

АНАЛІЗ РОЛІ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Вплив пандемії та подальшого локдауну на тлі коронавірусу зобов'язав людей не виходити на люди та працювати на дому. Примусово закрилися всі магазини та ресторани, маючи змогу працювати лише на доставку. Тому люди купували все, що треба, лише через інтернет.

В звичайних умовах людина йде по вулиці, баче баннер, отримує листовку від промоутера, та йде до зазначеного магазину за вказаною адресою. В соціальних мережах ми теж маємо змогу подивитися яскраве оголошення: воно може «впливати» на інших сайтах, з'являтися в соціальних мережах серед інших постів. Саме цей вид реклами показав всю свою доречність, під час нокдауну у всьому світі.

SMM – це комплекс заходів щодо використання соціальних медіа в якості каналів для просування компаній або бренду і рішення інших бізнес-завдань. По-простому – це комунікація з майбутнім споживачем через соціальні мережі.

Диджиталізація у світі продовжується вже не одне десятиліття. Кожного року ще більше людей по всьому світі створює сторінки у соціальних мережах, таких як Instagram, Facebook тощо. Люди майже весь свій вільний час проводять за телефоном чи ноутбуком: там у кожного свої зацікавлення. Просування в соціальних мережах дозволяє обирати свою цільову аудиторію, впливати на неї, вимикати в часи, коли ця рекламі найбільш підходящі способи є найменш ефективною, наприклад вночі, коли всі сплять.

Веб-сайти соціальних мереж дозволяють окремим особам, підприємствам та іншим організаціям взаємодіяти один з одним і будувати відносини і спільноти в інтернеті. Коли компанії приєднуються до цих соціальних каналів, споживачі можуть взаємодіяти з ними безпосередньо. [1] Ця взаємодія може бути більш особистим для користувачів, ніж традиційні методи зовнішнього маркетингу та реклами. Застосування мобільних телефонів дуже вигідно для маркетингу в соціальних мережах, тому що ці пристрої дозволяють людям миттєво переглядати веб-сторінки і отримувати доступ до сайтів соціальних мереж. Використання смартфонів зростає швидкими темпами, що докорінно змінило процес покупки, дозволяючи споживачам легко отримувати інформацію про ціни і продуктах в режимі реального часу і дозволяючи компаніям постійно оновлювати своїх передплатників і нагадувати їм про вигідні пропозиції та новинки [2].

Також наші гаджети збирають всю інформацію, яку шукаємо: Один раз пошукав диван через інтернет – будь готовий, що тепер оголошення магазинів меблів будуть майже всюди. Так само і з послугами: зайдеш на сайт однієї школи іноземної мови – потім тебе ще зацікавлять пропозиції інших, що будуть з'являтися в соціальних мережах.

Отже, SMM – надзвичайно зручний та ефективний спосіб просування товару. Для потенційних клієнтів це досить зручно: не встаючи з дивану, ми можемо продивлятися онлайн-магазини, порівнювати ціни, цікавитися новою продукцією, замовляти в будь-який час. Але для підприємців конкуренція досить велика. Окрім якісного товару, продавцю потрібно вміти його сфотографувати так, щоб зацікавити потенційних клієнтів, розповісти детальніше про цей товар, вказати його переваги. І не менш важливим завданням є ведення бесіди з клієнтом: відразу відповідати, бути чемними, доброзичливими.

Список використаної літератури:

1. Wickman G. Traction: Get a grip on your business // BenBella Books, Inc., 2012.
2. Джей Санг Рю. Прийняття споживачами мобільних маркетингових комунікацій за допомогою QR-коду / Джей Санг Рю, Кеннет Мердок. // Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice. – 2013. – С. 111–124.

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В СИСТЕМІ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Інформатизація змінює підхід до формування системи управління організацією. Розвиток інформаційних технологій сприяє проникненню їх у всі сфери життя, в тому числі й управління компанією та бізнесом. Враховуючи карантинні обмеження та необхідність дистанційної роботи з метою забезпечення безпеки персоналу актуальності набуває питання діджиталізації в системі клієнтоорієнтованого управління підприємством.

Термін «діджиталізація» походить від слова «digitalization», що перекладається, як оцифрування. «Діджиталізація» – трансформація, проникнення цифрових технологій щодо оптимізації та автоматизації бізнес-процесів, підвищення продуктивності та покращення комунікаційної взаємодії зі споживачами.

Під поняттям діджиталізація ми розуміємо процес систематизації, використання, обробки інформації у цифровий формат, з метою вдосконалення обслуговування споживачів у бізнес-середовищі. Діджиталізація сприяє покращенню візуалізації процесів, ранньому виявленню ризиків та усуненню загроз.

Фактично, діджиталізація передбачає кардинальну зміну організаційного дизайну, моделей та методів менеджменту, центрів відповідальності. Тобто, діджиталізація це не лише використання цифрових технологій, а передусім зміна в мисленні, стилі керівництва, системі заохочення і в прийнятті нових бізнес-моделей. Водночас, діджиталізація інтегрує цифрові технології в усі сфери бізнесу, що призводить до якісних змін функціонування та поведінки підприємства. По суті діджиталізація – це зміна підходу до ведення бізнесу. Для того, щоб бути комерційно успішними в нових умовах загальної цифровізації, підприємству необхідно розробляти нові продукти з використанням digital-каналів підприємства. Тобто, діджиталізація забезпечує нові види інновацій та креативність в певній галузі, а не просто вдосконалення чи підтримку традиційних методів.

Діджиталізація створює нові конкурентні переваги для компанії, а конкурентні переваги – це сукупність ключових, відмінних від суперників, чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої лідируючої позиції на ринку. Враховуючи турбулентність ринкового середовища, можна зазначити, що діджиталізація бізнесу є підґрунтям для створення нових можливостей, цінностей та компетентностей.

Компанії не дивлячись на сферу роботи для ефективного економічного розвитку вимушені рухатись неминучим напрямом діджиталізації. Діджиталізація забезпечує установам такі конкурентні переваги як:

- надання додаткової цінності товару через якісний сервіс;
- швидкий та високий рівень комунікації з клієнтами;
- зниження ціни за допомогою автоматизації та оцифрування бізнес процесів;
- прозорість внутрішніх та зовнішніх процесів підприємства;
- підвищення лояльності клієнтів до компанії.

Враховуючи карантинні обмеження, які склались, підприємствам необхідно розробити процедури обміну інформації між підрозділами та проведення нарад. Особливої уваги потребують виробничі цехи, яким необхідно звітуватись про результати виконаної роботи. Розроблені виробничі онлайн звітності можуть стати потужним інструментом в маркетинговій діяльності компанії.

Пандемія має негативний вплив на рекламну кампанію будь якої організації. У зв'язку з закриттям частини виставок та особливостями режими в'їзду громадян Україна до інших країн особливої уваги слід приділити розробці онлайн презентацій компаніям, які виходять або планують вихід на зовнішні ринки. Це можливо втілити завдяки таким програмним рішенням як: Skype, Zoom, Microsoft Teams, та інші. Віртуальні конференції допомагають менеджерам підтримувати зв'язок між командами і є альтернативою особистим бізнес-зустрічам. Проведення онлайн зустрічей не лише дозволить вивільнити додаткові грошові кошти та залучити їх в інші проекти, додасть додаткового часу менеджерам та дозволить спланувати і провести декілька конференцій за день. Сучасні хмарні рішення спростили і зробили віддалену роботу набагато більш привабливою, дозволивши працювати з будь-якої точки світу, де є якісний інтернет.

Діджиталізація для бізнесу – це досить еволюційний і органічний процес, де основним поштовхом до цього можуть стати карантинні обмеження. Діджиталізація підприємства сприятиме розвитку нових видів бізнесової діяльності, формуванню нової якості економічних відносин, розкриттю інтелектуального і креативного потенціалу усіх працівників. Це особливо важливо для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Кушніренко О.М., к.е.н., доц.,
ст. наук. співроб. відділу промислової політики
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАНУ»**

ТЕХНОЛОГІЇ ІНДУСТРІЇ 4.0 ДЛЯ ЗРОСТАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Конкурентоспроможність промислових компаній сьогодні базується на двох основних факторах: зростання ефективності всіх бізнес-процесів, оптимізація витрат та досягнення високого рівня безпеки виробництва та охорони праці. Сучасні цифрові інновації, зумовлені поширенням Індустрії 4.0, допомагають компаніям і в галузі охорони праці, і в підвищенні ефективності бізнес-процесів. Технологічні зміни й розвиток Індустрії 4.0 характеризується глобальним впровадженням мережових цифрових технологій у виробничий цикл, вертикальною і горизонтальною інтеграцією процесів й зміну ролі людини як учасника виробничого процесу. Розвиток цифрової економіки та Індустрії 4.0 характеризується інтеграцією різних областей знань, галузей промисловості, сфер людського життя. Мова йде не про локальне застосування тих чи інших технологій, а про їх злиття, об'єднання в мережу, що тягне за собою глибокі структурні трансформації, які проявляються на глобальному рівні практично у всіх країнах, галузях і в суспільстві в цілому. Інтелектуальні системи Індустрії 4.0 дозволяють моніторити технологічний процес, стан устаткування, регламенти та поведінку людини.

В умовах поширення Індустрії 4.0 охорона праці переходить на принципово новий рівень. Так завжди було під час попередніх промислових революцій. Зокрема після широкого застосування парових двигунів різко зросла кількість травмвань та нещасних випадків на виробництві. Саме тому вирішенню цієї проблеми присвячена діяльність багатьох міжнародних організацій. Зокрема, Міжнародна організація праці, заснована в 1919 р., вносить вагомий внесок у вирішення даних проблем шляхом розробки міжнародних трудових стандартів, а своїми першочерговими завданнями визначає: покращення умов праці, підтримку демократії та соціального діалогу, боротьбу з бідністю і безробіттям, заборону дитячої праці [1].

Аналіз сучасних операційних моделей і управлінських трендів дає можливість виділити такі технології Індустрії 4.0 для покращення системи охорони праці на підприємствах. По-перше, зростаюче застосування цифрових технологій Індустрії 4.0 надало можливість моніторингу працівників у реальному часі для зменшення впливу небезпечних факторів. В результаті були розроблені регулюючі рішення для обмеження ступеню небезпеки від механізмів. За отриманими сигналами вони попереджують та мінімізують ці загрози. Так, в багатьох підприємствах, де вже впровадили такі технології, успішно працюють сучасні системи охорони праці та безпеки. Наприклад, це системи віртуального проходження тестів на знання працівниками правил охорони праці на виробництві за допомогою віртуальної реальності (створення за допомогою технічного та програмного забезпечення віртуального світу, який передається людині за допомогою органів чуття: дотику, слуху та зору [2]). Для створення переконливого образу комп'ютерний синтез відбувається в режимі реального часу. За допомогою спеціальних пристосувань (окулярів та джойстиків) людина може потрапити в умови виробничого цеху та перевірити свої навички у віртуальних локаціях виробництва, де є загроза порушення правил безпеки. Наприклад, цехи з переміщенням кранів та великогабаритного устаткування. Саме за допомогою технологій віртуальної реальності, працівник може пройти тестування на виявлення небезпечних ситуацій на території виробничого майданчику. Практика показує, що працівники краще запам'ятовують інформацію, коли занурюються в реальні умови, ніж коли йому просто розповідають про правила охорони праці. Також це важливо для тих, хто проходить перший інструктаж при виході на роботу, адже працівнику буде простіше орієнтуватися в цеху, якщо він раніше вже побував на ньому віртуально. Успішним кейсом є впровадження програми цифрової трансформації MODUS компанією ДТЕК в Україні. Одним з найбільш значущих досягнень програми MODUS стало створення інфраструктури зв'язку на глибині 500 м у шахті «Ювілейна» (ДТЕК Павлоградвугілля). Безпрецедентний для України приклад проведення «Wi-Fi в шахту» дозволив підвищити безпеку шахтарів і оптимізувати цикл видобутку ресурсів. Система зв'язку дозволила в режимі реального часу отримувати дані з різних датчиків безпеки і повідомляти шахтарям про зміну аерогазових показників, за допомогою відеокамер моніторити робочий процес, за необхідності оголошувати і проводити евакуацію, а гірничий диспетчер зможе дистанційно допомогти працівникові у разі аварії, направляючи повідомлення на розумну лампу-пейджер, є індивідуальною системою безпеки шахтаря [2].

Ще однією системою, що сприяє зниженню ризиків виникнення нещасних випадків на виробництві є система поведінкового аудиту – спостереження за діями працівників та попередження робітника відповідальною особою у випадку порушення правил безпечного виконання робіт. Цей сучасний інструмент спілкування робітника та його керівництва доводить до робітника інформацію про те, що

кожне його порушення може призвести до нещасного випадку, що і скорочує подібні порушення, які фіксуються в режимі реального часу та реєструються в загальній системі даних за допомогою мобільного додатку. При чому фіксується не тільки час та особливості порушення конкретного працівника а його реакція та пропозиції щодо покращення ситуації. Таким чином, система отримує об'єктивні дані щодо причин порушення правил безпеки та водночас можливості для подальшого уникнення небезпечних ситуацій.

Наступним інструментом є цифрова мотивація з охорони праці та промислової безпеки. Основна задача – удосконалити процес прийому та передачі зміни робітниками та оперативно усувати порушення, виявленні при передачі зміни. При передачі зміни важливим є аналіз стану робочого місця: наявність засобів індивідуально захисту, відповідний стан устаткування, наявність зайвих предметів на робочому місці. В систему вносяться показники стану робочого місця, встановлюється відповідальний за порушення та термін усунення виявлених недоліків, що дозволяє проводити об'єктивний аналіз ситуації на робочому місці та посилити мотивацію працівників до дотримання встановлених правил безпеки.

Ще одним інструментом є модуль управління надзвичайними випадками – особлива інтелектуальна цифрова система, яка автоматизує процес розслідування нещасних випадків та травматизму на виробництві та дозволяє визначити їх причини. В основі системи працює штучний інтелект, що використовує базу нещасних випадків, які вже траплялися на виробництві протягом 10 років. За допомогою такого аналізу система вказує комісії на випадки, можливі прямі та опосередковані причини випадку. При внесенні інформації в цю систему автоматично формуються відповідні звіти та розпорядча документація. Це дозволяє автоматично встановити терміни та проконтролювати хід корегувальних заходів (інструктаж, проведення навчальних заходів, перегляд посадових інструкцій, впровадження безпечних маршрутів пересування, тренування з бригадою та інші) за результатами розслідування нещасного випадку [3].

При наявності на підприємстві небезпечного устаткування, що потребує постійного моніторингу стану використовується цифрова система моніторингу оглядів небезпечного устаткування. Основна мета якої полягає у виключенні ризику самовільного скорочення або зміни маршруту профілактичного огляду устаткування. Фіксується час за допомогою електронного зчитувача міток, встановлених в критично важливих місцях перевірки, проходження яких фіксується в системі. Дані із зазначенням причин відхилень та коментарі відповідальної особи вносяться на центральний сервер. Все дає можливість виключити «людський фактор» помилки та перейти на без паперову організацію контролю. Однак, система має недоліки, бо налаштована на підвищення дисципліни працівників. Важливим при цьому є впровадження аналізаторів та датчиків, що за допомогою інтернет зв'язку зможуть передавати дані та час виявлення порушень регламентованих показників.

Таким чином, впровадження цифрових технологій сприяє зниженню випадків виробничого травматизму, що підтверджують звіти цифрових підприємств. Так, кількість нещасних випадків зі складними наслідками у 2019 р. знизилась на 9% порівняно з 2018 р. [4]. Цифрові технології роблять працю більш безпечною та усувають суб'єктивний фактор при дотриманні вимог безпеки. Все дає можливість виключити «людський фактор» помилки та перейти на без паперову організацію контролю.

Отже, всі ці тенденції є своєрідними викликами вітчизняній системі підготовки кадрів, сигналізуючи про коригування орієнтирів в її процесах, адже подальший розвиток цифрової економіки буде супроводжуватися подальшими змінами соціально-трудових відносин, генеруванням нових стратегій на ринку праці, розробкою нових методів соціальної згоди при вирішенні питань, що стосуються людини, організації, регламентації, нормування і оплати праці в умовах створення цифрових платформ і екосистем. Найбільш успішно ці питання будуть вирішуватися тими державами, де створюється відповідна нормативно-правова і наукова база, функціонують спеціалізовані сервіси та організації, націлені на теоретичні дослідження і практичні розробки в області цифрової організації праці, побудова нових моделей соціально-трудових відносин.

Список використаної літератури:

1. Forced labour, modern slavery and human trafficking. International Labour Organization (ILO).<https://www.ilo.org/global/topics/forced-labour/lang--en/index.htm> (дата звернення: 10.04.2021)
2. World Development Report 2019. The Changing Nature of Work. Washington. World Bank, 2019. 151 p. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/816281518818814423/2019-WDR-Report.pdf> (дата звернення: 07.04.2021)
3. Нові горизонти: як українська енергетика використовує цифрові технології. ДТЕК. 2020. URL: <https://dtek.com/media-center/news/skachok-tsvivilizatsii-kak-tsifrovye-tekhnologii-menyayut-energeticheskuyu-otrasl-ukrainy/> (дата звернення: 08.04.2021)
4. Юрчак О. В Україні до Індустрії 4.0 відкриті саме металурги. Інтерв'юGМК.center. URL: <https://gmk.center/ua/interview/oleksandr-jurchak-v-ukraini-do-industrii-4-0-vidkriti-same-metalurgi/> (дата звернення: 10.04.2021)

Мартиненко О.М., студ., гр. МЕМ-2
Науковий керівник: Шиманська К.В., д.е.н., доц., зав. кафедри
цифрової економіки та міжнародних економічних відносин
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

В сучасних реаліях, електронна комерція набуває все більших масштабів. Це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій [1]. Розглянемо основні тенденції розвитку електронної комерції:

1. Покупки за допомогою смартфона – зручно та просто. Покупець може купувати товар з будь-якої точки світу та без допоміжних пристроїв, тому компанії мають активно створювати додатки та веб-сайти, що повинні відповідати мобільному формату. Споживачі, що користуються швидкими покупками у телефоні хочуть отримати додаткову зручність та цифрову оплату (Apple Pay, Samsung Pay та інші).

2. Збільшення обсяг продажів за допомогою голосових помічників. Наразі розвинена система голосових асистентів (Google Home, Amazon Echo – Alexa, Microsoft Cortana), що допомагають споживачу купувати та обирати товари. Голосовий пошук – точна та зручна технологія, що полегшує життя людей.

3. Нові методи оплати. Вибір певного варіанту оплати – одна з головних причин, кому клієнт може обрати певну марку продукції. На сьогоднішній день більшість підприємств електронної комерції приймають цифрові гаманці (такі як Google Pay, Samsung або Apple Pay та PayPal), крім дебетових та кредитних карток. Криптовалюти, особливо біткоїн, мають багато переваг для розрахунків, такі як низька комісія за транзакції та відсутність зворотних транзакцій. Напротязі декількох років ми зможемо побачити, що більшість підприємств електронної комерції почнуть приймати криптовалюту.

4. Omni-channel – підхід до торгівлі, що має на увазі одночасне використання всіх фізичних (оффлайн) і цифрових (онлайн) каналів комунікацій і передбачає інноваційну можливість повністю простежувати шлях клієнта. «Omni» походить від латинського «omnibus» («для всіх»), а під каналами в даному випадку розуміються всі способи взаємодії споживачів з брендом.

5. Штучний інтелект та віртуальна реальність. Штучний інтелект (ШІ) виступає у ролі помічника в Інтернеті, пропонуючи клієнтам персоналізовані рекомендації та рекомендації. ШІ використовує історію покупок покупців та поведінку потенційного споживача, щоб показати товари, які частіше купують. На відміну від фізичних магазинів, онлайн-покупці не можуть приміряти або фізично перевірити товар, який вони мають намір придбати. Розширена реальність (AR) допомагає усунути цю перешкоду, дозволяючи споживачам побачити, як певний товар буде виглядати на них ще до того, як вони придбають продукт.

6. Динамічне ціноутворення – це один з найбільш дієвих прийомів, використовуваних у сфері електронної комерції для підвищення конкурентоспроможності. Потрібно використовувати ПО для динамічного ціноутворення, щоб визначити найкращу ціну на товари. Ці інструменти надають у реальному часі уявлення про ціни конкурентів, ринковий попит та уявну вартість продукції, для визначення оптимальної вартості.

7. Персоналізація продажів. Під час опитування Forbes [2]. 40 % компаній електронної комерції заявили, що включення персоналізації у свої веб-сайти призвело до прямого збільшення продажів.

8. Прямий продаж у соціальних мережах – це ще одна тенденція електронної комерції, яку роздрібні компанії можуть розглядати. Купувати безпосередньо в соціальних мережах набагато зручніше, а шлях користувача набагато коротший.

Таким чином, споглядаючи на стан у світі, а саме на COVID-19, можна сказати, що електронна комерція допомагає зберегти соціальну дистанцію. Споживачу не потрібно ризикувати своїм здоров'ям, відвідуючи торгові центри, щоб придбати потрібні речі. Також, роздрібна торгівля через інтернет допомагає зберегти економіку та бізнес. Тому багато людей не втрачають роботу або знаходять нову в цій галузі. Електронна комерція потребує набагато більше кур'єрів, маркетологів, бухгалтерів, менеджерів та багатьох інших фахівців.

Список використаної літератури:

1. Мельник О. В. Електронна комерція як складова частина електронного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronna-komertsiya-yak-skladovachastina-elektronного-biznesu>.
2. The Path to personalization. Журнал Forbes. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/insights-treasuredata/2019/05/01/the-path-to-personalization/>

Онофрійчук О.С., магістрант, гр. ЗЕП–20–М, ФБСО
Науковий керівник: Богоявленська Ю.В., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

AGILE PROJECT MANAGEMENT

В умовах глобалізації, технічних та екологічних змін, компаніям необхідно вміти вчасно та швидко реагувати на них та не відставати від тенденцій сучасного ринку. Одне з можливих рішень – здійснювати різноманітні заходи та зміни в організаціях за допомогою проєктів. Проєкт – це сукупність цілеспрямованих, послідовно орієнтованих у часі, одноразових, комплексних і нерегулярно повторюваних дій (заходів або робіт), орієнтованих на досягнення кінцевого результату в умовах обмеженості ресурсів і заданості термінів їх початку і завершення [2, с. 9]. Реалізація будь-якого проєкту – це послідовність дій, що підлягають контролю та управлінню. Типовий процес управління проєктами складається з таких етапів: ініціація, планування, виконання, ефективність/моніторинг, завершення проєкту [3, с.3].

Сьогодні доволі часто зустрічається термін «Agile Project Management» (Гнучкий проєктний менеджмент). Гнучкий проєктний менеджмент базується на принципах, описаних у «Agile Manifesto» [4]. Відповідно до нього, Agile – це про нові методи, про співпрацю із замовником, готовність до змін та поділ роботи на короткі, регулярні та часті цикли виконаних завдань [5, с. 930]. Ми вважаємо, що гнучкий проєктний менеджмент – це необхідний елемент для сталого розвитку і саме agile project management відповідає вимогам сучасності та її змінам. Це чітко прослідковується під час порівняння життєвих циклів розробки проєктів. Наприклад, відповідно до методології Waterfall (водоспад; каскадна методологія, яка вважається традиційною, найпоширенішою та логічною методологією управління проєктами), проєкт ділиться на етапи, які виконуються послідовно, один за одним [6, с. 7]. Якщо брати до уваги методологію Agile, то проєкт ділиться на короткі цикли (ітерації), які можуть бути реалізовані в різній послідовності, адже кожен з етапів передбачає отримання замовником продукту, яким вже можна користуватись (без необхідності чекати завершення реалізації проєкту [6, с. 14]. Також Agile методологія – це чудовий варіант у випадку, коли замовник часто змінює очікування та вимоги, адже в основі Agile лежать гнучкість, командна робота та комунікація з клієнтом [5, с. 931]. Окрім того, саме Agile цінності та принципи допомагають підвищувати продуктивність команди та задоволеність працівників, мінімізують ризики випуску на ринок нежиттєздатних продуктів [7].

Також хочемо зазначити, що Agile – це загальний термін для величезного розмаїття методологій та методів, які поділяють описані вище принципи. Серед них такі підвиди, як: Scrum, Kanban, Hybrid, Lean, Bimodal та XP. За даними 14-го щорічного звіту про застосування Agile методології, саме Scrum використовується найчастіше з-поміж інших підвидів Agile [1].

Ми вважаємо, що найвагомішими перевагами гнучкого проєктного менеджменту є: висока видимість прогресу проєкту, яка також дозволяє вчасно ідентифікувати проблеми та вирішити їх; постійна співпраця з клієнтом; розширення можливостей власника бізнесу робити рішення, необхідні для досягнення цілей; адаптація до мінливих потреб бізнесу та гнучкість. Звичайно, Agile не можна вважати універсальним засобом досягнення успіху і перед тим, як обрати методологію управління проєктом необхідно проаналізувати ринкове середовище, залучення клієнтів, модульність роботи та вплив проміжних помилок. І лише на основі отриманих результатів приймати рішення, чи принесе гнучкий проєктний менеджмент очікувані результати, чи варто обрати іншу методологію. Проте, на нашу думку, за наявності сприятливих умов Agile Project Management – це вдале рішення.

Список використаної літератури:

1. 14th Annual State of Agile Report [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://stateofagile.com/#ufh-i-615706098-14th-annual-state-of-agile-report/7027494>.
2. Довгань Л. Є. Стратегічне управління / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – Київ: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
3. Agile Project Management: Best Practices and Methodologies [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.altexsoft.com/whitepapers/agile-project-management-best-practices-and-methodologies/>.
4. Manifesto for Agile Software Development [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://agilemanifesto.org/>.
5. Antlova K. Agile approach in the project management of the Czech companies / Klara Antlova // Procedia Technology / Klara Antlova., 2014. – P. 929–933.
6. Goodpasture J. C. Project Management the Agile Way / John C. Goodpasture., 2016. – 363 p.
7. Rigby D. K. How to master the process that's transforming management / D. K. Rigby, J. Sutherland, H. Takeuchi. // Harvard Business Review. – 2016. – P. 40–48, 50.

Прокопчук М.Б., магістрант, гр. МЕМ–2, ФБСО
Науковий керівник: Богоявленська Ю.В., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

Covid-19 наніс удар по всьому світі та зумовив вагомі суспільні зміни. Уряди видали розпорядження на обмеження великих зборів людей, обмежили приватні ділові операції та заохотили людей працювати якомога більше вдома. У відповідь, бізнес почав шукати шляхи продовження своєї діяльності віддалено, завдяки Інтернету. Вони звернулися до різних платформ для співпраці та можливостей відеоконференцій, щоб продовжувати взаємодіяти зі своїми колегами та клієнтами під час роботи в домашніх офісах.

Ще до пандемії, технології ставали дедалі важливішою частиною робочої сили. Підприємства розглядали технології, як корисний засіб взаємодії з клієнтами, що забезпечує певну гнучкість робочого місця, а також спосіб впровадження автоматизації та швидших процесів. Проте, розповсюдження коронавірусу, змусило компанії шукати творчі цифрові рішення, щоб організації могли продовжувати функціонувати віддалено та надалі обслуговувати свою клієнтську базу.

Цей перехід до цифрових технологій відіграв роль як для клієнта, так і для багатьох підприємств. Відсутність можливості збиратися в групи вимагало від багатьох професійних організацій пошуку нових способів спілкування, співпраці та завершення роботи чи проєктів, віддалено працюючи одне від одного. Водночас клієнти висловили зацікавленість в отриманні послуг, практично не контактуючи з людьми.

Разом, це допомогло забезпечити цифрову трансформацію, яка вплинула на бізнес у різних галузях. Дослідження того, як ці зміни вплинули на бізнес, може допомогти людям зрозуміти, як організації можуть прийняти їх цифрову трансформацію та які частини цих змін, ймовірно, будуть тут тривати.

Підприємства були змушені визнати, що впровадження технологій у їхні робочі системи не вимагає вдосконалення. Організації різних галузей промисловості змогли адаптуватися до цих змін значно швидше, ніж очікувалося. Згідно з дослідженнями, проведеними McKinsey, респонденти зазначили, що їх компанії змогли впровадити цифрові зміни у 20–25 разів швидше, ніж очікували. Зокрема, в області віддаленої роботи ці респонденти думали, що їхній бізнес зміг впровадити рішення в 40 разів швидше, ніж можна було б очікувати в умовах до пандемії. Те, що працівники очікували б на рік, щоб впровадити в своїх організаціях, зайняло в середньому 11 днів. Бренди змогли створити дієві рішення, яке дозволить працівникам продовжувати роботу вдома.

Цей поштовх до цифрової трансформації також призвів до того, що багато організацій почали проходити процес «весняного очищення», організовуючи свої технологічні інвестиції. У досвідомому світі, коли бізнес, можливо, лише зрідка звертався до своїх цифрових можливостей, надмірність чи прогалини в послугах легко були не помітні як співробітникам, так і керівникам підприємств. Однак опора на технологію, спричинена пандемією, змусила людей уважно придивитися до технологічних інвестицій, які вони мають, і до того, як вони співпадають з тим, що їм потрібно для ефективного ведення цифрового бізнесу. Метою тут має бути створення впорядкованих служб у всій організації. Програмне забезпечення для проведення конференцій, платформи для розміщення проєктів, можливості відстеження для моніторингу досвіду споживачів та інші важливі форми програмного забезпечення слід вибирати з урахуванням їх здатності створювати єдиний досвід, щоб бренд міг працювати з якомога меншою плутаниною та якомога меншою кількістю перебоїв.

Автоматизація має величезний потенціал для брендів, допомагаючи управляти всім, від запасів до списків підписки електронною поштою. Хоча багато організацій вже почали бачити силу автоматизації в управлінні своїми організаціями, все більша кількість компаній була змушена цією пандемією змінити свою точку зору і зрозуміти силу, яку може запропонувати ця технологія. Ця тенденція набула особливого поширення у виробничому бізнесі, оскільки переваги автоматизації, спрямованої на зменшення кількості людей, що працюють в безпосередній близькості, в той же час зменшують кількість людей, необхідних для створення певного товару.

До пандемії багато підприємств розглядали технології як засіб економії грошей та зменшення зайвих витрат. Наприклад, коли дані можна аналізувати та автоматично надсилати електронно, це дозволяє команді продажів та команді маркетингу зосередитись на інших завданнях, які неможливо вирішити за допомогою автоматизації та технологій. Однак цифрова трансформація також пропонує бізнесу величезні можливості для інновацій та пошуку шляху до своєї галузі.

Під час пандемії пріоритети кібербезпеки в організаціях також змінилися. Зі збільшенням віддаленої роботи багато галузей визнали важливість збільшення своїх витрат на кібербезпеку. Хоча це представляє проблему для галузей, які найбільше постраждали від пандемії, зменшення доходів змушує бюджети скорочуватися, важливість кібербезпеки стала пріоритетом для компаній у різних галузях.

Технології пропонують компаніям різних галузей неймовірний потенціал для спілкування з людьми по всьому світу в будь-який момент. До пандемії багато організацій тільки починали бачити потенціал та можливості для їх бізнесу. Однак, коли особисті зустрічі та робота були обмежені у відповідь на Covid-19, вони швидко зрозуміли, наскільки потужною може бути технологія. Пандемія допомогла пришвидшити цифрову трансформацію та створила ландшафт, який і надалі заохочуватиме інновації та технології для впровадження. По мірі того, як підприємства почнуть краще розуміти можливості сучасних технологій, вони також почнуть розуміти можливості, які будуть поставлені перед ними, навіть після закінчення пандемії.

Шараковська М.В, бакалавр, гр. ЕК-1ФБСО
Науковий керівник: Богоявленська Ю.В., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Ринкові відносини поставили організації в нові відносини з державою, з виробничими та іншими партнерами, працівниками. У зв'язку з цим змінюються стосунки між керівниками підприємств, керівниками та підлеглими, між усіма працівниками усередині фірми. Змінюється і ставлення до персоналу підприємств. Конфлікти завдають значної шкоди ефективній взаємодії у групах, стають причиною втрат виробничих ресурсів і часу. Поряд з тим своєчасно виявлені та вирішені конфліктні ситуації можуть стати засобом вирішення актуальних завдань.

Конфлікт – це різні види протидії, протиборства осіб і груп з приводу різних цілей, значущих для них, інтересів, цінностей, установок, а також усвідомлена практична діяльність з подолання цих суперечностей.

У загальному розумінні конфлікт – це відсутність згоди між двома й більше сторонами, котрими виступають як організації, так і конкретні особи. Під конфліктом так само слід розуміти зіткнення протилежно спрямованих тенденцій у психіці окремої людини, у відносинах людей та їх формальних і неформальних об'єднань, обумовлене розходженням поглядів, позицій та інтересів.

Конфлікти пов'язані з дією людського фактора в організації, тому важливе значення для сучасних керівників має оволодіння технікою управління ними на протипагу необхідності вирішення конфліктних проблем з їх наслідками.

Класифікація конфліктів в організації за безпосередніми причинами виокремлює такі їх види:

1. Конфлікти через інформаційні причини (відсутність, дефіцит інформації; хибна інформація; відмінності у розумінні важливості, в інтерпретації інформації; в порядку та способах оцінювання).
2. Конфлікти інтересів (розбіжність виробничих, особистих інтересів).
3. Конфлікти, породжені особливостями спілкування (виразні емоції; хибне тлумачення та стереотипність мислення; відсутність зворотного зв'язку; повторювана негативна поведінка тощо).
4. Організаційно-структурні конфлікти (нерівність щодо влади та авторитету; відсутність необхідного часу; фізичні, географічні та інші чинники, що гальмують співробітництво).
5. Конфлікти систем цінностей (відмінності критеріїв оцінювання ідей та поведінки; розбіжності в цілях та ідеалах тощо).

Успішне вирішення конфлікту вимагає врахування інтересів всіх учасників конфлікту. Потрібно мати на увазі не тільки безпосередніх учасників — тих, між ким відбувається конфліктна взаємодія, але і інших осіб, чий інтерес може бути в центрі даної ситуації і чий позиції можуть впливати на результат конфлікту.

Управління конфліктами в діджитал-умовах має відбуватися в контексті управління талантами та лідерством, HR-аналітики, управління залученням, поведінкою та культурою.

Стратегія управління конфліктами в умовах діджиталізації процесів в організації, що сприятиме ефективності управління включає такі складові:

- вирішення перед конфліктної і конфліктної ситуації щодо вимог і результатів дій працівника або колективу за допомогою інформаційних технологій включає використання діджитал-інструментів та онлайн-платформ;

- функціонування дієвого координаційного механізму взаємодії, коли менеджмент організації приймає грамотні і своєчасні рішення віддалено включає в себе систему мотивації з урахуванням відділеної зайнятості.

Успішне вирішення конфліктних ситуацій в умовах діджиталізації процесів в організації, їх профілактика потребує усвідомлення природи конфлікту з боку керівників, знання й оволодіння ефективними способами спілкування, вміння обирати доцільний спосіб поведінки в конфліктній ситуації, що виникають при довготривалих взаєминах. Контроль за конфліктною ситуацією є тим інструментом, оволодіти яким може кожен, а це допоможе вирішити практично будь-яку проблему.

**Шостак І.В., пров. наук. співроб. проблемної науково-дослідної лабораторії
соціальних досліджень ринку праці, кандидат економічних наук
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України**

ЦИФРОВИЙ РОБОЧИЙ ПРОСТІР ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Технологічні інновації століттями змінювали життя та діяльність людини. Цифровізація, мережизація та інші інноваційні технології, а також вплив пандемії, спричинений Covid-19, виступають каталізатором в прийнятті бізнесом рішень, щодо запровадження цифрового робочого простору, як необхідної умови економічного розвитку. Цифровий робочий простір є інтегрованою технологічною структурою, яка централізує управління корпоративними програмами, даними та кінцевими продуктами, дозволяючи працівникам співпрацювати та працювати віддалено.

Основними перевагами запровадження цифрового робочого простору є:

- гнучкість – цифрові робочі місця та інші технології цифрового робочого простору дозволяють працівникам працювати де завгодно і коли завгодно, на будь-якому пристрої, що забезпечує почуття контролю над своїм життям, оскільки їхнє робоче та особисте життя не знаходяться в суперечності, також скорочується час прийому на роботу, оскільки кандидатів більше приваблюють компанії з віддаленими або гнучкими варіантами роботи;
- продуктивність – гнучкість безпосередньо стимулює підвищення продуктивності праці працівників;
- покращення співпраці – заохочує до легких, впорядкованих взаємовідносин між колегами та керівниками, через використання онлайн-комунікацій;
- сталість колективу – розширення можливостей допомагає працівникам довіряти і поважати керівництво, що призводить до задоволеності своїм робочим місцем та сприяє привалним відносинам з роботодавцем;
- покращення обслуговування клієнтів – застосування онлайн-технологій, щодо самоосвіти та самообслуговування, сприяють підвищенню рівня обслуговування клієнтів;
- зниження витрат – оскільки цифровий робочий простір позбавляє потреби у фізичному робочому середовищі, компанії можуть отримати вигоду, заощадивши на витратах;
- сумісність з іншими технологіями бізнесу – що дозволяє компаніям покращувати взаємодію з інтегрованим програмним забезпеченням, одночасно зменшуючи кількість логінів, які повинні пам'ятати працівники, та полегшуючи практики управління та обслуговування системи.

Складовою цифрового робочого простору є цифрове робоче місце. У відповідності до Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки від 17.01.18 №67-р, одним із основних напрямів цифрового розвитку є впровадження концепції цифрових робочих місць, що передбачає перетворення робочих місць різних секторів економіки у цифрові робочі місця та підготовку певних законодавчих ініціатив по стимулюванню використання цифрових робочих місць бізнесом та працівниками [1]. Цифрове робоче місце – віртуальний еквівалент фізичного робочого місця, котрий вимагає належної організації, користування та управління, оскільки воно має стати запорукою підвищеної ефективності працівників та створення для них більш сприятливих умов праці [2].

Ще однією складовою цифрового простору є цифрові компетентності працівника. Кабінет міністрів України 3 березня 2021 схвалив Концепцію розвитку цифрових компетентностей та затвердив план заходів по її реалізації [3]. Одним із головних завдань є формування та розвиток цифрових навичок і цифрових компетентностей в суспільстві, що сприятимуть розвитку цифрової економіки та суспільства, дозволить підвищити конкурентоспроможність на ринку праці, надасть можливість для безперервного навчання. Отже, в результаті синергічного поєднання нових технологій, інститутів організації праці, виробництва та управління відбувається цифровізація економіки, що спричиняє формування нової платформи соціально-трудових відносин – цифровий робочий простір. Цифровий робочий простір використовує новітні інструменти та технології для забезпечення нових ефективних способів роботи, що покращує загальну продуктивність та залученість працівників.

Список використаної літератури:

1. Лопушинський П.І. Цифрові робочі місця державних службовців як вагома складова електронного урядування в Україні / П.І. Лопушинський // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. – 2018. – № 1.
2. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р.
3. Концепція розвитку цифрових компетентностей, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 167-р.

Шубін Р.
Ущатовський Ю.В., к.е.н., доц., доц. кафедри
цифрової економіки та міжнародних економічних відносин
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ КРИЗИ

Сьогодні в Україні процес соціально-економічного розвитку ускладнений численними системними кризами. Окрім економічної кризи, в державі присутні політична, соціальна та військова кризи. Подолання кризи вимагає прийняття швидких рішень, які зазвичай мають тактичний характер. Проте необхідним є більш довгострокове бачення. Боротьба с пандемією COVID-19 в умовах здійснення інноваційних державних реформ, забезпечення макроекономічної стабільності, стимулювання економічного зростання та стримання конфлікту у східних регіонах країни – все це впливає на основні тенденції в сфері зайнятості працездатного населення [1].

Як свідчать данні Державної служби статистики України, кількість зайнятого населення у віці 15–70 років в 2020 році порівняно з 2019 скоротилася на 663 тис. осіб., а відповідно рівень зайнятості на знизився на 2 %, та в 2020 році становив 56,2 %. Скорочення обсягів та рівня зайнятості відбулося як серед жінок, так і серед чоловіків. Кількість зайнятих жінок скоротилася на 317 тис. осіб (до 7,6 млн осіб), а рівень зайнятості скоротився з 52,9 % до 51,2 %. Кількість зайнятих чоловіків зменшилася на 346 тис. осіб (до 8,3 млн. осіб), а рівень зайнятості скоротився з 64,0 % до 61,8 %. Найвищий рівень зайнятості спостерігався серед громадян у віці 40–49 років (76,7%), а найнижчий – серед осіб у віці 60–70 років (13,2 %) та молоді віком 15–24 роки (25,8 %). Низький рівень зайнятості молоді обумовлений тим, що значна кількість осіб у цьому віці навчається та не входить до складу робочої сили [2].

Одночасно є і позитивні зрушення у сфері зайнятості – 29 % працюючих в Україні перейшли на дистанційну форму зайнятості, що в умовах впливу санітарно-епідеміологічних загроз пандемії COVID-19 дозволило зберегти робочі місця і зарплати працівникам.

Інновацій, які відбуваються під впливом криз призводять до прогресу, що спричиняє появу нових форм використання робочої сили, таких як contingent working, тобто непостійної зайнятості [3], то б то такі форми праці, які роблять головним принципом кадрової політики різноманітне і максимально гнучке використання робочої сили.

Пандемія COVID-19 стала каталізатором застосування цифрових технологій, що зумовлюють радикальні зміни у змісті та характері праці. Під їх впливом відбувається формування цифрового сегменту ринку праці, а відповідно – цифрової зайнятості. Цифрова зайнятість – це зайнятість з використанням цифрових технологій, результатом якої є інформаційний продукт. Вона охоплює як сферу суто професійної розробки та реалізації цифрових технологій, так і сфери їх розповсюдження та використання для створення інших товарів та послуг. Попит і пропозиція на робочу силу, умови найму та оплати праці фіксуються на онлайн-платформах. Серед переваг цифрової зайнятості можна виділити: самоактуалізація працівника, адже він сам вирішує яку саме роботу та коли виконувати. На позицію працівника на глобальному ринку праці впливає рівень його унікальності та професійної кваліфікації; глобальна мобільність. Маючи доступ до мережі Інтернет, працівник стає суб'єктом глобального цифрового ринку праці і отримує можливість знайти роботу будь-де, навіть в іншому місті, а отже отримувати гідну оплату праці; гнучкість робочого часу, що дає можливість проводити більше часу із сім'єю або зайнятися особистими справами; самовдосконалення. Деякі працівники постійно вдосконалюють свої навички для того, щоб знайти кращу роботу в мережі Інтернет.

Основними формами цифрової зайнятості є: електронний фріланс (працівник самостійно здійснює пошук роботи, використовуючи спеціальні онлайн-платформи) та електронний аутсорсинг (у соціально-трудових відносинах бере участь посередник, який виступає гарантом і частково або повністю бере на себе ризики) [4].

Створення нових робочих місць все більше пов'язане з інтернетом, а тому відбувається зміна формату зайнятості, що призведе до виникнення нових професій, наприклад: інженер й будівельник розумних доріг та інтелектуальних мереж, інженер з розробки додатків, мережевий інженер, фахівець з цифрової безпеки та конфіденційності, робототехнік, менеджер з продукції Інтернету речей, фахівець із сонячної технології, когнітивно-поведінковий терапевт, проектувальник 3-D друку, аналітик даних Інтернету речей, фахівець з установки пристроїв та обслуговування обладнання тощо [5].

Отже, підвищення зайнятості працездатного населення можливе шляхом запровадження інноваційних форм зайнятості; налагодження співпраці з іноземними компаніями; сприяння підтримки малого та середнього бізнесу; підтримка стартапів спрямованих на онлайн діяльність; запровадження програм здобуття нових актуальних професій; розвиток цифрових навичок.

Список використаної літератури:

1. Україна у 2020-2021 роках: Наслідки пандемії консенсус-прогноз міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, К. – 2020. – № 51.
2. Ситуація на ринку праці та діяльність державної служби зайнятості у січні-лютому 2021 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/67>
3. Піщуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти – К. : Центр Разумкова, 2020. – 274 с.
4. Новікова О.Ф., Панькова О.В., Шастун А.Д. Цифровий розвиток у процесах подолання ризиків та небезпек в умовах пандемії COVID-19. Бізнес-навігатор. Випуск 4(60), 2020.
5. Петрова І. Л., Балика О. Г., Качан Г. М. Цифрова економіка та поява цифрової зайнятості / І.Л. Петрова, О.Г. Балика, Г.М. Качан // Social and Labour Relations: Theory and Practice. - 2020. - Volume 10, Issue 2. - P. 10-20.