

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

*Придоус І.О., здобувач вищої освіти ОС «магістр»
за спеціальністю 073 «Менеджмент», РДГУ
Машина Н.О., к.т.н., доцент кафедри документальних комунікацій
та менеджменту РДГУ*

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

В умовах децентралізації влади та зростаючій конкуренції між територіальними громадами за ресурси, інвестиції, туристів і людський потенціал, особливого значення набуває ефективна система цифрових маркетингових комунікацій. Вона забезпечує формування позитивного іміджу громади, підвищує її впізнаваність, допомагає залучати партнерів і сприяє сталому розвитку території.

Метою дослідження є охарактеризувати особливості використання цифрових маркетингових комунікацій, що застосовуються територіальними громадами в сучасних умовах.

За результатами аналізу наукових праць та практичних аспектів діяльності органів місцевого самоврядування нами встановлено, що у своїй роботі територіальні громади використовують загальні і специфічні (таблиця 1) інструменти цифрових маркетингових комунікацій.

До загальних маркетингових цифрових інструментів, які використовуються територіальними громадами, належать [9], [4]:

1. SEO у діяльності громад застосовується рідко, але дає змогу підвищити видимість офіційного сайту та залучити інвесторів чи туристів. Обмеження - нестача фахівців для технічної оптимізації.

2. Платна інтернет-реклама використовується епізодично для просування проєктів чи заходів. Головна проблема - відсутність стабільного фінансування.

3. Контент-маркетинг активно застосовується для інформування населення та просування потенціалу громади. Обмеження - нестача кваліфікованих контент-спеціалістів.

4. Соціальні медіа (SMM) - найпоширеніший інструмент двосторонньої комунікації. Обмеження - потреба постійного моніторингу та ризик негативних відгуків.

5. Електронна пошта використовується для офіційних розсилок і внутрішньої комунікації. Обмеження - невеликі бази підписників і низька ефективність для масового інформування.

6. Веб-аналітика застосовується дуже рідко через брак навичок у персоналу.

7. Influencer-маркетинг передбачає співпрацю з місцевими лідерами думок для підвищення іміджу громади. Обмеження - складність організації взаємодії без чіткої стратегії.

8. Відео-маркетинг використовується для презентації громади у соцмережах та на YouTube. Обмеження - висока вартість і потреба у професійних навичках.

9. Мобільні додатки розробляють лише великі громади через високі витрати на створення й підтримку.

Проте використання цифрового маркетингу у ТГ має свої особливості. Загалом, ефективний цифровий маркетинг територіальних громад функціонує на двох взаємопов'язаних рівнях, які часто називають принципом подвійної дії – зовнішній маркетинг та внутрішній маркетинг [3]. Зовнішній маркетинг сфокусований на залученні зовнішніх ресурсів (інвесторів, туристів) з метою позиціонування громади як надійного та привабливого партнера для інвесторів та донорів. Внутрішній маркетинг спрямований на побудову соціальної стійкості, підвищення довіри та прозорості серед мешканців.

До цифрових інструментів зовнішнього маркетингу можна віднести інтерактивні інвестиційні карти територіальних громад та двомовні цифрові профілі громад. До інструментів внутрішнього маркетингу відносять інструменти електронної демократії, чат-боти для оперативної комунікації і системи відкритого доступу до управлінських даних [3].

Інтерактивні інвестиційні карти - це цифровий інструмент, який дає змогу візуалізовувати та аналізувати інформацію про інвестиційні можливості в конкретній громаді. Така карта відображає певну географічну область (наприклад, місто чи територіальну громаду) та різноманітні дані на ній: земельні ділянки та об'єкти нерухомості, дорожньо-транспортну та соціально-культурну інфраструктуру; атрибутивну базу даних, що ілюстрована планами будівель, схемами інженерного облаштування території тощо. Інтерактивні інвестиційні карти є потужним інструментом для автоматизації управлінської діяльності та ефективного розподілу ресурсів громади. Надаючи місцевим, релокованим та закордонним бізнесам сприятливе середовище для розвитку, діджитал-інструмент вдосконалює інвестиційний клімат регіону. Це дає змогу підвищити рівень зайнятості, наповнити місцевий бюджету, створити додаткові ресурси для подальшого розвитку громади [8].

Двомовні цифрові профілі громад. Цифровий профіль - це інтерактивна двомовна (українською та англійською) платформа, що об'єднує ключові соціально-економічні, інфраструктурні та управлінські показники громади. Вона містить актуальну інформацію про бізнес та економіку, земельні ресурси, безпеку, критичну інфраструктуру, мобільність, населення, соціальні характеристики, а також аспекти управління, підзвітності та партнерств. Цифрові профілі допомагають громадам приймати обґрунтовані рішення, завдяки структурованим даним, які автоматично оновлюються з відкритих джерел і державних реєстрів, а також зручній візуалізації у вигляді таблиць і графіків; підвищувати прозорість і залученість, забезпечуючи відкритий доступ до інформації для мешканців, партнерів і донорів, а також можливість інтеграції віджетів із показниками на офіційні сайти громад; розвивати економіку та партнерства, зокрема через автоматизоване формування кластерного аналітичного звіту, що включає економічний аналіз, розподіл бізнесу, SWOT-аналіз і рекомендації на основі ПП, сприяючи формуванню сильного бренду громади та залученню інвесторів [7].

Інструменти електронної демократії. Національна платформа електронної демократії e-DEM стала інституційним фундаментом для цифрової взаємодії. Ключовий функціонал включає «Місцеві петиції», «Консультації з громадськістю» та «Громадський бюджет», що дозволяє громадянам безпосередньо впливати на місцеві рішення [6].

Чат-боти для оперативної комунікації. Вони використовуються для розсилки новин та забезпечення єдиного, зручного простору для взаємодії. Яскравим прикладом такого маркетингового інструменту є платформа СВОЇ [1], яка охоплює муніципальний чат-бот для взаємодії місцевої влади з громадянами та конструктор сайтів для громад. Дозволяє громадам створювати зручні та зрозумілі сайти, а мешканцям – отримувати інформацію про публічні послуги, підписувати петиції чи голосувати за проекти громадського бюджету в єдиному місці: через чат-бот СВОЇ [6].

Відкритий доступ до управлінських даних територіальних громад реалізується через такі основні цифрові інструменти: Єдиний державний веб-портал відкритих даних (<https://data.gov.ua/>), офіційні веб-сайти територіальних громад, Єдиний Веб-портал використання публічних коштів <https://spending.gov.ua/new/> [2], єдиний реєстр територіальних громад [5]. Завдяки інформації, яку можна отримати з цих реєстрів процес взаємодії з громадою більш прозорим і сучасним.

Таким чином, використання цифрових маркетингових комунікацій є важливим чинником розвитку територіальних громад. Сьогодні найбільш поширеними інструментами залишаються соціальні мережі та вебсайти громад, які дають змогу комунікувати із мешканцями, туристами чи потенційними інвесторами громади. Однак, все більшу роль у забезпеченні якісної комунікації надають сучасні цифрові інструменти: інтерактивні інвестиційні карти, цифрові профілі громад, електронна демократія, чат-боти та відкриті дані. Саме ці нові специфічні інструменти цифрового маркетингу розширюють можливості громад що залучення інвесторів та підвищення довіри населення.

1. Дія. Цифрова громада. Сайт і чат-бот для громад. Конструктор, з яким можна побудувати зручну взаємодію місцевої влади з громадою. URL: <https://toolkit.in.ua/>
2. Єдиний Веб-портал використання публічних коштів. URL: <https://spending.gov.ua/new/>
3. Інструмент ШІ Gemini Deep Research використано для аналізу з метою виявлення особливостей використання принципів цифрового маркетингу у ТГ, критично проаналізовано автором. Запит: Проаналізуй роль цифрових маркетингових інструментів у розвитку територіальних громад.
4. Інструмент ШІ Gemini використано для виявлення особливостей застосування цифрових інструментів маркетингу у територіальних громадах, критично проаналізовано автором. Запит: Напиши по 2 - 3 речення, вказавши чи такий інструмент використовується, з якою метою та обмеження у використанні ТГ.
5. Реєстр територіальних громад. URL: <https://opendatabot.ua/open/otg>
6. Фонд Східна Європа. Програма «Електронне урядування задля підзвітності влади та участі громади» (Програма EGAP). URL: <https://eef.org.ua/program/programa-egap/>
7. Центр розвитку інновацій. Цифрові профілі громад: як дані допомагають приймати рішення, залучати партнерів і розвивати бізнес. URL: <https://decentralization.ua/news/19877>
8. Шабанова Я. Диджитал-економіка: як цифрова інвестиційна карта може змінити інвестиційний потенціал Бориславської громади. URL: <https://www.prostir.ua/?library=dydzhytal-ekonomika-yak-tsyfrova-investytsijna-karta-mozhe-zminyty-investytsijnj-potentsial-boryslavskoj-hromady>
9. Шатеев О.В. Маркетингові цифрові інструменти та їх вплив на розвиток підприємств ІТ галузі. Академічні візії. 2024. № 33. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1311>

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