

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДОКУМЕНТАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ



ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА МЕНЕДЖМЕНТ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Збірник тез III Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених

26 Листопада 2025 року

м. Рівне

Рекомендовано Вченою радою Рівненського державного гуманітарного університету (протокол №13 від 22 грудня 2025 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 III Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених. Рівне, 26 листопада 2025 р. [тези доп.]. Рівне: РДГУ, 2025. 149 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>Андрейчук А.А., Сяська О.В.</i> Нормативні засади функціонування органів місцевого самоврядування.....	7
<i>Бобровнік В.Л., Савченко О.Р.</i> Інноваційні підходи до проєктування мотиваційного середовища закладу освіти.....	9
<i>Виннічук С.В., Сяська О.В.</i> Засади професійного розвитку кадрів медичної галузі	12
<i>Григорійчук Б.В., Сяська О.В.</i> Оцінювання ефективності функціонування закладів системи охорони здоров'я.....	15
<i>Мікуліч В.О., Артюшок К.А.</i> Проблемні питання в розвитку територіальних громад під час воєнного стану: шляхи вирішення.....	17
<i>Придоус І.О., Машта Н.О.</i> Інструменти цифрових маркетингових комунікацій для територіальних громад.....	20

СЕКЦІЯ 2. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

<i>Герасименко М.О., Поліщук О.Ю.</i> Вплив воєнних дій на фінансову систему України: тенденції, ризики, стабілізаційні заходи.....	23
<i>Берташ Б.М.</i> Передумови впровадження та роль стратегічної екологічної оцінки в адаптації публічного управління до вимог Європейського Союзу	25
<i>Гопанчук І.О., Савченко О.Р.</i> Формування конкурентних переваг місцевого бізнесу в умовах сільської громади.....	27
<i>Дейнега О.В.</i> Інформаційна безпека держави: виклики, загрози та механізми протидії.....	30
<i>Машта Н.О.</i> Стандартизація підходів до оцінювання ефективності використання цифрових маркетингових інструментів у територіальних громадах	32
<i>Оліскевич М.М., Стасишин А.В.</i> Роль державної інноваційної політики у формуванні сучасної сервісної держави	35
<i>Помф'юк Т.М., Малімон В.І.</i> Цифрові інструменти як механізми підвищення ефективності публічного управління цивільним захистом на рівні територіальних громад.....	38
<i>Прокіпчук А.А., Малімон В.І.</i> Моніторинг і оцінювання ефективності державної політики щодо розвитку урбанізованих територій: індикатори, дані, інституційний дизайн.....	41
<i>Тиргоале Г.О., Тюріна Д.І.</i> Управління життєвим циклом електронних документів у публічному управлінні: стандарти, виклики та цифрові практики e-governance.....	44

<i>Шоміна О.О., Блінов Є.М.</i> Питання державного регулювання сфери штучного інтелекту в науковому та медійному полі України	46
<i>Шушаріна В.С., Хижнякова Н.О.</i> Стимулювання відвідуваності як шлях до підвищення фінансової стійкості Рівненського зоопарку.....	49

СЕКЦІЯ 3. ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

<i>Будзін Д.В., Юхименко-Назарук І.А.</i> Алгоритмічне управління в цифровому бізнесі: виклики етичної відповідальності та нові моделі прийняття управлінських рішень	52
<i>Волос І.В., Микитин Т.М.</i> Формування ефективної системи менеджменту у сфері медичних виробів в Україні	54
<i>Голубєв О.В., Машта Н.О.</i> Конкурентоспроможність українських виробників тактичного одягу в умовах воєнного стану	57
<i>Григорук А.С., Поляк К.Ю.</i> Сутність організаційної адаптивності в системі сучасного менеджменту.....	60
<i>Дем'янюк О.О.</i> Роль управлінських механізмів у захисті інтелектуальної власності.....	62
<i>Катіба В.В., Тюріна Д.І.</i> Інноваційні підходи до менеджменту в публічному управлінні в умовах цифрової трансформації.....	65
<i>Крутіков І.О., Буканов Г.М.</i> Цифрова трансформація як інструмент управління сталим розвитком банківської сфери: вплив технологій на ESG-інтеграцію та стійкість до криз	67
<i>Куліш Д.О., Максимчук Н.С.</i> Стратегія цифровізації HR-процесів та мотивації персоналу на підприємстві ТОВ «Шепетівкацукор».....	70
<i>Кусій Є., Буканов Г.М.</i> Етичні імперативи та ціннісні орієнтири корпоративної культури банківської сфери в контексті сталого розвитку та євроінтеграції України.....	73
<i>Максимчук Н.С.</i> Психологічна компетентність менеджера та її роль в успішному управлінні організацією	76
<i>Максимюк Т.П.</i> Психологічна безпека як умова інноваційного розвитку управлінських команд.....	78
<i>Марценюк В.В.</i> Аутсорсинг фулфілменту для малого та середнього e-commerce бізнесу	80
<i>Федорченкова А.О.</i> Мотивація персоналу як інструмент підвищення продуктивності в сучасному менеджменті.....	82
<i>Шушаріна В.С., Берташ Б.М.</i> Розробка бізнес-моделі інноваційного освітньо-розважального закладу в умовах обмеженого регіонального ринку.....	84

СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Бедек В.М., Микитин Т.М.</i> Сутність маркетингу та особливості його реалізації.....	88
<i>Бігунець І.В., Машта Н.О., Микитин Т.М.</i> Проблеми стратегічного планування розвитку Державного архіву Рівненської області.....	91
<i>Гуменюк В.П., Поліщук О.Ю.</i> Психологічні маніпуляції в управлінні персоналом: газлайтинг, лав-бомбардування та контроль через страх втрати роботи	93
<i>Давидюк П.П., Поляк К.Ю.</i> Факторне середовище якості послугових організацій.....	95
<i>Деревенко В.С., Микитин Т.М.</i> Функціональні засади логістичної системи сучасних підприємств	98
<i>Лукашевич П.В., Савченко О.Р.</i> Сутнісні аспекти збутової діяльності сучасних комерційних організацій.....	100
<i>Марчук Д.О., Поліщук О.Ю.</i> Маніпулятивна поведінка працівників у системі управління та її вплив на ефективність організації	103
<i>Матвійчук Т.В., Марценюк В.В.</i> Особливості організації зовнішньоекономічної логістичної діяльності аграрних підприємств	105
<i>Приварський Б.Р., Сяська О.В.</i> Розвиток персоналу як елемент системи менеджменту підприємства.....	107
<i>Самко І.В., Максимчук Н.С.</i> Системний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємств у часі	110
<i>Самко М.П., Сяська О.В.</i> Управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств.....	113
<i>Серостанова О.В., Поляк К.Ю.</i> Сучасні підходи до стратегічного управління банками України в період воєнного стану.....	115
<i>Шушаріна В.С., Савченко О.Р.</i> Оцінка готовності підприємства до змін у системі зовнішніх комунікацій та збуту	117
<i>Щербач І.О., Поліщук О.Ю.</i> Поведінкові аспекти лідерства: маніпуляційні практики та продуктивність персоналу	120

СЕКЦІЯ 5. ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

<i>Бабенко Ж.В.</i> Інтеграція психологічних прийомів у сучасний маркетинг інформаційних продуктів та послуг	123
<i>Блєдних М.А., Сілкова Г.В.</i> Особливості функціонування інформаційної служби Луцької міської ради	126
<i>Козел Б.В., Сілкова Г.В.</i> Актуальні методи інформаційно-аналітичної діяльності.....	129

<i>Костенко М.С.</i> Освітня компонента «Інформаційна культура» в контексті еволюції підходів до інформаційної культури як суспільного явища	132
<i>Павлюк Н.П.</i> Проблеми формування українськомовного професійного дискурсу менеджера в умовах багатомовного середовища	135
<i>Сілкова Г.В., Костенко М.С.</i> Інформаційно-аналітичний супровід як складова управлінської діяльності.....	138
<i>Хевзюк Т.М., Черніговець Т.І.</i> Аналітична оцінка організації документообігу та роботи з електронними журналами у закладі загальної середньої освіти	141
<i>Черніговець Т.І.</i> Інформація як засіб комунікації місцевих органів влади з громадськістю	143
<i>Юсюк І.В., Сілкова Г.В.</i> Документний потік як засіб інформаційного забезпечення і об'єкт бібліометричного аналізу.....	146

2. Chen M., Mi X., Xue J., Li Y., Shi J. Psychological safety, team psychological capital and knowledge sharing : a multilevel model. *Frontiers in Psychology, Section Organizational Psychology*. 2023. Vol. 14. P. 1 – 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1133270>.
3. Edmondson A. C. The fearless organization : creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc, 2019. 256 p. <https://doi.org/10.1111/peps.12509>.
4. Jin H., Peng Y. The impact of team psychological safety on employee innovative performance : a study with communication behavior as a mediator variable. *PLoS One*. 2024. Vol. 19, No. 10. e0306629. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0306629>.

Марценюк В.В., викладач кафедри документальних
комунікацій та менеджменту РДГУ

АУТСОРСИНГ ФУЛФІЛМЕНТУ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО E-COMMERCE БІЗНЕСУ

Фулфілмент (Fulfillment) - це комплекс бізнес-процесів, пов'язаних із виконанням замовлення клієнта: від моменту оформлення покупки (на сайті, маркетплейсі чи в соцмережах) до моменту отримання товару покупцем.

Простими словами, це «логістика під ключ». Цим може займатися сам продавець (in-house) або спеціалізована стороння компанія (аутсорсинг).

Наявність надійної стратегії виконання замовлень, будь то власне рішення чи партнерський додаток, може суттєво вплинути на обслуговування клієнтів у компанії . Вона гарантує правильність замовлень та їх своєчасну доставку. Коли це відбувається, клієнти задоволені. А коли клієнти задоволені, це головне для бізнесу [1].

Зміст аутсорсингу фулфілменту полягає у передачі логістичних операцій, таких як зберігання, комплектування, пакування та відправка замовлень, зовнішньому провайдеру, 3PL-оператору. Він є ключовим рішенням для малого та середнього e-commerce бізнесу та може стати потужним каталізатором зростання ефективності, особливо для малого та середнього бізнесу.

Аутсорсинг фулфілменту є оптимальним рішенням, коли час і ресурси, які компанія витрачає на логістику, починають гальмувати розвиток інших аспектів бізнесу. Таке рішення необхідно ретельно проаналізувати, зваживши свої внутрішні витрати на логістику із пропозиціями кількох надійних фулфілмент-операторів.

Переваги аутсорсингу зосереджені навколо значної економії капітальних витрат, оскільки компанія не потребує інвестування у власні складські приміщення, дороге обладнання, системи управління складом та постійний штат. Фактично, це перетворює фіксовані логістичні витрати на змінні, які оплачуються лише за фактом оброблених замовлень. Замість інвестування у власний склад, обладнання, найму та утримання постійного персоналу, компанія сплачує лише за фактично оброблені замовлення та використаний складський простір. Це дозволяє уникнути амортизаційних та накладних витрат (оренда, комунальні послуги, охорона) [2].

Зовнішній фулфілмент додає зручності та контролю за бізнес-процесами через керування процесом виконання замовленням онлайн, дозволяє мати географічну незалежність та продавати з будь-якої точки світу, забезпечити виконання замовлень «день у день», сконцентруватися на розвитку власного бренду.

Для власників малого та середнього бізнесу найважливішою перевагою є можливість фокусуватися на ключовому бізнесі: делегування рутинної логістики звільняє час для вивчення ринку, розробки продуктів та продажів, які безпосередньо генерують дохід. Крім того, аутсорсинг забезпечує високу масштабованість: 3PL-провайдери легко адаптуються до різких стрибків попиту, наприклад, під час святкових розпродажів, надаючи необхідні складські площі та персонал, що дозволяє компанії рости без логістичних обмежень.

На додаток, професійні оператори використовують передові технології та мають кращі тарифи на доставку завдяки великим обсягам, що підвищує загальну швидкість, точність виконання замовлень та знижує кінцеву вартість для клієнта. Так наприклад CRM-система (Customer Relationship Management) дозволяє мати оперативну інформацію щодо залишків на складі, синхронізувати залишки на складі з сайтом, проводити роботу з декількома складами та переміщення між складами, формувати експрес-накладні, автоматично заповнювати дані з каталогу товарів: розмір, вага, опис відправлення, відстежувати статус доставки, вести переписку з клієнтами прямо із CRM, робити звіти по кількості і сумі проданих товарів, по категоріях товарів чи кожному менеджеру [3].

Попри значні переваги співпраці з 3PL-операторами, існують ризики, які бізнесу необхідно ретельно зважувати. Передача логістики третій стороні означає втрату прямого нагляду за комплектацією та пакуванням. Це може викликати труднощі щодо контролю якості, особливо для товарів, які потребують спеціального пакування або високого рівня кастомізації (персоналізації) [4].

Делегування логістики означає, що якість пакування та швидкість доставки залежать від зовнішнього виконавця, і будь-яка його помилка безпосередньо впливає на репутацію бренду. Це призводить до суттєвої залежності від партнера: операційна нестабільність чи технічні збої провайдера автоматично стають вашими проблемами. Також ускладнюється комунікація, оскільки поява додаткової ланки подовжує час вирішення нестандартних ситуацій, таких як пошкодження товару, недокомплектування чи повернення. Варто враховувати й обмеження кастомізації, адже через стандартизовані процеси фулфілменту часто неможливо реалізувати унікальне брендування чи спеціальні вкладення. Крім того, для малих бізнесів із незначною кількістю замовлень сукупна вартість таких послуг може виявитися економічно невигідною порівняно із самостійною логістикою.

Якщо підсумувати, аутсорсинг логістики замовлень (фулфілменту) завжди є компромісом між повним прямим контролем та такими перевагами, як зменшення витрат, використання професійних знань і, головне, здатність

необмежено швидко зростати. Це найкращий вибір для компаній малого та середнього розміру, які більше не можуть ефективно керувати замовленнями зі свого невеликого складу.

1. Що таке виконання замовлень? Покращте свій процес і стратегію. URL: <https://www.shopify.com/blog/order-fulfillment>
2. Поєднання Sender Fulfillment з SITNIKS CRM: Оптимізація бізнесу в два кліки. URL: <https://senderukraine.com/blog/poiednannia-fulfilmentu-sender-z-sitniks-crm-optymizatsiia-biznesu-v-dva-kliki>
3. CRM для продажу товарів, для інтернет-магазину. URL: <https://salesdrive.ua/>
4. Аутсорсинг виконання замовлень: переваги, недоліки та найкращі практики для бізнесу. URL: <https://thrivefulfillment.co.uk/blogs/news/outsourcing-fulfilment-pros-cons-and-best-practices-for-businesses>

*Федорченкова А.О., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю D3 «Менеджмент»,
Сумський національний аграрний університет*

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Мотивація персоналу, що традиційно розглядається через призму індивідуальних потреб та економічних стимулів, є одним із ключових факторів організаційної ефективності. Однак сучасна ситуація призводить до кризи усталених управлінських підходів, що викликано суттєвим впливом рівня високої турбулентності та невизначеності, впровадженням нових інформаційних технологій та посиленням ролі сталого розвитку (ESG).

Мотивація зазвичай розуміється як сукупність внутрішніх та зовнішніх сил, спонукають співробітника до досягнення цілей організації. Однак соціологія пропонує глибший і комплексніший погляд, наголошуючи, що мотивація — це не просто індивідуально-психологічний феномен, а насамперед соціальний процес. Матеріальна мотивація, що включає заробітну плату, бонуси, премії, надбавки, соціальні пільги та участь у прибутку, не існує в ізоляції. Її формування, сприйняття та ефективність як управлінського інструменту докорінно залежать від соціального контексту, в який вона вбудована. Класичні теорії мотивації, що фокусуються на індивідуальних потребах співробітників, не здатні адекватно пояснити сучасні трудові парадокси та стійкість співробітників до фінансових стимулів на тлі низької довіри. Більше того, виклики сьогодення спровокувала масову переоцінку пріоритетів працівників, змістивши фокус у бік справедливості, визнання, належності, балансу та свідомості праці, що вимагає перегляду компенсаційних стратегій.

У сучасному менеджменті питання мотивації трансформувалося з прикладної кадрової задачі у стратегічний імператив забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Кореляція між рівнем залученості

Наукове видання

**Публічне управління та менеджмент:
сучасні тренди та перспективи**

ЗБІРНИК ТЕЗ

**III Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів
вищої освіти та молодих учених**

26 листопада 2025 року

Відповідальна за випуск
Сяська Олена Василівна