

4. Report on the progress of the national revenue strategy until 2030. URL: <https://mof.gov.ua/storage/files/Report%20on%20the%20progress%20of%20the%20National%20revenue%20strategy%20until%202030%20in%202024.pdf>

5. Kyiv School of Economics. Fiscal Digest 2024. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2025/02/Fiscal-Digest-2024.pdf>

УДК 35.077:004

Мирошниченко Аліна Іванівна

к. держ. упр., доцент кафедри публічного управління, адміністрування та права

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Сучасний світ змінюється шаленими темпами: цифрова революція, геополітичні потрясіння та економічні перебудови змушують переосмислити, як працює публічне управління. У таких умовах застосування інновацій в адміністративних послугах – це не просто модний тренд, а реальний інструмент та потреба, щоб зробити державу ефективнішою і ближчою до людей. Сьогодні ключ до успіху будь-якої держави полягає у переході до людиноцентричних моделей, де громадянин не пасивний отримувач, а повноцінний партнер у створенні послуг. Варто відзначити, що це особливо актуально для України, де цифрова трансформація через платформу «Дія» вже показала, як технології можуть спростити процес надання послуг та підвищити довіру до влади.

В Україні «Дія» – це справжній прорив, який не лише прискорив доступ до послуг, а й зекономив мільярди гривень на паперах та чергах. Але щоб рухатися далі, варто поглиблювати цей досвід, особливо в регіонах, де ресурси обмежені та прифронтових регіонах. Глобальні тенденції у світі надають підказки в якому напрямку потрібно рухатися далі, а саме від традиційного адміністрування до інтегрованих екосистем, орієнтованих на користувача. Серед ключових напрямків – фокус на людину (human-centered design), аналітика даних, спільне творення послуг (ко-креація) та персоналізація.

Цифрова трансформація йде пліч-о-пліч з штучним інтелектом, який автоматизує рутину і робить процеси прозорішими. У ЄС технології ШІ вже допомагають оптимізувати адміністрування, скорочуючи витрати та ризики корупції [1]. В Україні ми це бачимо в ЦНАП: алгоритми прискорюють реєстрацію бізнесу чи видачу документів, роблячи систему менш вразливою до зловживань. Звісно, є це породжує нові виклики та загрози, від кібербезпеки до цифрової грамотності, але потенціал величезний.

Цінним є досвід Франції щодо ко-креація, між владою, бізнесом і громадянами, зокрема це втілено в проєктах як Open Food Facts, де громадські ініціативи з відкритими даними про продукти співпрацюють з урядом для кращого регулювання харчової безпеки, чи Pyronear – системі раннього виявлення лісових пожеж, яка об'єднує волонтерів, технології та державні служби [2]. В Україні подібний метод використовується в «Громадському бюджеті», якщо розширити його на національний рівень, то це могло б стати справжнім каталізатором участі.

Персоналізація та проактивність – це наступний крок до «розумних» послуг, які самі знаходять користувача. У США портал DisasterAssistance.gov спростив допомогу після катастроф, значно скоротивши час на обробку заяв. А в Південній Кореї Smart Shelter – інноваційні зупинки з Wi-Fi, зарядками та моніторингом безпеки – досягли рівня задоволеності понад 94% серед користувачів [3]. Для нас це могло б означати автоматичне призначення субсидій через «Дію» чи персональні нагадування про терміни – прості, але революційні зміни.

Відкриті дані – основа всього, вони забезпечують прозорість і дозволяють приймати рішення на основі фактів. Як зазначено в Концепції розвитку цифрової економіки України, аналітика таких даних формує сервісно орієнтовану державу [4]. У 2024 році аналіз прогресу цифровізації в Україні підтверджує, що ми рухаємося вперед, але потребуємо більше інвестицій у регіони.

Інновації роблять публічне управління стійким до криз, це синергія технологій і людського фактора. Для України можемо виділити наступні пріоритети: розгортання «Дії» на місцях – від сіл до малих міст; розвиток ко-креації через платформи участі та відкриті дані; навчання кадрів цифровим навичкам – від державних службовців та управлінців до IT-спеціалістів; вивчення кращих практик через бенчмаркінг.

Реалізація цих кроків не лише підвищить ефективність, а й зміцнить суспільну згуртованість. У часи невизначеності держава, яка слухає та адаптується, – це запорука сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. OECD. *Enabling Digital Innovation in Government*. Paris: OECD Publishing, 2024. DOI: 10.1787/a51eb9b2-en
2. Early Detection of Forest Wildfires: Project Overview. *Pyronear*. Toulouse, 2024. URL: <https://pyronear.org/en/>
3. Smart Shelter: Efficiency and User Satisfaction Report. *Seoul Metropolitan Government*. Seoul, 2024. URL: <https://smartcity.go.kr/en/2022/02/14/seongdong-gu-180-million-users-seongdong-type-smart-shelter-installation/>

4. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p>

УДК 339.138:005.591.1:004

Мішкур Олена Валентинівна

магістрант

Кофанов Олексій Євгенович

кандидат економічних наук, кандидат технічних наук, доцент

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СИНТЕЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ТА ПРІОРИТЕТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ІТ-ПІДПРИЄМСТВ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Дослідження актуальне, оскільки ринок інформаційних технологій переживає незворотну трансформацію, що супроводжується швидкими технологічними змінами, високою чутливістю до репутаційних ризиків і зростанням ролі нематеріальних активів. Підприємствам, зокрема стартапам та інноваційним платформам, необхідно формувати адаптивну й науково обґрунтовану стратегію просування. В умовах конкуренції та обмеженого бюджету успіх залежить від поєднання традиційного маркетингу з цифровими технологіями, де ключову роль відіграє довіра. Ф. Котлер підкреслює, що в цифрову епоху стратегія просування є складовою створення цінності та взаємодії з клієнтом [1, с. 115]. Робота спрямована на теоретичне осмислення підходів до просування ІТ-послуг і визначення напрямів їх удосконалення в умовах цифровізації. Оптимізація стратегій ІТ-компаній має базуватися на трьох взаємопов'язаних системних пріоритетах, які забезпечують конкурентну перевагу:

1. Контент-центрована стратегія та експертне позиціонування. На ринку ІТ-послуг, де продукти складні й часто нематеріальні, акцент зміщується від традиційної реклами до маркетингу, орієнтованого на довіру та експертизу. Це зумовлює перехід до стратегії Thought Leadership, що передбачає створення якісного освітнього та фактологічного контенту. За Е. Рашвортом, саме інформативний контент формує емоційний зв'язок і довіру [2, с. 91], перетворюючи компанію з продавця на партнера.

2. Омніканальність із фокусом на соціальні медіа та спільноти. Ефективне просування потребує омніканальної інтеграції, яка забезпечує єдиний клієнтський досвід на різних платформах [3, с. 210]. Для ІТ-стартапів соціальні мережі є ключовим інструментом комунікації, масштабування та перевірки ідей. Дослідження Гровера й Кумара доводять,