

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
Jiang Yeyou, 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

*Zhang Peipei, student of the master's degree in the specialty 073 "Management", RSUH
Khyzhnyakova N.O., Candidate of Economics (PhD),
Associate Professor of the Department of
Documentary Communications and Management, RSUH*

IMPROVEMENT OF ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT AT BESTORE COMPANY

The effective management of a trading enterprise consists in the formation of an assortment of goods, the organization of the work of operational personnel, the use of the material and technical base, the selection and application of appropriate forms and means of working with customers, the provision of trade services to buyers, and the attraction of new customers. All this contributes to an increase in turnover, gross income, profit and other indicators of financial and economic activity.

The purpose of managing a trading enterprise and the key to its effectiveness is to ensure the development of a trading enterprise.

The object of research is the process of development management at the BESTORE Co., Ltd. – one of the biggest producers and network retail traders of healthy nutrition snacks in the People's Republic of China.

The purpose of the BESTORE Company is to carry out trade, commercial, industrial, research and charitable activities in order to make a profit and meet other needs of the participants and consumers.

BESTORE Co., Ltd. was established in Wuhan, China in August 2006, based in central China, and gradually developed into a snack food enterprise that radiates the whole of China, and has more than 3000 directly-operated stores by 2023, of which Wuhan is centered in central China, and its business scope has gradually expanded to northwest, southwest, south and east China. At the same time, in order to reflect the differentiated business strategy, BESTORE focuses on the field of high-end snacks, and continuously improves the standards and types of products by purchasing high-standard origin materials from around the world and focusing on R&D and innovation.

BESTORE Company characterized by the dynamic development. The current development stage has the following characteristic features:

Expansion of the trade network to more than 3000 supermarkets in 180 cities of Northwest, Southwest, South, East and Central China;

Expansion of the range of products to about 1800 varieties, united in 10 categories;

Production of snacks in its own industrial park;

Getting rewarded for snack packaging design;

Sales of products to 15 countries of the world;

Establishing "elite snacks" and "high-end snacks" as BESTORE strategic development direction.

BESTORE products (snacks) are divided into following groups now: 1) Roasted nuts and seeds; 2) Biscuits and pastries; 3) Dried fruits; 4) Candies and puddings; 5) Seafood snacks; 6) Meat snacks; 7) Vegetarian snacks; 8) Gift sets; 9) Healthy drinks; 10) Beverages.

BESTORE products are great for everyday snacks, light camping/hiking, sharing with friends and family, adding to favorite recipes, muesli or as afternoon tea/office snacks.

They are prepared in accordance with the requirements of healthy nutrition, do not contain harmful additives. Products often do not contain sugar. That means the products of BESTORE can be positioned as «elite snacks».

The products take into account China's national consumption traditions, primarily in relation to nuts, seeds, fruits and seafood.

The products are ready to use without additional processing and has a long shelf life. That's why the products can be named «high-end snacks».

The analysis of the BESTORE Company development process is given in the Table 1.

Table 1 – Analysis of the BESTORE Company development process

Number of development stage	Duration of development stage	Store quantity at the end of the stage	Product quantity at the end of the stage	Own production	Internal market	Foreign markets	Model of sales
1	2006-2008	Above 80	Above 70	-	Wuhan City and Hubei Province	-	Single channel model
2	2009-2014	Above 1000	Above 500	Production and packaging base in Wuhan City	Central China Provinces: Hubei, Hunan, Jiangxi, Sichuan, Henan	-	Single channel model; dual channel model
3	2015-2018	Above 2000	Above 1000	Industrial park of snacks in Wuhan City	Expansion to other regions of China, starting with South and East China	Starting of foreign trade	Dual channel model; multi-channel model
4	2019-2024	Above 3000	Above 1500	Industrial park of snacks in Wuhan City	180 cities in 5 regions: Northwest, Southwest, East, South and Central	Sales of products to 15 countries of the world	Multi-channel model

Source: formed on the basis of data of ESTORE Company development history and others [1-6].

The development program of the BESTORE Company is expected to be implemented in the following three interrelated areas:

1) Technical (scientific and technical) development – aimed at improving the quality of products, technology, services through the introduction of technical and technological innovations. In this case it is the production and trade development;

2) Personnel and organizational development – focused on the development of individual employees, groups, improvement of the management system and processes;

3) Market development – consists of the development of sales channels, improving the quality of marketing research, increase of the level of customer service, and improvement of marketing communications.

The company plans to invest 446 million Yuan in the next three years. Offline retail plans to open about 300 new directly-operated stores from central China to Jiangsu, Zhejiang, Shanghai and other regions, and upgraded about 600 old stores in central China. However, it can be seen from the above table that the proportion of investment in related science and technology such as technical services is relatively low, and the project planning led by the leasing and decoration of the site and the purchase of equipment will bring greater cost pressure to enterprises in the short term. In order to supplement and upgrade the construction of the omni-channel system, BESTORE is also continuously increased its investment in the project of omni-channel marketing network.

The main expense items for the development program are the venue rental fee, venue decoration fee, equipment acquisition costs and additional staff salary, that is the costs connected with the opening of new stores and with updating of the old stores of BESTORE Company.

Through the big data platform, BESTORE can realize the automation of multiple business processes, such as order processing, inventory management and other processes, which can effectively reduce labor, improve operational efficiency and reduce labor costs. In addition, it can help BESTORE optimize supply chain management, realize real-time monitoring and adjustment of logistics services, inventory goods and orders, realize the visualization and intelligence of the supply chain, greatly improve service efficiency and service quality, and reduce related costs in the process.

By using digital platforms and tools, employees can more easily share information, work together and solve problems, reduce communication errors, and speed up the company's decision-making process. In addition, the use of digital technology is convenient to centralize the management, reduce manual operation and management time, and improve the management efficiency of enterprises.

1. About Bestore <https://www.5171ppz.com/about>
2. About us – Bestore <https://bestoresnacks.com/pages/about-us>
3. Best Chinese Brand of Snacks <https://www.snackandbakery.com/articles/102940-top-chinese-snack-brand-bestore-lands-in-times-square>
4. Bestore Chinese <https://www.u-buy.com.ua/ru/product/4SA5T9AXK-bestore-assorted-hawthorns-candy-mixed-balls-strips-leather-nostalgic-fruit-haw-flakes-snacks-for-kids-and-adults-3-5oz#gallery-1>

5. Bestore Co., Ltd. [https://www.emis.com/php/company-profile/CN/Bestore CoLtd %E8%89%AF%E5%93%81%E9%93%BA%E5%AD%90%E8%82%A1%E4%BB%BD%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8 en 9427788.html](https://www.emis.com/php/company-profile/CN/Bestore%20CoLtd%E8%89%AF%E5%93%81%E9%93%BA%E5%AD%90%E8%82%A1%E4%BB%BD%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8_en_9427788.html)
6. History of Bestore <https://www.517lppz.com/en/about/about-history?s=history>

*Cheng Xiangmei, student of the master's degree in the specialty D3 "Management", RSUH
Khyzhnyakova N.O., Candidate of Economics (PhD),
Associate Professor of the Department of
Documentary Communications and Management, RSUH*

IMPROVEMENT OF CLIENT SERVICE PROCESS MANAGEMENT AT THE NATIONAL MUSEUM OF CHINA

The organization of the service process is aimed at meeting the needs of the client, which makes it one element of the system maintenance. Therefore, the main task of the service system is to ensure the effective satisfaction of the client's needs, which can be achieved through the appropriate organization of the service process.

The client service process management is very important in all service spheres. The satisfaction of clients allow enterprises and organizations work with the stable revenue and profit.

Thus, visitor service process management is also very important for museums. Modern museums work for the satisfaction of visitors and must to support their expectations.

The object of research is the National Museum of China.

The National Museum of China is the most popular and most visited museum in the People's Republic of China. It is the visit card of the country.

The museum is located in the center of the capital of the People's Republic of China, Beijing, in Tiananmen Square.

The museum combines the history of the development of two museums: the National Museum of Chinese History (established in 1912) and the National Museum of the Chinese Revolution (established in 1950). They merged in 2003, and the National Museum of China was formed on their basis [1].

In 2022, the National Museum of China celebrated its 110th anniversary.

The National Museum of China is the central museum in the People's Republic of China and in Beijing. It has the historical profile and very rich collections of historical and cultural relics today. This museum is located in the new modern building and has the large possibilities in its activities and services.

The National Museum of China has enough resources of all types: large new building, location on the central square of the capital of state, large area of building, rich collections of historical and cultural relics, professional staff and financial resources. It has the large potential for its activities, both for the demonstration of collections and for the scientific and education activity. The museum is funded through ticket sales and also by the central budget of the People's Republic of China, by the budget of the City of Beijing, and from other sources of revenue.

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