

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДОКУМЕНТАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ



ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

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

26 Листопада 2025 року

м. Рівне

Рекомендовано Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол №13 від 22 грудня 2025 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 III Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених. Рівне, 26 листопада 2025 р. [тези доп.]. Рівне: РДГУ, 2025. 149 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>Андрейчук А.А., Сяська О.В.</i> Нормативні засади функціонування органів місцевого самоврядування.....	7
<i>Бобровнік В.Л., Савченко О.Р.</i> Інноваційні підходи до проєктування мотиваційного середовища закладу освіти.....	9
<i>Виннічук С.В., Сяська О.В.</i> Засади професійного розвитку кадрів медичної галузі	12
<i>Григорійчук Б.В., Сяська О.В.</i> Оцінювання ефективності функціонування закладів системи охорони здоров'я.....	15
<i>Мікуліч В.О., Артюшок К.А.</i> Проблемні питання в розвитку територіальних громад під час воєнного стану: шляхи вирішення.....	17
<i>Придоус І.О., Машта Н.О.</i> Інструменти цифрових маркетингових комунікацій для територіальних громад.....	20

СЕКЦІЯ 2. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

<i>Герасименко М.О., Поліщук О.Ю.</i> Вплив воєнних дій на фінансову систему України: тенденції, ризики, стабілізаційні заходи.....	23
<i>Берташ Б.М.</i> Передумови впровадження та роль стратегічної екологічної оцінки в адаптації публічного управління до вимог Європейського Союзу	25
<i>Гопанчук І.О., Савченко О.Р.</i> Формування конкурентних переваг місцевого бізнесу в умовах сільської громади.....	27
<i>Дейнега О.В.</i> Інформаційна безпека держави: виклики, загрози та механізми протидії.....	30
<i>Машта Н.О.</i> Стандартизація підходів до оцінювання ефективності використання цифрових маркетингових інструментів у територіальних громадах	32
<i>Оліскевич М.М., Стасишин А.В.</i> Роль державної інноваційної політики у формуванні сучасної сервісної держави	35
<i>Помф'юк Т.М., Малімон В.І.</i> Цифрові інструменти як механізми підвищення ефективності публічного управління цивільним захистом на рівні територіальних громад.....	38
<i>Прокіпчук А.А., Малімон В.І.</i> Моніторинг і оцінювання ефективності державної політики щодо розвитку урбанізованих територій: індикатори, дані, інституційний дизайн.....	41
<i>Тиргоале Г.О., Тюріна Д.І.</i> Управління життєвим циклом електронних документів у публічному управлінні: стандарти, виклики та цифрові практики e-governance.....	44

<i>Шоміна О.О., Блінов Є.М.</i> Питання державного регулювання сфери штучного інтелекту в науковому та медійному полі України	46
<i>Шушаріна В.С., Хижнякова Н.О.</i> Стимулювання відвідуваності як шлях до підвищення фінансової стійкості Рівненського зоопарку.....	49

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

<i>Будзін Д.В., Юхименко-Назарук І.А.</i> Алгоритмічне управління в цифровому бізнесі: виклики етичної відповідальності та нові моделі прийняття управлінських рішень	52
<i>Волос І.В., Микитин Т.М.</i> Формування ефективної системи менеджменту у сфері медичних виробів в Україні	54
<i>Голубєв О.В., Машта Н.О.</i> Конкурентоспроможність українських виробників тактичного одягу в умовах воєнного стану	57
<i>Григорук А.С., Поляк К.Ю.</i> Сутність організаційної адаптивності в системі сучасного менеджменту.....	60
<i>Дем'янюк О.О.</i> Роль управлінських механізмів у захисті інтелектуальної власності	62
<i>Катіба В.В., Тюріна Д.І.</i> Інноваційні підходи до менеджменту в публічному управлінні в умовах цифрової трансформації.....	65
<i>Крутіков І.О., Буканов Г.М.</i> Цифрова трансформація як інструмент управління сталим розвитком банківської сфери: вплив технологій на ESG-інтеграцію та стійкість до криз	67
<i>Куліш Д.О., Максимчук Н.С.</i> Стратегія цифровізації HR-процесів та мотивації персоналу на підприємстві ТОВ «Шепетівкацукор».....	70
<i>Кусій Є., Буканов Г.М.</i> Етичні імперативи та ціннісні орієнтири корпоративної культури банківської сфери в контексті сталого розвитку та євроінтеграції України.....	73
<i>Максимчук Н.С.</i> Психологічна компетентність менеджера та її роль в успішному управлінні організацією	76
<i>Максимюк Т.П.</i> Психологічна безпека як умова інноваційного розвитку управлінських команд.....	78
<i>Марценюк В.В.</i> Аутсорсинг фулфілменту для малого та середнього e-commerce бізнесу	80
<i>Федорченкова А.О.</i> Мотивація персоналу як інструмент підвищення продуктивності в сучасному менеджменті.....	82
<i>Шушаріна В.С., Берташ Б.М.</i> Розробка бізнес-моделі інноваційного освітньо-розважального закладу в умовах обмеженого регіонального ринку.....	84

СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Бедек В.М., Микитин Т.М.</i> Сутність маркетингу та особливості його реалізації.....	88
<i>Бігунець І.В., Машта Н.О., Микитин Т.М.</i> Проблеми стратегічного планування розвитку Державного архіву Рівненської області.....	91
<i>Гуменюк В.П., Поліщук О.Ю.</i> Психологічні маніпуляції в управлінні персоналом: газлайтинг, лав-бомбардування та контроль через страх втрати роботи	93
<i>Давидюк П.П., Поляк К.Ю.</i> Факторне середовище якості послугових організацій.....	95
<i>Деревенко В.С., Микитин Т.М.</i> Функціональні засади логістичної системи сучасних підприємств	98
<i>Лукашевич П.В., Савченко О.Р.</i> Сутнісні аспекти збутової діяльності сучасних комерційних організацій	100
<i>Марчук Д.О., Поліщук О.Ю.</i> Маніпулятивна поведінка працівників у системі управління та її вплив на ефективність організації	103
<i>Матвійчук Т.В., Марценюк В.В.</i> Особливості організації зовнішньоекономічної логістичної діяльності аграрних підприємств	105
<i>Приварський Б.Р., Сяська О.В.</i> Розвиток персоналу як елемент системи менеджменту підприємства.....	107
<i>Самко І.В., Максимчук Н.С.</i> Системний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємств у часі	110
<i>Самко М.П., Сяська О.В.</i> Управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств	113
<i>Серостанова О.В., Поляк К.Ю.</i> Сучасні підходи до стратегічного управління банками України в період воєнного стану.....	115
<i>Шушаріна В.С., Савченко О.Р.</i> Оцінка готовності підприємства до змін у системі зовнішніх комунікацій та збуту	117
<i>Щербач І.О., Поліщук О.Ю.</i> Поведінкові аспекти лідерства: маніпуляційні практики та продуктивність персоналу	120

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

<i>Бабенко Ж.В.</i> Інтеграція психологічних прийомів у сучасний маркетинг інформаційних продуктів та послуг	123
<i>Блєдних М.А., Сілкова Г.В.</i> Особливості функціонування інформаційної служби Луцької міської ради	126
<i>Козел Б.В., Сілкова Г.В.</i> Актуальні методи інформаційно-аналітичної діяльності.....	129

<i>Костенко М.С.</i> Освітня компонента «Інформаційна культура» в контексті еволюції підходів до інформаційної культури як суспільного явища.....	132
<i>Павлюк Н.П.</i> Проблеми формування українськомовного професійного дискурсу менеджера в умовах багатомовного середовища.....	135
<i>Сілкова Г.В., Костенко М.С.</i> Інформаційно-аналітичний супровід як складова управлінської діяльності.....	138
<i>Хевзюк Т.М., Черніговець Т.І.</i> Аналітична оцінка організації документообігу та роботи з електронними журналами у закладі загальної середньої освіти.....	141
<i>Черніговець Т.І.</i> Інформація як засіб комунікації місцевих органів влади з громадськістю.....	143
<i>Юсюк І.В., Сілкова Г.В.</i> Документний потік як засіб інформаційного забезпечення і об'єкт бібліометричного аналізу.....	146

5. Ніценко В. С., Самоилик Ю. В., Гринько О. В. Теоретичні підходи до розвитку логістичних систем в умовах нестабільності економічного середовища. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 3. С. 24–29.
6. Селезньова Н. О. Використання логістичної концепції при управлінні рухом матеріального потоку підприємства. ДОННТУ. 2012. №1. URL: <https://surl.li/ecmpli>.
7. Серета Н. М. Стратегічне управління ресурсами підприємства: оптимізація логістики в умовах економічної невизначеності. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-26>.
8. Трушкіна Н. В., Шкригун Ю. О. Управління логістичною діяльністю підприємства в цифровій економіці: теоретичні засади. *Наукові інновації та передові технології*. 2021. № 2(2). С. 152–166.

*Лукашевич П. В., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю ДЗ «Менеджмент», РДГУ
Савченко О. Р., к. е. н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ*

СУТНІСНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

У сучасних умовах високої конкуренції, динамічних ринкових змін та зростання вимог споживачів ефективна збутова діяльність стає однією з ключових умов стабільного функціонування та розвитку підприємств. Збут виступає завершальною ланкою маркетингової системи, що забезпечує перетворення виробленої продукції на реальний фінансовий результат, формуючи при цьому основу для конкурентних переваг і підвищення рентабельності організації. Раціональна організація збутових процесів, вибір оптимальних каналів розподілу та ефективне управління взаємодією зі споживачами не лише задовольняють попит, а й формують стратегічні позиції підприємства на ринку, що особливо актуально в умовах глобалізації та цифрової трансформації економіки.

Сутність збутової діяльності розкривається різними науковцями. Так, Д. Ліндаєв підкреслює, що *«збутова діяльність є однією з ключових складових функціонування виробничих підприємств, яка безпосередньо впливає на їхню фінансову стабільність, конкурентоспроможність та можливості розвитку»*, а ефективна організація збуту стає особливо актуальною в умовах глобальної конкуренції [1, с. 85]. І. Амеліна та О. Дмитренко пропонують маркетингово орієнтований підхід, розглядаючи збут як *«систему відносин у сфері товаро-грошового обміну між суб'єктами ринку збуту, що економічно і юридично реалізують свої комерційні потреби»* [2, с. 38]. На їхню думку, результати маркетингового аналізу ринку є підґрунтям для формування збутової діяльності, спрямованої на задоволення попиту та зростання обсягів продажів, що забезпечує узгодження між потребами споживачів та можливостями виробництва.

Інший підхід подають І. Кадирус, Н. Моїсєєв та Д. Теренков, які чітко розмежовують поняття «збут» і «збутова діяльність». Науковці зазначають, що *«збут – тактичний процес, спрямований на фізичне переміщення товару від виробника до споживача, тоді як збутова діяльність включає всі аспекти взаємодії з ринком – від маркетингових досліджень до підтримки після продажу»* [3, с. 166–167], що підкреслює багаторівневу природу збуту: від логістичних операцій до інтегрованих маркетингових та сервісних заходів. Т. Жовковська розглядає збут як *«процес доведення товару від виробництва до споживача»* [4, с. 196–197], акцентуючи увагу на фізичному аспекті переміщення продукції. Проте цей підхід, хоч і лаконічний, не охоплює стратегічної та управлінської складової.

Комплексне розуміння збутової діяльності пропонують О. Шереметьєва та К. Літвінчук, які визначають її як *«комплексний процес, що включає планування обсягів продажів, пошук і вибір партнерів, проведення торгів, визначення цін залежно від якості товарів і попиту, а також використання факторів, які сприяють прискоренню збуту та зростанню прибутку»* [5]. Управління збутом у цьому контексті спрямоване на формування та інтенсифікацію попиту, ефективну реалізацію продукції та максимізацію прибутку при мінімальних витратах. У цьому ключі збутова діяльність виступає стратегічною функцією підприємства, що інтегрує маркетингові, економічні та організаційні аспекти, а її удосконалення є необхідною умовою для адаптації до ринкових змін [6, с. 34].

Особливу увагу слід приділити сучасним підходам до організації збуту, що поєднують логістику та управління запасами. О. Підлісна та М. Дученко визначають збут як *«господарський процес просування готової продукції на наявні та потенційні ринки з метою забезпечення максимальних обсягів продажів, розширення ринкових ніш і максимально повного задоволення запитів споживачів»* [7]. Основні функції збуту включають пошук споживача, розподіл товару, просування, складування, фізичну доставку, передпродажову та післяпродажову підготовку. Важливим інструментом підвищення ефективності є управління запасами через Pull-, Push-, Order-driven системи, JIT, EOQ та оптимальні рівні мінімальних і максимальних запасів, а також впровадження цифрових технологій, таких як MRP, Big Data та Machine Learning для прогнозування попиту, а також VMI для оптимізації управління запасами [7].

Збутова політика підприємства, як наголошують В. Швед, О. Омельченко та С. Дробаха, охоплює *«складування, вибір каналів розподілу, юридичне оформлення договорів, транспортування, контроль виконання зобов'язань та визначення фінансових результатів від реалізації продукції»* [8, с. 77]. Служба збуту виконує сполучну роль між підприємством та споживачами, а ефективне управління цією службою безпосередньо впливає на прибутковість і конкурентоспроможність організації. Ключовим завданням є оптимізація каналів та методів збуту для підвищення ефективності продажів.

Отже, аналіз наукових підходів дозволяє стверджувати, що збутова діяльність сучасних підприємств є багатокомпонентною системою, яка

об'єднує фізичне переміщення товарів, маркетингові дослідження, цінову політику, комунікації з партнерами та споживачами, сервісне обслуговування та стратегічне управління. Управлінський контекст полягає у системному підході: плануванні, контролі, виборі оптимальних каналів збуту, впровадженні цифрових технологій та управлінні запасами.

На основі аналізу сучасних наукових підходів можна сформулювати наступні *пропозиції щодо розвитку збутової діяльності*:

- ✓ інтеграція цифрових технологій для прогнозування попиту, автоматизації управління запасами та персоналізації пропозицій споживачам;
- ✓ розробка та впровадження омніканальних стратегій збуту, що поєднують онлайн та офлайн канали, оптимізуючи охоплення ринку та управління ресурсами;
- ✓ використання гнучких моделей управління запасами та каналами збуту для підвищення адаптивності підприємства до швидких ринкових змін;
- ✓ підвищення управлінської компетентності служб збуту через системний підхід до планування, контролю, оцінки ефективності та оптимізації процесів;
- ✓ орієнтація збутової діяльності на стратегічне формування конкурентних переваг, підвищення лояльності споживачів та фінансової стабільності підприємства.

Таким чином, збутова діяльність сучасних комерційних організацій є багатокомпонентною, інтегрує логістичні, маркетингові та управлінські процеси, а її вдосконалення через цифровізацію, омніканальні стратегії та адаптивні управлінські підходи забезпечує стратегічну стійкість, конкурентоспроможність та фінансову ефективність підприємства.

1. Ліндаєв Д. В. Сутність, значення та особливості розвитку збутової діяльності виробничих підприємств України. *Вісник КНЕУ*. 2025. №38. С. 84 – 94. DOI 10.33111/vz_kneu.38.25.01.07.047.053.
2. Амеліна І., Дмитренко О. Теоретичні основи менеджменту збуту продукції підприємства. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. 2021. № 4 (83). С. 38–44. doi:[https://doi.org/10.26906/EiR.2021.4\(83\).2523](https://doi.org/10.26906/EiR.2021.4(83).2523).
3. Кадирус І. Г., Моїсєєв Н. Р., Теренков Д. Д. (2024). Зміст і складові маркетингової збутової політики підприємства. *Агросвіт*. 2024. № 23. С. 165–171. DOI: 10.32702/2306- 6792.2024.23.165.
4. Жовковська Т.Т. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача (дослідження ринку підприємств харчової промисловості). *Інноваційна економіка*. 2012. № 10. С. 195–198.
5. Шереметьєва О. В., Гаврилюк О. І. Правління збутовою діяльністю підприємств-суб'єктів зед в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4732>.
6. Брюховецька Н. Ю., Дутова Н. В. Управління збутом продукції металургійних підприємств з використанням електронних торговельних площадок: монографія. Донецьк: ДНУ, 2013. 160 с.
7. Підлісна О. А., Дученко М. М. Аналіз підходів до формування запасів у системі збутової діяльності суб'єктів господарювання. *Ефективна економіка*. 2025. № 2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.68>.
8. Швед В. В., Омельченко О. В., Дробаха С. В. Збутова політика підприємства та її елементи. *Сталий розвиток економіки*. 2024. № 2 (49). С. 76–82.

Наукове видання

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

ЗБІРНИК ТЕЗ

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

26 листопада 2025 року

Відповідальна за випуск
Сяська Олена Василівна