

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ІТ-КОМПАНІЇ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ**ГАРАФОНОВА Ольга¹, КОСТЕЦЬКИЙ Максим² КУЗІВ Роман³**¹Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана<https://orcid.org/0000-0002-4740-7057>²Києво-Могилянська Академія<https://orcid.org/0009-0001-3091-6875>³Український Католицький Університет<https://orcid.org/0009-0007-7984-6162>

В статті висвітлено актуальні аспекти формування і підтримки позитивного іміджу ІТ компаній у сучасному світі. Розглянуто важливість застосування новітніх технологій у комунікації з стейкхолдерами, враховуючи стрімку зміну тенденцій у цій сфері. В роботі проведено огляд трендів у використанні новітніх технологічних інструментів для успішного формування та підтримки позитивного іміджу компаній у сфері ІТ. Проведено аналіз впливу іміджу керівника ІТ компанії на імідж ІТ компанії на прикладі CEO ІТ компанії MasRaw.

Ключові слова: імідж, ІТ-компанія, розвиток, підприємство, імідж керівника, маркетингові комунікації, конкурентні переваги.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2024-12-2>

**ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ
ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Важливість ІТ-сектору для економіки України полягає не лише в його великому внеску у ВВП країни, а й у можливості створення нових робочих місць, привертання інвестицій та підтримки інноваційного розвитку. Українські ІТ-компанії також допомагають підвищувати престиж країни на міжнародній арені, показуючи високий рівень технологічних компетенцій та здатність конкурувати з найкращими світовими гравцями в цій сфері.

Українські компанії у сфері ІТ здатні конкурувати з іншими країнами за кількістю програмістів та якістю їхніх послуг. Так, в міжнародному рейтингу аутсорс компаній "Global Outsourcing 100" (G100) за 2024 рік, серед 100 компаній що визнані найкращими аутсорс компаніями світу є 15 українських компаній[1]. Крім того, згідно зі звітом "FUTURE OF IT" від Emerging Europe за 2023 рік, Україна посіла 12-те місце серед країн Центральної, Східної, Південно-Східної та Північно-Східної Європи за рейтингом ІТ-конкурентоспроможності, піднявшись на дві сходинки відносно 2022 року всупереч повномасштабній війні [2].

У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації економіки, ІТ-компанії стають ключовими гравцями на ринку технологій та інновацій. Їх успіх значною мірою залежить від здатності створювати та підтримувати позитивний імідж. Імідж компанії впливає на сприйняття її бренду, рівень довіри клієнтів, а також на здатність залучати інвестиції та талановитих фахівців. Це особливо важливо для ІТ-компаній, де швидкість змін і конкуренція є надзвичайно високими. В умовах швидкого розвитку інформаційних технологій та соціальних медіа, процес формування іміджу компанії зазнає значних змін. Традиційні методи PR і маркетингової комунікації поступово доповнюються і навіть замінюються новими цифровими інструментами, що дозволяють більш ефективно досягати цільову аудиторію. Наприклад, використання соціальних мереж, блогів, відеоконтенту та інших цифрових платформ стає важливим компонентом стратегії формування іміджу ІТ-компанії.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Свій вагомий внесок у розвиток теорій формування іміджу ІТ-компаній зробили такі вчені, як Philip Kotler, Kevin Lane Keller, David A. Aaker, Jennifer L. Aaker, та Grahame Dowling. Вони досліджували інтегровані маркетингові комунікації, управління брендом, стратегії цифрового маркетингу та репутаційний менеджмент. На сучасному етапі інструменти формування іміджу компаній в Україні більш детально розглядаються у працях таких вчених, як С. Сазонова, Б. Кушик, Л. Балабанова, Г. Почепцов, О. Дерев'янка, С. Синиця, О. Вакун, Т. Фурса, Ю. Строцюк, Я. Приходченко. Вони зосереджуються на стратегіях створення та управління іміджем компаній у цифровому середовищі, враховуючи український контекст та специфіку місцевого ринку.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

В статті досліджено та проаналізовано особливості формування іміджу ІТ компанії в сучасних реаліях. Враховуючи швидкоплинність трендів у використанні інструментів комунікації зі споживачем та іншими стейкхолдерами компанії в статті зроблено огляд тенденцій застосування новітніх технологій для формування та підтримання позитивного іміджу ІТ компанії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Імідж компанії є складною конструкцією, яка включає в себе сприйняття споживачами її бренду, продуктів, послуг та цінностей. Це уявлення формується на основі вражень, які отримують клієнти та інші зацікавлені сторони від взаємодії з компанією та її представниками. Імідж включає в себе репутацію, стиль, відчуття, асоціації та емоції, які викликає бренд або компанія в уяві споживачів. Одне з визначень іміджу надано Кевіном Келлером (Kevin Lane Keller), який вважає, що імідж бренду є сильним, унікальним та сприятливим сприйняттям бренду в мозку споживача, що виникає в результаті попереднього досвіду з брендом та комунікації з ним [3]. Імідж також може розглядатися з позиції Чарльза Фомбруна (Charles J. Fombrun), який підкреслює його значення для компанії, стверджуючи, що добре побудований і підтримуваний імідж може стати важливим активом компанії та впливати на її конкурентну позицію на ринку [4]. Девід Ейкер (David A. Aaker) в свою чергу визначає імідж як сукупність уявлень, які люди мають про бренд, які включають в себе якість продукту, спосіб його виготовлення, вартість, імідж корпорації та країну походження [5]. В сучасних висококонкурентних реаліях важко переоцінити важливість іміджу для ІТ компаній, оскільки він може визначати їхнє сприйняття споживачами, вплинути на вибір клієнтів та створити конкурентні переваги на ринку. Ретельне управління іміджем дозволяє компаніям залучати та утримувати нових клієнтів та зміцнити позиції на ринку. Без грамотного використання та впровадження технологій формування та підтримання іміджу компанії, особливо в такій динамічній та швидко розвиваючійся галузі як ІТ, компанії, навіть маючи високоякісний продукт чи послуги можуть втрачати клієнтів на користь тих компаній, чий імідж в свідомості споживачів буде асоціюватися з надійністю, інноваційністю, якістю й складатиме в цілому більш позитивне враження.

Динаміка розвитку ІТ галузі в останні десятиліття відзначається стрімким зростанням і швидкими змінами. З моменту появи персональних комп'ютерів і Інтернету, ІТ галузь стала основою для інновацій і економічного розвитку в усьому світі. Цифрова трансформація охопила всі сфери життя, від бізнесу і промисловості до освіти і медицини. Одним із ключових факторів розвитку ІТ галузі є безперервний технологічний прогрес. Нові програмні рішення, хмарні технології, штучний інтелект, блокчейн і Інтернет речей постійно змінюють правила гри. Компанії інвестують величезні кошти в дослідження та розробки, щоб залишатися конкурентоспроможними і пропонувати інноваційні продукти та послуги. Це, в свою чергу, стимулює появу нових стартапів і збільшує конкуренцію на ринку. Інший важливий аспект розвитку ІТ галузі - це глобалізація. Завдяки Інтернету і цифровим технологіям, компанії можуть легко виходити на міжнародні ринки, знаходити клієнтів і партнерів у різних куточках світу. Це призвело до розширення аутсорсингових послуг, коли компанії зосереджуються на своїх ключових компетенціях, а інші завдання передають спеціалізованим ІТ фірмам. Такий підхід дозволяє знижувати витрати і підвищувати ефективність бізнесу. Загалом, ІТ галузь продовжує розвиватися швидкими темпами, впливаючи на всі аспекти сучасного життя. З кожним роком з'являються нові технології, що відкривають нові можливості і виклики. Це робить ІТ однією з найбільш динамічних і перспективних галузей сучасної економіки.

Маркетингові комунікаційні інструменти допомагають ІТ компаніям ефективно взаємодіяти з потенційними та існуючими клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами для формування та підтримання іміджу компанії. Використання різноманітних каналів комунікації дозволяє досягати широкої аудиторії та сформувати позитивний образ компанії на ринку. Важливими загальними аспектами створення позитивного іміджу компанії є [6]:

- рух до відмінностей, які виокремлюють певний об'єкт серед інших;
- підкреслення особистісних характеристик;
- вписування особистості у символічне уявлення про лідера, відбір його характеристик, які відповідають цій ідеалізації;
- вписування особистості у модель вже реалізованого лідера;
- вписування особистості у модель поведінки автора, тобто в контекст символічно насиченого суб'єкта;
- активне використання супутніх символів щодо створення візуальних характеристик;

- активне управління засобами масової комунікації;
- боротьба з автономними потоками комунікації (чутки та ін.);
- символізація автономних сфер (одяг, зачіска тощо).

Серед комунікаційних інструментів які є важливими для створення і підтримання позитивного іміджу ІТ компанії можна виокремити наступні [7]: публікації в тематичних виданнях, розміщення інформаційних матеріалів на тематичних інтернет ресурсах, виступи та презентації на тематичних заходах, розміщення інформації на сайті компанії, розвиток партнерств, аналітичні огляди, презентації, демонстрації клієнтам (в тому числі надання можливостей спробувати продукт в демонстраційній версії або використати цілісний продукт обмежену кількість часу), консультування споживачів, інформаційна підтримка споживачів. Важливо проводити виступи та презентації на тематичних заходах, розміщувати інформацію на сайті компанії та розвивати партнерства. Консультування та інформаційна підтримка споживачів допомагають зміцнити довіру до компанії та її продуктів. Для ефективного використання цих інструментів важливо враховувати специфіку ІТ галузі. Зокрема, необхідно підкреслювати технічні переваги продуктів і послуг, акцентуючи увагу на інноваційності та високій якості. Це може включати регулярні оновлення продуктів, демонстрацію нових функцій та можливостей, а також активне залучення клієнтів до процесу розробки через зворотний зв'язок. Активна участь у галузевих виставках і конференціях допомагає зміцнити імідж компанії як лідера ринку. Це також дозволяє встановити корисні контакти з потенційними партнерами і клієнтами. Розвиток партнерств, особливо з іншими лідерами галузі, допомагає підвищити довіру до компанії і її продуктів.

Таблиця 1

Інструменти для створення позитивного іміджу ІТ компанії

Загальний аспект створення позитивного іміджу компанії	Інструменти релевантні для ІТ компанії
Виокремлення відмінностей серед конкурентів	Брейнштурмінги, розробка унікальної торгової пропозиції, розробка унікальної айдентики бренду, в тому числі логотип, фірмові кольори, шрифти, стиль комунікації, аналіз галузі та конкурентів
Підкреслення особистісних характеристик	Розробка гайдлайнів для дизайнерів, веб розробників, піарників і інших залучених сторін, що працюють над просуванням іміджу компанії у відповідності до сформованої айдентики
Вписування особистісних характеристик компанії в модель діяльності лідера	Підкреслення лідером компанії цінностей компанії, в тому числі обирання відповідного стилю одягу, відповідна манера поведінки і дотримання цих норм під час інтерв'ю з профільними виданнями, на галузевих заходах, в буденній рутині компанії
Вписування особистісних характеристик компанії в модель діяльності вже реалізованого лідера	Коригування стилю комунікації і манери поведінки вже сформованого лідера відповідно до бажаного ідеалізованого іміджу компанії
Вписування особистісних характеристик компанії в моделі поведінки авторів та контексти з якими вони працюють	Підкреслення у всій комунікації компанії виокремлених особистісних характеристик бренду, які наближають компанію до бажаного іміджу, зокрема за рахунок вірного оформлення і правильно підбраного контексту у соціальних мережах, відео контенті, на власному веб сайті, колонках та коментарях в медіа й інших
Активне використання супутніх символів щодо створення візуальних характеристик	Використання елементів айдентики бренду, в тому числі логотипу і фірмових кольорів, у всіх графічних та відео матеріалах, які компанія використовує для комунікації через релевантні маркетингові комунікаційні канали
Активне управління засобами масової комунікації	Співпраця з фаховими виданнями, відкритість до комунікації з журналістами, зв'язки з профільними журналістами а також інфлюенсерами в популярних соціальних медіа є необхідними для активного транслювання бажаного іміджу
Боротьба з автономними потоками комунікації	Моніторинг онлайн репутації, в тому числі відстеження коментарів щодо компанії в соціальних медіа, і реагування на них, особливо у випадку негативних коментарів, це також відстеження згадок щодо компанії в мережі інтернет, проведення моніторингу і оцінки відповідності написаного бажаному іміджу, а також моніторинг відгуків і інформації на профільних веб сайтах і різноформатних веб сайтах з відгуками, форумах, ці фактори особливо важливі для своєчасного реагування на кризові ситуації
Символізація автономних сфер	Є важливими більше з точки зору комфорту в офісному приміщенні, що також має бути оформлене у відповідності до корпоративної айдентики та відповідати технологічному духу бренду і мати відповідний вплив на співробітників, в свою чергу дрес код та зачіски важливі лише для топ менеджменту і лише у разі якщо певний дрес код був визначений як релевантний

ІТ компанії мають використовувати інструменти формування іміджу, враховуючи специфіку галузі, для досягнення успіху та виділення серед конкурентів. Одним з ключових аспектів є вміння кристалізувати головні відмінності від конкурентів, адже ІТ компаніям особливо важливо підкреслювати унікальні особистісні характеристики, що допомагають сформуванню символічного уявлення про компанію та її лідера. Ці характеристики мають відповідати ідеалізованій моделі іміджу та вписуватися в модель поведінки, з якими компанія прагне асоціюватися в свідомості стейкхолдерів. Також слід активно використовувати супутні символи для створення візуальних характеристик, інвестувати ресурси в розробку візуального і комунікаційного стилю і дотримуватися гайдлайнів. Важливим також є висвітлення діяльності компанії засобами масової комунікації та боротьби з автономними потоками комунікації, тобто присутність компанії в соціальних медіа, ведення діалогу з зацікавленими сторонами та, за потреби, швидка реакція на кризові ситуації. Для ІТ компаній особливо важливою є зокрема впровадження і підтримка інноваційних технологічних рішень, які є визначальною особливістю ІТ галузі. Компанії повинні демонструвати свої технологічні досягнення та новаторські рішення, які вирізняють їх серед інших. Важливим аспектом є також демонстрація соціальної відповідальності та екологічної свідомості, адже сучасні споживачі все більше звертають увагу на етичні та екологічні аспекти діяльності компанії.

В сучасних реаліях онлайн присутність є критично важливою для іміджу ІТ компаній, адже це не лише засіб залучення нових клієнтів, а й спосіб підтримання зв'язку з існуючими клієнтами та партнерами. Здебільшого взаємодія клієнтів, партнерів та інших груп стейкхолдерів із ІТ компаніями, особливо при першому контакті, відбувається через інтернет. Відсутність або слабка онлайн присутність може призвести до втрати конкурентоспроможності і відставання від інших гравців на ринку. Основні платформи, що забезпечують присутність ІТ компанії в мережі Інтернет є веб-сайт компанії, через який формується основне уявлення про її діяльність, ціни та послуги, команду та інші важливі аспекти, а також соціальні медіа які також є важливим інструментом для формування іміджу ІТ компаній, адже через соціальні медіа користувачі обмінюються враженнями про послуги компанії, критикують діяльність компанії, слідкують за оновленнями та життям компанії, її новинами. Соціальні медіа також дозволяють оперативно реагувати на запити і потреби клієнтів, активно просувати нові продукти і послуги. Важливо підтримувати активну присутність в соціальних медіа, регулярно публікуючи контент, що підкреслює експертність компанії, знайомить з процесами що відбуваються в компанії та командою. Веб сайт в свою чергу є візитівкою для технологічної компанії, а значить, зручність його використання, наявність всієї необхідної різним групам стейкхолдерів інформації і контактів та привабливість і відповідність його візуального стилю в купі з швидкодією і використанням останніх технологій веб розробки є важливим аспектом формування іміджу ІТ компанії, адже перший контакт потенційного споживача, інвестора чи майбутнього працівника з великою ймовірністю може відбутися саме через веб сайт. Загалом, ІТ компанії повинні активно та ефективно використовувати всі наявні та релевантні технологічні інструменти комунікації для формування позитивного іміджу, враховуючи швидкий темп розвитку галузі та високі вимоги споживачів. Важливо створювати образ, що відповідає очікуванням цільової аудиторії, демонструючи професіоналізм, інноваційність та надійність. Це дозволить не тільки залучити нових клієнтів, але й утримати існуючих, зміцнюючи позиції компанії на ринку.

В конкурентному середовищі важливу роль у формуванні загального іміджу ІТ компанії також відіграє імідж керівника. Керівник, який демонструє лідерські якості, інноваційне мислення та експертність у специфіці діяльності компанії, автоматично підвищує довіру до компанії та її продуктів[8]. Важливо, щоб керівник був не лише технічно грамотним, але й володів високими комунікативними навичками, які дозволяють ефективно взаємодіяти з партнерами, клієнтами та командою. Як приклад можна навести CEO однієї з провідних українських ІТ компаній МасРaw, Олександра Косована. Він є публічною особою, дає багато інтерв'ю, виступає як спікер на конференціях, веде соціальні мережі. На фото для профайлу таких видань як Forbes чи NV Бізнес одягнений в стилі Smart Casual, що відповідає стилю ІТ компанії: поєднанню корпоративної етики з сучасними трендами, інноваціями. Позитивний вплив іміджу CEO на імідж компанії МасРaw можна розглянути через кейс отримання Олександром Косованом статусу CEO року в технологічній галузі за версією фахового видання European CEO [9]. Такі нагороди та визнання престижними міжнародними виданнями складають позитивне враження щодо іміджу керівника, що в свою чергу відображається на впізнаваності й іміджі компанії. Одним з важливих аспектів є публічні виступи керівника на конференціях, семінарах та інших галузевих заходах. Це не тільки підвищує його особисту впізнаваність, але й зміцнює позиції компанії на ринку. Також публічність та відкритість

CEO до комунікації з медіа, а також наявність в компанії зв'язків з медіа відіграють важливу роль при вирішенні кризових ситуацій, як наприклад криза через земельні ділянки компанії MacPaw, на яку оперативно зреагували в компанії, із залученням CEO Олександра Косована, який активно коментував ситуацію в соціальних мережах, і ці коментарі потім публікувалися в медіа, а також давав інтерв'ю пояснюючи позицію компанії для громадськості[10]. Партнерські зв'язки компанії в свою чергу також відіграли важливу роль в цій кризовій ситуації адже CEO інших технологічних компаній-партнерів також оперативно надали свої коментарі та оцінку[11].

Загалом, керівник має демонструвати експертність у своїй галузі, надаючи аналітичні огляди, коментарі та прогнози щодо розвитку індустрії. Соціальні мережі та професійні платформи, такі як LinkedIn, також є важливими інструментами формування іміджу керівника. Регулярні публікації, участь у професійних обговореннях та обмін думками з колегами дозволяють підвищити авторитет керівника та компанії. Важливо також брати участь у благодійних та соціальних проектах, що підкреслює соціальну відповідальність і людяність керівника. Окрім цього, імідж керівника формується через його особистий стиль, поведінку та манеру спілкування. Це включає відповідний одяг, манеру ведення переговорів та етикет. Важливо, щоб керівник демонстрував впевненість, але при цьому залишався доступним і відкритим для спілкування. Це сприяє формуванню позитивного іміджу компанії як сучасної, інноваційної та відповідальної організації, що позитивно впливає на привабливість компанії для потенційних співробітників, клієнтів та інші групи стейкхолдерів.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

IT є однією з найбільш перспективних та найбільш динамічних галузей економіки, через що конкуренція в галузі є надзвичайно високою. IT компаніям особливо важливо активно використовувати інструменти формування іміджу, враховуючи специфіку галузі, для досягнення успіху та виділення серед конкурентів. Ключовими аспектами є підкреслення унікальних характеристик компанії через активне використання технологічних каналів комунікації, в тому числі соціальних медіа, веб сайту та інших онлайн каналів комунікації, а також створення позитивного іміджу керівника компанії та його публічне просування. Ці заходи дозволяють залучати та утримувати клієнтів, зміцнювати позиції на ринку та підвищувати конкурентоспроможність компанії в умовах швидкого технологічного розвитку та змін в глобальному бізнес середовищі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. The 2024 Global Outsourcing 100 <https://www.iaop.org/Content/19/165/5760>
2. FUTURE OF IT 2023 REPORT https://d1aettbyeyfilo.cloudfront.net/emergingeuropa/30982500_1680870213929FUTURE_OF_IT_REPO_RT_2023.pdf
3. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
4. Fombrun, C.J. (1996) Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. Harvard Business School Press, Harvard.
5. Aaker, D. A. (1996). Building Strong Brands. United Kingdom: Free Press.
6. Химич, І. Г. "Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури." *Економіка та держава* 9 (2009): 59-61.
7. Голид'біна, А. В., and Н. В. Язвінська. "Особливості сучасного ринку IT-послуг та специфіка просування на ньому." (2017).
8. Шевченко, В. С. "Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації." *Соціальна економіка* 2 (2016): 157-161.
9. CEO OF THE YEAR <https://www.europeanceo.com/awards-2024/>
10. <https://ain.ua/2023/02/17/oleksandr-kosovan-rozpoviv-vsyu-peredistoriyu-obshukiv-u-macpaw/>
11. <https://forbes.ua/innovations/priyti-do-nogo-oznachae-priyti-do-kozhnogo-z-nas-yak-it-pidpriemtsi-ukraini-i-ministr-vidreaguvali-na-obshuki-u-oleksandra-kosovana-15022023-11753>

REFERENCES:

1. The 2024 Global Outsourcing 100 <https://www.iaop.org/Content/19/165/5760>

2. FUTURE OF IT 2023 REPORT
https://d1aettbyeyfilo.cloudfront.net/emerging-europe/30982500_1680870213929FUTURE_OF_IT_REPORT_2023.pdf
3. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
4. Fombrun, C.J. (1996) *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press, Harvard.
5. Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. United Kingdom: Free Press.
6. Khymych, I. G. "Image as an important indicator of enterprise activity in modern conditions of corporate culture development." *Economy and State* 9 (2009): 59-61.
7. Golydbina, A. V., and N. V. Yazvinska. "Features of the modern market of IT services and the specifics of promotion on it." (2017).
8. Shevchenko, V. S. "The role and place of the manager's image in the effective management of a modern organization." *Social Economy* 2 (2016): 157-161.
9. CEO OF THE YEAR <https://www.europeanceo.com/awards-2024/>
10. <https://ain.ua/2023/02/17/oleksandr-kosovan-rozpoviv-vsyu-peredistoriyu-obshukiv-u-macpaw/>
11. <https://forbes.ua/innovations/priyti-do-nogo-oznachae-priyti-do-kozhnogo-z-nas-yak-it-pidpriemtsi-ukraini-i-ministr-vidreaguvali-na-obshuki-u-oleksandra-kosovana-15022023-11753>

PECULIARITIES OF IT-COMPANY IMAGE FORMATION IN MODERN REALITIES

GARAFONOVA Olga¹, KOSTETSKYI Maksym², Kuziv Roman³

¹ Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

² National University of "Kyiv-Mohyla Academy"

³ Ukrainian Catholic University

The importance of the IT sector for the economy of Ukraine lies not only in its large contribution to the country's GDP, but also in the possibility of creating new jobs, attracting investments and supporting innovative development. Ukrainian IT companies also help raise the country's prestige on the international stage, showing a high level of technological competence and the ability to compete with the best global players in this field.

The article highlights the current aspects of forming and maintaining a positive image of IT companies in the modern world. The importance of using the latest technologies in communication with stakeholders is considered, taking into account the rapid change in trends in this area. The paper reviews the trends in using the latest technological tools to successfully form and maintain a positive image of companies in the IT sphere. An analysis of the influence of the image of the head of the IT company on the image of the IT company was carried out using the example of the CEO of the IT company MacPaw.

IT is one of the most promising and dynamic sectors of the economy, due to which the competition in the industry is extremely high. It is especially important for IT companies to actively use image-building tools, taking into account the specifics of the industry, in order to achieve success and stand out from the competition. The key aspects are emphasizing the company's unique characteristics through the active use of technological communication channels, including social media, the website and other online communication channels, as well as creating a positive image of the company's head and its public promotion. These measures make it possible to attract and retain customers, strengthen the market position and increase the company's competitiveness in the conditions of rapid technological development and changes in the global business environment.

Keywords: image, IT company, development, enterprise, manager's image, marketing communications, competitive advantages.