

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

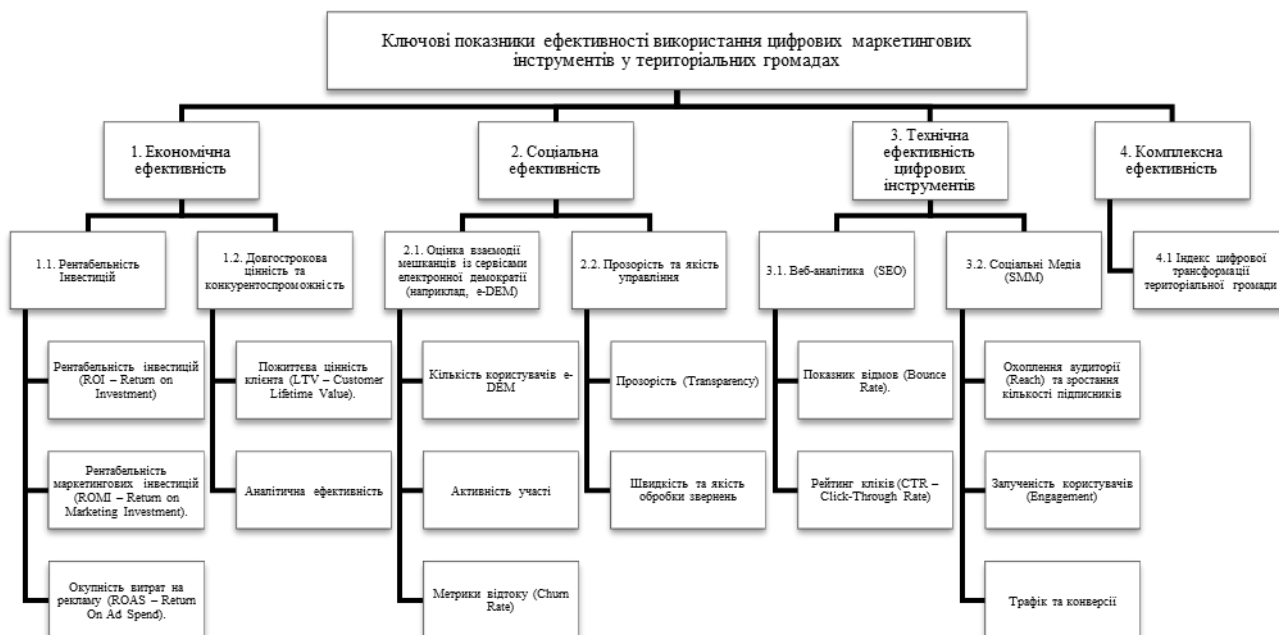
<i>Бабенко Ж.В.</i> Інтеграція психологічних прийомів у сучасний маркетинг інформаційних продуктів та послуг	123
<i>Блєдних М.А., Сілкова Г.В.</i> Особливості функціонування інформаційної служби Луцької міської ради	126
<i>Козел Б.В., Сілкова Г.В.</i> Актуальні методи інформаційно-аналітичної діяльності.....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

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Стрімка цифровізація публічного управління формує нові вимоги до комунікаційної політики територіальних громад. Цифрові маркетингові інструменти стають невід’ємною складовою взаємодії з мешканцями, інвесторами, туристами та партнерами. Проте їх ефективність не може визначатися виключно кількістю підписників, переглядів чи лайків, адже ключовим критерієм є здатність цих інструментів забезпечувати економічну, соціальну та управлінську результативність [3]. У цьому контексті особливого значення набуває стандартизація підходів до оцінювання цифрових процесів, що дозволяє уніфікувати вимірювання ефективності та підвищити якість управлінських рішень. Відомий принцип Пітера Друкера - «Те, що можна виміряти, стає кращим» [10] - стає методологічною основою для побудови сучасних систем оцінювання цифрового маркетингу громад.

Для забезпечення об’єктивності та порівнюваності результатів доцільним є використання стандартизованої багаторівневої системи ключових показників ефективності (KPI), що охоплює економічний, соціальний і технічний виміри діяльності територіальних громад (рисунк 1). Такий підхід дозволяє формувати комплексні оцінки, на основі яких можна системно планувати цифровий розвиток.



Джерело: складено автором на основі [3]

Рис. 1. Ключові показники ефективності використання цифрових маркетингових інструментів у територіальних громадах

1. Економічний блок стандартизованих КРІ. Економічна ефективність цифрових маркетингових комунікацій визначається через універсальні фінансові показники, що застосовуються у світовій практиці цифрового маркетингу:

- ROI (Return on Investment) - показник прибутковості інвестицій, який демонструє, скільки прибутку громада отримує на кожен вкладений гривню [3], [5].

- ROMI (Return on Marketing Investment) - оцінює ефективність маркетингових витрат та результативність маркетингових стратегій, включно з SMM, контекстною рекламою чи цифровими промо-кампаніями [3], [5].

- ROAS (Return on Ad Spend) - визначає дохідність рекламних кампаній та доцільність використання рекламного бюджету [3], [5]. У діяльності територіальних громад може використовуватись для оцінки ефективності конкретних рекламних кампаній або оголошень (наприклад, таргетованої реклами для залучення туристів чи інвесторів)

- LTV (Customer Lifetime Value) - показує довгострокову цінність туристів, партнерів або резидентів малого бізнесу у громаді [3], [6].

- аналітична ефективність проводиться на основі аналізу цифрових профілів громад [9], автоматично формуючи кластерні аналітичні звіти, які включають економічний аналіз, SWOT-аналіз і рекомендації на основі штучного інтелекту.

2. Соціальний блок стандартизованих КРІ. Високі значення цих показників свідчать про зростання довіри, підзвітності та ефективності комунікацій між владою та громадянами:

- рівень залучення громадян до інструментів електронної демократії (платформи e-DEM, «СВОЇ»), включно з активністю участі та відтоком користувачів [3], [8];

- показники прозорості управління, які оцінюються через цифрові профілі громад та відкритість управлінських даних [9];

- швидкість і якість обробки звернень, що підвищується завдяки автоматизації, застосуванню чат-ботів та аналізу цифрової взаємодії мешканців [3].

3. Технічний блок стандартизованих КРІ. Технічна складова оцінки охоплює стандартизовані показники вебаналітики та SMM:

- Bounce Rate - показує релевантність контенту офіційного вебсайту громади та відповідність очікуванням користувачів [3], [4];

- CTR (Click-Through Rate) - відображає відношення кількості кліків на оголошення до кількості його показів [7]. Вищий CTR означає, що заголовок і заклик до дії (СТА) є ефективними, а користувачі наближаються до бажаної цільової дії (наприклад, до завантаження інвестиційного паспорта територіальної громади) [3];

- SMM-показники (охоплення, зростання аудиторії, залученість, трафік, конверсії), які дозволяють оцінити рівень зацікавленості мешканців і здатність громади формувати позитивний цифровий імідж [3].

4. Комплексна оцінка ефективності використання цифрових маркетингових інструментів у територіальних громадах може здійснюватись через індекс цифрової трансформації територіальних громад, який функціонує на основі платформи Дія.Цифрова громада [1], [2]. Індекс дозволяє: вимірювати рівень цифровізації громад; порівнювати їх між собою; визначати сильні та слабкі сторони цифрової інфраструктури; вибудовувати стратегії цифрового розвитку та покращення цифрових навичок населення [3]. Загалом, індекс цифрової трансформації територіальних громад виступає інструментом системної стандартизації цифрових процесів на рівні місцевого самоврядування.

Таким чином, стандартизація підходів до оцінювання цифрових маркетингових інструментів є ключовим чинником підвищення ефективності комунікаційної діяльності територіальних громад. Використання комплексної системи KPI забезпечує можливість об'єктивно вимірювати економічну результативність (ROI, ROMI, ROAS, LTV), соціальну взаємодію (залученість мешканців, прозорість управління) та технічну ефективність (SEO та SMM-аналітика). Національний індекс цифрової трансформації виступає комплексним стандартизованим показником, що дозволяє громадам здійснювати порівняльний аналіз і планувати подальші цифрові зміни. Застосування стандартизованих методів оцінювання сприяє підвищенню конкурентоспроможності громад, удосконаленню процесів управління та формуванню позитивного іміджу територій у цифровому середовищі.

1. Індекс цифровізації регіонів та громад: результати II кварталу 2025 року. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/19925>
2. Індекс цифрової трансформації територіальних громад. URL: <https://hromada.gov.ua/index>
3. Інструмент III Gemini Deep Research використано для аналізу основних методів оцінки ефективності використання цифрових маркетингових інструментів у територіальних громадах, критично проаналізовано автором. Запит: Опиши підходи до оцінки ефективності використання цифрових маркетингових інструментів у територіальних громадах.
4. Каркунова К. Що таке Bounce Rate, і Чому він важливий для вашого сайту. Netpeak Journal. 2024. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-bounce-rate-i-chomu-vin-vazhliivy-dlya-vashogo-saytu/>
5. Кошель Н. Що таке ROI, та Де порахувати рентабельність інвестицій. Netpeak Journal. 2024. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-roi-ta-de-porakhuvati-rentabel-nist-investitsiy/>
6. Лавська В. Як рахують LTV та CLV. Приклади реальних формул українських компаній. Блог маркетингової агенції Promodo. 04.02.2025. URL: <https://www.promodo.ua/blog/yak-rahuyut-ltv-ta-clv-prikladi-realnih-formul-ukrayinskih-kompaniy>
7. Сухорукова Г. CTR: Що це за показник та як його використовувати. 2023. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/ctr-shho-cze-za-pokaznyk-ta-yak-jogo-vykorystovuvaty>
8. Фонд Східна Європа. Програма «Електронне урядування задля підзвітності влади та участі громади» (Програма EGAP). URL: <https://eef.org.ua/program/programa-egap/>
9. Центр розвитку інновацій. Цифрові профілі громад: як дані допомагають приймати рішення, залучати партнерів і розвивати бізнес. URL: <https://decentralization.ua/news/19877>
10. Цифровий маркетинг: показники ефективності. URL: <https://info.nic.ua/uk/blog-uk/czifrovij-marketing-pokazniki-efektivnosti/>

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