

Вероніка Литовцева, Даріуш Кравчик, Александра Кузіор, Марина Бричко, Тетяна Васильєва

Маркетингові дослідження в контексті довіри до державного сектору: Приклад цифрового середовища

Довіра до суспільних послуг є рушійною силою соціально-економічного розвитку, забезпечуючи ефективний діалог між громадянами та урядом і стає особливо актуальною в умовах цифровізації. Брак довіри до державного сектору може зробити реформи неефективними та поставити під сумнів досягнення цілей Міністерства цифрової трансформації в рамках Державної стратегії регіонального розвитку України до 2027 року. З цієї причини маркетингові інструменти у сфері державних послуг мають бути спрямовані на досягнення більшої довіри до цих послуг та уряду. У цій статті аналізуються поточні дослідження з маркетингу в державному секторі та його ролі в зміцненні довіри як основи цифрового розвитку країни. Використовуючи багаторівневий бібліометричний (інструменти Scopus), мережевий (VOSviewer) і порівняльний (Google Trends) аналіз, це дослідження простежує розвиток маркетингових досліджень щодо процесу переходу надання державних послуг від традиційного до цифрового підходу. Було проаналізовано 922 дослідження, опубліковані між 1968 і 2022 роками. Результати показують, що маркетинг у державному секторі є міждисциплінарною сферою наукових досліджень, яка активно розвивається. Кластерний аналіз показав, що його модернізація та взаємозв'язок між маркетингом послуг та поведінкою споживачів є найменшими та найновішими сферами досліджень. Дослідники вважають маркетинг відносин основним механізмом зміцнення довіри в державному секторі. У цій статті виявлена невелика кількість досліджень щодо впливу маркетингових інструментів на довіру споживачів до державних послуг. Порівняльний аналіз підтвердив гіпотезу про необхідність зміни маркетингових інструментів у зв'язку з масовим переходом від офлайн- до онлайн-сервісів.

Ключові слова: маркетинг, довіра, державний сектор, економічне зростання, політика економічного розвитку, цифровізація

Класифікація JEL: G41, F63, O10, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.