

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>Березняк 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

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

*Шекель Д.В., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю ДЗ «Менеджмент», РДГУ
Маиша Н.О., к.т.н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах динамічного ринку та зростаючої конкуренції ефективно управління збутовою діяльністю є критично важливим фактором успіху дистриб'юторських підприємств. Оптимізація збутових процесів, врахування специфіки діяльності та ринкових тенденцій дозволяють забезпечити стабільний розвиток та досягнення стратегічних цілей.

Метою дослідження є визначити особливості управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств, проаналізувати ключові складові системи управління збутом, виявити основні проблеми та запропонувати шляхи їх вирішення.

Система управління збутовою діяльністю будь-якого підприємства, у т.ч. дистриб'юторського, повинна включати такі основні складові (таблиця 1).

Таблиця 1

Складові системи управління збутовою діяльністю дистриб'юторського підприємства

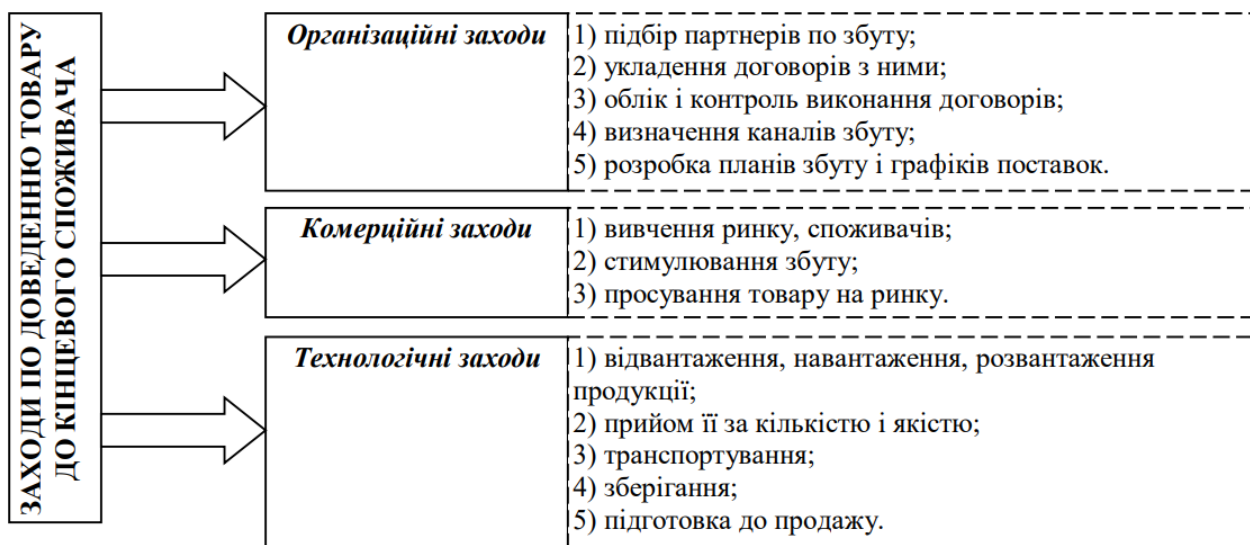
№ п/п	Складова	Особливості
1	Головна мета	Будь-яке підприємство повинне сформулювати основну мету збутової діяльності. Для дистриб'юторських підприємств це, зазвичай, отримання підприємницького прибутку на основі перепродажу товарів виробника
2	Цілі діяльності	Кількісні та якісні Обов'язкові та бажані Стратегічні та тактичні Комерційні та ціні розвитку Внутрішньсистемні та позасистемні
3	Стратегічна спрямованість	Маркетингова орієнтація Розробка збутової стратегії підприємства Формування стратегічних цілей Систематичне виявлення збутових ризиків Забезпечення ефективної довгострокової взаємодії між дистриб'ютором та підприємством-партнером Орієнтація на впровадження інноваційних технологій Коригування стратегічних цілей
4	Система забезпечення збутової діяльності	Планування збуту Товарне забезпечення збуту Інформаційне забезпечення збуту Кадрове забезпечення збуту Мотиваційні моменти забезпечення збуту Організаційні механізми забезпечення збуту Сервісна підтримка збутової діяльності Контроль та координування процесу збутової діяльності

Джерело: систематизовано автором на основі [4]

Таким чином система управління збутовою діяльністю дистриб'юторського підприємства повинна включати головну мету та цілі збутової діяльності, мати стратегічну спрямованість та включати ефективну систему забезпечення збутової діяльності.

Дистриб'юторські підприємства в процесі управління збутовою діяльністю вирішують такі основні завдання, як вибір методу продажу; формування оптимальних схем доставки товарів; організація складування і зберігання товарів; організація транспортування товарів до замовника; управління та контроль за каналами розподілу тощо [3].

За твердженням Макалюк І.В. та Ліндаєва Д.В. [1] особливу уваги при налагодженні системи збуту слід приділяти конкретних організаційним, технологічним та комерційним заходам (рис. 1).



Джерело: [1]

Рис. 1. Комплекс організаційних, технологічних та комерційних заходів збутової діяльності

Важливим елементом у системі управління збутовою діяльністю підприємства є дотримання основних методологічних засад, які допоможуть забезпечити високу ефективність збутової діяльності. До таких методологічних засад відносять [2]: продаж товарів, які відповідають попиту споживачів; наявність відповідної інфраструктури для здійснення збутової діяльності (складські та торгові приміщення, транспортні засоби, банки, страхові компанії, посередницькі структури, дорожня інфраструктура тощо); наявність інформаційного забезпечення для обслуговування збутової діяльності (збір та використання інформації про конкурентів, посередників, стан ринку, ризики тощо); використання найдоцільніших каналів збуту; кадрове забезпечення збутової діяльності (залучення висококваліфікованих кадрів до здійснення збуту); належне фінансове забезпечення збутової діяльності, спрямоване на оплату витрат, пов'язаних з орендою приміщень, обладнання, купівлею торгових площ і забезпечення їх функціонування; застосування системного підходу під виконання збутових функцій.

У процесі управління збутовою діяльністю дистриб'юторське підприємство може стикатися з проблемами внутрішнього та зовнішнього характеру [4]. До проблем внутрішнього характеру відносять неналежну організацію системи збуту та її маркетингової складової, недостатній рівень інформаційного забезпечення збутової діяльності, відсутність стратегічного підходу, недостатній рівень забезпеченості фінансовими ресурсами, низький рівень технологічного оснащення дистриб'юторського підприємства. Проблемами зовнішнього характеру управління збутовою діяльністю дистриб'юторського підприємства можуть стати зміни вітчизняного законодавства, розрив встановлених господарських зв'язків внаслідок форс-мажорних та політичних подій, нестабільний курс національної валюти, активна діяльність підприємства на ринку, зміна галузевих тенденцій, зміна попиту на продукцію, інфляційні тенденції тощо.

Одними із найважливіших чинників підвищення ефективності системи управління збутовою діяльністю підприємств є впровадження принципів маркетингу, а також їх інтегрування у систему управління підприємством. Чимало наукових та практичних досліджень вказують на необхідність застосування маркетингових комунікацій у збутовій діяльності підприємств, адже саме вони є одним із найважливіших критеріїв успіху фірми у конкурентній боротьбі [5].

Таким чином, ефективне управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств є складним багатограним процесом, який вимагає комплексного підходу та врахування численних факторів. Ключовими складовими успіху є чітке визначення цілей, формування стратегії, що відповідає ринковим умовам, та створення ефективної системи забезпечення збуту. Важливу роль відіграють також аналіз ринку, управління ризиками, впровадження маркетингових принципів та використання сучасних технологій. Необхідно приділяти увагу як внутрішнім, так і зовнішнім факторам, що впливають на збутову діяльність. Подальші дослідження в цій галузі доцільно спрямувати на вивчення впливу цифрових технологій та розробку інноваційних методів управління збутом.

1. Макалюк І.В., Ліндаєв Д.В. Сутність збутової діяльності підприємства та методологічна послідовність оцінювання її ефективності. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2019. Випуск 23. С. 140 – 148. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/160709>

2. Мартин О.М. Управління збутовою діяльністю підприємства в ринкових умовах. *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції*, 19 травня 2022 р. Полтава: ПДАУ, 2022. 1310 с. URL: <http://surl.li/hhenb>

3. Мартин О.М., Грунт Р.Т. Система управління збутом підприємства. *The VI International Scientific and Practical Conference «Innovations technologies in science and practice»*). 2022. February 15-18. Haifa, Israel. 588 p. С. 116 – 117. URL: <http://surl.li/hggft>

4. Терент'єва Н.В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2016. №2. URL: <http://surl.li/hpvsc>

5. Янишин Я.С., Кашуба Ю.П. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві. *Економіка АПК*. 2013. № 9. URL: <http://surl.li/hpvsl>

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