

Д. М. Хлисту́н

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ ШЛЯХОМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ ПОСЛУГ У СЕРЕДОВИЩІ CRM

У статті запропоновано проєкт з розробки концепції формалізації взаємовідносин користувачів послуг з державною установою «Урядовий контактний центр». Розроблену концепцію використано для розробки та інтеграції модуля CRM-системи. Для вирішення поставлених удослідженні проблемних завдань використовувалися такі методи дослідження, як базовий статистичний аналіз, порівняння, контент-аналіз вторинної інформації, спостереження, узагальнення. Встановлено, що управління взаємовідносин із клієнтами є інструментом для досягнення лояльності компанії через задоволення клієнтів рівнем послуг. Грамотна організація процесу автоматизації надання послуги дає можливість збільшити коефіцієнт корисної дії працівника та підвищити лояльність клієнта до дій установи чи організації. Виявлено, що впровадження концепції інтегрованих маркетингових комунікацій допомагає громадськості розв'язати проблеми шляхом звернення до установи чи організації для розв'язання проблемних питань. Для того щоб проводити цю діяльність, необхідне робоче середовище, через яке б будувалася комунікація між установою та клієнтом. Виявлено, що таким середовищем, яке б задовольняло подібні запити, є CRM-система. Програмний комплекс дозволяє не тільки здійснювати комунікацію між установою та отримувачем послуг, а й систематизувати всі дані. Показано основні моменти щодо цінності застосування CRM-системи у роботі з користувачами послуг державної установи «Урядовий контактний центр». Відображено взаємозв'язок бази знань та надання послуг. На базі CRM-системи установи запропоновано механізм удосконалення бази знань, яка діє на базі CRM-системи, та показано, яким чином фахівці установи можуть брати участь у її вдосконаленні. Описано етапи удосконалення бази знань CRM-системи за допомогою запуску нового розділу «Служба новин УКЦ» та роль розділу «Телеграф новин» у ній. Показано роль та нові покладені обов'язки, які виникають внаслідок реалізації цієї концепції для групи працівників. Встановлено, що консультанти й експерти бази знань відіграють вирішальну роль у запуску цієї концепції з удосконалення бази знань CRM-системи державної установи «Урядовий контактний центр».

Ключові слова: управління взаємовідносинами з клієнтами, автоматизація процесу надання послуг, зв'язки з громадськістю, управління персоналом, користувачі послуг.

Вступ. Грамотна автоматизація процесу надання послуг та управління персоналом є одним із ключових факторів, що впливає на задоволеність клієнта послугами установи. З одного боку, сучасні інформаційні технології пропонують чудові способи обробки й аналізу інформації та значно розширюють можливості для ефективного управління. З другого боку, їх впровадження створює певні виклики. Сучасний працівник отримує великий обсяг інформації, які він має знати, для того щоб задовольнити споживача послуг, щоб надалі споживач ще звертався для їх отримання.

Тому на сьогодні все більше постає питання щодо прийняття концепції інтегрованих маркетингових комунікацій. Ця концепція допомагає установі систематизувати всі процеси надання послуг, забезпечити ефективність виконання поставлених завдань та здійснити заходи щодо узгодження дій працівниками установи. Використовуючи концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій, впроваджується комплекс заходів, що допомагає здійснювати заходи із нагадуванням громадськості про те, які послуги надає установа, яка їх реалізує, що допоможе громадськості розв'язувати їхні проблеми. Також це дозволяє створити позитивний імідж самої установи. Для того щоб проводити ефективну маркетингову політику комунікацій, потрібно створити елемент середовища, через який можна взаємодіяти зі споживачем послуг. Відповідно організація взаємодії системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-система) є основним базисом, через який відбувається надання послуг та будується комунікація між установою та отримувачем послуг. Відповідно застосування у CRM-системі блока з базою знань та здійснення заходів із надання якісних консультаційних послуг є основним для подальшої задоволеності отримувача послуг клієнта

послугами установи. Адже, чим більш розгорнутими будуть консультації із вичерпного кола питань, тим якіснішою буде інформація, яку клієнт зможе отримати і таким чином бути задоволеним отриманою послугою. Це буде слугувати запорукою у тому, що клієнт надалі захоче отримати послугу від установи знову. Саме тому в цій статті реалізовано проект з розробки концепції формалізації взаємовідносин користувачів послуг з державною установою «Урядовий контактний центр» та використано для розробки та інтеграції модуля CRM-системи обраної установи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях як вітчизняних, так і закордонних фахівців зазначено, що науковці намагалися побудувати цілісну картину важливості використання управління взаємовідносинами з клієнтами в різних типах організаційних структур, зокрема застосування концепції інтегрованих маркетингових комунікацій для формалізації взаємовідносин користувачів послуг з установами та організаціями. Дослідженнями із тематики організації взаємодії системи управління взаємовідносинами з клієнтами займалися багато як українських, так і закордонних науковців. L. Sanasam та ін. [1] виявили, що управління взаємовідносинами з клієнтами та його параметри мають позитивний зв'язок з організаційною діяльністю, а управлінські наслідки базуються на передумові, що для підвищення організаційної ефективності доцільно запровадити ефективні та ефективні виміри CRM. Деякі з авторів, такі як В. Öztaşı [2], зосередили увагу на тому, що управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) – це багатоперспективна бізнес-парадигма, яка спрямована на максимізацію переваг, отриманих від відносин із клієнтами. G. Demo та K. Rozzett [3] дослідили моделі CRM на основі поглядів клієнтів та виявили, що CRM слід використовувати як діагностичний інструмент для виявлення аспектів управління відносинами з клієнтами. M. J. Cooper здійснив порівняльний аналіз запровадження CRM для фірм різних типів і довів важливість та успішність їх впровадження [4]. Н. Н. Tsai здійснив комплексне дослідження, яке допоможе судити про тенденції наукових досліджень і зрозуміти масштаби розвитку досліджень інтелектуального аналізу даних і CRM [5], а Н. S. Soliman провів дослідження теоретичних основ управління взаємовідносинами з клієнтами та виявив зв'язок з ефективністю маркетингу з кількох точок зору [6]. В. Galitsky виокремив техніку вивчення концепції для вирішення поширених сценаріїв взаємодії між конфліктними людьми-агентами (такими як клієнти та представники служби підтримки клієнтів), що необхідний для класифікації текстових скарг клієнтів як компонента CRM [7]. Натомість українські науковці розглянули причини, чому компанія потребує впровадження та використання CRM-систем, та виявили, що основною функцією є саме задоволення потреб споживачів [8, 9, 10].

Метою статті є розробка проекту концепції формалізації взаємовідносин користувачів послуг з державною установою «Урядовий контактний центр» шляхом оцінки того, настільки ефективно державна установа «Урядовий контактний центр» здійснює управління взаємовідносинами з клієнтами через грамотну автоматизацію процесу надання послуг через середовище CRM-системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. CRM-система (Customer Relationship Management, або Управління відносин з клієнтами) – це комплекс з програмного забезпечення, який сприяє автоматизації процесу надання послуг, поліпшенню процесу обслуговування клієнтів і призначений для взаємодії клієнтів послуг з установою, організацією, яка їх надає, та здійснення оптимізації процесу їх обслуговування. Це система, яка використовується для контролю виконання управлінських рішень. Наприклад, з її допомогою можна формувати звіти, контролювати роботу команди, відстежувати кількість звернень і консультацій кожного співробітника протягом робочого дня, контролювати в заданих рамках і контролювати кожного співробітника індивідуально. Така система дозволяє вести клієнтську базу, фіксувати запити, історію контактів і відстежувати виконання запитів.

Державна установа «Урядовий контактний центр» є бюджетною установою, яка належить до сфери управління Господарсько-фінансового департаменту Секретаріату Кабінету Міністрів України (далі – Департамент). Державна установа «Урядовий контактний центр» у своїй діяльності керується Конституцією та законами України, указами Президента України, постановами Верховної Ради України, прийнятими відповідно до Конституції та законів України, актами Кабінету Міністрів України, наказами Міністра та Державного секретаря Секретаріату Кабінету Міністрів України, директора Департаменту та положенням про державну установу «Урядовий контактний центр».

27 травня 2009 р. з метою забезпечення оперативного реагування органів виконавчої влади на звернення громадян, підприємств, установ та організацій, суб'єктів підприємницької діяльності,

органів місцевого самоврядування та їх взаємодії під час розгляду таких звернень Уряд створив державну установу «Соціальний контактний центр» (розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 травня 2009 р. № 579-р). Центр підпорядковувався Міністерству праці та соціальної політики України [11].

Постановою Кабінету Міністрів України від 12 серпня 2009 р. № 898 (втратила чинність від 10 грудня 2019 р., підстава – постанова Кабінету Міністрів від 27 листопада 2019 р. № 976) затверджено Порядок взаємодії органів виконавчої влади, Секретаріату Кабінету Міністрів України та державної установи «Урядовий контактний центр» із забезпечення оперативного реагування на звернення, які надходять на урядову «гарячу лінію», єдиний вебсайт органів виконавчої влади та Урядову телефонну довідку [12].

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28 липня 2010 р. № 1552 державну установу «Соціальний контактний центр» перейменовано на державну установу «Урядовий контактний центр» [13].

Державна установа «Урядовий контактний центр» – це один із небагатьох контактних центрів, які у своїй діяльності користуються CRM-системою для взаємодії у роботі з користувачами послуг, які їх отримують. CRM цієї установи виконує такі основні завдання: фіксування кожного вхідного дзвінка, обробка запиту потенційного споживача послуг із реєстрації звернення, автоматизація процесу з отриманою інформацією, звернень і консультацій, які отримав споживач послуги, та організація бази знань – системи консультацій у CRM-системі, призначеній для надання консультацій з метою задоволення потреб споживачів послуги. Якщо здійснювати наповнення бази знань хаотично, то працівник не зможе надати споживачу послуги консультацію оперативно та цілісно, що може негативно позначитись на думці громадськості про діяльність самої установи. Тому необхідно виробити підхід для вдосконалення процесу взаємодії працівників установи із CRM-системою. Іншою важливою складовою є аналіз роботи працівників, відповідно одним із завдань CRM-системи є аналіз роботи працівника у кількісному співвідношенні наданих ним послуг. Вся інформація, яка необхідна для якісного надання послуг, має надходити до установи із різних джерел, вірогідність яких має перевірятись, об'єднуватись та додаватись до бази знань. Крім того, основним також є покращення взаємодії у роботі зі споживачами послуг та оптимізація роботи для працівників установи.

При розробці концепції формалізації взаємовідносин користувачів послуг з державною установою «Урядовий контактний центр» необхідно здійснити опис процесів установи. Потрібно вивчити особливості роботи державної установи «Урядовий контактний центр», врахувати всі фактори, що впливають на бізнес-процеси, і виявити проблеми. У результаті отримаємо детальний опис процесів, що відбуваються. Надалі здійснюється розробка концепції та її реалізація. Створюється нова інформаційна модель. Наступний етап – це розробка та інтеграція модуля CRM-системи. Після цього відбувається апробація результатів в установі.

Якщо провести аналіз діяльності державної установи «Урядовий контактний центр», то можна отримати наступне. Керівники відділів об'єднані в ієрархічну структуру: начальники змін, керівники структурних підрозділів та керівники відділів. Працівники, які обробляють вхідні дзвінки від клієнтів, працюють з ними шляхом отримання вхідного телефонного виклику на спеціалізоване обладнання. Завдання працівників полягає в роботі з клієнтами, наданні послуг із реєстрації звернення чи наданні консультації та здійсненні комунікацій у разі виникнення ситуацій, що потребують здійснення зворотного зв'язку. У кінці робочого дня менеджер (начальник зміни) обробляє інформацію щодо отриманих дзвінків та їх якості та передає її керівництву, здійснює процеси моніторингу виконаної роботи, проводить інформацію зі звітування працівників щодо результатів моніторингу.

Загалом CRM-система – це комплекс з програмного забезпечення, який сприяє автоматизації процесу надання послуг, а отже, потребує постійного вдосконалення. Це необхідно для того, щоб установа досягла поставлених цілей.

Для впровадження досліджується сфера застосування CRM-системи, її класифікація та тип програмного рішення, яке буде використовуватися.

Для того щоб реалізувати поставлену мету, було обрано CRM-систему, яка функціонує на базі державної установи «Урядовий контактний центр» та є власною розробкою установи. Для опису назви було взято довільну назву UKC CRM задля зручності у подальшому описі дослідження.

Ця CRM-система здійснює автоматизацію всіх вищеописаних процесів, дозволяє легко опрацювати та проводити роботу з вхідними дзвінками та зверненнями і має такі переваги в роботі: пов'язана із наданням інформативних послуг для клієнтів та здійснює заощадження технічних ресурсів на її реалізацію та обслуговування. Вдосконалений варіант UKC CRM дозволяє розв'язувати такі проблеми, як скорочення часу на здійснення надання консультації зацікавленій стороні. Також така система дозволить надалі здійснювати оцінку ефективності персоналу, оскільки вона зберігає дії, які здійснюють фахівці. Це відображає ефективність їхньої діяльності у кількісному значенні. Впровадження змін у діяльність роботи UKC CRM дозволяє також спростити роботу фахівців, які при надходженні нових дзвінків зможуть відповідати на значне коло питань, здійснити збільшення продуктивності їх роботи. З фінансової точки зору, це допоможе досягати вищих показників, що буде відображено у заробітній платі.

Щодо UKC CRM, то це платформа керування реєстрацією звернень та надання консультацій, яка пропонує допомогу з реєстрацією звернень, обслуговуванням клієнтів і знаннями щодо діяльності органів виконавчої влади. UKC CRM призначена для автоматизації процесу запису запитів та консультацій від користувачів. Запити та консультації реєструються у відповідній формі й кожній заявці присвоюється унікальний реєстраційний номер. Після заповнення полів форма зберігається та надсилається до органу державної влади; UKC CRM здійснює управління наявними запитами та відстежує хід виконання зареєстрованих запитів.

Система забезпечує повну видимість системи з опрацювання звернень: показує кількість зареєстрованих звернень, прикріплені відповіді та коментарі уповноважених осіб контактних центрів при органах виконавчої влади або консультантів до відповідного звернення. UKC CRM пропонує інтегровану роботу зі зверненнями клієнтів.

CRM може працювати як у хмарі, так і локально з віддаленим доступом, а співробітники можуть отримати доступ до UKC CRM зі свого браузера.

Додаткові можливості системи:

- 1) керування будь-яким полем у картці клієнта;
- 2) режим доступу запобігає редагуванню карток клієнтів без попередньої причини;
- 3) доступ до картки клієнта можна налаштувати на будь-яке поле;
- 4) зберігання документів;
- 5) створення бази знань для зберігання необхідної інформації про консультації.

Користувачі системи можуть реєструвати заявки, залишати відгуки та заповнювати поля консультацій.

Можливості системи:

- 1) підключення до IP-телефонії;
- 2) необмежена кількість полів, куди можна вносити дані;
- 3) можливість відстежувати поточні запити за допомогою статусу роботи.

Візуально UKC CRM складається з двох основних вкладок. Перша – це вкладка по роботі зі зверненнями, на ній можна побачити всі звернення, які опрацьовуються у реальному часі. У цій самій вкладці можна створити своє звернення та здійснити його реєстрацію шляхом внесення даних у відповідні поля. Друга вкладка візуально складається з тек, так званої бази знань, у яких знаходяться збережені консультації. Бічна панель бази знань також зберігає шлях до консультації, надає працівникам доступ до історії створення консультації, пов'язує консультацію зі сферами життя, тобто консультації знаходяться у певних теках. Також є пошук консультацій за ключовими словами. Система сумісна з Windows. Основним недоліком цієї системи є відсутність інтеграції з онлайн-додатками, такими як Google Calendar, Gmail, OneNote, Dropbox, QuickBooks, OneDrive та іншими, які могли б допомогти у розв'язанні багатьох питань. За допомогою UKC CRM було реалізовано гнучку систему звітності: так, всередині неї можна зробити сортування за пріоритетом, назвою, пропозицією, виконавцем звернення, автором звернення, статусом (наприклад, надіслані, прийняті до розгляду чи розглянуті). В UKC CRM також є зручний аналітичний інструмент, що показує ефективність роботи того чи іншого співробітника за допомогою спеціальної вибірки.

Цю CRM можуть використовувати компанії всіх типів і розмірів. Програмне забезпечення можна оновлювати та налаштовувати відповідно до потреб компанії, а також додавати нові модулі до схеми консультацій, щоб ще більше задовольнити клієнтів.

Одна з головних умов, яка буде вирішена після впровадження удосконалення UKC CRM, – це спрощення роботи для нових співробітників, оскільки від моменту працевлаштування вони будуть ознайомлені з новим варіантом бази знань у CRM-системі та зможуть ефективно виконувати поставлені на них завдання. Крім того, досвідчені працівники допоможуть опанувати всі інші особливості у роботі з CRM-системою. З удосконаленням діяльності описаної CRM-системи працівник зможе реєструвати звернення і надавати вичерпні та повні консультації в інших ситуаціях. Це сприятиме ефективності його роботи.

Вдосконалення бази знань при UKC CRM пропонується реалізувати таким чином.

На першому етапі удосконалення бази знань UKC CRM здійснюється підготовка до готовності запуску абсолютно нового розділу «Служба новин УКЦ». При цьому запроваджується статус «потенційної новини». Для початку проводиться облік потенційних новин, які можуть бути додані до розділу «Служба новин УКЦ». Активні клієнти так чи інакше допомагатимуть у формуванні цього розділу, оскільки, як тільки клієнт (заявник) звернеться з питання, консультація з якого відсутня у базі знань, то це автоматично запускає процес. Таким чином, працівник, що отримує певну інформацію та здійснить пошук у мережі «Інтернет» із посиланням на офіційні джерела влади, зможе внести дані до гугл-таблиці, яка буде названа «Телеграф новин» (так звані пропозиції) і буде розміщена у розділі «Служба новин УКЦ» у вигляді активного гіперпосилання.

«Телеграф новин» – це окремий створений підрозділ у конфігураційному модулі «Служба новин УКЦ», який міститиме гіперпосилання на гугл-таблицю з назвою «Телеграф новин», в якому будуть створені окремі розділи із розбиттям на категорії. Опишемо реквізити «Телеграф новин». Реквізити – це види діяльності, імена осіб співробітників, які додають посилання у розділі «Телеграф новин», які розбиті на категорії та дані працівника відділу, який буде займатися фінальним додаванням новини у конфігураційний модуль UKC CRM – «Служба новин УКЦ», дата, коли було додано запит, терміновість опрацювання цього запиту, наприклад: «низький», «середній», «терміновий». Це дозволить систематизувати роботу експертів відділу, які будуть проводити моніторинг.

Буде здійснюватися моніторинг за додаванням відповідної новини. Так, у «Телеграф новин» біля кожної запропонованої працівником новини експерт бази знань буде ставити статус, в якому новина перебуває. Це може бути статус «прийнято», «в обробці» та «підтверджено». Після отримання статусу «підтверджено» матеріал буде сформований у вигляді окремої консультації та доданий до розділу «Служба новин УКЦ».

Варто зазначити, що гугл-таблиця «Телеграф-новин» матиме розбиття на кілька категорій за допомогою вкладок, за допомогою яких пропозиції фахівця будуть систематизуватися залежно від сфери новини. Наприклад, це може бути «соціальний захист», «безпека оборона» чи «комунальне господарство». Аналогічне розбиття на категорії можна бачити під час реєстрації звернення на сайті державної установи «Урядовий контактний центр».

У цьому контексті варто ще описати, яким чином вносяться зміни у діяльність CRM-системи (рисунок 1) при здійсненні дій працівника. Необхідне посилання консультант залишає в обраній категорії гугл-таблиці «Телеграф-новин», після чого подальшим моніторингом і роботою займатиметься експерт бази знань або залежно від організації роботи консультант може передати посилання на «потенційну новину» своєму керівнику зміни, а той у кінці робочого дня передає необхідну інформацію експерту бази знань.

Таким чином, новий об'єкт метаданих «Телеграф новин» буде доданий до структури конфігураційного модуля CRM-системи UKC CRM.

Після того як потенційна новина в об'єкті метаданих «Телеграф новин» набуде статусу «підтверджено», експерт, який здійснює наповнення бази знань консультаціями, створює нову консультацію із запропонованою новиною, яку розміщує у конфігураційному модулі «Служба новин УКЦ» в алфавітному порядку.

«Телеграф новин» планувалося реалізувати у форматі, що базується на сервісі Google, а саме Google Sheets, з категоризованими вкладками. Однак є певні складнощі в реалізації ідеї в такий спосіб:

- 1) збільшення навантаження на консультантів та експертів;
- 2) правдивість інформації, яка може бути відображена у ЗМІ;
- 3) постійний моніторинг новинного розділу;
- 4) накопичення інформації.

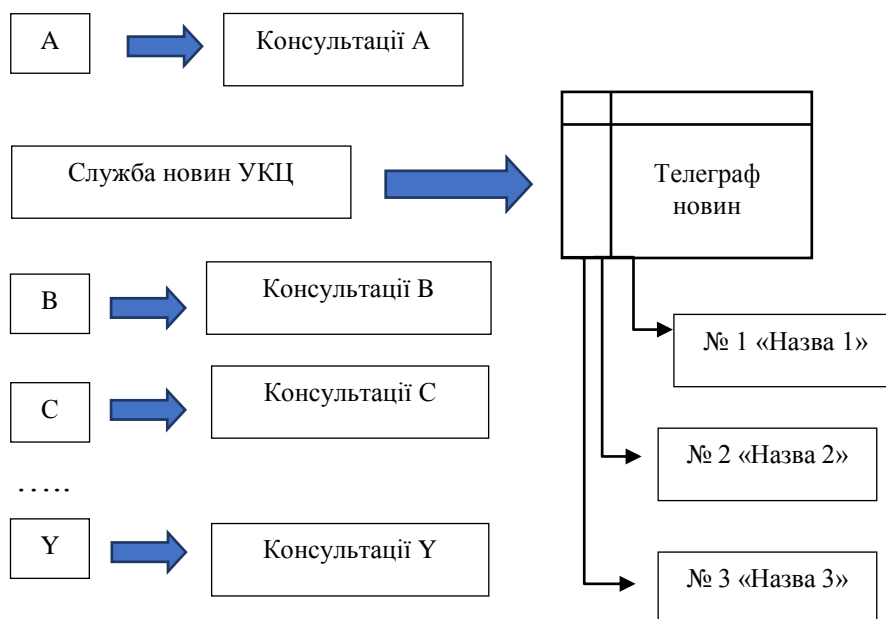


Рисунок 1. Пропоновані зміни до бази знань CRM-системи

Так було спроектовано новий модуль УКС CRM «Служба новин УКЦ». Його основна мета – це організація максимального охоплення даними щодо подій, які відбуваються у сфері життя клієнтів державної установи «Урядовий контактний центр» задля надання своєчасної, перевіреної та правдивої інформації, адже отримання інформації засобами зв'язку для певних цільових категорій клієнтів є першочерговим та впливає надалі на ступінь їхньої задоволеності отриманими послугами від установи. При цьому на експертів, які здійснюють наповнення цього розділу CRM-системи, покладаються обов'язки щодо своєчасного наповнення цього розділу актуальними новинами та видалення застарілих консультацій у разі, якщо запити від клієнтів не будуть надходити консультантам відділу обробки звернень через телефон.

Відповідно про видалення консультації із розділу «Служба новин УКЦ» буде завчасно повідомлено фахівців шляхом зміни кольору консультації на оранжевий колір, це буде слугувати тому, що ця новина є застарілою та скоро зникне із відповідного розділу консультацій.

Новий конфігураційний модуль «Служба новин УКЦ» буде спроектований таким чином, що без проблем буде інтегрований до наявного модуля CRM-системи. Це дозволить не витратити фінанси на розробку нових шляхів для надання послуг клієнтам та задовольнить їхні потреби. Таким чином, впровадження модуля «Служба новин УКЦ» дозволить підвищити ефективність діяльності кожного працівника, який залучений у відділі прийняття та реєстрації звернень, зменшить рівень незадоволеності клієнтів, що користуються послугами працівників державної установи «Урядовий контактний центр», за допомогою удосконалення наявного модуля CRM-системи.

Основна база даних призначена для того, щоб автоматизувати діяльність в якісному та ефективному програмному продукті, всі процеси мають бути пов'язані між собою і виконуватися в контексті взаємодії з користувачами. Модифікації бази даних можливі тому, що процес зміни у базі знань і процес виконання інших завдань, включаючи діяльність експертів та роботу консультантів, функціонально тісно пов'язані між собою.

При надходженні дзвінка від клієнта інформація про його запит поступає працівнику установи, який вирішує, чи необхідно зареєструвати звернення, чи надати консультацію. При першому варіанті подій розмова завершується реєстрацією звернення, після чого процес припиняється. Інформацію про звернення працівник фіксує у CRM після авторизації, після детальної обробки інформації та через відповідні регламенти. Якщо розглядати питання при другому варіанті подій, то фахівець надає консультацію. У цьому випадку через запит до «Служба новин УКЦ» він обирає потрібну консультацію, яка міститься у цьому конфігураційному модулі, надає її клієнту та автоматично формує запис у CRM-систему (рисунок 2).

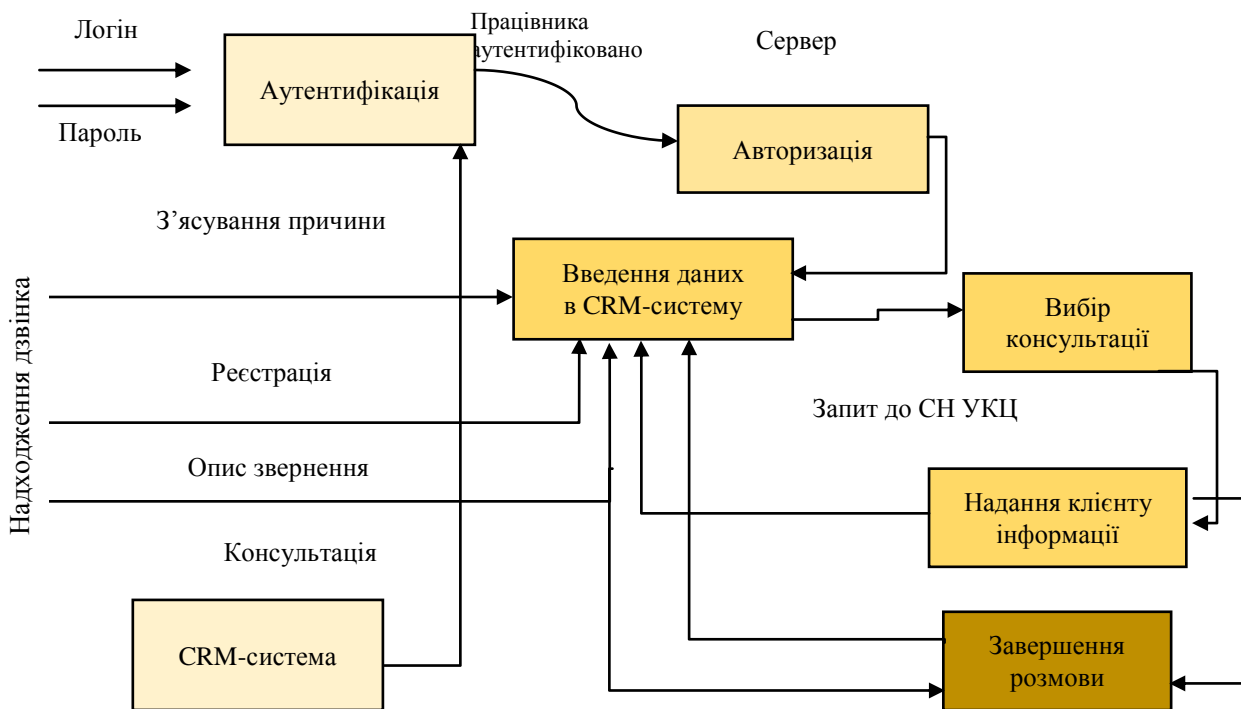


Рисунок 2. Покрокові дії фахівця

У випадку внесення пропозицій до бази знань CRM-системи працівник самостійно здійснює пошук інформації згідно з офіційними джерелами і вносить відповідно до регламенту роботи інформацію до гугл-таблиці «Телеграф новин», після чого запит обробляється експертами, а потім до модуля УКС CRM «Служба новин УКЦ» вносяться відповідні зміни (рисунок 3). Все це здійснюється відповідно після процесу авторизації, після детальної обробки інформації, так само як у попередньому процесі.

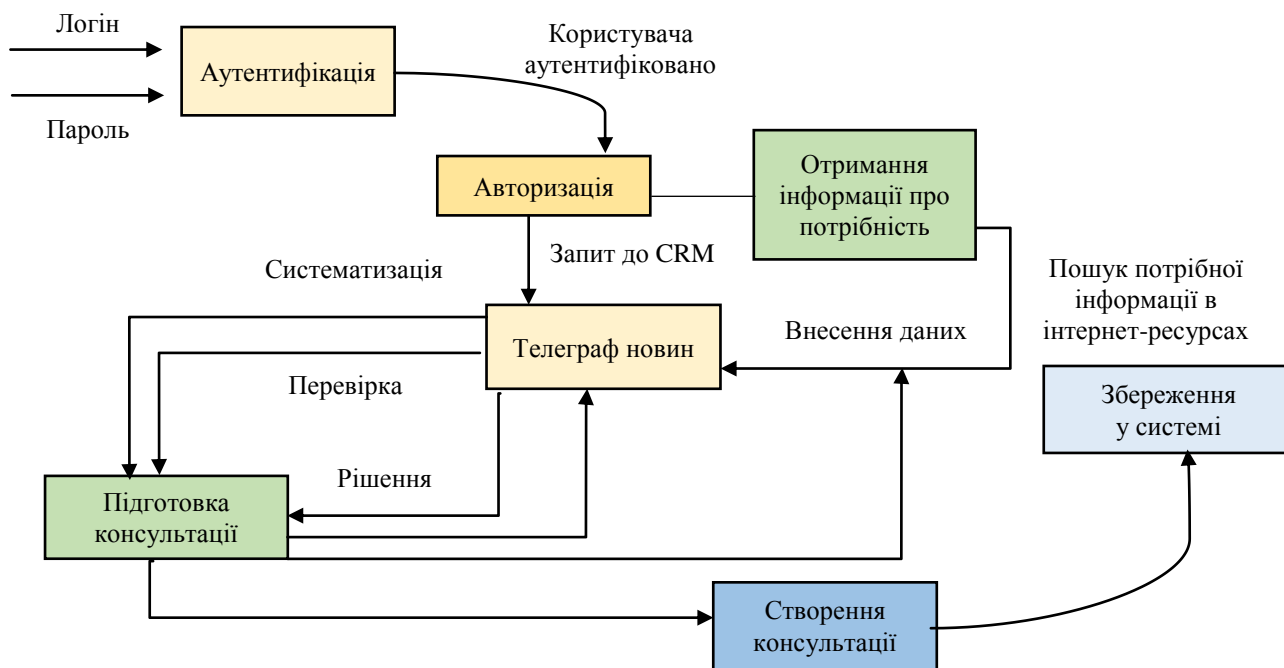


Рисунок 3. Схема внесення змін до Бази знань CRM

Висновки. Як свідчать результати дослідження, здійснення заходів щодо вдосконалення модуля CRM-системи – це перспектива подальшого розвитку державної установи «Урядовий контактний центр» і збільшення заохочення клієнтів, споживачів послуг. Розроблений конфігураційний модуль «Служба новин УКЦ» сприяє ефективній роботі персоналу установи та підвищить взаємодію при роботі з громадськістю. Надалі саму ідею організації бази знань можуть використовувати й інші контактні центри у своїй діяльності. Саме впровадження цієї інновації у роботу CRM-системи дозволить спростити використання трудових та часових ресурсів, оскільки при наданні вичерпної інформації буде витрачатися менше зусиль на кінцеве задоволення клієнта результатом. Таким чином, при подальшому зверненні клієнт буде звертатися ще, що підвищить його лояльність до роботи державної установи «Урядовий контактний центр».

Удосконалення модуля CRM-системи надалі має сприяти підвищенню надання послуг установою та збільшенню якості роботи. Результати дослідження дають можливість поглянути на те, яким чином може відбуватися процес, через графіки. Виявлено чималу кількість переваг, яку отримає державна установа «Урядовий контактний центр» внаслідок упровадження модуля «Служба новин УКЦ» до своєї CRM-системи. Перспективою є застосування надалі цього інструменту взаємодії з громадськістю через грамотну автоматизацію процесу надання послуг через середовище CRM-системи, оскільки це є важливим для забезпечення стратегічного розвитку установ шляхом автоматизації процесу надання послуг.

Список використаних джерел

1. Sanasam L., Pradhan B., Mohanty S. Empirical evidence from hotel industry on the dimension of customer relationship management & their influence on organisation performance. *Geo Journal of Tourism and Geosites*. 2022. Vol. 41. № 2. P. 408–414. DOI: 10.30892/41210-844.
2. Öztayşi B., Kaya T., Kahraman C. Performance comparison based on customer relationship management using analytic network process. *Expert Systems with Applications*. 2011. Vol. 38. № 8. P. 9788–9798.
3. Demo G., Rozzett K. Customer relationship management scale for the business-to-consumer market: exploratory and confirmatory validation and models comparison. *International Business Research*. 2013. Vol. 6. № 11. P. 29–42.
4. Cooper M. J., Upton N., Seaman S. Customer relationship management: A comparative analysis of family and nonfamily business practices. *Journal of small business management*. 2005. Vol. 43. № 3. P. 242–256.
5. Tsai H. H. Research trends analysis by comparing data mining and customer relationship management through bibliometric methodology. *Scientometrics*. 2011. Vol. 87. № 3. P. 425–450.
6. Soliman H. S. Customer relationship management and its relationship to the marketing performance. *International journal of business and social science*. 2011. Vol. 2. № 10.
7. Galitsky B., de la Rosa J. L. Concept-based learning of human behavior for customer relationship management. *Information Sciences*. 2011. Vol. 181. № 10. P. 2016–2035.
8. Побудова CRM-системи як основи формування комунікаційної політики між організацією та кінцевим споживачем / Птащенко О. В., Мірошникова Є. Д., Птащенко Е. В., Мірошникова Е. Д. *Вісник Східно-Українського національного університету імені Володимира Даля*. 2016. № 230 (6).
9. Поліщук І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності. 2021. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4214754
10. Концепція формалізації взаємин з зовнішніми клієнтами та інтеграція CRM-системи / Багнюк Н. В., Кузьмич О. І., Мельник В. М., Тимошук П. В. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2019. № 37.
11. Урядовий контактний центр: про Центр. *Урядовий контактний центр*. URL: <https://ukc.gov.ua/dlya-rozdilu-pro-tsentr/about/>
12. Деякі питання Єдиної системи опрацювання звернень: постанова Кабінету Міністрів України від 27 листоп. 2019 р. № 976 / Верховна Рада України . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/976-2019-p#Text>
13. Про перейменування та розміщення державної установи «Соціальний контактний центр»: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.07.2010 р. № 1552-р.

References

1. Sanasam, L., Pradhan, B., Mohanty, S. (2022), "Empirical evidence from hotel industry on the dimension of customer relationship management & their influence on organisation performance", *Geo Journal of Tourism and Geosites*, Vol. 41, No. 2, pp. 408-414. DOI: 10.30892/41210-844.

2. Öztayşi, B., Kaya, T., Kahraman, C. (2011), "Performance comparison based on customer relationship management using analytic network process", *Expert Systems with Applications*, Vol. 38, No. 8, pp. 9788-9798.
3. Demo, G., Rozzett, K. (2013), "Customer relationship management scale for the business-to-consumer market: exploratory and confirmatory validation and models comparison", *International Business Research*, Vol. 6, No. 11, pp. 29-42.
4. Cooper, M. J., Upton, N., Seaman, S. (2005), "Customer relationship management: A comparative analysis of family and nonfamily business practices", *Journal of small business management*, Vol. 43, No. 3, pp. 242-256.
5. Tsai, H. H. (2011), "Research trends analysis by comparing data mining and customer relationship management through bibliometric methodology", *Scientometrics*, Vol. 87, No. 3, pp. 425-450.
6. Soliman, H. S. (2011), "Customer relationship management and its relationship to the marketing performance", *International journal of business and social science*, Vol. 2, No. 10.
7. Galitsky, B., de la Rosa, J. L. (2011), "Concept-based learning of human behavior for customer relationship management", *Information Sciences*, Vol. 181, No. 10, pp. 2016-2035.
8. Ptashchenko, O. V., Miroshnikova, Ye. D., Ptashchenko, E. V., Miroshnikova, E. D. (2016), "Building of a CRM system as a basis for forming a communication policy between the organization and the end consumer", *Visnyk Skhidno-Ukrainskoho Natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia*, Vol. 230, No. 6 [in Ukrainian].
9. Polishchuk, I. (2021), "CRM-system as the basis of formation of consumer loyalty", available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4214754 [in Ukrainian].
10. Bahniuk, N. V., Kuzmych, O. I., Melnyk, V. M., Tymoshuk, P. V. (2019), "The concept of formalization of relations with external customers and integration of the CRM system", *Computer-integrated technologies: education, science, production*, *Kompiuterno-intehrovani tekhnolohii: osvita, nauka, vyrobnytstvo*, No. 37 [in Ukrainian].
11. Government Contact Center: About Center, available at: <https://ukc.gov.ua/dlya-rozdilu-pro-tsentr/about/> [in Ukrainian].
12. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Some issues of the Unified system for processing appeals" (Nov. 27, 2019), No. 976 (revision dated Aug. 17, 2022), available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/976-2019-п#Text> [in Ukrainian].
13. Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "About the renaming and location of the state institution "Social Contact Center" (Jul. 28, 2010), No. 1552-p [in Ukrainian].

D. M. Khlystun

**IMPROVEMENT OF THE SYSTEM FOR MANAGEMENT OF ORGANIZATION'S
COMMUNICATION WITH CONSUMERS BY AUTOMATING
THE SERVICE PROVISION PROCESS IN THE CRM ENVIRONMENT**

The project on the development of the concept of formalizing relations between service users and the state institution "Government Contact Center" is implemented. The developed concept is used for the development and integration of the CRM system module. Such research methods as basic statistical analysis, comparison, content analysis of secondary information, observation, and generalization have been used to solve the problematic tasks set in the research. It has been established that customer relationship management is a tool for achieving company loyalty through customer satisfaction with the level of services. Competent organization of the service automation process provides an opportunity to increase the efficiency of the employee and increase the client's loyalty to the actions of the institution or organization. It is found that, with the help of the concept of integrated marketing communications, the public can solve problems by contacting an institution or organization to resolve problematic issues. In order to carry out this activity, a working environment is needed through which communication between the institution and the client can be built. It is found that the CRM system provides an environment that would satisfy such requests. The software complex allows not only communication between the institution and the recipient of services but also systematization of all data. The main points regarding the value of using the CRM system in the work with users of the services of the state institution "Government Contact Center" are shown. The relationship between the knowledge base and the provision of services is shown. Based on the institution's CRM system, a mechanism for improving the knowledge base, which operates on the basis of the CRM system, is proposed, and it is shown how the institution's specialists can participate in its improvement. The stages of improving the knowledge base of the CRM system with the help of the new section "News Service

of the Government Contact Center" and the role of the "Telegraph of News" section in it are described. The role and new responsibilities that arise as a result of the implementation of this concept for a group of employees are shown. It has been established that knowledge base consultants and experts play a decisive role in the launch of this concept of improving the knowledge base of the CRM system of the state institution "Government Contact Center".

Keywords: *customer relationship management, automation of the service provision process, public relations, personnel management, service users.*

DOI 10.24025/2306-4420.68.2023.284535

Хлїстун Д. М., аспірант кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності, здобувач ступеня доктора філософії напрямку «Менеджмент», Національний університет біоресурсів і природокористування України (НУБіП України)

e-mail: denys.khlystun@ukr.net

ORCID 0000-0001-7131-9623

Khlystun D. M., Postgraduate Student at the Department of Administrative Management and Foreign Economic Activity, Candidate for the Degree of Doctor of Philosophy in the field of "Management", National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (NUBiP of Ukraine)