

УДК 323.21/316.776.3/35.077.2

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2020.30.26>

## **ЗАДАЧА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННИХ ПОСЛУГ ДЕРЖАВИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ РОБОТИ ІЗ ЦІЛЬОВИМИ АУДИТОРІЯМИ**

**Наталія Мельничук**

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
Інститут міжнародних відносин, кафедра міжнародної інформації  
вул. Юрія Іллєнка (Мельникова), 36/1, 04119, м. Київ, Україна*

Статтю присвячено актуальній у сучасній науковій та політичній діяльності темі впровадження електронного урядування. Оскільки реалізація принципів концепції електронного урядування в Україні знаходиться в стані розробки та впровадження, дослідження з цієї тематики становлять не лише науковий, а й практичний інтерес зокрема для державних структур та інституцій. У статті приділено увагу особливостям цифровізації та електронних послуг в умовах сучасного стану розвитку української держави та українського суспільства. Окрему увагу приділено комунікаційній складовій частині процесу формування е-держави та е-громадянина, зокрема питанням формування активної громадської участі в процесах державотворення, що є невід'ємною характеристикою сучасної демократичної держави, клієнто орієнтованого та результато орієнтованого типу урядування. Визначено основні проблемні складники процесу впровадження системи електронних послуг із боку споживача – громадянина. Запропоновано приклад структури пріоритетних цільових аудиторій для комунікаційного проекту, метою якого має стати популяризація електронних послуг серед громадян України. Представлено характеристику (частину профайлу) пріоритетних цільових аудиторій за критеріями важливості для реалізації комунікаційного проекту, зацікавленості в проекті, проявів небажаної поведінки та можливих змін в оціночних та поведінкових показниках топ-5 ЦА. Запропонований підхід до структурування цільових аудиторій, побудови карти ЦА, відповідно, планування ланцюгів комунікаційних впливів може забезпечити ефективне вирішення проблеми недовіри значної частини населення до системи електронних послуг за умови раціонального використання ресурсів, а також допоможе сформувати активну та свідому громадянську позицію серед молоді, що зазвичай менш активно долучається до діалогу з державою. Результатом запровадження комплексного раціонального комунікаційного проекту з популяризації е-урядування в Україні має стати активна та свідома участь громадян у процесі державотворення, вдосконалення інституційних процесів, підвищення рівня прозорості та відкритості діяльності державних структур, покращення не лише індексних, але й рейтингових характеристик рівня розвитку електронного урядування України у світових рейтингах.

*Ключові слова:* електронне урядування, цифровізація, електронні послуги, цільова аудиторія, структурування цільових аудиторій, профайл цільових аудиторій, комунікаційний вплив, цифрові компетенції.

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ), що лише набирає темпів протягом вже більше 30 років, вносить незворотні зміни в усі сфери життя та розвитку людини, особистого та суспільного. Сучасний світ стає дедалі більш залежним від ІКТ. Фундаментальним чином змінюється характер взаємодії на міжнародній арені та всередині країни, між міжнародними акторами, державними інституціями, населенням країни, окремими громадянами, що зумовлює певні критичні виклики на шляху розбудови суспільства, але одночасно й надає суттєві можливості для соціального, економічного роз-

витку країни, підвищення її конкурентоздатності. Інститут держави має довгу історію існування та розвитку, змінювались концепції, форми та методи, але питання ефективності державного управління залишається актуальним. «Якщо раніше <...> акцентувалося на тому, що держава має обслуговувати своїх громадян, то сьогодні мова має йти про формування партнерських відносин між державою і громадянами, про їх спільний внесок і дії щодо вирішення назрілих питань» [1, с. 4]. Одним із дієвих інструментів трансформації державного управління в епоху становлення інформаційного суспільства (чи вже нині суспільства знань) є реалізація концепції електронного урядування, електронної демократії. Впровадження цифрових технологій у сферу державного управління країни уможливорює значне підвищення його ефективності, вирішення проблем швидкості, якості, доступності для більшості громадян і подолання корупції та бюрократії в цій області.

Серед європейських стандартів розвитку держави чільне місце займають інформатизація суспільства та впровадження концепції електронного уряду, яка розуміє електронне урядування як «форму організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян» [2]. В Україні прийнято цілу низку законів та інших нормативних актів, що регулюють інформатизацію та впровадження електронної інформаційної системи «Електронний уряд» задля забезпечення глобальної цифровізації та реалізації проекту «Держава у смартфоні». Хоча впровадження в життя країни переваг ІКТ в Україні відбувалось протягом багатьох років, лише в вересні 2017 р. Уряд схвалив Концепцію розвитку електронного урядування в Україні, яка визначала «напрями, механізми і строки формування ефективної системи електронного урядування в Україні для задоволення інтересів та потреб фізичних і юридичних осіб, вдосконалення системи державного управління, підвищення конкурентоспроможності та стимулювання соціально-економічного розвитку держави» [3]. Далі, вже в січні 2018 р. Уряд схвалив «Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки», в основу якої було покладено реалізацію ініціатив «Цифрового порядку денного України 2020» (цифрова стратегія) і яка відходила від застарілих принципів інформатизації суспільного життя та враховувала певні сучасні тенденції та досвід провідних країн світу. Зокрема, в Порядку денному зазначались переваги процесу цифровізації над традиційним поняттям інформатизації:

- якісне покращення усіх процесів, створення нових послуг;
- створення нових форм взаємодії: хмарні послуги, Big Data, Machine to Machine тощо;
- сприяння як економічному розвитку країни, так і реалізації людського потенціалу;
- сприяння форсованому революційному розвитку [4, с. 2].

Сучасні тенденції у сфері державного урядування значною мірою характеризуються підвищеним ступенем «електронізації» та «цифровізації» процесу взаємодії держави та громадянина. Саме цей фактор зумовлює розподіл «відповідальності» за ефективність процесу такої взаємодії між обома сторонами – державними інституціями та власне громадянами. Ще в 2010 році в рамках стратегії «Європа 2020» в «Цифровому порядку денному для Європи» (англ. Digital agenda for Europe) було окреслено 7 основних засад європейської стратегії розвитку цифрової економіки до 2020 року, серед яких окреме місце посідали питання довіри та підвищення електронних навичок користувачів електронних послуг наряду з питаннями створення єдиного цифрового ринку, інтероперабельності стандартів, впровадження ІКТ у соціальну сферу, науковими доробками для покращання якості та швидкості технологій та їх впровадження в різні галузі життя суспільства. Щодо

України, «Цифровий порядок денний України 2020» (цифрова стратегія) також на рівні трансформації діяльності уряду розглядав дві складові частини: E-government (електронне врядування, стосується діяльності урядових установ та процесів, ініційованих урядом країни) та E-participation (електронна участь, стосується залучення громадян до участі в суспільних та політичних процесах, процесах взаємодії з державними установами, електронна демократія), що насамперед також вимагає від громадянина високого рівня цифрових компетенцій, рівно як і довіри до ефективності, прозорості, надійності, безпеки електронних послуг, якими він користується.

Отже, якщо теоретичні концепції щодо дій та заходів, що сприяють підвищенню ефективності е-уряду, мають вже певні напрацювання (моделі, механізми дії), досвід інших країн світу висвітлив проблемні місця та показав шляхи їх подолання, слабкою ланкою функціонування всієї системи електронного урядування залишається сам споживач електронних послуг – громадянин держави, на чю користь, насамперед, спрямовані дані трансформації. Традиційна для українського суспільства недовіра до чиновництва, впевненість у бюрократизмі та хабарництві доповнюються в контексті е-урядування недовірою до «віртуального державного офісу», до рівнозначності електронного документа та традиційного, паперового, сумнівами щодо безпеки електронних даних та електронних транзакцій, а особливо невпевненістю у власних навичках користування ІТ для вирішення поточних задач. Особливо це стосується громадян старшого віку, основна професійна, виробнича та громадянська активність яких припала на час паперової бюрократії.

Поступово можна спостерігати, що ситуація в Україні з використанням ІКТ як у звичайному житті, так і у взаємодії з державними органами змінюється на краще. Але темпи таких змін видаються недостатніми. Низка програм, спрямованих на покращення навичок ефективного використання е-послуг, як державних, так і рівня місцевих адміністрацій, показали позитивні зрушення в рівні е-грамотності. Для прикладу можна навести youtube-кампанію «Тримай пораду від сусіда» Державного агентства з питань електронного урядування, розпочату в березні 2019 року, метою якої визначено популяризацію електронних послуг різних державних органів України серед пересічних громадян. Тематика роликів спрямована на електронні послуги, що потенційно користуються найбільшим попитом громадян. Крім того, варто згадати організацію безплатних курсів комп'ютерної грамотності для пенсіонерів у різних містах України на базі місцевих публічних бібліотек, Університет третього віку В. Пилипишина, різноманітні волонтерські та громадські програми, що в невимушеній формі допомагають громадянам розібратись в особливостях користування електронними послугами від електронних кабінетів комунальних служб, онлайн-банкінгом, електронними чергами до лікаря чи ЦКС, до отримання довідки, оформлення пенсії чи субсидії, реєстрації бізнесу, подання запиту чи заяви тощо. Нині в Україні представлено вже більше 120 різних електронних послуг, які можна знайти на Урядовому порталі в розділі «Електронні послуги» [5], але цілісної реалізації Концепції електронного урядування поки що не досягнуто.

Для подолання проблеми недостатнього рівня довіри до електронних послуг необхідна комплексна цілеспрямована інформаційна підтримка з боку держави, роз'яснювальна та просвітня робота з метою формування позитивної оцінки громадян щодо е-урядування, розуміння його цілей та суті, бачення своєї ролі в процесі управління державою. Адже «стати справді «електронним Громадянином» (а не просто користувачем окремих послуг), який знається на проблемах державного управління, стати свідомим учасником політичного процесу, власне, і є кінцевою метою розбудови електронного уряду. Проте «електронним» Громадянин може стати лише за умови його повної залученості до політичних про-

цесів у державі, що своєю чергою не може не корелюватись зі процесами зацікавленості, на які і може вплинути держава шляхом певних інформаційних кампаній із заохочення громадян до процесів державницького будівництва» [6, с. 91].

В умовах вирішення задачі формування або трансформації громадської думки з певного питання державного, національного чи суспільного значення, зокрема заохочення громадян до свідомого використання механізмів та послуг з електронного урядування, особливого значення набуває проблема ефективності комунікаційного впливу. Оскільки йдеться не лише про популяризацію е послуг та е участі, а й про забезпечення ефективної організації суспільного і політичного життя держави і державних інститутів із метою демократизації та розвитку інститутів суспільного управління, зрештою, забезпечення державних інтересів.

Необхідною умовою забезпечення ефективності комунікаційного впливу є детальне структурування цільових аудиторій на основі значущих показників відповідно до цілей такого впливу. Загальна кількість досліджуваних ЦА для комунікаційного проекту державного/національного рівня може сягати 25–30, іноді 50. Саме детальна структуризація дає змогу побудувати раціональну карту цільових аудиторій, тим самим спланувати комунікаційний вплив максимально ефективним та результативним. Суть розробки карти цільових аудиторій полягає в побудові ієрархії ЦА і встановленні мережі впливів між ними таким чином, щоб забезпечити ефективне охоплення інформаційними потоками та комунікаційними впливами абсолютно всі цільові аудиторії, значущі в рамках конкретного комунікаційного проекту. У термінах державного комунікаційного проекту поняття карти цільових аудиторій має суттєві особливості, основною відмінністю стають мета створення та застосування такої карти в подальшому плануванні проекту. У рекламній діяльності карта ЦА створюється загалом у процесі розробки портрета ЦА, визначення портрета споживача/користувача. Рекламна кампанія не має на меті зміну ціннісних орієнтирів реципієнтів інформаційного впливу. У той час як метою комунікаційного проекту державного/суспільного рівня є глибока зміна поведінкового шаблону громадян держави, а карта ЦА такого проекту відображає ланцюги впливів між конкретними цільовими аудиторіями. Раціональна карта ЦА дає змогу надалі спланувати безпосередній вплив лише на топ-5 ЦА, при цьому забезпечується максимальне охоплення інформаційними впливами всіх ЦА в межах проекту при економії ресурсів шляхом «керування ланцюгів впливів».

Значущими для конкретного проекту показниками можуть бути вікові групи, стать, рівень матеріальних статків, професійна сфера діяльності, регіон проживання, політичні погляди, рівень освіти, навіть наявність чи відсутність авто. Основним критерієм відбору показника для процесу структурування має виступати рівень чутливості поведінкової чи ментальної/емоційної реакції ЦА. «Наприклад, під час розробки проекту з проблеми безпритульних тварин на вулицях міст або свідомого дотримання ПДР не буде суттєвою характеристика політичних поглядів, у той же час при дослідженні проблеми формування національної ідентичності або просування певної реформи державного управління цей показник може виявитися суттєвим» [7].

У контексті проблеми популяризації концепції електронного урядування та електронних послуг зокрема серед громадян України та подолання сумнівів та страхів щодо безпеки та навичок користування ними найбільш значущими видаються показники: відношення до бізнесу (власний бізнес, найманий працівник, держслужбовець), вік (особливо молодь та старше покоління; середня вікова група охоплена за попереднім показником), також ступінь володіння навичками користування ІКТ та використання ІКТ у повсякден-

ному житті для вирішення робочих, навчальних чи побутових задач. «Особливої уваги потребує критерій поділу ЦА за віковими групами. Старше покоління не опанувало ІТ на достатньому рівні для ефективної взаємодії з урядом і задоволенні власних потреб. У той же час покоління старших людей завжди було політично більш активним за молодь, із більшим досвідом та свідомою громадянською позицією, що позитивно впливає на процеси демократизації та аудиту діяльності уряду з боку суспільства, проте брак ІТ обізнаності зменшує перспективи залучення таких громадян до суспільних трансформацій. Що стосується молодого покоління, тут постає серйозна проблема заохочення молоді до діалогу з державою задля удосконалення держави та її послуг. Ця дилема і є наріжним каменем для ефективної й успішної діяльності електронного уряду як трансформаційного проєкту та сучасного демократичного тренду» [6, с. 93].

Для прикладу можна запропонувати частину попереднього профайлу цільових аудиторій комунікаційного проєкту, метою якого є поширення та популяризація електронного урядування в Україні, наведеного в таблиці 1.

Таблиця 1

## Приклад (частина) попереднього профайлу топ-5 ЦА [6, с. 93–94]

ЦА	Чому дана ЦА важлива для проєкту	Чому проєкт важливий для цієї ЦА	Що не влаштовує в поведінці / ставленні / позиції	Очікувані (бажані) зміни в поведінці / ставленні / позиції
Молодь 18–25	Необхідна база знань та навичок. Молодь – майбутнє країни	Сучасний статус «електронного» Громадянина	Слабка громадянська позиція. Часта орієнтація на кар'єру та заробіток	Активна громадянська позиція. Залучення в процеси модернізації держави
ПП, власний бізнес 25–60	Постійно працюють із цією сферою в рамках ведення бізнесу	Спрощення, зручність, якість в отриманні державних послуг. Зменшення бюрократії та корупції	Упередженість щодо надійності, зручності та ефективності	Активне використання е-послуг для задоволення потреб бізнесу
Наймані працівники 25–60	Потенційно є споживачами е-послуг держави в усіх сферах	Спрощення, зручність, якість в отриманні державних послуг. Зменшення бюрократії та корупції	Упередженість щодо надійності, зручності та ефективності. Нерозуміння переваг. Часто недостатній рівень володіння ІТ	Активне використання е-послуг для задоволення власних потреб
Державні службовці (рядовий склад)	Постійно працюють із цією сферою в рамках службових обов'язків	Е-послуги – необхідна умова для виконання службових обов'язків	Часто сприймають е-послуги як перешкоду. Недостатній рівень володіння ІТ (особливо в маленьких містах та селищах)	Надання е-послуг на високому рівні (якісно, швидко, зручно для всіх ланок процесу). Популяризація та роз'яснювальна робота серед громадян
Старше покоління 60+	Активна зацікавленість в діяльності уряду	Можливість безпосередньої участі в житті країни	Недостатня обізнаність із сучасними ІТ	Активне використання е-послуг для задоволення власних потреб

До розробки попереднього профайлу застосовано такі критерії (за В.С. Волкер<sup>1</sup>):

- чому ця ЦА важлива для проекту (визначає ті ЦА, на які треба у першу чергу спрямувати комунікаційний вплив і не можна залишити під опосередкований вплив (який може виявитись більш слабким чи навіть частково викривленим), ті ЦА, від яких значною мірою залежить ефективність комунікаційного чи робочого проекту);
- чому проект важливий для цієї ЦА (чому ця ЦА має зацікавитись проектом, що він їй дає, які потреби/інтереси задовольняє);
- що не влаштовує в поведінці/ставленні/позиції цієї ЦА в контексті проекту (ті оціночні чи поведінкові особливості, які заважають ефективній реалізації проекту або заважають цій ЦА долучитись до проекту);
- очікувані (бажані) зміни в поведінці/ставленні/позиції цієї ЦА (конкретні оціночні чи поведінкові зміни, які можна відслідковувати та які наочно демонструють динаміку змін (чи їх відсутність) та рівень досягнення цілей проекту);
- як ця ЦА отримує інформацію (загальна характеристика каналів отримання інформації, які можна використовувати в рамках проекту для ефективного охоплення даних ЦА);
- наявні/потенційні лідери думок для цієї ЦА (найменш стала категорія, в разі її виділення дає змогу значно покращити результативність проекту, але здебільшого сила впливу лідера думки зменшується зі збільшенням кількісної характеристики ЦА).

Застосування такого підходу дає змогу розмежувати цільові аудиторії за принципом раціональності спрямування комунікаційного впливу – виділити топ 5 ЦА, безпосередній комунікаційний вплив на які сприятиме ефективності проекту та забезпечить досягнення запланованих результатів, відсунення цих ЦА на нижчі рівні може призвести щонайменше до зниження ефективності або до спотворення очікуваних результатів проекту, а також розташувати решту ЦА в ієрархічній структурі цільових аудиторій досліджуваної проблеми. Планування комунікаційного впливу за подібною структурою відповідає принципам організації інформаційної роботи за розвинутою стратегічною моделлю масового обміну інформацією, що враховує не лише вертикальні, а й горизонтальні впливи та видається ефективною при реалізації державних/національних/суспільних проектів.

Також важливими для визначення пріоритетних цільових аудиторій можуть виступати характеристики ЦА за критеріями ролі в процесі комунікації та ставлення до конкретної проблеми [8, с. 62–63].

Розробка поглибленого (повного) профайлу проводиться для визначених з ієрархічної структури топ-5 цільових аудиторій і має на меті надати максимальну інформацію, що допоможе визначити індивідуальні особливості сприйняття інформації, мисленневих процесів та поведінкових шаблонів пріоритетних ЦА. Такий підхід дає змогу розробити більш індивідуалізований інформаційний контент і, відповідно, сприяє підвищенню ефективності комунікаційного проекту. У поглиблений профайл включають такі характеристики, як структура інтересів ЦА (життєві, рушійні та загальні), позитивні та негативні стереотипи ЦА, тип сприйняття інформації та прийняття рішень (рівень та тип візуалізації, ступінь емоційності подання інформації та реакції на неї, ступінь спонукання, аргументація та доказовість, законсервованість мисленневих, емоційних та поведінкових шаблонів тощо).

<sup>1</sup> Dr. Vivian S. Walker, Executive Director of the United States Advisory Commission on Public Diplomacy at the Department of State.

Етап роботи над структуруванням цільових аудиторій, а особливо над створенням профайлу, забирає до 70% часу розробки усього проекту. Але саме «правильний» профайл ЦА є запорукою успіху комунікаційного проекту.

Результатом цілісної, комунікаційної кампанії держави щодо популяризації та роз'яснення суті, мети та особистісних переваг для громадян країни комплексного впровадження принципів електронного урядування відповідно до урядових ініціатив (Концепції розвитку системи електронних послуг..., Концепції розвитку електронної демократії..., Концепції розвитку електронного урядування..., повномасштабного впровадження системи обміну даними «Трембіта» та ін.) має стати активна та свідома участь громадян у процесі державотворення, вдосконалення інституційних процесів та розбудова сильних державних інституцій, підвищення рівня прозорості та відкритості діяльності державних структур.

#### Список використаної літератури

1. Зарубіжний досвід упровадження електронного урядування / Т. Камінська та ін.; за заг. ред. С. Чукут. Київ, 2008. 200 с.
2. Концепція розвитку електронного урядування в Україні : схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 20.09.2017 р. № 649-р. *Законодавство України* : база даних. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/649-2017-r#n14> (дата звернення: 12.07.2020).
3. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні. *Нормативно-правові акти* : база даних. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250287124> (дата звернення 12.07.2020).
4. Проект Закону України «Про цифровий порядок денний України» : інфографіка. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. *Верховна Рада України*. URL: <https://www.rada.gov.ua/uploads/documents/40009.pdf> (дата звернення 16.07.2020).
5. В Україні зростає попит на електронні послуги – Держагентство. *Укрінформ* : офіц. вебсайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2682848-v-ukraini-zrostaє-popit-na-elektronni-poslugi-derzagentstvo.html> (дата звернення 15.07.2020).
6. Андреева О.М., Мельничук Н.Б. Структурування цільових аудиторій при впровадженні концепції електронного урядування в державі. *Social science: history, modernity, the future, EU experience* : Proceedings of the International scientific and practical conference, Wloclawek, Republic of Poland, 27–28 December, 2019. Wloclawek : Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2019. P. 90–95.
7. Мельничук Н.Б. Задача структурування цільових аудиторій при плануванні комунікаційного проекту. *Міжнародна інформація / Міжнародні комунікації: історія, сучасність і перспективи* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 6 грудня 2019 р. *Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки»*. 2019. Вип. 21 (2019). URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/3855](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3855) (дата звернення 13.07.2020).
8. Коник Д. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців. Київ, 2016. 256 с.

**PROBLEM OF POPULARISATION OF E-SERVICES IN UKRAINE  
IN THE CONTEXT OF WORKING WITH TARGET AUDIENCES****Nataliya Melnychuk***Taras Shevchenko National University of Kyiv,  
Institute of International Relations, Department of International Information  
Yuriy Illenko (Melnikova) str., 36/1, 04119, Kyiv, Ukraine*

The article is devoted to the problem of e-government implementation, which is actual task for most of modern countries. As the system of e-government and e-services in Ukraine is in the developing state, research on this topic have not only scientific but practical value in particular for government agencies and institutions. The article studies the features of the implementation of the principles of e-government in modern realities of Ukrainian political life; pays attention to the peculiarities of the processes of digitization and e-services' implementation. Special attention is paid to communication component of the forming process of an e-state and e-citizen, in particular to the forming of the active public participation in state-building processes, which is an integral feature of a modern democratic state, feature of a customer-oriented and result-oriented type of government. The article identifies the main problematic components of implementation process of e-services system from the point of view of the citizen – the real consumer of this services. The structure of priority target audiences for a communication project, which should aim to promote electronic services among the citizens of Ukraine is shown in the article as an example of using the method proposed. The research presents the part of target audiences' profile, based on such criteria as importance for the implementation of communication project, level of interest to the project aims and potential results, undesirable behavior and possible changes in the evaluation and behavioral indicators of the top-5 target audiences. The proposed approach to structuring target audiences, building a TA map and thus planning the controlled chains of communication influences can provide an effective solution to the problem of distrust of a large part of the population to the system of electronic services with ensuring the rational use of resources. It will also help to form an active and conscious civic position among young citizens, who are usually less actively involve themselves in dialogue with the state. The realization of a comprehensive rational communication project should result in active and conscious participation of citizens in state formation processes, increasing transparency and openness of government agencies and institutions, improvement not only index but also rating assessments of the e-government' implementation in Ukraine.

*Key words:* e-governance, digitization, e-services, target audience, structuring target audiences, target audience profile, communication influence, digital competencies.