

Т. М. Янковець,
к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу,
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-8159-3826
М. О. Поремський,
магістрант кафедри маркетингу,
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0003-3331-9723

DOI: 10.32702/2306-6806.2022.7.95

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ В УКРАЇНІ

T. Iankovets,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing,
State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine
M. Poremskyi,
Master's student of the Department of Marketing, State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

EUROPEAN EXPERIENCE IN APPLICATION OF DIGITAL MARKETING IN PUBLIC ADMINISTRATION IN UKRAINE

Стаття присвячена вивченню можливостей європейського досвіду публічного управління з використанням методів та інструментів цифрового маркетингу з метою адаптації та застосування у публічному управлінні в Україні.

Порівняння з європейськими та іншими країнами дозволило виявити проблеми впровадження методів та інструментів цифрового маркетингу в публічне управління в Україні: відсутність вакансій для спеціалістів із цифрового маркетингу та, водночас, недостатність кваліфікованих спеціалістів за даним напрямом; низька інноваційність системи публічного управління; недостатня активність громадянської позиції мешканців країни. При цьому виявлено, що органи публічного управління змінюють механізми своєї маркетингової діяльності та переорієнтовуються на громадянина-споживача державних послуг.

До сучасних трендів публічного управління в Україні, які розвинулись на основі імплементації та покращення європейського досвіду з урахуванням національних особливостей, віднесено: високий рівень комунікації цифровізованої держави та громадян як у мирному житті, так і під час війни, що сприяє покращенню ставлення громадян до своєї держави, що надає їм відчуття потрібності державі та її причетності до вирішення їхніх проблем; впровадження цифрового посвідчення особи; накладення електронного підпису на електронні документи; онлайн освіта; реєстрація бізнесу онлайн.

Значну увагу приділено дослідженню діяльності державного підприємства "Дія" та сервісів проєкту "Дія": Портал, Застосунок, Освіта, Бізнес, ЦНАПи та Дія City. Визначено новаторські дизайнерські рішення оформлення даних сервісів в процесі їх брендингу, які було розроблено за підтримки фондів та програм агенцій ЄС.

The article is devoted to studying the possibilities of the European public administration experience by using digital marketing methods and tools to adapt and apply them in the public administration of Ukraine.

It was revealed that the European experience is the basis of the Concept of Development of the Digital Economy and Society of Ukraine for 2018—2020 of the Ministry of Digital Transformation, which laid the foundation for the digitalization of the country's economy and other areas of social activity, including public administration. A goal was set for Ukraine within this concept to have taken 30th place in the Networked Readiness Index of the World Economic Forum by 2020. The goal was not reached; however, it was detected that the country has improved its position by 11 points over the past five years. The area that has undergone the most development over the years is public administration, as well as e-commerce legislation. It was concluded that Ukraine has high readiness for implementing information and communication technologies into public administration, higher than could be expected at the current level of state budget revenues.

Comparison with European and other countries revealed the following problems of implementing digital marketing methods and tools in the public administration of Ukraine: a lack of vacancies for digital marketing specialists and, at the same time, a lack of qualified specialists in this field; low level of innovation of the public management system; insufficient civic position of the country citizens. At the same time, it was revealed that public administration bodies change the mechanisms of their marketing activities and reorient themselves to satisfy the demands of the citizens as the consumers of public services.

Among modern trends in the public administration of Ukraine, which have developed based on implementing and improving the European experience and taking into account national characteristics, one may find: a high level of communication between the digitalized state and citizens both in peacetime and during the war, which contributes to improving the attitude of citizens to their state and gives them a sense that the state needs them and involves them in solving their problems; introduction of a digital identity card; adding an electronic signature onto electronic documents; online education; online business registration.

Considerable attention was paid to studying the activities of the state enterprise "Diya" and the services of the "Diya" project: Portal, Application, Education, Business, Service Centres and Diya City. Innovative design solutions for these services were identified in the branding process and developed with the support of funds and programs of the EU agencies.

Ключові слова: публічне управління, цифровізація, цифровий маркетинг, європейський досвід, тренди публічного управління в Україні, державне підприємство "Дія".

Key words: public administration, digitalization, digital marketing, European experience, public administration trends in Ukraine, state enterprise "Diya".

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Стрімка цифровізація публічного управління в Україні вимагає сучасних підходів впровадження інструментів маркетингу для залучення більшої кількості національних і міжнародних суб'єктів підприємницької діяльності та громадян. Використання маркетингу в системі публічного управління є необхідним у часи глобалізації та цифровізації усіх сфер життєдіяльності суспільства. Враховуючи те, що національні інтереси передбачають інтеграцію України в Європейський союз та імплементацію європейських цінностей та стандартів західної культури сприйняття державного апарату в цілому, доцільним є впровадження маркетингових методів та інструментів у публічне управління на основі європейського досвіду.

Під час війни, коли публічне управління не завжди працює стабільно, цифровий маркетинг державних послуг у сфері економіки, соціального захисту, діяльності правоохоронних органів та інших сфер є надзвичайно актуальним. Електронна демократія, медицина та освіта, які є важливими елементами публічного управління, останнім часом збагачуються новітніми цифровими методами та інструментами, що підтверджує необхідність розвитку цифрового маркетингу в публічному управлінні в Україні.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Розвиток публічного управління на засадах маркетингу досліджували такі вітчизняні науковці: Т. Крав-

цова, О. Лашенко, О. Кравцов [1], І.В. Чаплай [2] та інші. Особливості публічного управління в умовах цифрової трансформації досліджували К.І. Сімаков, В.Г. Валіна, В.П. Лауніконіс, М.Ю. Будовій [3], О. Угоднікова [4] та інші. Аналіз публікацій свідчить про їх недостатність для вирішення питань ефективного застосування методів та інструментів цифрового маркетингу в публічному управлінні в Україні. Значна кількість наукових публікацій присвячена різним аспектам цифрового маркетингу, дослідженню його сутності та складових без урахування специфіки видів діяльності. Менша кількість публікацій присвячена використанню інструментів цифрового маркетингу в публічному управлінні. Не достатньо дослідженим залишається питання обґрунтування запровадження конкретних методів та інструментів цифрового маркетингу в публічне управління в Україні.

МЕТА СТАТТІ

Мета статті полягає в аналізі європейського досвіду впровадження методів та інструментів цифрового маркетингу в публічне управління та адаптації його для України.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Важливість розвитку цифрового маркетингу в публічному управлінні України відображається у словах Т. Кравцової: "основною умовою формування маркетингу орієнтованих послуг публічної сфери є забезпечен-

Таблиця 1. Порівняння результатів оцінки індексу мережевої готовності України з країнами Європейського Союзу та іншими країнами

Аспект	Україна	Країни ЄС	Країни з рівнем доходу нижче середнього
Технології	49.20	59.78	33.64
Люди	54.29	60.83	37.84
Управління	58.93	73.31	43.38
Вплив	60.40	67.86	45.13
Індекс мережевої готовності	55.70	65.45	40.00

Джерело: сформовано авторами на основі [6].

ня їх привабливості для потенційного споживача" [1, с. 72].

Підґрунтя для цифровізації в Україні закладене у Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки Міністерства цифрової трансформації, а також його інші нормативно-правові акти у цій сфері. В Концепції зазначено: "Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення" [5]. Як зазначається у цьому документі, цифровізація визнана високоефективним засобом зростання економіки через властивість сучасних технологій підвищувати ефективність, якість та результативність функціонування економіки, громади та особистої діяльності за менших витрат.

Серед цілей, наведених у Концепції щодо зайняття Україною місця у міжнародних рейтингах цифровізації, було до 2020 року зайняти 30-те місце у рейтингу Networked Readiness Index (Всесвітнього економічного форуму, міжнародної неурядової організації зі штаб-квартирою в Женеві), Індекс мережевої готовності, який є одним із провідних індексів, який визначає вплив інформаційних та комунікаційних технологій в економіці країн. Проте за даними рейтингу станом на 2021 рік, Україна зайняла тільки 53-тє місце зі 130-ти, хоча й у 2016-му році займала 64-тє місце. Як зазначає агентство, сферою, що найбільше зазнала розвитку за ці роки, є якраз досліджуване нами публічне управління, а також законодавство про електронну комерцію.

Для визначення індексу мережевої готовності Всесвітній економічний форум аналізує 4 аспекти впровадження технологій (табл. 1).

На основі результатів оцінки, наданих Всесвітнім економічним форумом, можемо легко прослідкувати стан розвиненості аспектів впровадження інформаційних технологій в Україні порівняно із європейськими країнами та країнами із доходом нижче середнього, що включають у себе [6]:

— аспект "Технології" — доступність 3G-мережі, проведення інтернету в помешкання та заклади освіти, ціни на гаджети та тарифи мобільного зв'язку, використання SMS-повідомлень, використання Wikipedia та GitHub, розробка мобільних додатків, дослідження IT, введення сучасних технологій, роботизація і т.д.;

— аспект "Люди" — рівень володіння ПК та інтернетом, використання соціальних мереж, рівень грамотності дорослих (варто зазначити, що Україна за цим показником займає перше місце серед усіх оцінюваних країн), кількість технічних та споріднених спеціалістів, компаній із веб-сайтами, державні послуги онлайн тощо;

— аспект "Управління" — захищеність серверів, кібербезпека, інтернет-покупки, якість регулювання,

комерційне регулювання, гендерний розрив користувачів, соціальний розрив категорій користувачів, що здійснюють інтернет-оплати;

— аспект "Вплив" — високотехнологічні розробки та їх експорт і патентування, розвиток гіг-економіки, рівень щастя, свобода життєвого вибору, майнова нерівність, якість навчання, стан здоров'я та спосіб життя, доступність зеленої енергії.

Також у звіті вказується на те, що Україна має більшу високу готовність до впровадження інформаційних та комунікаційних технологій, ніж можна було розраховувати при наявному рівні доходів державного бюджету. Найнижчим показником серед важливих чинників цифровізації є частка населення, забезпечена доступом принаймні до 3G-мережі інтернету.

Не виконання вищезгаданої мети із зайняття високого місця у рейтингу з Індeksu мережевої готовності, поставленої Міністерством цифрової трансформації України, означає, що існують певні проблеми впровадження методів та інструментів цифрового маркетингу. На ринку працевлаштування у галузі публічного управління, з одного боку, відсутні вакансії для спеціалістів із цифрового маркетингу, а з іншого — наявна незабезпеченість ринку спеціалістами, які володіють досвідом як у сфері цифрового маркетингу, так і в публічному управлінні. Іншими проблемами є низька інноваційність системи публічного управління та необхідність орієнтації її на виконання соціально-економічних функцій сучасними засобами, незабезпеченість університетів ефективними навчальними програмами з цифрового маркетингу, а також недостатня розвиненість громадського активізму як одного із елементів маркетингу публічного управління [4, с. 94].

Раніше в публічному управлінні України взагалі не було підстав говорити про певну маркетингову поведінку її суб'єктів. Зараз же можна визначати її напрямки та особливості, а також відслідковувати зміни, спричинені розвитком інформаційного суспільства. Органи публічного управління змінюють механізми своєї маркетингової діяльності. Тепер вони здійснюють комунікацію із громадянами та іншими стейкхолдерами через PR, рекламу, просування та згадки в неофіційних джерелах, опрацьовують отримані цифрові дані, спостерігають за навколишнім та інформаційним середовищем, створюють оригінальний та креативний контент, аналізують цілову аудиторію та працюють для неї [1, с. 77; 2, с. 113].

Територіальний маркетинг, який часто ототожнюють з публічним маркетингом, працює за допомогою дещо інших механізмів. Так, за Т. Кравцовою це: "формування іміджу території, його підтримка та покращення; участь території в міжнародних, національних програмах; збільшення конкурентоспроможності території на національному та міжнародному рівні; створення сприятливих умов для притоку іноземних інвестицій; покращення соціальної сфери та обслуговування для притоку людського ресурсу; створення сприятливих умов для ведення бізнесу місцевим населенням та залучення бізнес партнерів з інших територій" [1, с. 76].

Основою успішного публічного управління є доступ до інформації, що може забезпечуватися через пристрої, що мають доступ до Інтернету, локальні мережі Екстранет та Інтранет, цифрове телебачення, інтерактивні екрани та POS-термінали [7, с. 583; 8].

О. Угоднікова також вважає, що доступ до публічної інформації є "базовим елементом розвитку цифрового публічного маркетингу". Такий доступ можна реалізувати шляхом розвитку офіційних сайтів органів, що здійснюють публічне управління та безперервне публікування на них достовірної інформації, підвищуючи до них довіру населення та "прозорість інформаційного поля" [4, с. 95]. Як ми самі можемо помітити під час користування сайтами важливих органів публічного управ-

ління в Україні, вони поступово якісно оновлюються, підвищується їх привабливість та інклюзивність.

Поряд з активним розвитком цифрового маркетингу сфери публічного управління виникає необхідність забезпечення інформаційної безпеки каналів доступу до інформації. Такий захист повинен здійснюватися на макrorівні (міжнародний рейтинг та імідж держави, її інвестиційна привабливість та обізнаність іноземців щодо країни), мезорівні (імідж території, доступ до національних та міжнародних зразків впровадження в систему управління результатів науково-технічного прогресу) та мікрорівні (право на доступ до достовірної інформації щодо діяльності органів публічного управління, право на недоторканість приватного життя особи) [4; 10].

Спостерігаючи за поведінкою користувачів в інтернеті, органи публічного управління також можуть черпати підказки для того, яким чином організовувати цифровий маркетинг державних послуг. Так, внаслідок того, що інтернет став важливою частиною життя суспільства протягом десятиліть, у ньому спостерігаємо появу категорії так званих просьюмерів, тобто професійних користувачів, які хочуть не просто купувати послуги чи товари в інтернеті, а й обговорювати їх, оцінювати та вносити власні пропозиції щодо вирішення тих чи інших питань. Іншими словами, вони бажають брати участь у формуванні споживчої пропозиції. Як зазначає А. Шайбе, "їхня поведінка може принести багато користі для органів публічного управління, зокрема — полегшити соціальний діалог і сформувати позитивний імідж організації" [9].

Інформаційне суспільство диктує свої правила до функціонування органів державної влади та місцевого самоврядування, адже у ньому ми спостерігаємо перехід від командно-адміністративної системи до активної участі громадськості та широкого використання інструментів демократії. Є. Таран описує процес відходу від принципу "діяти суворо відповідно до законодавства" до спрямованості передусім на результат у діяльності органів публічного управління: задоволення потреб громадян та активне використання своїх громадянських прав. Автор характеризує такі зміни наступними словами: "Замість виконання роботи згідно з інструкціями та чіткими правилами, було запропоновано спрямування роботи на надання якісних державних послуг і отримання ефективних результатів" [10, с. 39].

Поняття "публічне управління" базується на понятті "державне управління", що є важливою ознакою усвідомлення суспільством мети такого управління — служити народові, а не підтримувати формальний інститут держави. Такий процес є позитивним та засвідчує успіх реформування суспільства у напрямку демократизації, від мінімальної участі особи у діяльності державних органів до активної участі громадянина у них з метою задоволення власних інтересів. Це стало можливим через те, що сучасне суспільство, яке є інформаційним, розвивається із вищою динамікою, випробовуючись постійними позитивними та негативними подіями, як це відбувається під час війни та епідемії, спричиненої Covid19, а також безпрецедентна відкритість суспільства до нововведень різного характеру, на відміну від минулих поколінь, поміж них — і цифровізація адміністративних послуг, ведення бізнесу, тощо.

Зі створенням державного підприємства "Дія", яке є структурним підрозділом Міністерства цифрової трансформації України, бачення людей стосовно цифровізації країни кардинально змінилося. Тепер мова йде не тільки про можливість подання заяв, скарг та інших видів звернень громадян до органів влади за допомогою електронної пошти, але й про цифрові документи посвідчення особи, електронну зміну місця реєстрації та інші державні послуги онлайн [11; 12]. До проєкту "Дія" входять такі сервіси: Портал, Застосунок, Освіта, Бізнес, ЦНАПи та Дія City.

У мобільному додатку "Дія" можна скористатися такими послугами:

1) отримати цифрові документи (єДокумент, який діє під час воєнного стану, паспорт громадянина України у вигляді ID-картки, біометричний закордонний паспорт, картка платника податків (РНОКПП), водійське посвідчення, свідоцтво про реєстрацію транспортного засобу, страховий поліс транспортного засобу, студентський квиток, довідка переселенця (ВПО), свідоцтво про народження дитини, COVID-19-сертифікати);

2) отримати державні послуги онлайн (сплата штрафів за порушення ПДР, оплата боргів за виконавчими провадженнями, оплата податків ФОП, подання декларацій ФОП, заміна посвідчення водія, реєстрація місця проживання, сплата адміністративних послуг за QR-кодом, запис до листа очікування вакцинації від COVID-19, одноразова допомога ФОПам та найманим працівникам);

3) єДемократія (місцеві петиції). Додаток "Дія", як один із основних інструментів взаємодії цифровізованої держави та суспільства під час війни, відгукується на потреби громадян. Так, у додатку можна легко переказати кошти на підтримку Збройних сил України, подати заяву на оцінку пошкоджень майна, слухати Дію Радіо та переглядати Дію TV (Всукраїнський телемарафон новин) та навіть грати у єБайрактар для підтримки бойового духу. Можемо бачити, що "Дія" також забезпечила громадян додатковими каналами отримання достовірної інформації: інтернет-телебачення та мобільне радіо, як сучасний інформаційний канал на базі смартфонів.

Одним із трендів застосування цифрового маркетингу в публічному управлінні в Україні є комунікація громадян та держави. Відповідно до цього принципу, громадяни можуть спілкуватися із менеджерами проєкту "Дія" через електронну пошту, чат-боти у соціальних мережах та месенджерах (такі як Telegram, Facebook Messenger, Viber, Instagram тощо), а також службу підтримки громадян підприємства "Дія". Така комунікація сприяє покращенню ставлення громадян до своєї держави, надає громадянам відчуття потрібності держави та її причетності до вирішення їхніх проблем. Наступним трендом є впровадження цифрового посвідчення особи (паспорт громадянина України, закордонний паспорт громадянина України, посвідчення водія, студентський квиток тощо), а також накладення електронного підпису на електронні документи. У світі є країни, де цифровізовані, наприклад, водійські права та певна кількість державних послуг, але Україна стала першою державою, яка законодавчо зрівняла фізичний паспорт громадянина України з електронним та продовжує стрімко переводити державні послуги в digital. Ще одна відзнака "Дії" — найшвидша реєстрація ФОП-ів у світі.

Online-освіта стала трендом, що сприяє розвитку бренд-іміджу "сучасної країни" як на міжнародній арені, так і в очах громадян держави, в якій це практикується. Н.С. Пінчук зазначає, що уряди розвинених держав керують ринковими процесами з підтримки розвитку інформаційних технологій (дистанційне навчання, електронні бібліотеки тощо) у напрямі забезпечення позитивного ефекту на суспільство, і вони мають системний маркетинговий характер. Наприклад, студенти в США мають можливість навчатися через спеціальні урядові сайти, а Японія вклала майже 100 млрд. доларів США у навчання громадян користуватися мережею Інтернет. Окрім держави, жоден суб'єкт ринку не може здійснювати подібні заходи, адже вони націлені на розвиток ринкової конкурентоспроможності країни [13].

На порталах "Дія" також розміщуються різноманітні освітні відеокурси, деякі з яких передбачають надання офіційних сертифікатів, а проєкт Дія.Бізнес пропонує пройти курс у бізнес-школі онлайн. У форматі освітніх серіалів можна дізнатися, як почати та зареєструвати бізнес, вести бухгалтерську звітність та складати фінан-

совий план, знаходити джерела фінансування своєї справи, шляхи просування та методи управління персоналом [14].

Здійснюється цифрова трансформація дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти у рамках проекту е-Школа, що передбачає введення електронних підручників для реформи НУШ "Нової української школи", онлайн-програм для 5—11 класів (Всеукраїнська школа онлайн), впровадження електронних журналів і щоденників, кооперація з іншими освітніми системами даних та створення реєстрів здобувачів освіти, наукових та педагогічних працівників у Єдиній державній електронній базі з питань освіти.

Ще одним проектом "Дії" у галузі освіти є е-Університет як цифрова трансформація вищої, передвищої та професійної освіти, що передбачає автоматизацію вступної кампанії, набір та навчання іноземців та осіб без громадянства, виготовлення документів про освіту та додатків європейського зразка, електронне ліцензування, модернізацію ЄДЕБО (Єдиної державної електронної бази з питань освіти) та укомплектування системи, за допомогою якої можна відстежувати працевлаштування випускників.

У рамках міжнародної програми "U-LEAD з Європою" Міністерством цифрової трансформації України та Центром Дія було розроблено спеціальний посібник для працівників ЦНАП з метою залучення громадян до використання новітніх електронних послуг. У ньому зазначається, що цифровізація передбачає не просто перетворення аналогових даних на цифрові, а ґрунтовну зміну усіх ланок публічного управління. Внаслідок таких змін, наприклад, податкові служби отримують інформацію безпосередньо від роботодавців, банків та решти джерел отримання доходу громадянами в електронному вигляді, а це значно спрощує подання податкової звітності. У цьому посібнику для працівників ЦНАП наводяться очевидні переваги цифровізації. Автори аргументують це тим, що держави із високим рівнем цифровізації здійснюють економічну діяльність, отримуючи на 20% більше вигоди порівняно із державами низького рівня цифровізації: "Цифровізація зменшує безробіття, поліпшує якість життя населення та сприяє доступу громадян до отримання публічних послуг. Також цифровізація дозволяє урядам працювати з більшою прозорістю та ефективністю" [14].

Міжнародний проєкт EGOV4Ukraine, частина програми "U-LEAD з Європою", приніс також й інші плоди. Він посприяв розробці двох IT-систем для цифровізації надання послуг: система інтероперабельності "Трембіта" та інформаційна система для ЦНАП "Вулик". Ці системи були передані Міністерству цифрової трансформації України для подальшого впровадження [15; 16].

Згідно із інформацією державного підприємства "Державний центр інформаційних ресурсів України", система електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів "Трембіта" була представлена 11 березня 2021 року на онлайн конференції [17]. Слід відзначити креативність гасла, під яким організатори провели цей захід: "як ми зробили, аби бігали дані, а не люди". Основою для розробки "Трембіти" стала платформа обміну даними X-ROAD, яка функціонує в Естонії (у цій країні 99% державних послуг надаються в електронному вигляді). Станом на вересень 2021 року до системи приєдналося понад 150 органів влади та місцевого самоврядування, більше 50 державних реєстрів та баз даних. А на її основі запрацювали послуги "єМалятко", "є-Лікарняний" та "ID-14" та безліч інших послуг, зміна ж місця проживання в електронному режимі відкадалася через війну. Ще одна послуга, "e-construction", зробила прозорим та доступним держреєстр Державної архітектурно-будівельної інспекції України, послуги в якому зазвичай могли мати корупційне забарвлення.

Станом на початок червня 2021 року до програмного комплексу автоматизації центрів надання адміністративних послуг "Вулик" підключено понад 250 ЦНАП по всій Україні. Значення цієї системи полягає у тому, що ЦНАПи можуть брати інформацію із усіх підключених до "Трембіти" реєстрів та баз даних. А перевагою є те, що сама система є дуже гнучкою, дозволяє імплементувати нові функції, вже були введені: взаємодія з телефонним додатком "Дія", сканування ID-паспортів, онлайн-оплата, створення електронного підпису, тощо.

Організаційною опорою "Трембіти" є національний реєстр електронних інформаційних ресурсів, який містить перелік усіх класифікаторів, реєстрів, кадастрів та інформаційних систем, даними яких користуються органи управління в роботі. Також виконує завдання не допустити дублювання інформаційних ресурсів у мережі.

Ще один елемент цифрового адміністрування — система електронної взаємодії органів виконавчої влади, тобто веб-портал, у якому безпосередньо працюють посадовці місцевих та центральних органів виконавчої влади.

Єдиний державний веб-портал відкритих даних створений, щоб забезпечити своєчасну публікацію інформації, яка, згідно із законодавством, підлягає оприлюдненню, а також для надання доступу до публічної інформації громадянами та іншими суб'єктами [17].

Така злагоджена дистанційна взаємодія органів державної влади та місцевого самоврядування як важливий елемент децентралізації влади значно спростила шляхом налагодження безпосереднього співробітництва між ними із високим рівнем захисту через завірення операцій електронною печаткою. Проте найочевиднішою є часова вигода для людини-споживача державних послуг, що підвищує іміджеву репутацію держави у громадян та у світі.

Як цифровізація державних послуг позитивно впливає на економіку країни, показує поживлене використання ФОП-ами відновленої послуги онлайн реєстрації в "Дія" (з 28.03.2022) навіть в умовах війни [18].

Один із субпроектів "Дії", Дія.City, є єдиним у своєму роді правовим та податковим простором для IT-компаній в Україні. Він діє із 1 січня 2022 року та дає змогу його резидентам структурувати компанію, сплачуючи невеликі податки та керуючись у своїй діяльності англійським правом з метою захисту своїх інвестицій. Автори зазначають без перебільшень: "Тепер це одна з найкращих в світі правових зон для IT-компаній, стартапів та інвесторів. Ми сформулювали позиціонування проєкту та зосередились на повідомленні "Україна — найкраще місце для ведення IT-бізнесу", що безліч разів підтверджено в самому продукті".

Маркетингова кампанія для Міністерства цифрової трансформації від PLEON Talan та Strumer Production була створена спеціально для просування Дії.Бізнес, оскільки виникла необхідність підвищити обізнаність населення про існування зручної платформи для реєстрації бізнесу онлайн. Для зацікавлення громадян було обране іронічне, дещо провокативне зображення самих споживачів, які перемикають рекламу державних послуг, тому що упереджені щодо її застарілості та некорисності, коментуючи при цьому "Краще б ви зробили реєстрацію ФОП в онлайн". Проте іронія в тому, що дана послуга уже існує, як і мобільний додаток, в якому можна оперативним зареєструвати свій бізнес: "Краще б ви дослухали рекламу та дізналися, що така послуга вже існує" [19].

Дизайнерські рішення, які використовували розробники "Дії", є новаторськими та ефективними саме у нашій країні. Інститут Центру дизайну в Ессені (Німеччина) та його міжнародна премія Red Dot Design Award, яку вручають щороку у категоріях промислового, комунікаційного та концептуального дизайну, відзначив нею додаток у 2020 році. На сайті "Дії" зазначено, що

"Дизайн цифрової держави розроблений за підтримки Міністерства цифрової трансформації, програмою EGAP, що фінансується Швейцарською агенцією з розвитку та співробітництва та реалізується Фондом Східна Європа та Innovabridge. Проектом USAID "ВзаємоДія!" (SACCI) та проектом EGOV4Ukraine, що є частиною програми U-LEAD з Європою" [15; 20].

Чим же відрізнявся дизайн "Дії" з-поміж інших? Розгляньмо його основні елементи.

По-перше: логотип. Як стверджують творці дизайну, він символізує "дію, з якої починаються будь-які зміни" [21]. Творці відмовилися від класичного варіанту створення логотипу, обравши "простий, читабельний і цілісний символ", який буде помітним у будь-якому форматі (розмірі шрифту, форми іконки, кольору чи зображення фону тощо).

По-друге, шрифт. Спеціально для проекту був розроблений шрифт e-Ukraine, призначений для вживання усіма органами публічного управління. Гарнітура містить три накреслення, які виконують різні функції та використовуються у заголовках, оголошеннях, сайтах, документах та інших джерелах. Шрифт є напроцуд сучасним та інклюзивним — для зручності використання людьми із вадами зору.

Пакет шрифтів включає в себе:

e-Ukraine Head — альтернативна версія шрифту з інакшими українськими літерами, які ввібрали у себе традиції зображення символів української графічної культури початку XX століття. Деякою мірою таке зображення має естетику українського бароко;

e-Ukraine NAME — спеціальний шрифт для назв державних органів.

По-третє: колір. Оскільки бренд "Дія" призначений для різноманітних державних сервісів, дизайнери вирішили конкретних кольорів не закріплювати, а користуватися повним спектром кольорів залежно від ситуації та умов.

По-четверте: композиція. З метою створення гнучкої системи за основу було взято стандартні композиційні принципи, щоб працювати з різними формами та типами контенту та "завжди залишати впізнаваний стиль бренду".

"Дія" надає можливість використовувати дизайн елементів у приватних та комерційних цілях, наприклад, своїм суббрендам. Проте встановила чіткі правила використання дизайнів: жоден суббренд не може використовувати власні: шрифт та підхід до дизайн-системи.

Дизайн Дія.City заслугує на окрему увагу. Дизайнери залишили використану в "Дії" систему блоків та шрифти, додали до логотипу рівнозначну частину "City", дотрималися кольорової політики "Дії", і, нарешті, обрали його у нову форму — патерн. Патерн є еволюцією динамічного градієнту Дії, що зображує простір безмежних можливостей та польоту уяви. Він запускається, коли сайт завантажується і безперервно генерується комп'ютерним кодом. Він постійно знаходиться у русі та має безкінечну кількість варіантів: "Хвилі патерну постійно створюють нові взаємодії, в них можна змінювати інтенсивність та швидкість, можна використовувати повний спектр кольорів або робити однотонні хвилі, якщо потрібен менш шумний фон" [21].

Розглянувши детально дизайн провідної компанії з цифровізації публічного управління в Україні, можемо стверджувати, що тільки така увага до деталей елементів бренду та піклування про подальше використання цих елементів іншими органами державної влади про суббренди зробили можливим успіх, яким увінчалось втілення проекту, а також дало неймовірно потужний поштовх підвищувати імідж держави та публічного управління іншим компаніям.

ВИСНОВКИ

Сьогодні, навіть у умовах війни, публічне управління може з вигодою для себе використовувати методи та

інструменти цифрового маркетингу за допомогою сучасних інформаційних технологій. Йому притаманний інноваційний характер розвитку, а громадянам властиві швидкі темпи навчання та адаптації до нововведень та ідей, які інколи навіть перевершують практику інших держав, як це сталося із запровадженням першого у світі електронного паспорта громадянина та найшвидшої реєстрації ФОП через додаток "Дія". Такий розвиток зумовлений тим, що потреба ламати та змінювати раніше створені маркетингові механізми відсутня, адже введення методів та інструментів цифрового маркетингу в публічне управління України триває лише декілька років. Як бачимо з дослідження, передовим суб'єктом реалізації засад, визначених Міністерством цифрової трансформації щодо розвитку цифрової економіки та суспільства, є підприємство "Дія", яке успішно створило можливість отримання безлічі державних послуг у різних сферах життєдіяльності через сайт чи мобільний додаток онлайн. Більше того, заклало фундамент і ресурси, якими можуть користуватися інші підприємства та державні органи для створення свого бренду і цифровізації. Втім, подальший аналіз методик та практик європейських та інших країн є необхідним для визначення серед них найбільш успішних та корисних для публічного управління в Україні, а також важливим є налагодження міжнародних зв'язків та кооперації з європейськими та іншими іноземними маркетинговими компаніями та урядами з питань цифровізації.

Література:

1. Кравцова Т., Лашенко О., Кравцов О. Використання маркетингового підходу в діяльності органів публічного управління медичною сферою. Аспекти публічного управління Том 9. 2021. С. 72—84.
2. Чаплай І. В. Концепція аналізу та оцінювання державно-громадянської комунікації в реформуванні публічного управління в Україні. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія: Державне управління. 2018. № 2. С. 112—115.
3. Сімаков К. І., Валіна В. Г., Лауніконіс В. П., Будовій М. Ю. Особливості державного управління в умовах цифрової трансформації України. Економічний вісник Донбасу. 2021. № 1 (63). С. 179—185.
4. Угоднікова О. І. Цифровий публічний маркетинг як елемент інформаційної політики держави. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 93—96.
5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018—2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (дата звернення до сайту 01.06.2022).
6. Network Readiness Index 2021 Ukraine. Portulans Institute. URL: <https://networkreadinessindex.org/country/ukraine/> (дата звернення до сайту 15.06.2022).
7. Yankovets T. M., Vyshnevska M. O. Digital marketing: background, essence, management. Economic Development: Global Trends and National Peculiarities. Collective monograph. Poland: "Publishing House "Baltija Publishing", 2020. P. 579—593.
8. Романова А. А., Демешок О. О. Використання інтернет-маркетингового та управлінського інструментарію при розробці технологій удосконалення місцевої інфраструктури (на прикладі міста Чернігова). Ефективна економіка. 2013. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2247> (дата звернення до сайту 01.05.2022).
9. Scheibe A. Marketing w administracji publicznej. Wydawnictwo Naukowe UAM. 2013. URL: <https://hdl.handle.net/10593/11146> (дата звернення до сайту 02.05.2022).
10. Таран Є. І. Розвиток системи публічного управління в Україні в умовах формування інформаційного суспільства. Право та державне управління. 2020. С. 36—

40. URL: <https://doi.org/10.32840/pdu.2020.1-2.5> (дата звернення до сайту 02.05.2022).

11. Офіційний сайт Єдиного порталу державних послуг "Дія". URL: <https://diia.gov.ua/> (дата звернення до сайту 02.05.2022).

12. Офіційний сайт Міністерства та комітету цифрової трансформації України URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення до сайту 10.05.2022).

13. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П., Орленко Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу; 2-ге вид., перероб. і доп., К.: КНЕУ, 2003. 352 с.

14. Національна онлайн-школа для підприємців. Дія.Бізнес. 2022. URL: <https://business.diia.gov.ua/school> (дата звернення до сайту 10.05.2022).

15. Роль ЦНАП (Центрів Дія) у використанні е-послуг. Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/703/E-skills-Manual.pdf> (дата звернення до сайту 20.06.2022).

16. За підтримки Програми ЄС "U-LEAD з Європою" в Україні створено 1300 точок доступу до адміністративних послуг. U-LEAD з Європою, 2021. URL: <https://tsnap.ulead.org.ua/news/za-pidtrymky-programy-yes-u-lead-z-yevropoyu-v-ukrayini-stvoreno-1300-tochok-dostupu-do-administratyvnyh-poslug/> (дата звернення до сайту 20.06.2022).

17. Система електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів. URL: Сайт Державного підприємства "Державний центр інформаційних ресурсів України". <https://dir.gov.ua/projects/trembita> (дата звернення до сайту 14.07.2022).

18. Відродження українського бізнесу в умовах війни: аналітика за 2 місяці. Сайт Міністерства розвитку громад та територій України. 2022. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14850.amp> (дата звернення до сайту 10.05.2022).

19. Передчасно вимкнена реклама може зашкодити вашому бізнесу. Кейс "Краще б — у "Дія.Бізнес". Сайт CreativityUA. 2021. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/peredchasno-vymknena-reklama-mozhe-zashkodyty-vashomu-biznesu-keis-krashche-b-u-diia-biznes/> (дата звернення до сайту 02.05.2022).

20. Портал Дія отримав Red Dot Design Award. Дія. 2020. URL: <https://diia.gov.ua/news/portal-diya-otrimav-red-dot-design-award> (дата звернення до сайту 02.05.2022).

21. У Fedoriv розробили айдентику нового простору Дія.City. Telegraf. 2022. URL: <https://telegraf.design/news/u-fedoriv-rozrobyly-brend-novogo-prostoru-diya-city/> (дата звернення до сайту 02.05.2022).

References:

1. Kravtsova, T., Laschenko, O. and Kravtsov, O. (2021), "Use of the marketing approach in the activities of public management bodies in the medical field", *Aspekty publichnogo upravlinnia*, vol. 9, pp. 72—84.

2. Chaplaj, I. V. (2018), "The concept of analysis and evaluation of state-citizen communication in the reform of public administration in Ukraine", *Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy. Seriya: Derzhavne upravlinnia*, vol. 2, pp. 112—115.

3. Šimakov, K.I., Valina, V.H., Launikonis, V.P. and Budovij, M.Yu. (2021), "Peculiarities of public administration in the conditions of digital transformation of Ukraine", *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*, vol. 1 (63), pp. 179—185.

4. Uhodnikova, O. I. (2022), "Digital public marketing as an element of the information policy of the state", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 2, pp. 93—96.

5. Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine (2022), "On the approval of the Concept of the development of the digital economy and society of Ukraine for 2018-2020 and the approval of the plan of measures for its implementation", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> (Accessed 01 June 2022).

6. Portulans Institute (2022), "Network Readiness Index 2021 Ukraine", available at: <https://network-readinessindex.org/country/ukraine/> (Accessed 15 June 2022).

7. Yankovets, T. M. and Vyshnevskaya, M. O. (2020), "Digital marketing: background, essence, management", *Economic Development: Global Trends and National Peculiarities*. Collective monograph, Publishing House "Baltija Publishing", Poland, pp. 579—593.

8. Romanova, A.A. and Demeshok, O.O. (2013), "The use of Internet marketing and management tools in the development of technologies for the improvement of local infrastructure (on the example of the city of Chernihiv)", *Efektivna ekonomika*, [Online], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2247> (Accessed 15 May 2022).

9. Scheibe, A. (2013), "Marketing w administracji publicznej", *Wydawnictwo Naukowe UAM*, [Online], available at: <https://hdl.handle.net/10593/11146> (Accessed 02 May 2022).

10. Taran, Ye. I. (2020), "The development of the system of public administration in Ukraine in the conditions of the formation of an information society", *Pravo ta derzhavne upravlinnia*, [Online], pp. 36—40, available at: <https://doi.org/10.32840/pdu.2020.1-2.5> (Accessed 02 May 2022).

11. Official website of the United portal of public services "Diya" (2022), available at: <https://diia.gov.ua/> (Accessed 02 May 2022).

12. The official website of the Ministry and the Digital Transformation Committee of Ukraine (2022), available at: <https://thedigital.gov.ua/> (Accessed 10 May 2022).

13. Pinchuk N. S. and Haluzyns'kyj H. P., Orlenko N. S. (2003), *Informatsijni systemy i tekhnolohii v marketynhu* [Information systems and technologies in marketing], 2-d ed., KNEU, Kyiv, Ukraine.

14. Action. Business (2022), "National online school for entrepreneurs", available at: <https://business.diia.gov.ua/school> (Accessed 10 May 2022).

15. Decentralization (2021), "The role of TsNAP (Action Centers) in the use of e-services", available at: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/703/E-skills-Manual.pdf> (Accessed 20 June 2022).

16. U-LEAD (2021), "With the support of the EU Program "U-LEAD with Europe", 1,300 access points to administrative services have been created in Ukraine", available at: <https://tsnap.ulead.org.ua/news/za-pidtrymky-programy-yes-u-lead-z-yevropoyu-v-ukrayini-stvoreno-1300-tochok-dostupu-do-administratyvnyh-poslug/> (Accessed 20 June 2022).

17. Website of the State Enterprise "State Center of Information Resources of Ukraine" (2022), "System of electronic interaction of state electronic information resources", available at: <https://dir.gov.ua/projects/trembita> (Accessed 14 July 2022).

18. Website of the Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine (2022), "Revival of Ukrainian business in war conditions: analytics for 2 months", available at: <https://decentralization.gov.ua/news/14850.amp> (Accessed 10 May 2022).

19. Website CreativityUA (2022), "Prematurely disabled ads can hurt your business. Case "It would be better — in "Diya.Business", available at: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/peredchasno-vymknena-reklama-mozhe-zashkodyty-vashomu-biznesu-keis-krashche-b-u-diia-biznes/> (Accessed 02 May 2022).

20. Portal "Diya" (2020), "Diya portal received the Red Dot Design Award", available at: <https://diia.gov.ua/news/portal-diya-otrimav-red-dot-design-award> (Accessed 02 May 2022).

21. Telegraf (2022), "At Fedoriv, the identity of the new Diya.City space was developed", available at: <https://telegraf.design/news/u-fedoriv-rozrobyly-brend-novogo-prostoru-diya-city/> (Accessed 02 May 2022).

Стаття надійшла до редакції 15.07.2022 р.