

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

Cheng Xiangmei, Khyzhnyakova N.O. Improvement of client service process management at the National Museum of China	43
JiangYeyou, 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

*Ковтун Ю.В., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна
та архівна справа», РДГУ
Сілкова Г.В., к. пед. н., доцент кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ*

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК БАЗИС УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

У сучасному світі, де технології розвиваються з неймовірною швидкістю, інформація стала одним із найцінніших ресурсів. Вона є рушійною силою інновацій, прийняття рішень та досягнення успіху в будь-якій сфері діяльності, зокрема в бізнесі. Інформаційна діяльність слугує фундаментом для вдосконалення бізнесу та забезпечує його конкурентоспроможність, адже інформаційне забезпечення бізнесу формує відповідний стратегічний ресурс, який може забезпечити фірмам конкурентну перевагу.

Узагальнюючи думки науковців, Миколук О.А., Бобровник В.М. стверджують, що формування інформаційного забезпечення являє собою досить складний та різноаспектний процес надання зручної та ефективної форми інформаційного обміну як всередині підприємства, так і зовні. Інформаційне забезпечення є свого роду підґрунтям для подальшого розвитку підприємства, що надає можливості зростання його прибутковості, рентабельності та конкурентоспроможності.

Інформаційна діяльність як базис успішного бізнесу дозволяє вирішувати низку завдань, спрямованих на:

- прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- оптимізацію бізнес-процесів;
- покращення взаємодії з клієнтами;
- створення продуктів та послуг, в т. ч., інноваційних, що матимуть попит на ринку.

Значну роль при цьому відіграють інформаційні технології. Зокрема, аналіз великих даних (big data) дозволяє виявляти тенденції, прогнозувати ринки та розробляти ефективні стратегії. В ході оптимізації бізнес-процесів автоматизація завдань за допомогою інформаційних систем підвищує ефективність роботи та знижує витрати. Створити інноваційні продукти та послуги неможливо без аналізу інформації про потреби клієнтів та ринкові тенденції. Лише це дозволяє розробляти нові продукти та послуги, які задовольняють потреби споживачів. Поліпшити взаємодію з клієнтами дозволяє використання інструментів цифрового маркетингу, оскільки внаслідок цього вдається встановити більш тісні відносини з клієнтами та підвищити їхню лояльність.

Розглянемо детальніше роль інформаційних технологій (ІТ) у вдосконаленні інформаційної діяльності в бізнес-сегменті. Сучасні ІТ-інструменти дозволяють:

- збирати та зберігати великі обсяги даних;

- аналізувати дані за допомогою штучного інтелекту (ШІ);
- автоматизувати рутинні завдання;
- забезпечувати безпеку інформації.

Зберігання та обробку великих масивів інформації забезпечують системи управління базами даних та хмарні технології. Роботи та чат-боти дозволяють автоматизувати багато рутинних завдань, звільняючи співробітників для виконання більш творчих завдань. Системи кібербезпеки захищають інформацію від несанкціонованого доступу та інших загроз.

Аналіз даних за допомогою ШІ дозволяє вирішувати для бізнес-аналітики важливі завдання по оптимізації бізнес-процесів. Підґрунтя для відповідних управлінських рішень забезпечують такі можливості ШІ, як поглиблений аналіз, прогнозування; персоналізація. Зокрема, алгоритми машинного аналізу можуть виявляти в даних недоступні для традиційних методів аналізу закономірності, необхідні для більш глибокого розуміння тенденцій бізнесу. Крім того, ШІ може прогнозувати майбутні тенденції, попит на продукти та послуги, а також поведінку клієнтів, що допоможе прийняти виважені проактивні рішення. ШІ дозволяє також створювати персоналізовані пропозиції для кожного клієнта, що підвищує лояльність та збільшує продажі.

Таким чином, можемо визначити як основні напрямки застосування ШІ в бізнес-аналітиці – аналіз клієнтської поведінки, оптимізацію маркетингу, прогнозування продажів, оптимізацію виробництва. Виявлення потреб клієнтів, сегментація аудиторії, прогнозування відтоку клієнтів складають основні завдання аналізу клієнтської поведінки. Оптимізація маркетингу засобами ШІ включає цільову рекламу, персоналізовані пропозиції, оцінку ефективності маркетингових кампаній. Прогнозування продажів ШІ дозволяє здійснити передбачення попиту на продукти, оптимізація виробництва та управління запасами. Оптимізація виробництва досягається завдяки пошуку неефективностей у виробничих процесах, підвищення продуктивності.

Підсумовуючи, зазначимо, що інформаційна діяльність є основою для вдосконалення бізнесу. Вона дозволяє компаніям приймати більш обґрунтовані рішення, оптимізувати виробничі процеси, створювати інноваційні продукти та послуги, а також покращувати взаємодію з клієнтами. Розвиток інформаційних технологій відкриває нові можливості для використання інформації як стратегічного ресурсу, що надає конкурентні переваги на сучасному ринку. Майбутнє інформаційної діяльності в бізнесі пов'язане, в першу чергу, з подальшим розвитком таких технологій, як ШІ та інтернет речей.

1. Миколук О.А., Бобровник В.М. Особливості інформаційного забезпечення управління підприємством. Вісн. Хмельн. нац. ун-ту. 2021. № 3. С. 48–52. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2021-en-3-07.pdf>.

2. Смолин О.І., Олексюк В.П. Інтернет речей як технологічний феномен XXI століття. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/15393/1/50_Smolyn_Oleksiuk.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