

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДОКУМЕНТАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених

26 ЛИСТОПАДА 2024 РОКУ

м. Рівне



РІВНЕНСЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ
ГУМАНІТАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

Р
Д
Г
У
КАФЕДРА
МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 005 (082)

П-88

Рекомендовано Вченої радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол №12 від 5 грудня 2024 р.)

Редакційна колегія

Павелків Р.В., д.психол.н., професор, в.о. ректора Рівненського державного гуманітарного університету, голова редколегії; Петренко О.Б., д.пед.н., професор, проректор з інноваційної діяльності і міжнародного співробітництва; Юхименко-Назарук І.А., д.е.н., професор, декан факультету документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики; Микитин Т.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри документальних комунікацій та менеджменту; Сяська О.В., к.е.н., доцент кафедри документальних комунікацій та менеджменту, відповідальний секретар.

Публічне управління та менеджмент: сучасні тренди та перспективи: збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених. Рівне, 26 листопада 2024 р. [тези доп.]. Рівне: РДГУ, 2024. 138 с.

Збірник містить тези доповідей результатів актуальних досліджень щодо підвищення ефективності державного управління та місцевого самоврядування, економічних та правових аспектів децентралізації в Україні, інноваційних підходів до вирішення проблем сучасного менеджменту та інформаційної діяльності, а також аналізу трендів і перспектив публічного управління та менеджменту.

Розраховано на науковців, викладачів і здобувачів закладів вищої освіти, фахівців із публічного управління та менеджменту, представників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

За зміст публікацій повну відповідальність несуть автори.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

<i>Гопанчук І.О., Сяська О.В.</i> Соціально-економічний розвиток громад: основні аспекти, проблеми та перспективи	6
<i>Каспришен І.О., Савченко О.Р.</i> Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств сфери охорони здоров'я	9
<i>Приставчук Ю.І., Поляк К.Ю.</i> SMM як інструмент підвищення ефективності комунікацій закладів охорони здоров'я з громадськістю.....	11
<i>Щесюк С.В.</i> Проблемні питання правового регулювання відносин у туристичному секторі на національному та місцевому рівнях.....	14

СЕКЦІЯ 2. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

<i>Yang Chongqiu, Mashta N.O.</i> Mechanisms for ensuring the quality of education in vocational colleges in China	16
<i>Liu Fang, Mashta N.O.</i> Modern methods of developing human potential	18
<i>Бережняк В.О., Савченко О.Р.</i> Управлінські інструменти сучасної медичної практики	20
<i>Берташ Б.М.</i> Стратегічна екологічна оцінка як інструмент публічного управління охороною довкіллям та використанням природних ресурсів громад ...	23
<i>Волошин Д.М., Микитин Т.М.</i> Використання медичного маркетингу у роботі медичних установ	25
<i>Микитин Т.М.</i> Детермінанти збалансованого природокористування національних природних парків	27
<i>Остаповець Є.Ф., Пелех О.Б.</i> Економічний розвиток: необхідність створення нових підходів для оцінки	29
<i>Попов С.О., Поліщук О.Ю.</i> Ринок праці та перспективи його розвитку в умовах воєнного стану	31
<i>Тимощук М.В., Сяська О.В.</i> Теоретичні засади брендової політики публічних організацій.....	34

СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

<i>Jia Feng, Khyzhnyakova N.O.</i> Formation and development of the enterprise's corporate culture at Haier Company	37
<i>Zhang Peipei, Khyzhnyakova N.O.</i> Improvement of enterprise development management at BESTORE Company	40

Cheng Xiangmei, Khyzhnyakova N.O. Improvement of client service process management at the National Museum of China	43
JiangYeyou, Borys Bertash. The role of China's forestry industry in its economy	46
Баланович О.О., Поліщук О.Ю. Роль методів стратегічного аналізу у стратегічному плануванні діяльності підприємства	49
Берташ К.Б., Берташ Б.М., Микитин Т.М. Розробка мережевих аналізаторів для забезпечення управління інформаційними системами підприємств	52
Гуменюк Р.П., Савченко О.Р. Актуалізація маркетингових досліджень у сучасній вітчизняній науці	54
Зосимчук О.В., Маїшта Н.О. Сутнісні аспекти української конкуренції в умовах сучасності	56
Дем'янюк О.О. Сутність та завдання PR-технологій сучасних підприємств	59
Іванішин Р.О., Поляк К.Ю. Основні характеристики та специфіка комерційної діяльності в сфері послуг	62
Кривоблоцький М.О., Поліщук О.Ю. Маркетинговий аналіз ринку фруктів України в умовах війни	65
Кучменко І.В., Савченко О.Р. Управлінські рішення, теорія їх ефективності	67
Максимчук Н.С. Імідж сучасного менеджера	70
Марценюк В.В. Логістика «Останньої милі» в онлайн мерчандайзингу	72
Мельничук Т.А., Хижнякова Н.О. Розвиток програм соціальної відповідальності в контексті удосконалення збутової діяльності ПМП «МЛС»..	74
Михайлов О.В., Юхименко-Назарук І.А. Політика якості вітчизняного послугового ринку	76
Орел І.І., Сяська О.В. Вплив системи менеджменту на ефективність функціонування організації	79
Орлов О.Г. Мотивація у менеджменті	81
Паш О.А., Хижнякова Н.О. Використання інформаційних технологій в управлінні наданням послуг	83
Поляк К.Ю. Креативний менеджмент в період воєнного стану в Україні та його вплив на вітчизняні підприємства	86
Самойлова А.М., Берташ Б.М. Використання сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій у процесі аналізу асортименту товарів	88
Сушик Р.Я., Матвійів І.Р., Поляк К.Ю. Розробка рекомендацій щодо покращення торговельної діяльності ТОВ «Рівень ЛТД» за допомогою цифрових інструментів бізнесу	91
Шекель Д.В., Маїшта Н.О. Особливості управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств	93
Шушаріна В.С., Орлов О.Г. Етапи становлення управлінської діяльності	96
Шушаріна В.С., Сяська О.В. Обґрунтування бізнес-ідеї розвитку Рівненського зоопарку	98

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

<i>Гопанчук І.О., Микитин Т.М.</i> Роль регіонального маркетингу у формуванні зв'язків між керівництвом території, громадою, інвесторами та іншими цільовими аудиторіями регіонального управління	101
<i>Грига А.С., Микитин Т.М.</i> Брендінг територій як маркетинговий інструмент підвищення привабливості громади	104
<i>Мікуліч В.О., Артюшок К.А.</i> Розвиток проєктного менеджменту в територіальних громадах під час воєнного стану.....	107
<i>Скомаровська С.В., Дідовець І.О., Поліщук О.Ю.</i> Ринок праці в умовах війни	108

СЕКЦІЯ 5. ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

<i>Анчук С.О., Сілкова Г.В.</i> Інформаційні служби в системі комунікації органів місцевої влади	111
<i>Бабенко Ж.В.</i> Системи штучного інтелекту як інструмент інноваційного розвитку інформаційних установ.....	113
<i>Верхогляд К.Ю., Сілкова Г.В.</i> Пріоритетні напрями діяльності бібліотек в умовах воєнного стану	115
<i>Довбета С.Р., Сілкова Г.В.</i> Метричний інструментарій досліджень в інформаційній сфері.....	117
<i>Ковтун Ю.В., Сілкова Г.В.</i> Інформаційна діяльність як базис успішного бізнесу.....	120
<i>Коширець В.М., Сілкова Г.В.</i> Інноваційні підходи у створенні інформаційної продукції галузевих центрів.....	122
<i>Лебідь О. М., Сілкова Г.В.</i> Сучасні інформаційні технології як чинник трансформації інформаційного забезпечення користувачів бібліотек.....	124
<i>Мединська Т.І.</i> Фактори формування репутації компанії.....	126
<i>Сілкова Г.В., Костенко М.С.</i> Інтеграція освітніх програм «Документознавство та інформаційна діяльність» й «Книгознавство, бібліотекознавство і бібліографія» в контексті Міжнародної стандартної класифікації освіти.....	129
<i>Сілкова Г.В.</i> Сучасні інформаційні технології як засіб вдосконалення процесів опрацювання документного контенту	131
<i>Хевзюк Т.М., Черніговець Т.І.</i> Документаційне забезпечення управління закладом загальної середньої освіти (на прикладі діяльності Рівненського ліцею №19 Рівненської міської ради).....	133
<i>Черніговець Т.І.</i> Інформаційне забезпечення грантового фандрайзингу у бібліотечній сфері України	135

In conclusion, China's forestry sector is crucial to the global forestry sector. It actively supports international collaboration and the sustainable growth of the global forestry sector in addition to holding a significant position in production and trade.

1. State Forestry Administration) (1999) A memorandum on the nationwide classifications of forestland. Internal Document of Chinese Government, Beijing (in Chinese).

*Баланович О.О., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю ДЗ «Менеджмент», РДГУ
Поліщук О.Ю., к.е.н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ*

РОЛЬ МЕТОДІВ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах динамічного ринкового середовища та глобальної конкуренції стратегічне планування стає невід'ємною складовою успішної діяльності будь-якого підприємства [1]. Ефективність стратегічного планування безпосередньо залежить від якості та глибини проведеного аналізу, який дозволяє об'єктивно оцінити поточний стан підприємства, його конкурентні переваги та слабкі сторони, а також визначити перспективні напрямки розвитку [2]. У зв'язку з цим дослідження ролі методів стратегічного аналізу у процесі стратегічного планування набуває особливої актуальності.

Метою дослідження є визначити та обґрунтувати роль методів стратегічного аналізу у процесі розробки та реалізації ефективних стратегій розвитку підприємства.

Існує широкий спектр методів стратегічного аналізу, які можна класифікувати за різними критеріями. В таблиці 1 представлено основні методи стратегічного аналізу та їх вплив на процес стратегічного планування.

Таблиця 1

Основні методи стратегічного аналізу та їх вплив на процес стратегічного планування

№ п/п	Метод аналізу	Сутність методу	Вплив на стратегічне планування
Традиційні			
1	Читання звітності (ознайомлення)	Первинне ознайомлення з фінансовою звітністю підприємства.	Допомагає сформувати загальне уявлення про фінансовий стан підприємства, що є базою для подальшого аналізу та планування.
2	Горизонтальний аналіз (часовий аналіз)	Аналіз динаміки показників за певний період.	Дає можливість оцінити зміни у фінансових показниках з часом, виявити тенденції та приймати обґрунтовані рішення щодо необхідних стратегічних рішень.
3	Вертикальний аналіз	Аналіз структури фінансових показників та	Дозволяє зрозуміти, які елементи мають найбільший вплив на

№ п/п	Метод аналізу	Сутність методу	Вплив на стратегічне планування
	(структурний аналіз)	їхнього впливу на загальний результат.	результати діяльності, що полегшує прийняття рішень про оптимізацію ресурсів та зосередження на ключових аспектах.
4	Трендовий аналіз	Визначення тенденцій зміни показників у часі та прогнозування майбутніх значень.	Допомагає передбачити майбутні тенденції та адаптувати стратегію для уникнення потенційних проблем чи використання позитивних тенденцій у розвитку підприємства.
5	Прогнозний аналіз фінансового стану	Прогнозування майбутнього фінансового стану підприємства на основі аналізу поточних даних.	Забезпечує основу для довгострокового планування, дозволяючи оцінити перспективи та обмеження розвитку, що допомагає у коригуванні стратегії та розробці планів щодо фінансової стійкості підприємства.
6	Порівняльний і просторовий аналіз	Порівняння фінансових показників підприємства з показниками конкурентів, середньогалузевими даними або за попередні періоди.	Дозволяє оцінити конкурентну позицію підприємства, виділити сильні та слабкі сторони в порівнянні з іншими ринковими гравцями, що є основою для вдосконалення та посилення конкурентоспроможності.
Специфічні			
7	Факторний аналіз	Виявлення факторів, які впливають на фінансові результати.	Допомагає визначити, які саме чинники найбільше впливають на успішність підприємства, що сприяє оптимізації ресурсів та поліпшенню управлінських рішень у стратегічному плануванні.
8	Бенчмаркінг	Порівняння показників діяльності підприємства з показниками конкурентів або лідерів галузі з метою виявлення найкращих практик.	Сприяє покращенню результатів діяльності завдяки запозиченню та впровадженню успішних стратегій і практик, що застосовуються лідерами ринку, забезпечуючи підвищення конкурентоспроможності підприємства.
9	Аналіз точки безбитковості (Break-Even-Analyse)	Визначення обсягу продажів, необхідного для покриття всіх витрат.	Дозволяє зрозуміти мінімальні обсяги продажів, необхідні для фінансової стійкості, що полегшує планування виробничих та маркетингових стратегій для забезпечення прибутковості.
10	SWOT-аналіз	Аналіз сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз зовнішнього середовища.	Виявляє стратегічні пріоритети, дозволяє краще адаптуватися до зовнішніх умов, зміцнити сильні сторони та мінімізувати ризики, створюючи основу для формування ефективної довгострокової стратегії.

Джерело: побудовано автором на основі [2], [3], [4]

Таким чином, методи стратегічного аналізу, які використовуються під час стратегічного планування можна розділити на традиційні та специфічні, кожен з яких має свою сферу застосування та характеристики. Традиційні методи, такі як читання звітності, горизонтальний та вертикальний аналіз, дозволяють отримати загальне уявлення про фінансовий стан підприємства та динаміку його показників. Специфічні методи, такі як факторний аналіз, бенчмаркінг та SWOT-аналіз, дозволяють глибше проаналізувати фінансові результати та виявити фактори, які на них впливають.

Традиційні та специфічні методи відіграють ключову роль у стратегічному плануванні, оскільки дозволяють підприємству отримати всебічне уявлення про власний фінансовий стан, визначити сильні та слабкі сторони, а також оцінити можливості та загрози зовнішнього середовища. Ця інформація є фундаментом для розробки ефективних стратегій, що дозволяють досягати поставлених цілей та забезпечувати сталий розвиток. Традиційні методи забезпечують основу для розуміння фінансової динаміки підприємства, його структури та тенденцій. Це дозволяє визначити вихідні позиції для стратегічного планування. Специфічні методи дозволяють глибше зануритися в аналіз, виявити приховані проблеми та можливості. Наприклад, факторний аналіз допомагає зрозуміти причини змін у фінансових результатах, а SWOT-аналіз - оцінити конкурентні переваги та ризики.

Без застосування методів стратегічного аналізу стратегічне планування буде ґрунтуватися на припущеннях та інтуїції, а не на реальних даних. Це значно підвищує ризик прийняття неправильних рішень та знижує ефективність стратегії.

Таким чином, комплексне використання методів аналізу є запорукою успішного стратегічного планування та досягнення довгострокових цілей підприємства.

1. Костецька Н.І. Стратегічне планування діяльності підприємств: теоретичні аспекти. Інноваційна економіка. 2020. №7-8 (85). С. 65 – 71. URL: <http://188.190.43.194:7980/jspui/bitstream/123456789/10219/1/%D0%86%D0%95-7-8-20-65-71.pdf>

2. Пашкуда Т. В., Дерипаска В.Є. Методичний інструментарій стратегічного планування діяльності підприємств. In The 6th International scientific and practical conference “Modern directions of scientific research development”(November 24-26, 2021). BoScience Publisher, Chicago, USA. 2021. 1153 p. (p. 978). URL: <http://repositc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/14346/1/MODERN-DIRECTIONS-OF-SCIENTIFIC-RESEARCH-DEVELOPMENT-24-26.11.21.pdf#page=978>

3. Петрук Ю.В., Артеменко Л.П. Особливості стратегічного планування підприємства в умовах кризи. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2022. № 22. С. 72 – 78. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/260143>

4. Підлипна Р.П. Методи стратегічного планування та контролінгу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.3. С. 238 – 243.

Наукове видання

**Публічне управління та менеджмент:
сучасні тренди та перспективи**

ЗБІРНИК ТЕЗ

**II Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів
вищої освіти та молодих учених**

26 листопада 2024 року

Відповідальна за випуск
Сяська Олена Василівна