Виклики продуктового менеджменту в удосконаленні ІТ-продуктів

Дмитро Ільєнков,
аспірант,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: ilienkovvda@krok.edu.ua,
ORCID: 0009-0007-2184-9395

Сучасний ринок ІТ-продуктів характеризується високою динамічністю, що зумовлено стрімким технологічним розвитком та змінними економічними умовами. Це створює серйозні виклики для підприємств у процесі розробки й удосконалення ІТ-продуктів. Водночас зростає попит на ефективні методи управління продуктом, які дозволяють адаптувати продукти до швидкоплинних потреб споживачів.

Продуктовий менеджмент як інструмент управління відіграє вирішальну роль у подоланні цих викликів, сприяючи оптимальному розподілу ресурсів та підвищенню цінності продуктів для користувачів. Його застосування дозволяє підприємствам забезпечувати відповідність продуктів потребам ринку та підвищувати конкурентоспроможність (Olsson & Bosch, 2024).

Розвиток технологій, збільшення обсягу ринку ІТ-продуктів та зростання конкуренції зумовлюють потребу у використанні продуктового менеджменту. Основна мета продуктового менеджменту полягає у визначенні ключових потреб клієнтів і ринку, а також у забезпеченні відповідності функціоналу ІТ-продукту цим вимогам. Тобто визначення того, що і яким чином має бути впроваджено в ІТ-продукт (Ebert, 2007).

У свою чергу особливості ІТ-продуктів, такі як невеликі терміни розробки та часта необхідність оновлень, створюють виклики для продуктового менеджменту, які необхідно долати для забезпечення стабільного рівня ефективності підприємства. Також до викликів продуктового менеджменту в удосконаленні ІТ-продуктів можна віднести нечіткість розподілу ролей та обов'язків між департаментами, що зменшення ефективності їхньої роботи, а також загальне недотримання запланованих часових обмежень розробки функціоналу (Lemser, 2023).

З вирішенням цих проблем допомогає чітка формалізація процесів, впровадження Agile-фреймворків (як-от Scrum або Kanban) та використання автоматизованих інструментів для управління проєктами, таких як Jira або Trello. Ці заходи дозволяють завжди мати інформацію щодо виконавців тих чи інших задач з розробки або дослідження ІТ-продуктів та долати перепони, які виникають під час роботи, що покращує координацію між різними відділами підприємства. Також згадані автоматизовані інструменти дозволяють вказувати терміни та пріоритети виконання кожного із завдань, що полегшує планування роботи безпосереднім виконавцям, а в разі виникнення недоліків у робочому процесі — з допомогою цих інструментів можна визначити, на якому саме етапі відбувається затримка процесів, та оптимізувати цей етап розробки ІТ-продукту.

Також інноваційні підходи, такі як застосування штучного інтелекту (ШІ) для аналізу ринкових даних або транскрибації аудіозаписів інтерв'ю з користувачами, дозволяють пришвидшити дослідження в межах продуктового менеджменту, точніше визначати запити клієнтів та покращувати функціонал продуктів відповідно до потреб споживачів. У поєднанні з підходами Jobs to Be Done (робота для виконання) та Customer Development (розробка клієнта), продуктовий менеджмент може більш систематизовано долати виклики пов'язні з мінливістю потреб споживачів. А саме ці підходи дозволяють у режимі реального часу актуалізувати знання підприємства щодо поточних потреб споживачів та конкретизувати, який саме функціонал ІТ-продукту є найбільш пріоритетним, — і відповідним чином адаптувати подальший процес розробки.

Прикладом використання цих підходів для подолання викликів продуктового менеджменту є український конструктор сайтів Weblium. У ньому в процесі розробки використовується метод Scrum, який дозволяє гнучко змінювати вектор роботи, а також застосовуються Kanban-дошки для відслідковування поточного статусу задач та того, який співробітник є відповідальним за певну задачу в кожний момент часу. Також у процесі застосування продуктового менеджменту в Weblium, використовується Customer Development шляхом регулярного дослідження користувачів та проведення з ними глибинних інтерв'ю. Інформація з інтерв'ю транскрибується в текст за допомогою ШІ, систематизується, визначаються патерни в їхньому зворотному зв'язку та на основі цих даних здійснюється ухвалення управлінських рішень щодо подальшої розробки ІТ-продукту.

Таким чином подолання викликів продуктового менеджменту в ІТ дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до швидкоплинних умов ринку, але й підвищити конкурентоспроможність своїх продуктів шляхом максимізації відповідності ІТ-продукту до вимог споживачів.

Подальші дослідження в цій сфері можуть бути зосереджені на аналізі досвіду подолання викликів продуктового менеджменту провідних компаній та адаптації їхніх практик до умов українського бізнес-середовища.

Ключові слова: продуктовий менеджмент; управління продуктом; ІТ-продукт.

Список використаних джерел

1. Holmström Olsson H., Bosch J. Strategic digital product management: Nine approaches. Information and Software Technology. DOI: https://doi.org/10.1016/j.infsof.2024.107594

2. Ebert, C. (2007). The impacts of software product management. Journal of Systems and Software, 80(6), 850-861. https://doi.org/10.1016/j.jss.2006.09.017

3. Lemser, F. (2023). Strategic Product Management according to Open Product Management Workflow TM. Nuremberg, Germany. Retrieved November 25, 2024, from https://www.pro-product-management.com/images/downloads/strategic-product-management-book-open-product-management-workflow.pdf