

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.

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2024

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 |

| | |
|--|----|
| <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 |

*Тимощук М.В., здобувач вищої освіти «магістр»
за спеціальністю D3 «Менеджмент», РДГУ
Сяська О.В., к.е.н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ*

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БРЕНДОВОЇ ПОЛІТИКИ ПУБЛІЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сьогодні Україна як демократична і правова держава, яка втілює західноєвропейський зовнішньополітичний вектор та інтегрується у світовий комунікаційний простір, додержується визнаних у Європі стандартів комунікаційної діяльності органів публічного управління [1]. У цьому контексті важливим є запровадження європейських стандартів комунікації між владою та суспільством у питанні створення системи дієвої взаємодії [2, с. 20], гарантій держави щодо якісного врядування, відкритої та прозорої політики, що можливо досягнути на засадах довірливого співіснування та партнерства, відображеного через сучасні маркетингові інструменти, з поміж яких виступає брендинг влади.

Якісна політика публічних організацій первинно визначається їх позитивним позиціонуванням у державному просторі, що сьогодні забезпечується через інструменти брендингу, в основі якого виступають: імідж та бренд державних структур у соціально-політичному, економічному, міжнародному просторах.

Бренд публічної організації розкриває функціональні засади, що базуються на відкритості, прозорості, підзвітності та орієнтації на соціальну відповідальність. Основним завданням бренду є побудова довіри до організації, формування позитивного іміджу та забезпечення ефективної комунікації з громадянами.

Ефективність брендової політики публічних організацій визначається за тим, наскільки добре організація досягає своєї місії, сприяє громадському добробуту та підвищує рівень довіри та задоволеності населення.

Одним із органів місцевого самоврядування, що формує у громадян позитивний образ держави, активно впроваджує реформи, використовує сучасні технології для полегшення доступу до адміністративних послуг і працює на благо суспільства виступають Центри надання адміністративних послуг (ЦНАП).

У процесі становлення України як сервісної держави розроблені нові підходи до організації взаємодії між владою, бізнесом та громадянами. Одним із таких підходів є забезпечення доступу мешканців до повного спектра адміністративних послуг через ЦНАП. Такі структури сприяють наближенню органів державної влади до потреб громадян, що, у свою чергу, робить систему надання послуг прозорою, доступною та орієнтованою на максимальний комфорт користувачів. ЦНАП є однією з найефективніших моделей організації надання послуг, оскільки в умовах сучасного розвитку української державності основним завданням влади стає забезпечення високоякісного обслуговування

громадян, зокрема у сфері електронних адміністративних послуг, що повинно відповідати європейським стандартам якості [3, с. 5-6].

У табл. 1 розкрито засади послугової політики даного органу сервісної політики державної влади.

Таблиця 1

Характеристика послугової політики ЦНАП м. Рівне

| Засади послугової політики | Опис | Спеціалізація/Дії |
|---|--|--|
| Доступність та якість послуг | Забезпечення високої якості та доступності послуг для всіх громадян. Впровадження сучасних програмних засобів для покращення ефективності обслуговування | Використання програм «ЦНАП-Smart-quality-service» та «SMART-Послуги» для електронного документообігу, автоматизації черг, зменшення часу обробки заявок |
| Інтеграція послуг | Інтеграція різноманітних адміністративних послуг для підвищення зручності та оперативності обслуговування громадян | Надання комплексних послуг: реєстрація актів цивільного стану, оформлення допомог, послуга «ЄМалятко» для зменшення бюрократії та покращення доступу до державних послуг |
| Комплексність у наданні послуг | Об'єднання різних напрямків адміністративних послуг в одному центрі для зручності громадян та дотримання вимог законодавства | Забезпечення послуг у сфері будівництва, земельних відносин, торгівлі, екології та безпеки праці через дозвільний центр, що сприяє розвитку місцевої економіки та дотриманню законів |
| Юридичний супровід та правова підтримка | Забезпечення професійної юридичної підтримки та консультацій для громадян, сприяння законності у процесах реєстрації та надання послуг | Наявність юридичного відділу та консультативного органу «LEGAL SPACE» для супроводу діяльності, захисту прав громадян у разі спірних ситуацій, претензійно-позовної роботи |
| Оперативність та індивідуальний підхід | Швидке реагування на запити громадян та індивідуальний підхід до кожного випадку. Впровадження колл-центру для покращення комунікації з громадянами | Впровадження колл-центру для надання консультацій та оперативного вирішення запитів громадян без необхідності особистого відвідування |
| Наближення послуг до громадян | Забезпечення доступу до адміністративних послуг для громадян, що проживають в віддалених районах, через відокремлені підрозділи | Реалізація 145 видів послуг через відокремлені підрозділи для забезпечення зручності обслуговування на місцевому рівні, покращення доступності послуг для широкої аудиторії |

сформовано автором згідно даних [4]

ЦНАП являються державними установами з надання адміністративних послуг за принципом «єдиного вікна» та «прозорого офісу», які почали створюватись при місцевих радах з метою створення комфортних умов надання

послуг фізичним та юридичним особам, а також як спосіб протидії корупції. Так, розвитку мережі ЦНАП в Україні сприяло впровадження міжнародної програми «U-LEAD з Європою», яка фінансується Європейським Союзом та його країнами-членами: Німеччиною, Швецією, Польщею, Данією, Естонією та Словенією. Її метою є підтримка створення системи прозорого і підзвітного багаторівневого врядування, яке задовольнятиме потреби громадян [3, с. 6; 5].

Сучасні ЦНАП є успішним прикладом впровадження сучасних підходів у сфері надання адміністративних послуг. Центри демонструють високий рівень організації та інтеграції послуг, що забезпечує зручність, швидкість та доступність для громадян. Використання новітніх технологій, ефективна комунікація через різноманітні канали, а також юридичний супровід підвищують якість обслуговування та сприяють виконанню державних функцій на місцевому рівні.

Серед ключових принципів роботи слід відзначити:

- високу якість надання послуг,
- прозорість процесів,
- доступність для всіх верств населення,
- оперативність роботи та інше, що формує довіру до органів публічної влади і є важливим елементом у стратегії брендингу органів публічної влади.

1. Баровська А. Комунікація влади та громадськості: інституційний аспект: аналітична записка. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2014. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/293/> (дата звернення: 17.11.2024)

2. Єрмоленко О. О. Комунікаційні стратегії в державному управлінні: стан реалізації та проблеми. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024, № 3. С. 20-24.

3. Опар Н. В. Центр надання адміністративних послуг (ЦНАП) як спосіб надання адміністративних послуг населенню: теоретичний аспект. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2022, № 2 (33). С. 5-9.

4. Центр надання адміністративних послуг у місті Рівному : офіційна сторінка. URL: <https://www.cnaprv.gov.ua/about/> (дата звернення: 19.11.2024)

5. U-LEAD з Європою. URL: <https://tsnap.ulead.org.ua/>

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