

Такаакі Ішікава, Кімінорі Гемба

Оцінка впливу методу продажів на прибутковість у галузі програмного забезпечення в Японії

Метою дослідження є аналіз впливу каналів продажів, прямих або непрямих, на прибутковість компаній-виробників програмного забезпечення в Японії, а також на подальше визначення відмінностей у міжнародних конкурентних перевагах шляхом порівняння японських фірм з американськими компаніями, які працюють за методом SaaS. У статті проаналізовано фінансові дані японських компаній-виробників програмного забезпечення, що мають лістинг акцій на Токійській фондовій біржі за трирічний період з 2020 по 2022 рр. Компанії діляться на ті, які використовують прямі та непрямі канали продажів на основі їх доходу та операційного прибутку. Крім того, для порівняння прибутковості цих компаній був використаний t-критерій Уелча, а також було зроблено порівняння з американськими компаніями, які працюють за методом Software-as-a-Service (SaaS). Аналіз показав, що японські компанії, що використовують непрямі канали продажів, показали статистично значно вищу прибутковість, ніж ті, що використовують прямі канали продажів ($t = 2.3828$, $p = 0.0263$, середня різниця = 0.1701). Крім того, японські компанії, що використовують непрямі канали продажів, також показали значно вищу прибутковість порівняно з американськими компаніями, які працюють за методом SaaS ($t = 4.7911$, $p = 0.00001$, середня різниця = 0,3874). Ці результати свідчать про те, що, особливо на ринку малого та середнього бізнесу (МСП), використання непрямих каналів продажів ефективно усуває розрив у IT-грамотності та підвищує прибутковість. Зроблено висновок про те, що непрямі канали продажів є важливим фактором, який зміцнює конкурентні переваги японських компаній-виробників програмного забезпечення і сприяє підвищенню прибутковості.

Ключові слова: канали продажів, аналіз прибутковості, конкурентна перевага, галузь програмного забезпечення Японії, стратегія оптимізації продажів

Класифікація JEL: L86, L25, M31, O33, D22



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.