

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

<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

ІМІДЖ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА

Актуальною проблемою сучасності є вивчення формування іміджу менеджерів та впливу створеного позитивного іміджу на успішну управлінську діяльність. Особливо перспективним, на нашу думку, є вивчення механізмів, завдяки злагодженості яких, можливе забезпечення ефективного створення професійного іміджу менеджера сучасності. Недостатність вивчення даної тематики і зумовило вибір нашого дослідження.

У сучасних умовах стабільність і тривалість існування організації та її діяльності на економічному ринку все більше залежать від інтересів різних цільових груп. У цьому контексті все більше уваги приділяється формуванню позитивного іміджу організації, який є ключовим інструментом і візитівкою компанії, спрямованої на створення позитивного враження на учасників ринку.

В умовах динамічної конкуренції створення успішного іміджу вимагає від підприємств постійного підвищення обізнаності споживачів про підприємство, сприяючи тим самим формуванню лояльності клієнтів і розширенню цільової аудиторії. Початкова концепція, що відображає сутність теми нашого наукового дослідження і є когнітивною основою для побудови логіки процесу. Тому особливу увагу слід приділити семантичним аргументам поняття імідж.

Імідж — це пряме або навмисно створене візуальне враження про особу чи соціальну структуру. Це враження, а не оцінка, як раціональний факт свідомості. Якщо ми думаємо про імідж як про специфічний психологічний продукт, то він функціонує як соціальна установка, ціннісний стереотип, символ моди. Імідж керівника має багато складових, які стосуються всіх сфер його професійної діяльності та особистості [2].

Професіограма менеджера включає різноманітні складові, що визначаються його особистістю, стилем керівництва, способом спілкування та взаємодією з різними зацікавленими сторонами. Структура професійного іміджу менеджера включає такі складові:

1. Професійні знання та професійна компетентність, які залежать від поглибленого знання та розуміння характеристик функціонування управлінської діяльності. Менеджери повинні мати не тільки вищу освіту, але й високий рівень знань з актуальних економічних питань. Від компетенції та стратегічного мислення менеджера залежить, чи можуть бути успішно впроваджені інновації, адаптовані до сучасних вимог. Розуміння сучасних трендів економіки та інноваційних методів управління є ключовим для формування ефективних стратегій розвитку підприємства.

2. Лідерські якості включають здатність мотивувати та стимулювати колектив. Лідер повинен вести свою команду до досягнення спільних цілей, розвиваючи в них впевненість та віру у власні сили застосовуючи творчий підхід у роботі. Лідерство включає такі важливі складові, як здатність визнавати та підтримувати інших та ефективно приймати та втілювати

управлінські рішення. Позитивний імідж може слугувати стимулом для персоналу впроваджувати в управлінську діяльність нові технології управління.

3. Комунікативні навички, як важливий елемент успішного іміджу, створюють ефективну взаємодію з різними зацікавленими сторонами, що є основою для вдалого співробітництва і сприяє досягненню поставлених цілей персоналу та підприємства в цілому. Вміння пояснити важливі концепції враховуючи думку інших є основою для позитивної взаємодії управлінця з підлеглими.

4. Етичні якості, що формують довіру та повагу в колективі. Прозорість та чесність в колективі забезпечить надійність та довіру в колективі. Збереження високих етичних стандартів допоможе менеджеру ефективно сформувати професійний імідж в колективі і за його межами.

5. Інноваційність передбачає ідейність, новаторство та ініціативність у процесі вдосконалення підприємства. В процесі вдосконалення чільне місце займає стратегічне мислення керівника. Імідж керівника, в свою чергу, впливає на готовність персоналу сприймати і впроваджувати інновації.

6. PR та репутація – здатність ефективно взаємодіяти з громадськістю з конкурентним середовищем, місцевою владою та іншими зацікавленими сторонами визначає успішність управлінця. Репутація формується на основі конкретних результатів і вражень від діяльності управлінця і чинить великий вплив у співпраці з партнерами [1].

Успішному розвитку професійного іміджу менеджера сприяє власна цілеспрямованість та активна позиція в професійних ініціативах. Здатність постійно вдосконалюватись та втілювати інноваційні підходи в управлінську діяльність сприяє формуванню позитивного професійного іміджу. Адже тільки у довірі та взаємодії можливе успішне втілення задуманого і отримання максимальних результатів всього колективу.

Професійний імідж – це складний феномен, що включає різні уявлення про професію, діяльність, професійні навички та всі ті важливі складові, про які говорилося вище. Керівник власним іміджем не тільки впливає на персонал але й чинить вплив на зовнішнє середовище функціонування підприємства. Позитивний імідж керівника відображається на сприйнятті підприємства загалом. Керівник повинен бути максимально включеним в процес формування та підтримки гармонійних відносин у колективі, але це можливо лише у випадку лідерської і авторитетної позиції, коли керівник створив позитивний професійний імідж і працівники йому довіряють.

1. Воронько-Невіднича Т. В., Баган Н. В., Торяник А. І. Вплив іміджу менеджера на процес прийняття управлінських рішень. Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут». Київ, 2022. Вип. 24. С. 75–79.

2. Колодка А.В. Особливості формування іміджу керівника організації. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф. «Економічні проблеми сталого розвитку». Суми : Сумський державний університет, 2013. Т. 4. С. 34–35.

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