

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

Допускається до захисту:

Завідувач кафедри публічного управління,
адміністрування та міжнародної економіки

назва кафедри

професор Т.В. Сокольська

підпис, вчене звання, ініціали, прізвище

« 20 » листопада 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В
ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ УСТАНОВ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ
КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ)

Виконала: Грегуль Ірина Георгіївна

прізвище, ім'я, по батькові

підпис

Керівник: доцент Панасюк Вікторія Іллівна

вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові

підпис

Рецензент: доцент Герасименко Ірина Олександрівна

вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові

підпис

Я, Грегуль Ірина Георгіївна, засвідчую, що кваліфікаційну роботу магістра виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

Біла Церква – 2023 р.

РЕФЕРАТ

Грегуль Ірина Георгіївна «Особливості впровадження публічного маркетингу в діяльності публічних установ (за матеріалами Київської обласної ради)».

В роботі досліджено теоретичні засади впровадження маркетингу у публічному управлінні, проведено аналіз застосування публічного маркетингу в діяльності Київської обласної Ради, виявлено напрями удосконалення застосування публічного маркетингу в діяльності публічних установ.

Виявлено проблематику інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності обласної Ради, оприлюднення на офіційному вебсайті обласної Ради проектів рішень обласної Ради, рішень обласної Ради, розпоряджень голови обласної Ради, інших документів і матеріалів, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних, підготовки і поширення інформаційних матеріалів про діяльність обласної Ради на офіційному веб-сайті обласної Ради.

Практична значущість результатів дослідження полягає у формулюванні практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності комунікацій під час здійснення публічного управління при застосуванні публічного маркетингу в діяльності публічних установ.

Розроблено рекомендації щодо вдосконалення теоретичних положень та практики впровадження публічного маркетингу в діяльності публічних установ, покращення цього процесу в діяльності Київської обласної ради, дотримання інформаційної безпеки при реалізації заходів івент-маркетингу на загальнодержавному та муніципальному рівнях.

Кваліфікаційна робота магістра містить 98 сторінок, 1 таблицю, 18 рисунків, список використаних джерел із 61 найменування.

Ключові слова: публічний маркетинг, публічне управління, інформаційні матеріали, веб-сайт, обласна Рада.

ANNOTATION

Hrehul Iryna Georgiivna «Peculiarities of the implementation of public marketing in the activities of public institutions (based on the materials of the Kyiv Regional Council)»

The basic concepts of the work are the theoretical foundations of the implementation of marketing in public administration, analyzes the use of public marketing in the activities of the Kyiv Regional Council, and identifies directions for improving the use of public marketing in the activities of public institutions.

The problems of information and analytical support for the activities of the regional council, publication on the official website of the regional council of projects of decisions of the regional council, decisions of the regional council, orders of the chairman of the regional council, other documents and materials that are subject to publication in the form of open data, preparation and distribution of information materials about the activities were identified of the Regional Council on the official website of the Regional Council.

The practical significance of the research results lies in the formulation of practical recommendations for improving the effectiveness of communications during the implementation of public management when applying public marketing in the activities of public institutions.

Recommendations have been developed for improving the theoretical provisions and practice of implementing public marketing in the activities of public institutions, improving this process in the activities of the Kyiv Regional Council, observing information security during the implementation of event marketing activities at the national and municipal levels.

The master's thesis contains 98 pages, 1 table, 18 figures, a list of used sources with 61 names.

Keywords: public marketing, public management, information materials, website, regional council.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	8
1.1. Сутність та особливості публічного маркетингу	9
1.2. Класифікаційні ознаки в системі публічного маркетингу	18
1.3. Чинники впливу на застосування публічного маркетингу	26
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ ПУБЛІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ	34
2.1. Система комунікацій публічного маркетингу в діяльності Київської обласної ради	34
2.2. Аналіз використання інформаційно-комунікаційних технологій в діяльності Київської обласної ради	40
2.3. Практика впровадження маркетингових технологій в системі комунікацій суб'єктів публічного управління	63
Висновки до розділу 2.....	62
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ПУБЛІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ УСТАНОВ	63
3.1. Покращення зв'язків з громадськістю в системі комунікацій публічного маркетингу	63
3.2. Сучасні засоби маркетингових комунікацій суб'єктів публічного управління та безпека їх застосування	74
Висновки до розділу 3	82
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89
ДОДАТОК А	95

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

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](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.1.155)
2. *Маркетинг у секторах національної економіки*: [монографія] / За ред. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2004. 408 с.
3. Романенко К.М. Державний маркетинг як механізм максимізації соціальної ефективності державного управління. *Інвестиції: практика та досвід*, 2010. № 10. С. 85-88. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2010/25.pdf
4. Шатун В.Т., Зосімова І.О. Маркетинг в публічному управлінні: сутність, специфіка, класифікація. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія". Серія : Державне управління*. 2016. Т. 267, Вип. 255. С. 181-187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdu_2016_267_255_30.
5. Іваницька О. М. Застосування маркетингового підходу в системі державного управління України. *Global world: науковий альманах*. 2016. 2 (II). с. 15-17. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/6214/>
6. Шубін С. Політичний маркетинг у державному управлінні: сутність, методологія впровадження, проблемне поле. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2010. № 4. С. 191-198. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2010_4_26.
7. Деркачов П.С. Вибір оптимальних елементів комплексу маркетингу. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. № 2(5). С. 85-91. URL: <https://www.pdau.edu.ua/content/naukovi-praci-poltavskoyi-derzhavnoyi-agrarnoyi-akademiyi-seriya-ekonomichni-nauky-vypusk-16>
8. Proctor T. Public Sector Marketing Prentice Hall January. 2009 URL: https://www.researchgate.net/profile/Tony-Proctor/publication/259717446_Public_Sector_Marketing/links/6335e243ff870c55cee81402/Public-Sector-Marketing.pdf
9. Бебик В.М. Публічний маркетинг. URL: http://e-pidruchniki.com/content/1633_Publichnii_marketing.html
10. Бочко О. Ю. Публічний маркетинг та його складові в сучасному суспільстві. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Випуск 36. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/download/815/742>
11. Соловйов І.О., Кліщевська А.Ю. Територіальний маркетинг в контексті розвитку регіонів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. Вип. 43. С.21-26.
12. IP Australia's Alex is more than just a chatbot. 2019. <https://www.zdnet.com/article/ip-australias-alex-is-more-than-just-a-chatbot/>
13. Олійник В.В. Формування системи державного маркетингу післядипломної освіти. *Вісник післядипломної освіти: збірник наукових праць (серія «Управління та адміністрування»)*. Вип. 3(32). 2017. 78-91.
14. Про Регламент Верховної Ради України. Закон України № 1861-VI 2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-17#Text>

15. Ханік Ю.-Б. Р. Публічний маркетинг: класифікація, алгоритм проведення та формування загальної системи. *Інвестиції: практика та досвід*. №10, 2021. 142–146. DOI: URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.10.142>
16. Глинський Н.Ю. Характеристика поняття «місцевий розвиток» через призму трансформації національного господарства України. *Економіка та суспільство*. № 38. 2022. DOI: URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-39>
17. Чередниченко К. Види маркетингу та їх характеристика. 2021. URL: <https://sites.google.com/site/cherednychenkokatya40kd/home/vidi-marketingu-ta-ih-harakteristika>
18. Чечель О. Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Інвестиції: практика та досвід*. № 10. 2016. С. 82–86.
19. Михайленко О.Г., Токарева М.В. Імідж країни – двигун економічного розвитку на глобальній арені. *Бізнес-навігатор*. Вип. 3. 2018. С. 27–31.
20. Коваленко І.І., Бідюк П.І., Гожий О.П. *Вступ до системного аналізу*. Миколаїв: МДГУ ім. Петра Могили. 2004. 148 с.
21. Сенишин О.С., Кривешко О.В. *Маркетинг*. Львів: Простір-М. 2020. 347 с.
22. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. *Маркетинг*. Дніпропетровськ: УМСФ. 2016. 362 с.
23. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара, О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. *Маркетинг: термінологічний словник*. Київ: НВП «Інтерсервіс». 2022. 216 с.
24. Ханік Ю.-Б.Р., Білик О.І. Використання механізму мікротаргетингової реклами у публічному маркетингу та захист персональних даних громадян України. *Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі: матеріали V міжнар. наук.- практ. конф.* (с. 305-307). 22-23 квітня, 2020, Київ, Україна: КНУКіМ.
25. Про доступ до публічної інформації. Законом України № 2939-VI. Редакція від 08.10.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
26. Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 2015 р. № 835. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/835-2015-%D0%BF#Text>
27. Київська обласна рада. Сайт. URL: <https://kor.gov.ua/>
28. Про відкритість використання публічних коштів. Закону України від 11.02.2015 р. № 183-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/183-19#Text>
29. Про офіційне оприлюднення регуляторних актів, прийнятих місцевими органами виконавчої влади, територіальними органами центральних органів виконавчої влади та їх посадовими особами, і внесення змін до Порядку оприлюднення в мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади. Постанова Кабінету Міністрів України № 150-2004- від 11.02.2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/150-2004-%D0%BF#Text>
30. Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади. Постанова Кабінету Міністрів України № 3-2002-п. Редакція від 25.07.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF#Text>

31. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо функціонування офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади Постанова Кабінету Міністрів України № 493, від 12 червня 2019 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/493-2019-%D0%BF#Text>
32. Ромат Є. В., Гаврилечко Ю. В. Маркетинг у публічному управлінні : монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. 288 с.
33. Про рекламу : Закон України від 3 лип. 1996 р. Відомості Верховної ради України. 1996. № 39. Ст. 181.
34. Cutlip S. C. & others. Effective public relations. New Jersey: Englewood Cliffs, 1994. 252 p.
35. Кого з водіїв чекають «знижки» на штрафи.: URL: <http://fakty.ictv.ua/ua/lifestyle/auto/20151111-1566505/>.
36. Бурик З.М. Механізми публічного маркетингу в Україні в сучасних умовах. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 3. 2023. DOI: URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.3.1>.
37. Ханік Ю.-Б. Країни із перехідною економікою: труднощі класифікації. *Потенціал сучасної науки: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф.* (с. 9-10). 18-19 лютого, 2022, Київ, Україна: МЦНІД.
38. Governance and leadership. URL: <https://gcs.civilservice.gov.uk/about-us/governance-and-leadership/>
39. Все про вакцинацію від COVID-19 в Україні.2021. URL: <https://vaccination.covid19.gov.ua/>.
40. Ромат Є.В. Державний маркетинг. Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; наук.-ред. колегія Ю.В. Ковбасюк [та ін.] Т. 2. Методологія державного управління. Київ : НАДУ, 2012. 560 с.
41. Державні символи України. URL: <http://www.solor.gov.ua/info/19/8030>.
42. Cutlip S. C. & others. Effective public relations. New Jersey: Englewood Cliffs, 1994. 252 p.
43. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін. ; ред. О. Сидоренко, П. Редько. Київ :Навч.-метод. центр «Консорц. із удоск. менеджментосвіти в Україні», 2005. 422 с.
44. Government Relations. Trans-Legal Dictionary. URL: [ps://www.translegal.com/legal-english-dictionary/government-relations](https://www.translegal.com/legal-english-dictionary/government-relations).
45. Федорів Т. В. Співвідношення понять імідж і репутація у державному управлінні. *Вісник НАДУ*. 2011. № 2. С. 25-29. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Fedoriv.pdf>.
46. Сайт Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. URL: <https://razumkov.org.ua/>
47. Федорів Т.В. Теоретичні та методологічні засади управління репутацією органів державної влади : монографія. Київ: НАДУ, 2013. 476 с.
48. Про рекламу : Закон України від 3 лип. 1996 р. *Відом. Верховної ради України*. 1996. № 39. Ст. 181.
49. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг. Львів: Простір-М. 2020. 347 с.
50. The Official USA DV2019 Green Card Lottery. URL: <http://www.usadiversitylottery.com/>.

51. Government Advertising Policies: Some Findings from Around the World
URL: <http://www.mediapolicy.org/wp-content/uploads/Public-AdvertisingReport-Bhutan.pdf>.
52. Event Marketing // Dictionary – American Marketing Association. URL: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=E>.
53. Chand Smriti. Event Marketing: Mining, Features and Importance of Event Marketing. URL: <http://www.yourarticlelibrary.com/marketing/event-marketing-meaning-features-and-importance-of-event-marketing/32327/>.
54. Ромат Є.В. Бренд-менеджмент : опор. конспект лекцій. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 104 с.
55. Event Marketing. URL: www.pmalink.org/councils/default.asp?p=eventmktg.
56. Мунтян І.В., Князева О.В., Значек Р.Р. Event-маркетинг в системі маркетингових комунікацій України. *Економіка та суспільство*. Випуск № 28. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/534/512/>
57. Івент (event) маркетинг. URL: www.radvert.ru/content/view/259/90.
58. Романенко Є.О., Чаплай І.В. Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 4 (178). С. 69–78.
59. Пічик К. Івент-маркетинг як сучасний інструмент впливу на споживача. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2016. № 1(1). С. 145–148.
60. Плахтій М. Що відбувається з івент-індустрією під час карантину. *Економічна правда*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2020/03/23/658412/>
61. Ніколюк О.В., Дьяченко Ю.В., Савченко Т.В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98–103.