



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ

VI Міжнародної
науково-практичної конференції

**«МЕНЕДЖМЕНТ ХХІ СТОЛІТТЯ:
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ»**

19 травня 2022 року

**Міністерство освіти і науки України
Полтавський державний аграрний університет
Департамент агропромислового розвитку Полтавської ОВА
ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААН України
ГО «Науково-дослідний інститут соціально-економічного розвитку»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Сумський національний аграрний університет
ТОВ «Науково-виробничий центр сертифікації,
метрології та стандартизації»
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Science and research institute of social and economic development (Чехія)
Leibniz institute of agricultural development
in transition economies (Німеччина)
International centre for enterprise and sustainable development (Гана)
ISMA University (Латвія)
Administration of the universidad Carlos III de Madrid (Іспанія)
School of marketing, UNSW business school UNSW Sydney (Австралія)
Кооперативно-торговий університет Молдови
Євразійський національний університет ім. Л. Н. Гумільова (Казахстан)**

Матеріали

**VI Міжнародної науково-практичної конференції
«Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики»**

19 травня 2022 р.

Полтава 2022

УДК 005 «20»
М 50

Менеджмент XXI століття : глобалізаційні виклики : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 19 травня 2022 р. Полтава : ПДАУ, 2022. 1321 с.

У матеріалах конференції розглядаються загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти методології та практики сучасного менеджменту.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів закладів вищої освіти, фахівців-практиків.

Редакційна колегія:

В.І. Аранчій, к.е.н., професор, в.о. ректора Полтавського державного аграрного університету,

О.А. Галич, к.е.н., професор, перший проректор Полтавського державного аграрного університету,

Т.В. Воронько-Невіднича, к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

М.В. Зось-Кіор, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

Viktorii Riashchenko, Dr.oec., Prof., Expert of Latvian Council of Science, ISMA University of Applied Science, Riga, Latvia,

Emmanuel Kwesi Boon, Prof., Director of International Affairs International centre for Enterprise and Sustainable Development (ICED), Accra, Ghana,

Vladimir Melnyk, Dr., Associate Professor of Marketing Department of Business Administration University Carlos III of Madrid

Д.В. Дячков, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету,

І.П. Потапюк, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Матеріали друкуються мовою оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

© Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПДАУ заборонено

stores, які у «Glovo» отримали назву «Glovo Express». Шляхом аналізу логістичних сполучень та інфраструктури міста, обираються райони, у межах яких можливо швидко здійснити доставку. Після цього, співробітником компанії облаштовується приміщення, з дотриманням усіх норм зберігання продуктів, заповнюється прості товарами та запрошуються на роботу пікери – збирачі замовлень [2].

Асортиментна група «Glovo Express» представлена більше ніж 1000 одиниць товарів, серед яких є: бакалія, солодощі та сніки, молочні продукти, дитячі товари, безалкогольні й алкогольні напої, тютюнові вироби, товари для тварин, засоби особистої гігієни.

Асортимент планується поступово розширювати популярною продукцією з обмеженим терміном споживання, такою як свіже м'ясо, риба, овочі та фрукти.

Наявність мережі мікрофулфілмент у майбутньому дасть можливість компанії скоротити процес збирання замовлення до 1,5-2 хвилин, а сам формат «Glovo Express» доповнить вже наявні можливості доставки.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт журналу «Forbes»: [Електронний ресурс]. URL: <https://forbes.ua/news/osnovnim-vlasnikom-glovo-stav-nimetskiy-delivery-hero-chomu-obednuyutsya-servisi-dostavki-ta-shcho-tse-kazhe-pro-garyachiy-rinok-05012022-3128> (дата звернення: 07.05.2022)
2. Онлайн портал «Асоціація рітейлерів України»: [Електронний ресурс]. URL: <https://rau.ua/novini/novini-kompanij/glovo-podilivsja-rezultatami/> (дата звернення: 07.05.2022)

С.В. Харченко, викладач

Черкаський державний бізнес-коледж

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ СУСПІЛЬСТВА ТА БІЗНЕСУ, ЇХ ВПЛИВ НА КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦІВ

Як зазначає Бенджамін Дізраелі, найбільшого успіху досягає той, хто володіє кращою інформацією. Сьогодні практично кожен може створювати, поширювати та використовувати інформацію та знання в єдиному інформаційному просторі. Інформація стала не просто продуктом розумової діяльності; формою знань; товаром, що має споживчу цінність; а базисом світу; стратегічним ресурсом бізнес-діяльності, валютою,

технологією управління потенціалом. При цьому і далі трансформуються підходи до організації людської життєдіяльності, глибшими та гнучкішими стають процеси генерування та реалізації бізнес-ідей через доступ до знань, осмислення ситуації за допомогою релевантної інформації, застосування інструментів аналізу та оцінки результатів, творче відтворення через креаторство та реалізацію задумів та проектів.

Зростання попиту на інформацію, що повноцінно стала об'єктом купівлі-продажу, є наростаючою тенденцією в інформаційному світі *Big Data*, суттєво збільшився міжнародний інформаційний обмін. США поступово втрачає першість як головного виробника і споживача інформаційних продуктів і послуг, та поступається часткою Європі, Азії, Північній Америці. За прогнозом компанії IDC (провідний постачальник інформації та консультаційних послуг), обсяг даних у світовому масштабі щороку зростатиме приблизно на 61%. До 2025 року цей показник досягне 175 Збайт [2]. Зростання європейського ринку ІКТ пов'язане з розширенням можливостей обігу мультимедійних продуктів, з розвитком мобільної електронної комерції, зокрема е-контрактинг, консалтинг, інтернет-маркетинг, інтернет-банкінг, інтернет-телефонії, PR-брендингу тощо [3].

За міжнародними рейтингами можна простежити позитивну динаміку розвитку інформаційного суспільства в світі. До найбільш авторитетних серед них відносять: індекс мережевої готовності, індекс готовності до електронного уряду, індекс розвитку *ІКТ*, індекс економічних знань. На думку експертів, пандемія коронавірусу *COVID-19* прискорила цифровізацію економіки в 10 разів. Загалом, за останні 20 років здійснено суттєвий скачок від супутникового телебачення, до доступу до «глобальної інформації». Такі компанії як *Google*, *Amazon* і *SpaceX* активно розробляють проекти по розвитку космічного (супутникового) інтернету та, як висловлюються експерти, намагаються «заново винайти велосипед».

Індустрія перероблення інформації характеризує сферу індустріальної діяльності зі збирання, оброблення, зберігання, передавання інформації та здійснення управлінських процесів. Відповідно до критеріїв Асоціації інформаційної індустрії

США, інформаційною компанією є бізнес, який самостійно створює свій інформаційний продукт та ставиться до інформації як до свого кінцевого продукту. На даний час основними секторами інформаційного ринку є: інформація для спеціалістів (професійна інформація), ділова інформація (біржова і фінансова інформація, економічна та статистична інформація), масова споживча інформація, послуги освіти, забезпечуючі інформаційні системи та засоби.

Інформація була об'єктом торгівлі задовго до появи перших інформаційних компаній. У сучасному світі інформація виконує три функції: сировини, продукту та специфічного засобу виробництва. Прикладом сировини є дані, економічна інформація; продукту – книги, новини, освітні програми; знаряддя праці – *ЕОМ* та інші технічні засоби, а також програмні засоби. Можна ідентифікувати ситуації, коли вирішення певного питання та необхідність прийняття рішення відбувається в умовах так званої «інформаційної пустелі» з браком достовірної інформації; «інформаційних джунглів» з численним масивом не впорядкованих та неструктурованих даних; «інформаційним сафарі» - орієнтування на пошук перевіреної інформації з відповідними параметрами у вигляді аналітичних звітів та досліджень; «інформаційний серфінг» на основі ефективного пошуку інформації з використанням оптимальних алгоритмів.

Важливою рисою архітектури бізнесу сьогодення і майбутнього, внаслідок інформаційного вибуху, внаслідок змін технології, диверсифікованості і глобального масштабу фірми є збільшення кількості змінних (культура, політика та ін.), що потребують їх врахування в управлінні сучасним бізнесом. Серед основних трендів роботи майбутнього — видозміна низки професій і посад внаслідок тотальної діджиталізації та роботизації рутинних процесів. За даними дослідження «*The Future of work 2030*»[1] потреби ринку праці змінюються в бік професій, пов'язаних з управлінням складними процесами і аналізом значних обсягів інформації. При цьому зростають вимоги до фахівців, які в одному полі професійної діяльності реалізують міждисциплінарні знання, креативність та м'які навички.

Інформаційне виробництво все більше перетворюється на умовний гібрид виробництва технологій та мистецтва, що змінює основи реалізації таких напрямків діяльності як маркетинг, контент, продажі, розробка продукту, Data Science (фокус на роботу з даними) і *AI* (штучний інтелект), люди і культура, інженерно-технічне обслуговування, хмарні обчислення та піднімає на суттєво інший рівень завдання з проектування бізнес-систем, організацію управлінської діяльності, створення умов для формування компетентісного поля роботи працівників.

На думку експертів, прогнозується все більше зростання потреби в мультифункціональних компетенціях фахівців (стратегічних, інформаційних, аналітичних), здатних забезпечувати зберігання, перетворення даних та швидкий доступ до них, побудову економічних моделей, використання сучасних технічних засобів та інформаційних технологій.

До стратегічних компетенцій фахівців можна віднести: здатність до формування *Vision* майбутнього; мати відчуття «потрібного» напрямку руху; побудова та відпрацювання гіпотез, побудова сценаріїв та вироблення альтернатив. Інформаційні компетенції передбачають систематичний збір та детальну обробку даних; інтерпретацію показників, що характеризують процеси і явища в глобальному середовищі; інформаційне забезпечення процесу прийняття бізнес-рішень. Аналітичні компетенції включають обґрунтування бізнес-рішень, складання аналітично-прогностичних звітів для вирішення проблем в контексті їх виникнення та динаміки; підготовку висновків; розробку рекомендацій, пропозицій та прогнозів.

Список використаних джерел:

1. Future of work 2030. Як підготуватись до змін в Україні https://careerhub.in.ua/future-of-work-research.pdf?fbclid=IwAR1Po761mINiEVxFpfJOCwboRJcE48oFcdWROIUo1lqCHgr9NHgF2_DuDyo
2. Технології BIG DATA: ключові характеристики, особливості та переваги. <https://aicongference.com.ua/uk/news/tehnologii-big-data-klyuchevie-harakteristiki-osobennosti-i-preimushchestva-97883>
3. Україна 2030 Україна з розвинутою цифровою економікою Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>