

Функціонування і розвиток механізмів державного управління
УДК 352.65:658.8

Угоднікова Олена Ігорівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Uhodnikova Olena

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
ORCID: 0000-0003-2218-0041*

**ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ПУБЛІЧНОГО
МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ
INFORMATION AND COMMUNICATION MECHANISM OF PUBLIC
MARKETING IN THE FIELD OF SERVICE**

Анотація. Вступ. У статті аналізуються питання місця та ролі інформаційно-комунікаційних механізмів у системі суспільних запитів до публічного управління. Публічний маркетинг є одним із елементів публічного управління, що визначає можливості інформаційного та комунікаційного забезпечення суспільних процесів.

Метою статті є розробка пропозицій по впровадженню інформаційно-комунікаційного механізму у практику публічного управління сферою обслуговування з врахуванням викликів та перспектив розвитку галузі.

Матеріали і методи. За допомогою акумулювання суспільних запитів, викликаних повномасштабним військовим вторгненням російської

федерації, було визначено потреб населення на різних етапах. Зокрема, аналізуються потреби у проживанні, харчуванні, економічні, соціальні, гуманітарні проблеми. Зокрема, окремо проаналізовано політичні запити, оскільки сферу обслуговування можна розглядати як іміджеву складову у системі публічного управління. Визначено функції галузей сфери обслуговування, які можуть задовольнити суспільні запити на різних етапах розвитку. Визначено, що інформаційно-комунікаційні механізми будуть відігравати ключову роль при розвитку сфери обслуговування у період післявоєнної відбудови та відновлення. Це пояснюється тим, що сфера обслуговування виконуватиме не тільки класичні функції, як, наприклад, розміщення, харчування, рекреація, туризм, але і забезпечуватиме інвестиційно-іміджеву складову розвитку держави, відповідно сприятиме залученню інвестицій та формуванню економічної активності.

Результати. У статті запропоновано алгоритм реалізації інформаційно-комунікаційних механізмів публічного управління сферою обслуговування, що включає процеси збору, аналізу, обробки інформації, позиціонування, розповсюдження, моніторингу та контролю. Комплексна система реалізації інформаційно-комунікаційних механізмів публічного управління сферою послуг спрямована на забезпечення інформаційної, інвестиційної, іміджевої складової, що має особливе практичне значення в умовах пошуку ефективних шляхів післявоєнної відбудови.

Ключові слова: публічне управління, сфера обслуговування, інформаційно-комунікаційний механізм, механізм публічного управління

Summary. Introduction. The article analyzes the place and role of information and communication mechanisms in the system of public requests to public administration. Public marketing is one of the elements of public

management, which determines the possibilities of information and communication provision of social processes.

The purpose of the article is to develop proposals for the introduction of an information and communication mechanism into the practice of public management of the service sphere, considering the challenges and prospects for the development of the Materials and methods industry. With the help of the accumulation of public requests, caused by the full-scale military invasion of the Russian Federation, the needs of the population at various stages were determined. In particular, the needs for accommodation, food, economic, social, and humanitarian problems are analyzed. Political requests were analyzed separately since the service sector can be considered as an image component in the public administration system. The functions of service industries that can satisfy public demands at various stages of development have been determined. It was determined that information and communication mechanisms will play a key role in developing the service sector in the post-war reconstruction and recovery period. This is explained by the fact that the service sector will perform not only classic functions, such as accommodation, food, recreation, tourism, but will also provide an investment and image component of the state's development, and accordingly contribute to the attraction of investments and the formation of economic activity.

The results. The article proposes an algorithm for implementing information and communication mechanisms of public management of the service sphere, which includes information collection, analysis, processing, positioning, distribution, monitoring and control. The complex system of implementation of information and communication mechanisms of public management of the service sphere aims to ensure the informational, investment, and image component, which is of practical importance in the search for effective ways of post-war reconstruction.

Key words: *public management, service sphere, information and communication mechanism, public management mechanism*

Постановка проблеми. В умовах сучасних викликів для України важливим є раціоналізація процесів публічного управління. Пошук та впровадження ефективних механізмів публічного управління виступає одним із пріоритетів суспільного розвитку. Інформаційна та комунікаційна складова є важливою у процесах післявоєнної відбудови та розвитку бізнесу. Сфера послуг як сукупність галузей економіки, що мають великий інвестиційний потенціал та працюють в умовах високої конкуренції може стати основою створення нової інвестиційно-іміджевої системи. Отже, доцільно проаналізувати інформаційно-комунікаційні механізми публічного управління сферою обслуговування та визначити суспільні пріоритети та запити, які вони можуть забезпечити.

Аналіз публікацій. У статті проведено аналіз літературних джерел, що дозволило визначити ступінь розробки проблематики та проаналізувати підходи авторів до вирішення поставлених завдань, зокрема, цікавими є публікації та наукові доробки авторів: Подольчак Н. Ю., Білик О. І., Ханик Ю.-Б. Р., Бочко О. Ю., Ткачук К.М., Білоус С., Безручко Л., Лемега Н., Бондар Н., Іоргачова, М., Бурукова, М. [1-7] та інші.

Мета дослідження. Метою статті є розробка пропозицій по впровадженню інформаційно-комунікаційного механізму у практику публічного управління сферою обслуговування з врахуванням викликів та перспектив розвитку галузі.

Для досягнення мети дослідження, яка була сформульована, було виконано наступні завдання:

- аналіз викликів у систему публічного управління сферою обслуговування,

- визначення вимог до побудови інформаційно-комунікаційної системи на рівні публічного управління сферою обслуговування,
- структуризація функцій інформаційно-комунікаційного механізму публічного управління сферою обслуговування,
- визначення перспектив практичного впровадження та реалізації інформаційно-комунікаційного механізму публічного управління сферою обслуговування.

Виклад основного матеріалу. Інформаційно-комунікаційні системи в умовах розвитку цифрового суспільства активно розвиваються та визначають необхідність пошуку механізмів їх впровадження у різні системи життєдіяльності. На рівні держави інформаційно-комунікаційні механізми є основою формування демократичного відкритого та сучасного суспільства із високим ступенем доступу до інформації, технологізацією та інноваційною складовою [1]. Для бізнесу із високим ступенем комерціалізації та великою конкуренцією застосування інформаційно-комунікаційних механізмів є елементом забезпечення конкурентоспроможності та можливості виживати в умовах нестабільності ринку та високих вимог до суб'єкта підприємницької діяльності в епоху розвитку діджитал-технологій [2-3]. Отже, актуальність та практична затребуваність пошуку інформаційно-комунікаційних механізмів, які могли б задовільнити запити систем публічного управління, особливо в управлінні галузями із високим ступенем комерціалізації та конкуренцією, зокрема, сфери послуг, доцільно розглянути з точки зору формування передумов для забезпечення стабільності та зростання національних економічних систем, розвитку національного бізнесу [4].

Доцільно проаналізувати сучасні виклики, які сформовані до системи публічного управління у сфері обслуговування, викликані трансформаціями зовнішнього середовища.

Основним викликом є наслідками повномасштабної військової агресії російської федерації проти України, що визначаються військовими, гуманітарними, економічними, соціальними та політичними потребами. Розглянемо їх більш детально. Після початку повномасштабних військових дій більшість бізнесів в Україні зупинили свою роботу. Особливо це стосується регіонів, де проводилися активні наземні бойові дії. Проте, частина галузей, які відносяться до сфери обслуговування продовжила роботу та переформатувалася на нагальні потреби населення. Першочерговою потребою був прихисток для вимушено переміщених осіб, осіб, що втратили постійне місце проживання, втратили житло. Готельний сектор України отримав значне навантаження, що особливо стосувалося західних та центральних областей України. Також, важливим було забезпечити потребу населення у харчуванні, що відносилось до сектору громадського харчування. Частина потужностей, які залишилися на територіях ведення активних бойових дій не мали можливості виробляти продукцію та надавати послуги, отже суттєво збільшилося навантаження на заклади громадського харчування у тих областях, куди переміщувалося населення. Заклади рекреації також були переорієнтовано на запити прихистку та харчування. Галузь туризму у зв'язку із воєнним діями, відсутністю попиту на туристичні послуги, закриттям кордонів та цивільного сполучення з іншими країнами, зокрема, авіаційного призупинила свою діяльність у всіх областях. Після звільнення ряду територій у Київській, Чернігівській, Сумській, Харківській, Херсонській областях ситуація дещо змінилася та переформатувала запити населення до сфери обслуговування. Зокрема, відновилися туристична та рекреаційна діяльність у західних областях України, Полтавській області, частково Одеській та інших областях України [5-6]. Повернення населення на території постійного проживання дозволило знизити гуманітарне та соціальне навантаження на заклади розміщення та рекреації, розпочати

використання цих закладів за їх безпосереднім спрямуванням, відновити бізнес та почати розвивати економічний сектор країни. Частково відновилася туристична галузь, зокрема, почали з'являтися пропозиції по внутрішньому туризму в областях, де не ведуться активні бойові дії, виїзний туризм розвивається лише шляхом організації рейсів із сусідніх країн або переміщення до місць відпочинку автобусами [7]. Отже, аналізуючи нагальні запити суспільства до сфери послуг, в тому числі у системі публічного управління, визначаючи можливості сфери обслуговування, було сформовано матрицю запитів та послуг, які надавалися підприємствами сфери обслуговування після початку повномасштабного військового вторгнення. Результати такого групування та аналізу представлені у таблиці 1

Таблиця 1

Система відповідності суспільних запитів та функцій сфери послуг у період дії військового стану

Період	Запити	Функції
Початок повномасштабного військового вторгнення	Прихисток, харчування для вимушено переміщених осіб, гуманітарні потреби	Надання місць для розміщення тимчасово переміщених осіб, забезпечення харчуванням, надання гуманітарних наборів, надання психологічної, першої домедичної та медичної допомоги
Звільнення територій Київської, Чернігівської, Сумської, Харківської, Херсонської областей	Прихисток, харчування для вимушено переміщених осіб, гуманітарні потреби, потреби у розміщенні для туристів та відпочиваючих, потреби реабілітації та рекреації для цивільних та військових, що постраждали внаслідок бойових дій, потреби у туризмі та відпочинку	Утримання місць для розміщення вимушено переміщених осіб, пошук фінансування для продовження їх перебування, забезпечення харчуванням та гуманітарними потребами, реалізації функції організації відпочинку, організація туристичних

		подорожей, екскурсійна діяльність, рекреації, реабілітація та відновлення фізичних сил та здоров'я населення, в першу чергу, осіб, що постраждали внаслідок бойових дій
Завершення бойових дій	Відновлення психологічних та фізичних сил та здоров'я населення, відпочинок, туризм, розміщення туристів, розміщення осіб, у яких зруйноване житло, харчування в умовах нестачі часу та високої зайнятості частини населення	Рекреація та реабілітація, прихисток із пошуком джерел фінансування, організація систем громадського харчування із доставкою та обслуговуванням у закладах харчування, надання туристичних послуг
Післявоєнна відбудова	Розвиток туризму для залучення інвестицій та створення позитивного іміджу країни як безпечного місця перебування та інвестиційно привабливої території, відновлення психологічних та фізичних сил та здоров'я осіб, що постраждали внаслідок військової агресії	Надання послуг розміщення, харчування, рекреації, туристичних послуг шляхом залучення внутрішніх та в'їзних туристів (іноземців), розвиток внутрішнього туризму та рекреації, в тому числі на територіях, які постраждали від активних бойових дій, реабілітація та рекреація для осіб, що постраждали внаслідок бойових дій
Подальший розвиток	Формування сприятливого іміджу країни як туристичного інвестиційно привабливого центру	Розвиток інноваційних туристичних напрямів та підтримка туризму за рахунок формування сучасних умов розміщення, харчування та рекреації

Джерело: власна розробка

Інформаційно-комунікаційний механізм публічного управління у сфері обслуговування має задовольняти вимоги щодо ефективності, прозорості, доступності та безпеки, зокрема, доцільно висунути такі суспільні вимоги до побудови даного механізму:

1) механізм повинен забезпечувати швидкий та безперебійний обмін інформацією між різними державними органами, організаціями, та громадськістю, що дозволяє забезпечити оперативне прийняття та реалізацію рішень [11].

2) інформаційно-комунікаційний механізм має забезпечувати прозорість усіх процесів обслуговування та управління, що дозволить громадськості та зацікавленим сторонам відстежувати стан справ, діяльність органів управління та використання ресурсів [12].

3) інформація має бути доступною та зрозумілою для всіх громадян, включаючи осіб з обмеженими можливостями, мовними бар'єрами, та тим, хто не має доступу до сучасних технологій [13].

4) інформаційні ресурси повинні бути розподілені таким чином, щоб забезпечити доступність в різних регіонах та на різних рівнях управління [13].

5) механізм повинен мати надійний захист інформації від несанкціонованого доступу, витоку даних, та кібератак [14].

6) забезпечення конфіденційності та цілісності інформації про громадян та їх діяльність є обов'язковою умовою для забезпечення довіри до механізму публічного управління [14].

7) механізм має сприяти взаємодії між державними органами, організаціями та громадськістю, зокрема через електронні платформи, електронні звернення, та інші інструменти [15].

8) публічне управління має враховувати думки, ініціативи та звернення громадян у процесі прийняття рішень [15].

9) інформаційно-комунікаційний механізм повинен бути забудований в загальну інформаційну інфраструктуру країни, що дозволить забезпечити координацію та взаємодію між різними системами обслуговування та управління [10].

10) Постійне оновлення та вдосконалення інформаційного механізму для впровадження новітніх технологій та методів управління [10].

11) Використання аналітичних інструментів для аналізу даних та вивчення відгуків громадськості для покращення якості обслуговування та управління [9].

Зазначені вимоги допоможуть забезпечити ефективність та відкритість процесів публічного управління в сфері обслуговування, підвищити довіру громадськості та покращити якість надання послуг.

Отже, аналізуючи майбутні запити до системи публічного управління та можливості функціонального забезпечення цих запитів сферою обслуговування визначено важливість та високу потребу саме у інформаційно-комунікаційних механізмах для формування реалізації функцій на стадіях відновлення та відбудови.

Отже, авторкою розроблено наступний алгоритм реалізації механізмів інформаційно-комунікаційного забезпечення суспільних запитів у період післявоєнної відбудови [8-10]:

- період збору та підготовки даних, що включає роботу установ та організацій у системі публічного управління, спрямованих на формування інформаційної складової позиціонування можливостей сфери послуг для виведення на національний та міжнародний ринки. Інформація може надходити через онлайн-форми, телефонні дзвінки, особистий прийом, анкетування, тощо,
- виявлення тенденцій розвитку сфери послуг відповідно до запитів та формування пріоритетних напрямів розвитку,
- використання технологій бізнес-аналітики може допомогти у виявленні закономірностей та покращенні прийняття управлінських рішень,
- організація комунікації шляхом формування раціональної структури передачі даних, їх інформаційного супроводу, технологічного забезпечення,

- інформування громадян про нові послуги, зміни в роботі або правилах обслуговування, що забезпечує прозорість та доступність інформації,

- інформаційні кампанії, спрямовані на позиціонування послуг сфери обслуговування на національний та міжнародний ринки,

- моніторинг та контроль результативності інформаційно-комунікаційних механізмів.

Схематично запропонований алгоритм може бути представлений наступними блоками – рис. 1.

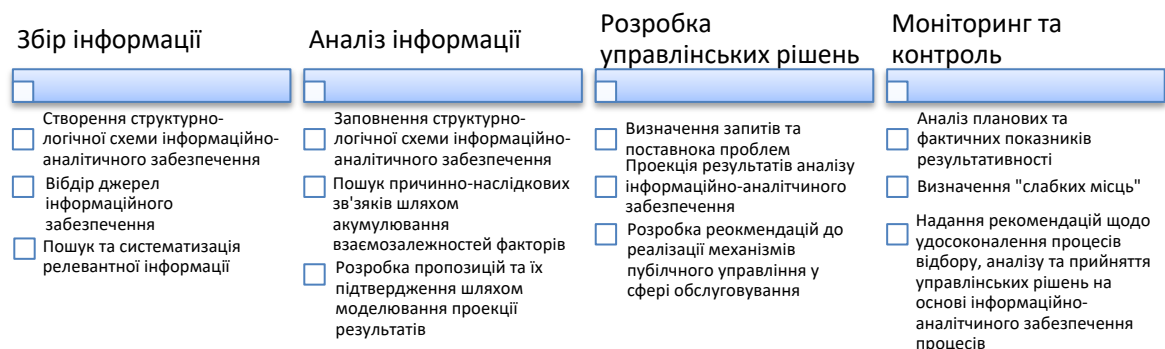


Рис. 1. Блоковий алгоритм реалізації інформаційно-комунікаційних механізмів публічного управління у сфері обслуговування

Джерело: розроблено авторкою

Розроблений алгоритм може бути застосований як елемент системи практичної реалізації інформаційно-комунікаційного механізму публічного управління у сфері обслуговування. Зокрема, органи виконавчої влади можуть застосовувати процеси, розроблені у блоковому алгоритмі для створення нормативних документів для працівників, які займаються питаннями комунікації, для розробки положень та трудових договорів, сфер відповідальності тощо. Практична реалізація запропонованого алгоритму сприятиме систематизації та підвищенню ефективності управлінських процесів комунікацій на рівні органів публічного управління, що

відповідають за реалізацію державної політики у сфері забезпечення розвитку галузей сфери обслуговування.

Висновки та пропозиції. Отже, у результаті проведеного дослідження було визначено, що сфера обслуговування може відігравати ключову роль у процесах післявоєнної відбудови, оскільки виконуватимете завдання економічного, соціального, гуманітарного та політичного спрямування. Запити на рекреацію та відновлення є пріоритетними для забезпечення фізичного та психічного здоров'я населення. Потреба у відпочинку визначає необхідність забезпечення відтермінованого попиту. Крім того, туристичні ресурси можуть стати основою формування інвестиційно привабливого іміджу країни та створити умови для відновлення та відбудови. Розроблені пропозиції спрямовані на систематизацію процесів інформаційного забезпечення комунікаційної діяльності органів публічного управління, що регулюють реалізацію державної політики у сфері послуг. Розроблені рекомендації є основою створення системи управління інформаційно-комунікаційними елементами публічного управління, що враховують запити суспільства, роль органів публічної влади у забезпеченні запитів суспільства. Напрямами подальших досліджень будуть питання забезпечення кооперації зусиль щодо реалізації інформаційно-комунікаційних механізмів спільно із приватними партнерами, що є актуальним у зв'язку із високим ступенем комерціалізації сфери обслуговування.

Література

1. Подольчак Н. Ю., Білик О. І., Ханик Ю.-Б. Р. Поняття публічного маркетингу та приклади його застосування в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 1. С. 155–160. doi: 10.32702/2306-6814.2020.1.155 (дата звернення: 15.07.2023)

2. Бочко О. Ю. Public marketing and its components in modern society. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2023. 36. P. 334-340. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/815> (дата звернення: 15.07.2023)
3. Ханік Ю.-Б. Р. Застосування публічного маркетингу у публічному управлінні Великої Британії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 4. С. 138-143. doi: 10.32702/23066814.2022.4.138; URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2022.pdf#page=139 (дата звернення: 16.07.2023)
4. Ткачук К.М. Цифровий маркетинг публічного управління. *Вісник студентського наукового товариства*. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb12_167.pdf#page=265 (дата звернення: 16.07.2023)
5. Білоус С., Безручко Л., Лемега Н. Стратегічні напрями відновлення сфери послуг України у поствоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. 46. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-3> (дата звернення: 17.07.2023)
6. Бондар Н. Перспективи використання заходів державно-приватного партнерства для забезпечення конкурентоспроможності сфери послуг. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. 16. С. 62-69. doi: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.8> (дата звернення: 17.07.2023)
7. Іоргачова М., Бурукова М. Маркетингові інновації у сфері послуг. *Економічні горизонти*. 2023. 2(24). С. 149–156. doi: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.283033](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.283033) (дата звернення: 18.07.2023)
8. Угоднікова О. І., Щербаченко Т. С. Роль інформаційних технологій у розвитку менеджменту та маркетингу міжнародного туризму. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2019. Вип. 2.

- С. 67-71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_econ_2019_2_14 (дата звернення: 18.07.2023)
9. Угоднікова О. І. Цифровий публічний маркетинг як елемент інформаційної політики держави. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 94–96. doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.2.94> (дата звернення: 19.07.2023)
10. Угоднікова О.І. Впровадження механізмів публічного маркетингу: зовнішні та внутрішні чинники впливу. Механізми державного управління. 2021. Том 3, № 84. URL: <http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/246398> (дата звернення: 19.07.2023)
11. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід : монографія / За заг. ред. Сергія Чернова, Валентини Воронкової, Віктора Банаха, Олександра Сосніна, Пранаса Жукаускаса, Йоліти Ввайнхардт, Регіни Андрюкайтене. Запоріжжя : РВВ ЗДІА, 2016. 608 с. URL: <https://old-zdia.znu.edu.ua/index.php?page=4007&lang=ua> (дата звернення: 20.07.2023)
12. Публічне управління в умовах інституційних змін : колективна монографія / За наук. редакції д. держ. упр. Р. В. Войтович та П.В. Ворони. Київ, 2018. 475 с. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/1_931_59909737.pdf (дата звернення: 20.07.2023)
13. Bezkravnyy O., Mysnyk T. Leha O., Yaloveha L. Corporate tax management as a basis for ensuring financial security of the enterprise Management of the 21ST Century: Globalization Challenges. Monograph. Prague, 2018. P. 103-110.
14. Михайловська О. В. Комунікаційний процес як основа публічного управління в умовах децентралізації влади в Україні. Публічне

управління соціально-економічними системами в умовах транзитивних змін: колективна монографія / за заг ред. Д. О. Сугоняко. Ніжин : ФОП Лук'яненко В. В., ТПК «Орхідея», 2017. С. 89-109.

15. Мосейко А.Г., Негодченко В.О. Актуальні проблеми публічного адміністрування вітчизняною сферою національної безпеки: Монографія. Дніпро : Дніпровський гуманітарний університет, 2021. 194 с.

References

1. Podolchak N. Yu., Bilyk O. I., Khanyk Yu.-B. R. (2020). Poniattia publichnoho marketynhu ta pryklady yoho zastosuvannia v Ukraini [Concept of public marketing and examples of its application in Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. 1, 155–160. doi: 10.32702/2306-6814.2020.1.155 (application date 07/15/2023) [in Ukrainian]
2. Bochko, O. Yu. (2023). Public marketing and its components in modern society. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*, (36), 334-340. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/815> (application date 07/15/2023) [in English]
3. Khanyk Yu.-B. R. (2022). Zastosuvannia publichnoho marketynhu u publichnomu upravlinni Velykoi Brytanii [Application of public marketing in public administration of Great Britain]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* № 4, 138-143 doi: 10.32702/23066814.2022.4.138 http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2022.pdf#page=139 (application date 07/16/2023) [in Ukrainian]
4. Tkachuk K.M. (2020). Tsyfrovyi marketynh publichnoho upravlinnia [Digital marketing of public administration]. *Visnyk studentskoho naukovohto tovarystva*. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb12_167.pdf#page=265 (application date 07/16/2023) [in Ukrainian]

5. Bilous S., Bezruchko L., Lemeha N. (2022). Stratehichni napriamy vidnovlennia sfery posluh Ukrainy u postvoiennyi period [Strategic directions of restoration of the service sector of Ukraine in the post-war period]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 46. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-3> (application date 07/17/2023) [in Ukrainian]
6. Bondar N. (2023). Perspektyvy vykorystannia zakhodiv derzhavno-pryvatnoho partnerstva dlia zabezpechennia konkurentospromozhnosti sfery posluh [Prospects for the use of public-private partnership measures to ensure the competitiveness of the service sector]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika*, (16), 62-69. doi: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.8> (application date 07/17/2023) [in Ukrainian]
7. Iorhachova M., Burukova M. (2023). Marketynhovi innovatsii u sferi posluh [Marketing innovations in the field of services]. *Ekonomichni horyzonty*, 2(24), 149–156. doi: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.283033](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.283033) (application date 07/18/2023) [in Ukrainian]
8. Uhodnikova O. I., Shcherbachenko T. S. (2019). Rol informatsiinykh tekhnolohii u rozvytku menedzhmentu ta marketynhu mizhnarodnoho turyzmu [The role of information technologies in the development of management and marketing of international tourism]. *Komunalne hospodarstvo mist. Serii : Ekonomichni nauky*. 2, 67-71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_econ_2019_2_14 (application date 07/18/2023) [in Ukrainian]
9. Uhodnikova O. I. (2022). Tsyfrovyi publichnyi marketynh yak element informatsiinoi polityky derzhavy [Digital public marketing as an element of the information policy of the state]. *Ekonomika ta derzhava*. № 2. S. 94–96. DOI: [10.32702/2306-6806.2022.2.94](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.2.94) (application date 07/19/2023) [in Ukrainian]
10. Uhodnikova O.I. (2021). Vprovadzhennia mekhanizmiv publichnoho marketynhu: zovnishni ta vnutrishni chynnyky vplyvu [Implementation of

- public marketing mechanisms: external and internal factors of influence]. *Mekhanizmy derzhavnoho upravlinnia*. 3, 84. URL: <http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/246398> (application date 07/19/2023) [in Ukrainian]
11. Publichne upravlinnia ta administruvannia v umovakh informatsiinoho suspilstva: vitchyzniani i zarubizhnyi dosvid [Public management and administration in the conditions of the information society: domestic and foreign experience] : monohrafiia / Za zah. red. Serhii Chernova, Valentyny Voronkovoii, Viktora Banakha, Oleksandra Sosnina, Pranasa Zhukauskasa, Yolity Vvainkhardt, Rehiny Andriukaitene. *Zaporidzhzhia : RVV ZDIA*, 2016. 608. URL: <https://old-zdia.znu.edu.ua/index.php?page=4007&lang=ua> [in Ukrainian] (application date 07/20/2023)
12. Publichne upravlinnia v umovakh instytutsiinykh zmin [Public administration in conditions of institutional changes] : kolektyvna monohrafiia / Za nauk. redaktsii d. derzh. upr. R. V. Voitovych ta P.V. Vorony Kyiv, 2018. 475. URL: https://www.dut.edu.ua/uploads/l_931_59909737.pdf (application date 07/20/2023) [in Ukrainian]
13. Bezkrivnyi O., Mysnyk T. Leha O., Yaloveha L. (2018). Corporate tax management as a basis for ensuring financial security of the enterprise Management of the 21ST Century: *Globalization Challenges. Monograph. Prague*, 103-110. [in English]
14. Mykhailovska O. V. (2017). Komunikatsiinyi protses yak osnova publichnoho upravlinnia v umovakh detsentralizatsii vlady v Ukraini. Publichne upravlinnia sotsialno-ekonomichnymy systemamy v umovakh tranzytyvnykh zmin [The communication process as the basis of public administration in the conditions of decentralization of power in Ukraine. Public management of socio-economic systems in conditions of transitive

changes] : kolektyvna monohrafiia / za zah red. D. O. Suhoniako. Nizhyn: FOP Lukianenko V. V., TPK «*Orkhideia*». 89-109. [in Ukrainian]

15. Moseiko A.H., Nehodchenko V.O. (2021). Aktualni problemy publicznego administruvannia vitchyznianoiu sferoiu natsionalnoi bezpeky [Actual problems of public administration in the domestic sphere of national security]: Monohrafiia. Dnipro : *Dniprovskiyi humanitarnyi universytet*. 194. [in Ukrainian]