IBM Corporation; Infor Inc.; NetSuite Inc.; Microsoft Corporation; SAP; Oracle Corporation; Adobe; Unit4; SYSPRO и др.

Наиболее распространённой конкурентной стратегией среди лидеров рынка является ***стратегия дифференциации продукции***, при этом компании стремятся сделать свои продукты и услуги инновационными, в первую очередь – в сфере технологических решений.

Распространение получают ***наступательные инновационные стратегии***, основанные на кластерных технологических решениях и широком спектре продуктовых инноваций, представляющих новизну для глобального рынка. Формируются условия глобальной инновационной гиперконкуренции, требующей возрастающих вложений в сферу научных исследований и опытно-конструкторских разработок.