2. Поведінка оратора в аудиторії (вироблення впевненості, особистість оратора, перше враження, реакція оратора на завади, рух оратора в аудиторії та ін.).

3. Техніка аргументації (вступ, захоплення уваги, підтримка уваги, стратегія виступу, прийоми аргументації, мова виступу, донесення головної думки, регламент, завершення виступу, відповіді на питання, особливості різних типів виступів та ін.).

4. Оратор і аудиторія (врахування особливостей та інтересів аудиторії, ефективність публічного виступу).

Найбільш поширена схема діяльності спічрайтера полягає в послідовному виконанні наступних етапів:

1) підготовка; 2) інтерв'ювання; 3) дослідження; 4) організація і написання промови.

Отже, суть спічрайтингу зводиться до здатності та готовності співробітників відділу зв'язків з громадськістю придумувати та фіксувати у письмовому вигляді тексти промов, виступів та заяв що озвучуються для ЗМІ від імені керівництва. Підводячи підсумки можна визначити що спічрайтинг це усне публічне інформування цільової аудиторії від імені першої особи з позиції суб'єкта PR та в його інтересах.

Список використаних джерел:

1. Литвин А. В. Спічрайтинг як технологія політконсалтингу. Технологія і техніка друкарства. 2018. № 4(58). С. 84-90.

2. Спічрайтинг. Вікіпедія. URL : https://cutt.ly/JBd0FSo

3. Ісайкіна О. Д. Спічрайтинг як базова технологія політичного піару Соціум. Документ. Комунікація. 2016. Вип. 2. С. 177-188

ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕТОДОЛОГІЇ SCRUM

О. В. ЖМАЙ, ст. викл.,
К. С. БАДЕРА, студентка
Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова
вул. Дворянська, 2,Одеса, 65082

Потреба в інноваціях спонукала багато компаній шукати нові методи підвищення ефективності роботи співробітників. Слід зазначити, що за ефективність управління організацією відповідає менеджмент, адже це є його ключовим завданням. Для підвищення результатів необхідно звернути увагу на сферу інформаційних технологій, адже зараз саме вона формує основний запит на розробку систем управління.

Одним з провідних управлінських інструментів сьогодні можна назвати Scrum–це фреймворк, який використовують для реалізації Agile-розробки. у різних сферах, включаючи менеджмент.

Щоб розібратися з тим, як належним чином застосувати Scrum, необхідно також визначити, у чому ж полягає сутність підходу Agile.

Методологія Agile почала зароджуватись у 1990-х роках і переважно використовувалась в проектах з розробки програмного забезпечення та IT-додатків. ЇЇ суть полягає в тому, щоб бути чуйним до ринку та споживача, швидко реагуючи на їхні вимоги та запити і змінюючи курс, як того вимагають обставини.

Таким чином, Agile – це набір методів і практик для гнучкого управління проектами у різних прикладних галузях, від розробки програмного забезпечення до реалізації маркетингових стратегій, з метою підвищення швидкості створення готових продуктів та мінімізації ризиків за рахунок ітераційного виконання, інтерактивної взаємодії членів команди та швидкої реакції на зміни. Agile спрямовано на оптимізацію надання споживчої цінності при мінімізації ризику розробки товарів, які не задовольняють або не відповідають вимогам ринку або споживачів[1].

Scrum є адаптивним, швидким, гнучким та ефективним інструментом. Його основною метою є задовольнити потреби замовника шляхом сприяння культурі відкритого спілкування, спільної власності та постійного вдосконалення. Процес розробки починається із загального уявлення про те, що необхідно зробити, після чого створюється список характеристик, впорядкованих за пріоритетністю (Product Backlog), які бажає отримати власник продукту [2].

Для успішного впровадження Scrum у компанію необхідно дотримуватися поступового восьмикрокового плану [3]:

1. Створення структури та пошук людей (зокрема,Власника Продукту та Скрам-Майстра), а також створення ProductBacklog – це пріоритетний список елементів, який клієнт хоче бачити у своєму продукту.
2. Оцінка командою необхідних зусиль для досягнення цілі.
3. Планування спринту – періоду часу, необхідного для створення робочої версії продукту.
4. Daily Scrum (висновки і аналіз виконаної роботи за попередній день).
5. Демонстрація замовнику того, що команда зробила протягом Спринту.
6. Проведення retrospective meeting, на якій обговорюється спринт та те, що можна змінити для покращення продукту та/або роботи команди.
7. Пошук рішень щодо невирішених питань.
8. Початок наступного спринту.

Кожен етап важливий для впровадження Scrum у компанію та не може бути опущений.

Таким чином, ми бачимо, що за своєю суттю методологія Scrum є досить простою (хоча, звичайно, на практиці ці дії можуть бути не такими вже й простими). При правильній реалізації вона може допомогти збільшити ефективність як компанії в цілому, так і конкретних команд та людей зокрема.

Список використаних джерел:
1. What Is Agile Methodology? Retrieved from https://www.digite.com/agile/agile-methodology.
2. Kelly Waters (n.d.). How to Implement Scrum in 10 Easy Steps. Retrieved from https://www.101ways.com/howto-implement-scrum-in-10-easy-steps.
3. Zhmai A., Badera K. Stages of building and implementing the Scrum methodology. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1687. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-42-86.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

О. А. ІВАНОВА, канд. екон. наук, доцент,
проректор з науково-дослідної роботи,
Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»
61000, Україна, м. Харків, вул. Лермонтовська, 27
olgaiva.nua@gmail.com

Успішне функціонування будь-якого підприємства та конкурентоспроможність безпосередньо залежать від грамотної взаємодії усіх його підсистем, провідне місце серед яких займає саме логістична. Питання функціонування логістичних систем та вибір найбільш ефективної завжди були в полі зору любого сучасного підприємства, особливо важливою складовою цій напрям є для виробничих підприємств. В теорії та практиці дослідження питань управління логістичними рішеннями є багато сучасних напрацювань. Багато уваги приділяється оцінки ефективності логістичних рішень на підприємстві, використанню комплексу логістичної системи, з урахуванням, що логістика покликана знижувати витрати або їх оптимізувати [2].

Обробка замовлень, перевезення вантажу, його зберігання на складі, управління продукцією, її упаковка, післяпродажне обслуговування тощо – усе це включає певні витрати, які при правильному підході стають мінімальними. Тому, поліпшення взаємодії компанії з партнерами і постачальниками може зробити підприємство більш конкурентоздатним і рентабельним.

В загальному вигляді логістичну систему підприємства можна представити як сукупність підсистем, між якими існують взаємозв’язки і які виконують певні функції[1]. Функціональними підсистемами її є: постачання, виробництво, транспортування, збут, складування. Логістична система характеризується внутрішньо системними зв'язками, а також зв'язками з зовнішнім середовищем. Зазначені види зав’язків мають інтерактивні