

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>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

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

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.



The National Museum of China has the historical specialization in its activities. The main sphere of its activities is the storage of collections and planning of exhibitions, both permanent, and temporary, for the visitors and giving them the museum services.

Museum also is the centre of the scientific activities and provides scientific research in archaeology, history and culture. The museum also organizes the educational activities and works in cooperation with the different educational institutions.

The National Museum of China works according to the Law of the China People's Republic on the Cultural Relics Protection. It is subject to the Ministry of Culture and Tourism of the China People's Republic and Department of Culture and Tourism of Beijing City.

The National Museum of China has an area of more than 200 thousands square meters and 48 standard exhibition halls. It is the largest modern comprehensive museum in the world with the largest area of a single building. The existing collections have more than 1,43 million exhibits, covering ancient cultural relics, modern cultural relics, works of art, and other categories. The collection system is complete, with history encompassing a vast array of materials and forms that fully demonstrate and witness the continuity of Chinese civilization for more than 5000 years.

More than 50 exhibitions are opened annually, forming a collection of ancient Chinese porcelain, jade, calligraphy and painting, coins, Buddhist statues, bronzes, etc., based on the three main exhibitions "Ancient China", "The Road to the Revival" and "The Road to the New Renaissance".

The coronavirus pandemic has had a very noticeable negative impact on the number of visitors to the National Museum of China. The decrease in the number of visitors in 2020-2022 compared to 2018-2019 was 70-80%. In 2023, there was a significant increase in customer service, but the level of 2018-2019 has not yet been reached [2-7].

The modern museum focuses on visitors. The trend that a museum should be interested not only in its collections, but also in its visitors, is now pronounced in countries around the world. The museums use different methods for working with the public. They try to model portraits of visitors. These visitors are assigned to one of the groups. Museums become the centres of recreation for their visitors.

The National Museum of China also pays great attention to the work with visitors and visitors' satisfaction.

In order to better serve the public, the National Museum often conducts visitor interviews with the aim of collecting their visiting experiences, opinions, and suggestions. These feedbacks are crucial for the continuous improvement and optimization of museums.

The National Museum organizes and hosts cultural, educational, scientific, and other activities. For example, during the 110th anniversary of its establishment in 2022, the National Museum held events such as the National Museum's 110th Anniversary Symposium. In addition, during the 2023 Spring Festival, the National Museum planned a series of activities, including exhibitions, interactive activities,

theme lectures, etc., to make the public feel the charm of traditional culture and the educational significance of the museum.

The suggestions for improvement of visitors' service process management at the National Museum of China are following.

The National Museum continuously obtains new exhibits through excavation, restoration, and communication with other museums, providing the public with a richer and deeper cultural experience. These measures not only help promote the development and innovation of the museum industry, but also enable more people to understand and appreciate China's history and culture.

The National Museum of China has digitized its exhibits and created virtual exhibitions using IT technologies such as 3D modeling, panoramic roaming, and VR virtual exhibition halls. Digital technology plays a crucial role in this process, enabling museums to present their collections and exhibitions to the public in digital form. Viewers can access these virtual exhibition halls anytime and anywhere through terminals such as computers, tablets, or mobile phones, to appreciate precious cultural relics and exhibition content.

To improve the service culture of museum staff, we can start from the following aspects: 1) Strengthen service awareness; 2) Develop service standards; 3) Deepen the understanding of service culture; 4) Provide multi-level services; 5) Strengthen teamwork and team spirit; 6) Establish incentive mechanisms to commend and reward outstanding staff; 7) Regular training and education; 8) Optimize presentation work; 9) Pay attention to audience feedback. Through these measures, the service culture of museum staff can be effectively improved, providing audiences with higher quality and professional services, thereby better realizing the social function and value of the museum.

The improvement of the marketing activities of the National Museum can be carried out in the following aspects: 1) Strengthen brand building and visibility; 2) Adopting diversified marketing strategies; 3) Develop cultural and creative products; 4) Customer feedback and satisfaction; 5) Establish a membership plan and reward mechanism; 6) Emphasize offline experience; 7) Strengthen cooperation with media, cultural institutions, etc.; 8) Improving service quality.

The National Museum has to focus on improving service quality, including guide services, explanation services, audience reception, etc., providing professional guides, setting clear signs, and providing convenient ticket purchasing methods, so that visitors can feel more comfortable and convenient services during the visit process. Maintaining contact, interviewing visitors, and monitoring service quality is crucial for enhancing the public image and service level of the National Museum.

1. History of the National Museum of China.  
[https://en.chnmuseum.cn/about\\_the\\_nmc\\_593/history/201911/t20191123\\_173503.html](https://en.chnmuseum.cn/about_the_nmc_593/history/201911/t20191123_173503.html)
2. National Museum of China. Highlights of the 2018 Annual Report.  
<http://nb.ncha.gov.cn/museumdetail.html?msg=f5b8d6ebbd9c4bd5a53a31342f58dd69&nianfen=2018>
3. National Museum of China. Highlights of the 2019 Annual Report.  
<http://nb.ncha.gov.cn/museumdetail.html?msg=f5b8d6ebbd9c4bd5a53a31342f58dd69&nianfen=2019>
4. National Museum of China. Highlights of the 2020 Annual Report.  
<http://nb.ncha.gov.cn/museumdetail.html?msg=f5b8d6ebbd9c4bd5a53a31342f58dd69&nianfen=2020>



5. National Museum of China. Highlights of the 2021 Annual Report. <http://nb.ncha.gov.cn/museumdetail.html?msg=f5b8d6ebbd9c4bd5a53a31342f58dd69&nianfen=2021>
6. National Museum of China. Highlights of the 2021 Annual Report. <http://nb.ncha.gov.cn/museumdetail.html?msg=f5b8d6ebbd9c4bd5a53a31342f58dd69&nianfen=2022>
7. Report on the activities of the National Museum of China in 2023. [https://www.chnmuseum.cn/gb/gg/202401/t20240122\\_265842\\_wap.shtml](https://www.chnmuseum.cn/gb/gg/202401/t20240122_265842_wap.shtml)

*Jiang Yeyou, graduate of higher education ED „Master”  
in specialty D3 "Management", RSHU*

*Borys Bertash, PhD, associate professor of the department of documentary  
communications and management, RSHU*

## **THE ROLE OF CHINA'S FORESTRY INDUSTRY IN ITS ECONOMY**

A vital sector of the country's economy, the forestry sector is essential.

The forestry sector encompasses a variety of diverse industries, such as forest tourism, forest protection, forest services, and conventional forest planting, logging, and processing. With a long industrial chain and a wide range of products, the forestry industry is a composite industrial group that spans many primary, secondary, and tertiary sectors of the national economy.

According to the National Economic Industry Classification (GB/T 4754-2002), the major category of "Forestry" includes three categories and six subcategories: 02 - forest industry: 021 - Breeding and planting of forest trees (0211 - Breeding and nursery; 0212 - reforestation; 0213 - Conservation and management of forest trees); 022 - Timber and bamboo harvesting (0221 - Timber harvesting; 0222 - Bamboo harvesting); 023 (0230 - Collection of forest products).

The four components of "forestry" are forestry production, forestry tourism and ecological services, forestry management, and forestry-related activities, as per the "Classification of Forestry and Related Industries (Trial)" (Forestry Planning and Development [2008] No. 21) [1]. There are 13 major categories, 37 intermediate categories, and 112 subcategories in total, with the major categories: forestry production ((i) Forest cultivation and harvesting activities; (ii) Cultivation and collection activities of non-timber forest products; (iii) Forestry production support services); forestry tourism and ecological services ((iv) Forestry tourism and leisure services; (v) Forestry ecological services); forestry management ((vi) Professional and technical services in forestry; (vii) Forestry public administration and other organisational services); forestry-related activities ((viii) Wood processing and wood products manufacturing; (ix) wood (bamboo, reed) as raw material pulp, paper products processing and manufacturing; (j) Processing and manufacturing of products made from bamboo, rattan, palm and reed; (xi) Processing and manufacturing of wildlife products; (xii) Processing and manufacturing of products made from other non-wood forest products; (xiii) Other forestry-related activities).

As a significant component of the national economy, the forestry sector serves a number of vital roles, and its place in the economy cannot be overlooked. Numerous laborers can find work in the lengthy forestry sector chain, which includes planting,

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