

УДК 351.862.4:659.1

**ШВЕДУН ВІКТОРІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА**, Національний університет цивільного захисту України

## **МЕТОД МОДЕЛЮВАННЯ В ОЦІНЮВАННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ РЕКЛАМИ**

*В статті побудовано модель оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами шляхом поєднання ключових фінансових та нефінансових аспектів підходу «Збалансована система показників» та концепції усунення недоліків у функціонуванні, що є основою підходу «Шість сигм». Зокрема, обґрунтовано вибір методів оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами. Побудовано модель оцінки ефективності функціонування державних органів виконавчої влади стосовно регулювання інноваційної реклами. Отримані результати є підґрунтям для подальшого реінжинірингу державного регулювання інноваційної реклами.*

*Ключові слова: модель, оцінка ефективності, державне регулювання, інноваційна реклама, шість сигм, збалансована система показників.*

## **MODELING OF ESTIMATION OF INNOVATIVE ADVERTISING STATE REGULATION EFFICIENCY**

*The model of estimation of innovative advertising state regulation efficiency by combination of key financial and not financial aspects of the approach «Balanced system of indicators» and the concept of elimination of functioning lacks, which is the basis of «Six sigmas» approach, is constructed in the article. In particular, the choice of methods of estimation of efficiency of innovative advertising state regulation is proved. The model of estimation of efficiency of functioning of the state enforcement authorities concerning regulation of innovative advertising is constructed. The received results are a basis for the subsequent reengineering of innovative advertising state regulation.*

*Keywords: model, efficiency estimation, state regulation, innovative advertising, six sigmas, balanced system of indicators.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** На нинішньому етапі оцінка ефективності державного регулювання інноваційної реклами стає все більш актуальною та необхідною, враховуючи активні темпи розвитку рекламного ринку. Проте, відповідно до динамічного зростання сфери рекламної діяльності, спостерігається збільшення кількості різнохарактерних недотримань рекламного законодавства. Виходячи з цього, актуальною і необхідною є побудова дієвої моделі оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання державного регулювання рекламної діяльності досліджувалися у наукових працях багатьох вчених, зокрема, таких, як: В.Д. Бакуменко, А.М. Гринько-Гузевська, Л.А. Микитенко, Є.В. Ромат, А.В. Стрельников та ін.

Зокрема, автор В.Д. Бакуменко наводить загальний огляд сутності поняття “державне регулювання” без його співвідношення з визначеними сферами діяльності [2, с. 19–23].

Автори М. Гринько-Гузевська, Л.А. Микитенко та А.В. Стрельников лише частково зосереджують свою увагу на загальних засадах державного регулювання в сфері рекламної діяльності [3, 4, 6].

Автор Є.В. Ромат досліджує державне регулювання рекламною діяльністю, не враховуючи особливості інноваційної реклами [5, с. 250].

#### **Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.**

Виходячи з вищезазначеного, досі недостатньо висвітленими залишаються питання оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами.

**Формулювання цілей статті.** Враховуючи вищезазначене, метою даної статті є побудова моделі оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами.

Для досягнення поставленої мети в роботі необхідно сформулювати та вирішити такі завдання:

- обґрунтувати вибір методів оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами;

- побудувати модель оцінки ефективності функціонування державних органів виконавчої влади стосовно регулювання інноваційної реклами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Традиційні методи оцінки ефективності державного управлінського рішення представлені політичним або адміністративним контролем і є результатами парламентських слухань, звітів керівників і контрольних комісій, державної аудиторської перевірки тощо.

Слід зазначити, що оцінку ефективності державного регулювання роблять різні суспільні інститути: громадянин, родина, трудові колективи, суспільні об'єднання, державні структури. Із всіх способів оцінки варто виділити наступні: звіти органів державної влади, управлінських структур, а також посадових осіб про результати їхньої діяльності. Суспільна думка також є різновидом оцінки ефективності державного регулювання, що являє собою сукупність суджень, поглядів, позицій, точок зору великої кількості людей. Суспільна думка як би співвідносить результати регулювання з потребами, інтересами й очікуваннями громадськості. І хоча суспільна думка по своїй природі є суб'єктивною, через свою масовість вона має властивість об'єктивно «бачити» ефективність державного регулювання. Оцінку ефективності державного регулювання дають засоби масової інформації, які, по своїй суті, покликані дзеркально відображати події, що відбуваються в життєдіяльності суспільства, і, отже, результати регулювання; звернення громадян, зміст яких формує уявлення про життя людей, їхні потреби, конкретні інтереси, порушення їхніх прав тощо, що, в певній мері, дозволяє судити про ефективність державного регулювання, виявляти недоліки, недогляди та слабкі місця в системі державного регулювання [1, с. 54–59].

Проте існує можливість використання і альтернативних методів оцінки ефективності державного регулювання. Зокрема, один із них передбачає зниження варіабельності процесів і стабілізацію їх характеристик і має назву «Шість сигм».

Підхід «Шість сигм» традиційно використовується для оцінки узагальнюючих показників якості процесів. Зокрема, визначення підходу «Шість

сигм» полягає у такому: це підхід до удосконалення, метою якого є виявлення й усунення причин помилок або дефектів у процесах через зосередження на тих вихідних показниках, які є критично важливими. В основі підходу «Шість сигм» знаходиться поєднання досконалого розуміння споживчих очікувань і потреб, а також грамотного і чіткого використання даних, фактів, різнохарактерних аналітичних методів (включаючи статистичні) з приділенням необхідної уваги процесам регулювання, їх розвитку та перепроєктування.

Ключові концепції підходу «Шість сигм» полягають у такому.

1. Здійснюється систематичний моніторинг очікувань громадськості стосовно інноваційної реклами. Інноваційна реклама повинна викликати у споживачів виключно задоволення від її перегляду.

2. Ідентифікація отриманої інформації та обґрунтування необхідності прийняття управлінських рішень, проведення всебічного аналізу.

У сучасному розумінні підхід «Шість сигм» розглядається і як філософія, і як методологія, і як набір інструментів удосконалювання роботи. Він застосовується в різнохарактерних сферах діяльності. Тобто в загальному випадку «Шість сигм» - це стратегічний підхід, який може бути використаний для всіх процесів та галузей.

Суть підходу «Шість сигм» полягає в тому, щоб, застосовуючи різні методи й інструменти регулювання процесами, домогтися зниження значення стандартного відхилення при заданому полі допуску.

Філософія підходу «Шість сигм» ґрунтується на постійному вдосконаленні процесів і зниженні кількості дефектів.

Поліпшення може здійснюватися за рахунок радикальних змін (підхід реінжинірингу процесів) або за рахунок незначних постійних вдосконалень (підхід «Кайдзен»). Метою покращень стосовно державного регулювання інноваційною рекламою можуть бути підвищення її інформаційної безпеки, збільшення обсягів надходжень від реклами до бюджетів усіх рівнів тощо.

Ключовими елементами філософії підходу «Шість сигм» стосовно оцінювання ефективності державного регулювання інноваційною рекламою є такі:

- задоволення громадськості. Зокрема, громадськість визначає рівень якості роботи державних органів. У кожному елементі очікувань споживача сховані вимоги до якості. Органи державної влади повинні виявити й задовольнити всі ці вимоги;

- визначення процесів, їхніх показників і методів регулювання процесами. Щоб підвищувати якість роботи необхідно дивитися на процеси з погляду громадськості. Всі елементи процесів, що не приносять цінності громадськості, повинні бути усунуті;

- командна робота й залучення персоналу. Результати роботи органів державної влади - це праця їх персоналу. Для досягнення високої якості кожний співробітник повинен бути зацікавлений у роботі й зацікавлений у досягненні високих результатів. Зацікавленість співробітників приводить до підвищення задоволеності громадськості.

Для проведення покращень, удосконалювання і регулювання процесами підхід “Шість сигм” застосовує набір різних інструментів якості. Регулювання процесами може здійснюватися на основі якісних і кількісних показників. У кожному окремому випадку може застосовуватися свій набір інструментів. Прикладами таких інструментів є статистичне регулювання процесами на основі контрольних карт, FMEA-аналіз (англ. - Failure modes and effects analysis – аналіз причин і наслідків відмов), діаграма Парето, діаграма Ісікави, деревовидна діаграма тощо [2, с. 129].

На сьогоднішній день інструментарій підходу “Шість сигм” розширився за рахунок його застосування в багатьох сферах діяльності. Фактично інструментарій “Шість сигм” містить у собі весь набір інструментів якості.

Підхід “Шість сигм” можна також вважати як процесно-орієнтовану методологію, спрямовану на поліпшення роботи. Вона дозволяє вдосконалювати всі області діяльності.

В основі методології “Шість сигм” перебувають три взаємозалежних елементи: поліпшення існуючих процесів; проектування нових процесів; регулювання процесами.

Зокрема, для вдосконалення існуючих процесів застосовується підхід поступового поліпшення. Основна увага приділяється зниженню рівня дефектності. Метою поліпшення в концепції “Шість сигм” є усунення недоліків в організації й виконанні процесів.

Для процесів, що створюються вперше, застосовується підхід, спрямований на передбачення очікувань громадськості. Основна увага приділяється попередженню появи дефектів у процесах.

Одним з важливих елементів підходу “Шість сигм” є регулювання процесами, тому що дуже часто в одночасно відбувається й удосконалювання діючих процесів, і проектування нових. Регулювання процесами, що постійно змінюються, стає досить складним завданням.

У цілому, підхід “Шість сигм” щодо регулювання процесами не сильно відрізняється від загальноприйнятої методології процесного регулювання.

Основні елементи регулювання процесами відповідно до підходу «Шість сигм» містять у собі такі компоненти:

- визначення процесів, ключових вимог громадськості і власників процесів;
- вимір показників, що характеризують виконання вимог громадськості і ключових показників ефективності процесів;
- аналіз результатів отриманих вимірів і вдосконалювання механізмів регулювання процесами;
- контроль виконання процесів на основі моніторингу «входів» процесів, ходу виконання операцій, і «виходів» процесів, а також вживання заходів щодо усунення або відхилень від установлених вимог.

Впровадження підходу “Шість сигм” будується на постійній роботі проектних команд. Команди формуються за рівнями регулювання. Як правило, таких рівнів усього три – вищі рівні регулювання, рівень регулювання процесами й рівень регулювання окремими завданнями.

Збалансована система показників являє собою сучасну технологію ефективного регулювання, що дозволяє не тільки розробити ефективну стратегію, але й успішно її реалізувати.

На сучасному етапі підхід збалансованої системи показників (далі - ЗСП) є однією з передових технологій регулювання в європейських країнах, у рамках якої органічно сполучаються:

- питання орієнтації на потреби громадськості;
- питання фінансування діяльності державних структур, що базується на результатах, а не на витратах;
- питання підвищення професійного рівня державних службовців й оптимізації процесів як усередині державних структур, так і між ними [3, с. 119].

ЗСП передбачає розробку взаємозалежних стратегічних цілей у межах зазначених перспектив, а досягнення цих цілей вимірюється шляхом визначення індикаторів (показників) оцінки.

В основі ЗСП для організацій державного сектора лежить місія організації. Саме формулювання місії є ключовим положенням у процесі розробки ЗСП.

При формулюванні місії державної структури необхідно чітко позначити й продумати, для кого вона виконує свою місію, тобто виділити цільові групи. Підсумкові результати ефективності діяльності державних установ (відношення понесених витрат до отриманого результату) будуть оцінювати самі громадяни, а також їхні виборні представники в органах законодавчої влади.

Заявлена місія повинна бути основною метою діяльності державної структури. Стосовно інноваційної реклами прикладами подібних місій можуть слугувати: бути зниження кількості недотримань рекламного законодавства, недопущення нанесення інноваційною рекламою моральної чи фізичної шкоди споживачам тощо.

При формулюванні місії необхідно виділити кілька ключових стратегічних переваг і напрямків діяльності державної структури, які будуть сприяти реалізації місії й виконанню стратегічних завдань.

Точні результати щодо виконання місії державної структури зможуть дати спеціально розроблені показники ефективності діяльності в рамках чотирьох перспектив (клієнти (громадяни), фінанси, процеси, навчання й ріст). Такі

показники можуть бути розроблені на короткострокову й середньострокову перспективи.

Вимір діяльності взагалі, і, зокрема, збалансована система показників, має більшу цінність для керівників державних структур у тому розумінні, що спонукує робити вибір і більш ретельно підходити до питання визначення пріоритетних напрямків щодо задоволення суспільних потреб в процесі формулювання місії організації. Таким чином, збалансована система показників дозволяє принципово змінити якість здійснення суспільно значимих функцій в позитивний бік.

Саме в цьому контексті затребуваним і насущним є використання програмно-цільового підходу до рішення поставлених завдань. Такий підхід, передбачає скоординовану множинність зусиль різних державних відомств. Він також дозволяє змінити принципи державної служби в цілому.

Вимірником результатів функціонування державних структур стає її кінцевий розрахований заздалегідь результат, що підлягає кількісному й якісному вимірюванню [1, с. 134].

Пріоритети політики, виражені у формі цільових програм, що розробляються та реалізуються, здобувають, таким чином, технологічне втілення й стають помітно більш реалістичними.

На відміну від традиційних методів стратегічного регулювання, збалансована система показників використовує не тільки фінансові, але й нефінансові показники діяльності організації, відбиваючи чотири найважливіших аспекти: фінанси; клієнти (громадяни); бізнес-процеси (ділові процеси); навчання й розвиток.

Такий підхід дає можливість аналізувати стратегічні й тактичні процеси регулювання, виявляти причинно-наслідкові зв'язки між стратегічними цілями державної структури й забезпечувати її збалансований розвиток.

Використання збалансованої системи показників надає важливу перевагу, забезпечуючи тісний взаємозв'язок між стратегічними цілями державної структури та повсякденними діями кожного співробітника.



Ключові показники діяльності державної структури, що застосовуються на всіх рівнях державної влади, надають такі можливості:

- дозволяють відслідковувати реалізацію стратегії й коректувати її відповідно до умов, що змінюються;
- забезпечують основу для планування й оцінки виконання бюджету й діяльності кожного співробітника.

Виходячи з вищезазначеного, збалансована система показників є діючим механізмом, за допомогою якого можливо значно підвищити ефективність діяльності державних структур.

Збалансована система показників дозволяє державним структурам:

- виділити пріоритетні потреби різних груп громадян;
- визначити цільові заходи, необхідні для того, щоб максимально ефективно виконувати свою місію й задовольняти потреби суспільства;
- узгодити питання фінансування державних органів з результатами їхньої діяльності шляхом впровадження системи показників;
- розробити адекватну систему мотивації співробітників державних структур і погодити її із системою оплати праці [4, с. 56].

В цілому, використання збалансованої системи показників уможливорює:

- усунення невідповідностей між стратегією й її втіленням і зрозуміння, як новий проект впливає на досягнення стратегічних цілей;
- оперативного реагування на зміни навколишнього середовища, оцінки їх з точки зору впливу на досягнення стратегічних цілей;
- коригування існуючої стратегії;
- підвищення ефективності системи стратегічного й оперативного регулювання державної структури [6, с. 72].

В цілому, особливістю й відмітною рисою збалансованої системи показників від інших підходів до оцінки ефективності регулювання є наявність перспективи внутрішніх процесів. Дана перспектива дозволяє державній організації визначити й виділити ті процеси, оптимальне виконання яких буде сприяти більше ефективному задоволенню потреб громадян. Для

державних установ таке поняття, як ефективний процес створення цінності є досить незвичним. Їм більше властиве виконання своїх обов'язків у рамках бюджету, не проявляючи ніякої ініціативи щодо їхнього вдосконалення. Державні установи не приділяють належну увагу питанням ефективності не тільки внутрішніх процесів, але й зовнішній взаємодії з іншими організаціями.

На відміну від приватного підприємця, керівник державної структури спостерігає значно менший тиск із боку конкурентів і не зіштовхується з погрозою руйнування. Тому він менше зацікавлений у тому, щоб максимізувати різницю між витратами очолюваної їм структурою та результатами її діяльності шляхом оптимізації внутрішніх і зовнішніх процесів. Навпроти, передумовою «виживання» державних структур часто є саме наявність величезних штатів і великого бюджетного фінансування: чим крупніше структура, тим складніше державі її реорганізувати або ліквідувати. Тому розширення, а не економічна ефективність або задоволення потреб суспільства є головним мотивом діяльності державних структур.

Ключовою темою в рамках даної перспективи й у рамках підходу збалансованої системи показників стосовно державних структур варто розглядати процес реструктуризації. Проводилося багато експериментів щодо реорганізації системи регулювання державними структурами. Уряди дійшли висновку, що в умовах зростання складності, мінливості державного сектора, підвищення вимог до нього, ієрархічні, вертикально інтегровані відомчі структури часто виявляються занадто твердими й негнучкими. Традиційна система державного регулювання довела свою неефективність.

В роботі пропонується здійснювати оцінку ефективності функціонування державних органів виконавчої влади стосовно регулювання інноваційної реклами, зазначених у ст. 26 “Контроль за дотриманням законодавства про рекламу” Закону України “Про рекламу” на основі поєднання підходів “Шість сигм” і ЗСП [1]. Відповідно, на основі підходу “Шість сигм” пропонується побудувати деревовидну діаграму, а, саме – діаграму зв'язків – з

використанням ключових аспектів підходу ЗСП в якості базових показників діяльності (рис. 1).

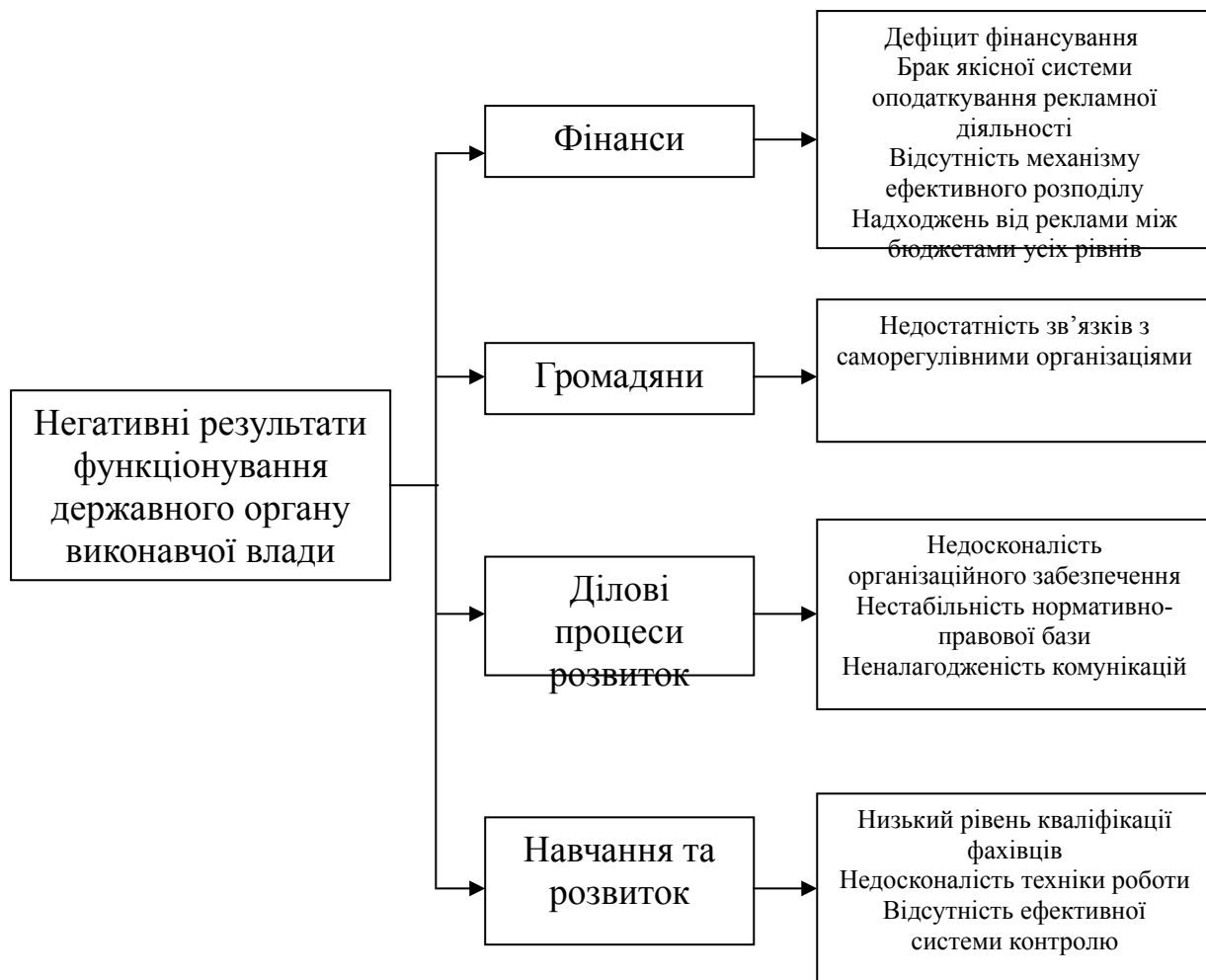


Рис. 1. Модель оцінки ефективності функціонування державних органів виконавчої влади стосовно регулювання інноваційної реклами

Отримана модель може слугувати підґрунтям для подальшого здійснення реінжинірингу внутрішніх процесів стосовно державного регулювання інноваційної реклами, що сприяє не тільки організаційному розвитку, але й значно знижує витрати.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Таким чином, в ході проведення поточного дослідження було отримано такі висновки.

1. Обґрунтування вибору методів оцінки ефективності державного регулювання інноваційної реклами дозволило зупинитися на комбінації підходів «Шість сигм» та «Збалансована система показників», враховуючи можливість їх успішного застосування в сфері державного регулювання шляхом гармонійного поєднання ключових фінансових та нефінансових аспектів підходу «Збалансована система показників» з концепцією усунення недоліків у функціонуванні, яка є основою підходу «Шість сигм».

2. Побудовано модель оцінки ефективності функціонування державних органів виконавчої влади стосовно регулювання інноваційної реклами, яка являє собою деревовидну діаграму зв'язків, що відображає існуючі недоліки у функціонуванні органів державної влади стосовно регулювання інноваційної реклами, враховуючи такі індикатори, як: фінанси, клієнти (громадяни), ділові процеси, навчання і розвиток. Дана модель уможливорює наочний аналіз недоліків у функціонуванні державних інститутів стосовно регулювання інноваційної реклами, враховуючи всі напрями діяльності.

Отримані результати є підґрунтям для подальшого реінжинірингу державного регулювання інноваційної реклами.

### **Список використаних джерел:**

1. Закон України “Про рекламу” № 271/96-ВР від 03.07.96 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z960270.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z960270.html).
2. Бакуменко В. Д. Державно-управлінські рішення : навчальний посібник / В. Д. Бакуменко. – К. : ВПЦ АМУ, 2012. – 344 с.
3. Гринько-Гузевська А. М. Правове регулювання рекламної діяльності: принципи та їх реалізація [Текст] / А. М. Гринько-Гузевська // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2006. – № 2. – С. 106–110.
4. Микитенко, Л. А. Державний контроль рекламної діяльності в Україні : монографія / Л. А. Микитенко. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2011. – 142 с.

5. Ромат Є. В. Трансформація моделі державного регулювання рекламною діяльністю в перехідних умовах : монографія / Є. В. Ромат. – К. : Вид-во НАДУ, 2003. – 380 с.

6. Стрельников А. В. Державне регулювання рекламної діяльності / А. В. Стрельников // Актуальні проблеми держави і права. Вип.19. – О. : Юридична література / Одеська національна юридична академія, 2003. – С. 301–304.