

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>JiangYeyou, 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

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

СУТНІСНІ АСПЕКТИ УКРАЇНСЬКОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

В умовах сьогоденного ринкового господарювання конкуренція відіграє надзвичайно важливу роль для сучасних представників українського бізнесу через посилення тиску глобалізаційних та інноваційних процесів, а також наявності широкого кола типових представників бізнесу, що пропонують нинішньому й вибагливому споживачу широкий набір товарно-послужових пропозицій.

Сучасний ринок є гнучким і динамічним: він швидко реагує на зміни в споживчих вподобаннях, технологіях та економічних умовах, що сприяє адаптації виробництва до нових потреб суспільства.

Отже конкуренція слугує рушієм для підвищення ефективності, розвитку нових технологій та адаптації до змінних умов.

Очима українських науковців, у нинішніх умовах глобалізації економіки конкуренція значно посилюється, охоплюючи всі країни та сектори економіки. При цьому, конкуренція для українських організацій стає титанічним викликом, зважаючи на умови, в яких сьогодні працює український товаровиробник, зіштовхуючись із численними загрозами та викликами, які нині несе насамперед війна та невизначеність навіть у найближчій перспективі. Тому, гострою потребою в систематичній оцінці конкурентоспроможності підприємств є визначення ключових пріоритетів їхньої конкурентної політики [1, с. 212-213].

У науковій праці «Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі» авторами Дікань В. та Савчук В. розкриті такі аспекти значення та сутності ринкової конкуренції: «конкуренція – одна з ключових особливостей ринку, змаганням між учасниками ринкових відносин та *виступає механізмом* для регулювання економічної діяльності. *Це соціальна форма* протистояння між економічними суб'єктами, що реалізують свої особисті інтереси. Слово «змагання» походить із латини і означає «підштовхувати». *Це своєрідний спосіб суперництва* між учасниками ринкової економіки» [2, с. 97].

Конкуренція в найширшому сенсі означає суперництво між юридичними чи фізичними особами, які прагнуть досягти однакової цілі – здобути перевагу над іншими учасниками [3, с. 6].

Бойко В. та Зарічний М. розкривають конкурентоспроможність підприємства як спроможність створювати стійкі конкурентні переваги на ринку та максимально задовольняти потреби цільових споживачів, незважаючи на дестабілізуючі чинники як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Це означає, що підприємство повинно постійно адаптуватися до змін, реагувати на

виклики ринку та ефективно використовувати свої ресурси для збереження своєї позиції та успіху в умовах конкуренції [4].

Науковцями Карпенко О. та Матвійчуком Є. наводиться три підходи в розкриті сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» акцентуючи на тому, що існує численна кількість підходів до його трактування (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» за підходами Карпенко О. та Матвійчуком Є. [5, с. 34]

Підхід	Характеристика конкурентоспроможності підприємства, що базується на:
I	ефективності його виробничої діяльності (результативності виробництва). Тому, для досягнення конкурентних переваг підприємству потрібно оптимізувати використання ресурсів і технологій, забезпечуючи високий рівень продуктивності та інноваційності
II	перевагах його продуктової політики (можливість у поточних умовах розробляти, виробляти та реалізовувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів). Це вимагає постійного підвищення якості, оптимізації вартості та адаптації до ринкових запитів, щоб здобути стійкі переваги на ринку
III	наявності різноманітних порівняльних переваг – здатність організації переважати інших галузевих ринкових представників. Це спроможність бізнесу за рахунок наявності унікальних характеристик господарської політики виділятися серед конкурентів, бути ефективним та успішним

У науковій публікації «Стратегії підвищення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах Євроінтеграції» Моторнюк У., Байдалка В., Карташев В. конкурентоспроможність підприємства – це складне і багатогранне поняття, що описує суперництво та боротьбу за досягнення кращих результатів. Вона передбачає здобуття конкурентних переваг через ефективне використання всіх доступних ресурсів, виробництво і реалізацію продукції, що відповідає вимогам ринку, а також отримання прибутку від успішної господарської діяльності [6, с. 846-847].

Зосереджуючи науковий світ, його спільноту на проблематиці конкуренції саме в умовах сучасних викликів, загроз та змін, колектив авторів у складі Гарбузюка О., Рудніченка Є., Дячука І. та Скрипника В. наголошують на її вагомості як базовому та стратегічному інструменті в досягненні стійкості розвитку й успіху українських бізнес-структур. Авторами наводиться наступна її характерна сутність: конкурентоспроможність підприємства визначається:

- ✓ здатністю адаптуватися до змін на ринку;
- ✓ впровадженням інновації та використанням технологічного прогресу;
- ✓ можливістю врахувати зростання споживацьких вимог;
- ✓ спроможністю цивілізовано та легалізовано боротися за визначені ринкові позиції, стратегію, соціально-економічну, виробничу політики, інше;
- ✓ системністю організації та потенціалом її підсистем, результативністю організаційних, фінансових, виробничих та інших показників підприємства;
- ✓ управлінськими завданнями з реалізації ефективних рішень, зосереджених на зміцненні його конкурентоспроможності [7, с. 298].

Вакуленко Ю., Олійник А., Гевленко О. працюючи над питаннями характеристик конкурентоспроможності та її ваги для бізнесу, пояснюють той факт, що в сучасних умовах ринку, де спостерігається посилення конкуренції, високий рівень ризику та невизначеності, українським підприємствам надзвичайно важливо впроваджувати ефективні стратегічні системи управління конкурентоспроможністю. Це забезпечить:

- ✓ удосконалення адаптації управлінських систем на підприємствах;
- ✓ підвищення якості управління конкурентоспроможністю;
- ✓ збільшення довіри до управлінських систем в умовах впливу неконтрольованих факторів;
- ✓ застосування інваріантності системи для різних типів підприємств;
- ✓ мобільність і гнучкість системи управління конкурентоспроможністю [8].

Загалом політика у сфері конкурентоспроможності є важливою складовою тотальної стратегії підприємства [7, с. 298].

Сьогодні основними характерними чинниками, що впливають на діяльність сучасних організацій стають умови та процеси до яких відносимо: глобалізацію, кризи (економічні, геополітичні, соціальні, інфраструктурні, інші), інновації, цифрову трансформацію, соціальну відповідальність бізнесу, ринкову трансформацію, зокрема, посилення вибагливості споживачів, інше.

Зрозумілим є те, що головна роль у визначенні напрямків розвитку обраної проблематики залишається за практикою, а це обумовлює потребу в дослідженні механізмів формування та реалізації конкурентних стратегій підприємств різних галузей із застосуванням сучасних практик менеджменту, його адаптивних інструментів та принципів ринкового господарювання.

1. Ужва А.М. Управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах сталого розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 1. С. 211-215.
2. Дікань В.Л., Савчук В.І. Управління конкурентоспроможністю корпорацій в Європі : підручник. Київ: Знання, 2004. с. 207.
3. Сіваченко І.Ю., Козак Ю.Г., Єхануров Ю. І. та ін. Управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 456с.
4. Бойко В., Зарічний М. Інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. (54). 2023. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-39>. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2754/2673>.
5. Карпенко О.О., Матвійчук Є.І. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах цифрової трансформації. *Науковий журнал «ECONOMIC SYNERGY»*. 2024, Вип. 1 (11). С. 31-43.
6. Моторнюк У.І., Байдалка В.В., Карташев В.О. Стратегії підвищення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах Євроінтеграції. *Наукові перспективи*. 2024, № 5(47). С. 843-854.
7. Гарбузюк О., Рудніченко Є., Дьячок І., Скрипник В. Теоретичний базис оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2024, № 3 297-304.
8. Вакуленко Ю.В., Олійник А.С., Гевленко О.Є. Системна характеристика управління конкурентоспроможністю підприємства. *Агросвіт*. 2018. № 18. С. 10–15. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/18_2018/3.pdf

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