

К. В. Синкова,
аспірант, Донецький державний університет управління

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ МОНІТОРИНГУ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ

Досліджуються основні підходи до впровадження CRM-систем у державних органах. Обґрунтовується ефективність використання CRM-систем для інформаційного забезпечення моніторингу макроекономічної регуляторної політики регіону. Визначаються складові економічного ефекту при впровадженні CRM-систем.

Basic approaches to introduction of the CRM-systems in public bodies are considered. Efficiency of the use of CRM-systems for the information providing of monitoring of macroeconomic regulator policy of region is grounded. The constituents of economic effect of the introduction of the CRM-system are described.

У Законі України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності" від 11 вересня 2003 р. № 1160 (далі — Закон) визначаються права громадян, суб'єктів господарювання, їх об'єднань, наукових установ та консультативно-дорадчих органів у здійсненні державної регуляторної політики [1]. Фізичні та юридичні особи мають право бути залученими регуляторними органами до моніторингу регуляторної діяльності, зокрема, до підготовки аналізів регуляторного впливу, експертних висновків щодо регуляторного впливу та виконання заходів з відстеження результативності регуляторних актів. Вказані вище особи можуть самостійно готувати висновки на основі результатів аналізу впливу проектів регуляторних актів, розроблених регуляторними органами, відстежувати їх результативність, подавати за наслідками цієї діяльності зауваження та пропозиції регуляторним органам або органам, які відповідно до цього Закону на підставі аналізу звітів про відстеження результативності регуляторних актів приймають рішення про необхідність їх перегляду; одержувати від регулятор-

них органів у відповідь на звернення, подані у встановленому законом порядку, інформацію щодо їх регуляторної діяльності тощо.

На практиці це означає необхідність врахування інтересів, прав, повноважень суб'єктів господарювання у процесі законотворчості в галузі підприємницької та господарської діяльності.

Теоретичні аспекти макроекономічної регуляторної політики та окремі аспекти її практичного здійснення в Україні досліджувалися в роботах таких учених, як В. Воротін, О. Кужель, В. Нанівська, Т.М. Кравцова, О. Юлдашев та ін. [2—4]. Питання залучення громадськості до регуляторної діяльності державних установ у сфері господарської діяльності досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема, Т.М. Кравцова, В.Г. Яцуба [6—7]. Позитивні аспекти залучення громадськості до діяльності державних структур у зарубіжних країнах досліджували С.А. Пан, Ж. Ли та інші вчені [8—9].

Фахівці підкреслюють необхідність створення ефективного механізму співпраці влади та бізнесу, й актуальність проблеми участі громадсь-

кості в здійсненні державної регуляторної політики [10]. Вони звертають увагу на численні проблеми, що стоять перед органами виконавчої влади, обумовлені особливостями сучасного стану реалізації регуляторної політики та інформаційного забезпечення регуляторної реформи в Україні.

Метою статті є дослідження проблем ефективності використання CRM-систем в інформаційному забезпеченні моніторингу макроекономічної регуляторної політики.

Думка підприємців, підприємницьких асоціацій є найважливішим компонентом в інформаційному забезпеченні моніторингу регуляторної політики. Необхідність дотримання вимог, передбачених Законом, відносно участі суб'єктів господарювання, їх об'єднань, наукових установ та консультативно-дорадчих органів у здійсненні державної регуляторної політики на регіональному рівні, обумовлює запровадження відповідних технологій з управління взаємовідносинами з цими групами суб'єктів у місцевих органах виконавчої влади.

Державні установи, орієнтовані на роботу з населенням, зобов'язані забезпечувати взаємодію з підприємницьким сектором у процесі регуляторної діяльності. Активне впровадження в діяльність державного апарату інформаційних технологій, спрямованих на поліпшення цієї взаємодії, у кінцевому випадку, дозволить істотно поліпшити якість послуг, що надаються населенню, і підвищити ефективність роботи державних службовців. У цій ситуації розробка інформаційного забезпечення моніторингу регуляторної діяльності регіональних органів влади сприятиме створенню ефективної системи забезпечення їх регуляторною, повною, своєчасною та вірогідною інформацією. Налагоджена система моніторингу виконуватиме функцію зворотного зв'язку і дозволить контролювати результати аналізу впливу регуляторних актів і стежити за просуванням до цільових показників, а також одержувати своєчасну інформацію про диспропорції і перешкоди розвитку для коректування регуляторної діяльності.

Оскільки основними завданнями системи моніторингу є збір, зберігання та обробка інформації, оцінка стану і динаміки соціально-економічних процесів, надання органам влади інформаційно-аналітичних матеріалів, що забезпечують підтримку ухвалюваних управлінських рішень у сфері взаємовідносин із зовнішніми суб'єктами взаємодії, то ключова роль при створенні її інфраструктури може бути відведена CRM-системам (Customer Relationship Management). Використання їх потенціалу дозволить знаходити найбільш ефективні рішення життєво важливих проблем.

Аналіз зарубіжного досвіду свідчить, що у практику державних орга-

нів все ширше впроваджуються технології управління взаєминами з фізичними і юридичними особами, різними групами інтересів — клієнтами CRM-систем, ядром якої є "клієнто-орієнтований" підхід. Ця стратегія базується на використанні передових управлінських та інформаційних технологій, за допомогою яких місцеві органи влади збирають інформацію про своїх клієнтів, витягують з неї знання і використовують ці знання в публічних інтересах шляхом вибудовування взаємовигідних відносин з ними. Результатом застосування стратегії є підвищення репутації органу виконавчої влади, оскільки правильно побудовані відносини, засновані на персональному підході до кожного клієнта, дозволяють залучати нових клієнтів і допомагають утримувати старих. У науковій літературі підкреслюється, що організації все більше приймають адміністративні CRM-системи для поліпшення якості своєї роботи згідно зі стандартом ISO 9001—2001 шляхом удосконалення взаємовідносин з клієнтами [11].

Під CRM-системами розглядаються програмні комплекси, які управляють діловими взаємодіями з клієнтами через об'єднання орієнтованих на клієнта ділових процесів, зокрема маркетинг та обслуговування клієнтів. Організації використовують системи CRM не тільки для того, щоб автоматизувати орієнтовані для клієнта ділові процеси, щоб скоротити витрати, але і щоб зібрати і проаналізувати дані клієнта, щоб краще виконувати потреби клієнта і поліпшити задоволення його потреб.

Можна виділити три основні цілі використання CRM-систем в інформаційному забезпеченні моніторингу регуляторної політики:

— оперативні (оперативний доступ до інформації про регуляторну діяльність);

— аналітичні (сумісний аналіз даних, що характеризують результативність регуляторного акту, отримання нових знань, висновків, рекомендацій);

— колаборційні (громадяни безпосередньо беруть участь у діяльності стосовно перегляду регуляторного акту.)

На рівні технологій CRM-система — це сукупність додатків, зв'язаних єдиною логікою бізнесу й інтегрованих у корпоративне інформаційне середовище організації на основі єдиної бази даних. На практиці інтегрована CRM-система може забезпечувати також координацію дій різних відділів органів виконавчої влади, створюючи загальну платформу для взаємодії з підприємницькими структурами та громадськими організаціями, що підвищує узгодженість їх дій.

Впровадження CRM-технологій дозволяє:

— створювати і вести повну базу даних про осіб, які знаходяться у сфері інтересів регуляторного акту; зберігати інформацію про рекомендації щодо взаємодії з ними; об'єднувати і структурувати інформацію про декількох осіб та їх групи; класифікувати (сегментувати) зауваження і пропозиції стосовно необмеженої кількості характеристик (розміру, важливості та ін.);

— зберігати повну історію взаємин із заінтересованими особами (контакти, домовленості, інтереси), що дає можливість продовжувати відносини на підставі досягнутих домовленостей, реєструвати і планувати взаємодію з підприємницькими структурами, групами інтересів на підставі наявної інформації;

— аналізувати інформацію, що стосується обліку впливу регуляторного акту на діяльність підприємницьких структур, аналізувати склад заінтересованих осіб за різними критеріями, наприклад галузевою належністю, аналізувати всі зауваження і пропозиції за змістом регуляторного акту, аналізувати частоту контактів за групами інтересів, виявляти осіб, з якими не було контактів або з якими не заплановано контактів на майбутнє, аналізувати зміст запитів, скарг, побажань громадян для глибшого розуміння впливу регуляторного акту, оцінювати якість роботи посадовців, оцінювати витрати часу і фінансових ресурсів на встановлення взаємодії з підприємницьким сектором, групами інтересів та іншими заінтересованими особами;

— планувати і здійснювати заходи, спрямовані на встановлення взаємовідносин з громадянами, суб'єктами господарювання, їх об'єднаннями, науковими установами та консультативно-дорадчими органами, вести календар заходів, планувати бюджет заходів і контролювати його виконання, підтримувати інформаційну базу про результати регуляторної діяльності, забезпечуючи їх актуальність і доступність всім заінтересованим особам;

— створювати різні класифікатори для будь-яких документів у системі, що дозволить відобразити інформацію в різних розрізах для різних груп користувачів.

Таким чином, концепція CRM дуже багатогранна. Типовими функціями, що охоплюються CRM-рішеннями, є: створення єдиної клієнтської бази, ведення історії взаємовідносин з партнерами, автоматизація ключових процесів діяльності, включаючи внутрішні процеси, наприклад, управління дорученнями співробітникам, звітність за ключовими показниками організації, оцінка ефективності роботи співробітників, інтеграція з прикладними системами, сайтами, call-

центрами. CRM-система допускає різну форму надання інформації для різних цілей і різних підрозділів.

Серед очікуваних результатів впровадження CRM-систем можуть бути виділені фінансові і нефінансові.

До нефінансових результатів відноситься підвищення результативності моніторингу регуляторної політики на основі створення державних інформаційних систем, а отже, підвищення ефективності витрат на впровадження CRM-систем в діяльність органів державної влади. CRM включає в себе ідеологію і технології створення історії взаємовідносин державного органу та його партнерів, що дозволяє чіткіше планувати регуляторну діяльність органу виконавчої влади і підвищувати тим самим його стійкість.

У кожному конкретному випадку ми зможемо обґрунтувати впровадження CRM-системи, якщо доведемо, що це впровадження відповідає цілям отримання органом виконавчої влади стратегічних переваг по цілому ряду сфер дослідження, однією з яких є сфера прямих економічних ефектів від впровадження. Щоб здійснити цей доказ, необхідно розглядати наступні результати впровадження (у порядку зменшення інформаційної визначеності):

— повні витрати на впровадження CRM-системи, включаючи покупку ліцензій, апаратних засобів, навчання персоналу, розгортання системи тощо;

— прями економічні ефекти — економія витрат, підвищення репутації та ін.;

— ризики — можливості негативного стану або негативних результатів діяльності, які можна розглядати як поле ризиків, у яких функціонує орган виконавчої влади, і простежувати вплив CRM-системи на характер цих ризиків (редукція або зростання);

— опційні ефекти — нефінансові результати, які звичайно мають якісну природу і не повною мірою піддаються кількісному вимірюванню, наприклад, ефект від підвищення репутації, від позитивного значення рейтингу органу виконавчої влади, що проводиться незалежними організаціями;

— інформаційні ефекти — нефінансові результати, що мають інформаційну природу, до яких відноситься поліпшення якості початкової і аналітичної інформації, якість прогнозів результатів бізнесу тощо.

Фінансовий ефект від впровадження CRM-систем виявляється в тому, що процес ухвалення рішення за рахунок автоматизації переноситься на нижчий рівень та уніфікується. CRM-системи забезпечують швидкий доступ до актуальної інформації про заінтересованих осіб; формалізацію схем взаємодії з клієнтами,

автоматизацію документообігу; швидке отримання всіх необхідних звітних даних і аналітичної інформації; зниження операційних витрат посадовців і контроль їх роботи; узгоджену взаємодію між співробітниками і підрозділами. За рахунок цього підвищується швидкість реакції на запити і знижуються витрати на взаємодію із заінтересованими особами.

Крім того, CRM-система — важливий інструмент реалізації стратегічних планів органів виконавчої влади і контролю ефективності їх виконання.

У наш час для цілей стратегічного розвитку організацій використовується система збалансованих показників (Balanced Scorecard), розроблена Д. Нортоном і Р. Капланом, яка може бути використаний для розробки системи показників для стратегічного розвитку органу виконавчої влади, які були б у той же час чутливими до результатів впровадження CRM-систем [12, с. 204—247].

Доцільно, ідентифікуючи ефекти і ризики від впровадження CRM-системи, представити чотири ієрархії стратегічних показників: прямих ефектів, опціонів, інформаційних ефектів і ризиків. Всі стратегічні показники мають якісне вимірювання за п'ятирівневою шкалою (1 — дуже низький рівень, 2 — низький рівень, 3 — середній, 4 — високий, 5 — дуже високий). У ряді випадків стратегічні показники можуть мати кількісне вимірювання (наприклад, фінансові показники); але щоб використовувати ці оцінки, необхідно перетворити їх з кількісного в якісний вигляд. Якщо всі необхідні початкові дані зібрані, то може бути проведена агрегація інформації, для отримання інтегральних чинників ефектів і ризиків.

Спеціальний аудит перед початком впровадження CRM-системи дозволяє побудувати дві ієрархії стратегічних показників: ефективності і ризику організації, а також провести ранжирування заінтересованих сторін залежно від ступеня їх інтересу у здійсненні регуляторної діяльності.

Аналіз зарубіжного досвіду свідчить, що у практику державних органів всі ширше впроваджуються технології управління взаємовідносинами з фізичними і юридичними особами, різними групами інтересів — клієнтами CRM (Customer Relationship Management), ядром якої є "клієнтоорієнтований" підхід. Ця стратегія заснована на використанні передових управлінських й інформаційних технологій, за допомогою яких місцеві органи влади збирають інформацію про своїх клієнтів, витягують з неї знання і використовують ці знання в публічних інтересах шляхом вибудовування взаємовигідних відносин з підприємницькими структурами та громадськими організаціями. Результатом застосування стратегії залу-

чення громадськості до регуляторної діяльності державних структур є підвищення їх репутації, оскільки правильно побудовані відносини, засновані на персональному підході до кожного клієнта, дозволяють залучати нових заінтересованих сторін і допомагають утримувати старих.

У наш час в органах виконавчої влади запроваджуються системи управління якістю згідно з ДСТУ ISO 9001—2001 "Системи управління якістю. Вимоги". Процесний підхід до побудови системи, який регламентований цим стандартом з метою підвищення якості продукції, може бути взятий до уваги і під час розробки системи процесу інформаційного забезпечення управління взаємовідносинами з суб'єктами господарювання для відстеження результативності регуляторної політики регіону. Деякі заходи з інформаційного забезпечення органічно вписуються в процес регуляторної діяльності, а деякі можуть бути виділені в окремі процеси.

Створення і забезпечення функціонування процесного підходу до інформаційного забезпечення управління взаємовідносинами з суб'єктами господарювання з метою відстеження результативності регуляторної політики потрібно виконати ряд послідовних заходів.

Спочатку можуть бути визначені ті заходи, які доцільно виділити в окремі процеси. Далі утворюється організаційна структура, що забезпечує функціонування процесу та здійснюється детальний опис процедури, пов'язаних із цим процесом. Опис процедур включає мету, яка досягається впровадженням процесу; визначення виконавців та їх відповідальності; ресурсів, необхідних для ефективного впровадження; кінцевого результату, який має бути досягнуто.

Таким чином, ефективність впровадження CRM-систем для інформаційного забезпечення моніторингу регуляторної політики складається з фінансових та нефінансових показників. Економічний ефект включає повні витрати на впровадження CRM-системи; прямі економічні ефекти; ризики — можливості негативних станів або негативних результатів діяльності; опційні ефекти — нефінансові результати, які звичайно мають якісну природу і не повною мірою піддаються кількісному вимірюванню, наприклад ефект від підвищення репутації, від позитивного значення рейтингу органу виконавчої влади, що проводиться незалежними організаціями; інформаційні ефекти — нефінансові результати, що мають інформаційну природу, до яких відноситься поліпшення якості початкової та аналітичної інформації, якість прогнозу результатів діяльності тощо.

Подальші дослідження питань економічної ефективності впрова-

дження CRM-систем залежать від специфіки діяльності державних структур та особливостей моніторингу регуляторних актів.

Література:

1. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України // Відомості Верховної Ради — 2004. — № 9. — С. 79.
2. Воротін, В.Є. Макроекономічне регулювання в умовах глобальних трансформацій: монографія / В.Є. Воротін. — К.: Вид-во УАДУ, 2002. — 392 с.
3. Кужель О. Регуляторна реформа як усвідомлена необхідність / О. Кужель // Юрид. вісн. України. — 2000. — № 42 (278). — С. 1—4.
4. Нанівська В. Регуляторна реформа / В.Т. Нанівська // Перспективні дослідження. — К.: Міжнародний центр персп. дослідж., 1999. — 36 с.
5. Юдашев О.Х. Проблеми вдосконалення державної регуляторної політики в Україні: монографія / О.Х. Юдашев. — К.: МАУП, 2005. — 336 с.
6. Кравцова Т.М. Правові форми залучення громадськості до регуляторної діяльності державних установ у сфері господарської діяльності // Підприємство, господарство і право: наук.-практ. господарсько-прав. журн. — К.: Ін Юре, 2004. — Вип. 4. — С. 3—6.
7. Яцуба В.Г. Відкритість суспільства і роль державного управління // Уряд. кур'єр. — 2002. — 19 лип. — С. 4—5.
8. Літвінов О., Ляпін Д. Реалізація державної регуляторної політики органами виконавчої влади // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. — Д.: ДРІДУ НАДУ, 2005. — Вип. 1 (19). — С. 153—170.
9. Pan S.L., Lee J. Using E-CRM for a Unified View of the customer Communications of the ACM. — 2003. — 46(4). — P. 95—99.
10. Літвінов О.В. Державна регуляторна політика як передумова партнерства влади, бізнесу і громадськості // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції 11 грудня 2008 року / за загальною редакцією Амосова О.Ю. — Харків: ХОМО "Союз молодих підприємців", 2008. — С.73.
11. Goodhue D.L., Wixom B.H., Watson H.J. Realizing business benefits through CRM: Hitting the right target in the right way // MIS Quarterly Executive. — 2002. — № 1(2). — P. 79—94.
12. Каплан Р.С., Нортон Д. П. Сбалансованная система показателей. От стратегии к действию. — Москва: ЗАО "Олимп-бизнес", 2003. — 304 с.

Стаття надійшла до редакції 22.06.2009 р.