

УДК 332.05

JEL Q18

DOI: <http://doi.org/10.25728/econbull.2024.2.5-kulikov>

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ. КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Куликов Александр Николаевич

Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, Москва, Россия,

e-mail: koff2@mail.ru; SPIN-код: 8069-3548; ORCID: 0009-0003-5092-6338

Аннотация: В статье рассматривается история и перспективы развития клиентоцентричного подхода в государственном управлении, как одного из элементов цифровой экономики в Российской Федерации. Проанализирована текущая ситуация с внедрением клиентоцентричности в деятельность органов власти.

Ключевые слова: государственный маркетинг, цифровая экономика, клиентоцентричность, государственные услуги

GOVERNMENT MARKETING. CLIENT-CENTRICITY AS AN ELEMENT OF THE DIGITAL ECONOMY

Kulikov Alexander Nikolaevich

*V.A. Trapeznikov Institute of Management Problems of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia,*

e-mail: koff2@mail.ru; SPIN code: 8069-3548; ORCID: 0009-0003-5092-6338

Abstract: The article examines the history and prospects of the development of a client-centered approach in public administration as one of the elements of the digital economy in the Russian Federation. The current situation with the introduction of client-centricity in the activities of government authorities is analyzed.

Keywords: government marketing, digital economy, client-centricity, public services

Введение. Согласно ключевому целевому показателю федерального проекта «Цифровое государственное управление» доля социально значимых услуг, которые станут доступны заявителям в электронном виде к 2030 году должна составить 95%. Федеральный проект «Цифровое государственное управление» это часть национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», который, в свою очередь, реализуется в рамках государственной программы «Информационное общество». Мероприятия проекта направлены на внедрение клиентоцентричного подхода при оказании государственных услуг и осуществлении госфункций. Помимо прочих задач большое внимание уделяется

повышению качества и удобства тех государственных услуг, которые государство оказывает гражданам; цифровой трансформации госуслуг и функций, сокращению сроков получения государственных услуг и, не в последнюю очередь, созданию предпосылок для перевода процессов коммуникации граждан и государства преимущественно в электронный вид.

Сегодня государство уже делает первые шаги в этом направлении. Несколько лет работает Единый портал государственных услуг (ЕПГУ), на котором осуществляется доступ к услугам, оказываемым органами государственной и муниципальной власти. Функционируют цифровые сервисы в финансовой и бытовой сферах, отраслевой государственный контроль и надзор переходит в «цифру» посредством автоматизированных информационных систем. Фактически отдельные элементы государственного управления уже прошли цифровую трансформацию. Однако, множество госуслуг пока доступны только при условии личного присутствия гражданина или представителя бизнеса либо только при условии предоставления необходимых документов в бумажном виде.

Краткая история вопроса. История клиентоцентричного подхода берет свое начало в середине пятидесятих годов прошлого века, когда ученые впервые заговорили о «дизайне комплексного предвидения». Это процесс создания визуальных образов и концепций, отражающих будущие состояния объектов, систем или сред. Он включает в себя анализ текущих трендов, исследование возможных сценариев развития и разработку инновационных решений, направленных на улучшение качества жизни людей и устойчивое развитие общества. По замыслу авторов этой концепции, дизайн комплексного предвидения может применяться в различных областях, таких как архитектура, городское планирование, транспорт, экология, образование и здравоохранение. Он помогает определить стратегические направления развития, выявить потенциальные проблемы и возможности, а также разработать эффективные стратегии их решения.

Стоит отметить разницу определений «клиентоцентричность» и «клиентоориентированность». Считается, что термин «клиентоориентированность» впервые предложил экономист Питер Друкер. Он считал, что главная цель бизнеса — клиент, готовый совершить эффективную покупку. Его книга «Практика менеджмента», опубликованная в 1954 году, содержит ключевые идеи о важности ориентации на клиента. В этой книге Друкер подчеркивает, что успех бизнеса зависит от понимания и удовлетворения потребностей клиентов. При этом, наряду с клиентом, в центре внимания остается продукт или услуга, которые предлагаются к приобретению. В случае с клиентоцентричностью фокус компании смещается на потребности и ожидания покупателя. То есть, на первый взгляд синонимичные термины, являются концептуально различными.

Если клиентоориентированность заключается в действиях, цель которых — понять потребности клиента, выполнить его требования и превзойти ожидания каждого клиента, то клиентоцентричность представляет собой новую модель построения и работы организации, где в центре всех процессов находится человек. Он же потребитель, заявитель или клиент.

В 1969 году американский ученый, экономист, лауреат Нобелевской премии Герберт Саймон сформулировал методологию дизайн-мышления для решения инженерных, деловых и прочих задач, основанную на творческом подходе. Эта методология была впервые сформулирована им в книге «Науки об искусственном».

По мнению Саймона дизайн-мышление отличается от традиционного аналитического подхода тем, что фокусируется на творческом процессе, где самые неожиданные идеи могут привести к лучшим решениям¹. Этот подход широко применяется в разработке инновационных продуктов и услуг в социальном и бизнес-контексте.

В начале семидесятых годов двадцатого века Хорст Риттель в своих исследованиях отмечал важность человеческого опыта и восприятия при проектировании решений. Риттель также известен своими работами в области науки о дизайне и популяризацией концепции «злых проблем» и разработкой метода проблемно-ориентированной информационной системы для решения сложных практических задач.

Двумя десятилетиями позже, в начале девяностых, Ричард Бьюкенен обозначил дизайн-мышление, ранее предложенное Саймоном, в качестве средства для интеграции узкоспециализированных областей знаний с целью их применения для решения новых проблем, с которыми сталкивается человечество.

История государственного маркетинга в формате клиентоцентричности в нашей стране началась относительно недавно - в 2020-2022 годах, но уже достигла значительного прогресса. Можно констатировать, что в последние годы наблюдается повышенный интерес к адаптации и внедрению принципов клиентоцентричности не только в рамках деятельности коммерческих организаций, но и в рабочие процессы государственных учреждений.

В основе реализации клиентоцентричного подхода лежит трансформация государственных услуг, оказываемых гражданам или организациям, в электронный вид. Вместе с тем, самим органам государственного управления также будет необходимо пройти по пути трансформации для создания принципиально новой системы ценностей в работе со своими «клиентами». Результатом таких коренных изменений должно стать клиентоцентричное государство. В котором все процессы и услуги адаптированы под нужды человека, они эффективно решают его задачи и непрерывно развиваются с учётом обратной связи, получаемой от пользователей.

Как уже было сказано, ключевым ценностным фактором клиентоцентричности для государства является размещение в центре внимания человека, его жизненной ситуации и необходимости со стороны государства максимально эффективно и оперативно в этой ситуации разобраться и оказать всю необходимую помощь и поддержку. Принципиальные составляющие работы с человеком это эмпатия, честность и профессионализм

Клиентоцентричность, как основа государственного маркетинга. В апреле 2022 года была провозглашена «Декларация ценностей клиентоцентричности». Это документ, который символизирует переход к новой модели государственного управления, основанной эффективном взаимодействии органов власти с гражданами и организациями в рамках оперативного реагирования на их потребности. Декларация признает человека, его права и свободы высшей ценностью, а обеспечение достойной жизни людей – одной из главных обязанностей государства². Годом позже Правительство Российской Федерации запустило федеральный проект под названием «Государство для

¹ Саймон Г. Науки об искусственном / Пер. с англ. Э. Наппельбаума; М.: Мир, 1972. 148 с.

² Декларация ценностей клиентоцентричности // Минэкономразвития России. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/960f181e39e8b5100ecea7107eb7fe92/deklaraciya_cennostey_klientocentrchnosti.pdf (дата обращения 28.06.2024)

людей». Этот проект призван улучшить качество жизни граждан и повысить уровень их доверия к государству за счёт применения клиентоцентричного подхода в работе органов государственной власти. Основная задача проекта — обеспечить удовлетворение потребностей граждан и представителей бизнеса без необходимости разбираться в том, куда именно следует обращаться за той или иной услугой.

В рамках реализации проекта, в течение нескольких лет планируется создать и внедрить реестр жизненных ситуаций, который позволит проактивно удовлетворять потребности граждан без необходимости подачи заявлений, а также сертифицировать подавляющее большинство государственных услуг и сервисов.

Таким образом государство создает механизм взаимодействия, призванный обеспечить лояльность населения по отношению к деятельности органов власти и устойчивое понимание того, что коммуникации с государственным сектором могут носить позитивный характер и способствовать эффективному решению различных жизненных ситуаций.

В федеральном проекте «Государство для людей» человек рассматривается не только как гражданин, защищающий свои интересы. Он также может выступать представителем коммерческой организации, действуя от лица бизнеса, или же быть государственным гражданским служащим, предоставляющим услуги населению. Таким образом, клиентоцентричный подход предполагает учет различных социальных ролей человека в рамках его коммуникации с государством. Соответственно под каждую из приведенных позиций подготовлены стандарты, раскрывающие особенности взаимодействия и устанавливающие требования для органов власти, за это взаимодействие отвечающих. Это стандарт «Государство для людей», стандарт «Государство для бизнеса» и «Стандарт для внутреннего клиента».

Стандарт «Государство для людей» представляет собой набор требований, которые применяются к органам власти при предоставлении государственных услуг или выполнении государственных функций в процессе взаимодействия с гражданами. По сути, это стандарт, формирующий перечень требований, предъявляемых к работе многофункциональных центров, которые сегодня есть практически в каждом регионе страны.

Стандарт «Государство для бизнеса» работает в случае взаимодействия с предпринимательским сообществом. При чем это касается как большого бизнеса, так и индивидуальных предпринимателей. Требования стандарта распространяются на предоставление государственных услуг, различных мер поддержки, а также деятельность, направленную на снижение административной нагрузки на бизнес.

Действие «Стандарта для внутреннего клиента» направлено на деятельность органов власти по оказанию государственных услуг. Это перечень требований по совершенствованию существующих и проектированию новых услуг и сервисов, а также работе с кадровым составом внутри ведомств и на уровне всего государственного аппарата.

В настоящее время более шестидесяти федеральных министерств и ведомств являются участниками пилотного проекта по внедрению клиентоцентричного подхода. Это органы государственной власти, которые на постоянной основе осуществляют взаимодействие с гражданами и бизнесом в части оказания им государственных услуг.

Помимо работы непосредственно с внешним клиентом участники эксперимента направляют информацию о своей деятельности в лаборатории пользовательского тестирования, где оценивается эффективность оказываемых государственных услуг и осуществления государственных функций, а также определяются критерии тех мер, которые необходимо предпринять органам власти для повышения качества сервиса.

Примеры внедрения клиентоцентричного подхода. В качестве одного из примеров работы органов государственной власти по реализации клиентоцентричности при оказании государственных услуг можно привести Федеральную службу по контролю за алкогольным и табачным рынками. В Службе с 2023 года проходит поэтапная подготовка к оцифровке отдельных жизненных ситуаций, которые возникают у участников алкогольного и табачного рынка. Так в настоящее время идет работа над жизненной ситуацией «Открытие предприятия по производству алкогольной продукции». данная жизненная ситуация напрямую связана с оказанием государственной услуги по лицензированию производства и оборота алкогольной и спиртосодержащей продукции. На первом этапе мероприятий осуществляется доработка информационных систем Минцифры России, Роспатента, Росстата, Росаккредитации, Росалкогольтабакконтроля и Корпорации «МСП». Происходит определение способа наполнения сервиса информацией об услугах или мерах поддержки органов власти и организаций, а также состава информации об услугах и мерах поддержки, участвующих в жизненной ситуации (ЖС). Затем определение статусной модели при получении статусов оказания государственных услуг в составе ЖС. Определение способа и формата передачи заявления по государственной услуге, а также полей необходимых для данного заявления. Далее следует внесение изменений в перечень государственных услуг на портале ЕПГУ. В то же время идет разработка дизайн-макетов сервиса и его архитектуры, включающей элементы проактивного информирования. Кроме того, готовятся проекты нормативных правовых актов, предполагающих внесение изменений в отраслевое законодательство в целях обеспечения рассмотрения заявлений на получение лицензий в электронном виде. По прошествии всех этапов будет проведено тестирование сервиса, доработка по итогам тестирования, а затем его выведение в промышленную эксплуатацию.

Помимо приведенного примера перевода в электронный вид одной из госуслуг в ведомстве готовится к реализации целый ряд жизненных ситуаций, связанных с получением участниками рынка федеральных специальных марок, наносимых на алкогольную продукцию, а также приемом уведомлений о начале оборота алкогольной продукции на территории нашей страны.

Выводы. Государственный маркетинг в цифровой экономике Российской Федерации сегодня переживает процесс своего становления и имеет большое значение для будущего всей системы государственного управления. Поэтапная цифровизация государственных услуг и их адаптация под конкретного потребителя позволит значительно сократить издержки государства, связанные с обработкой большого количества обращений граждан, связанных с негативной оценкой деятельности его институтов, борьбой с нелегальным рынком товаров и услуг, за которыми осуществляется государственный контроль и надзор, а также обеспечит дополнительные поступления в бюджет государства акцизных платежей и государственных пошлин, рост которых будет обеспечен в результате обеления отраслевых рынков. Таким образом действия государства по продвижению своей

позиции в отношении целевой аудитории могут иметь вполне осязаемые результаты причем не только в виде роста её лояльности, но и в виде увеличения финансовых поступлений в бюджеты разных уровней.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726>
2. Распоряжение Правительства РФ от 27 декабря 2021 г. № 3878-р «О проведении эксперимента по апробации инструментов, обеспечивающих внедрение принципов клиентоцентричности в государственном управлении» // [Электронный ресурс]: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403221094/>
3. Рожков А.Г. «Формирование и развитие отношений клиентоориентированной компании» // Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики» Москва, 2012.
4. Саймон Г. Науки об искусственном / Пер. с англ. Э. Наппельбаума; М.: Мир, 1972. 148 с.
5. Rowe P.G. «Design Thinking» // Cambridge, Mass.: MIT Press, 1987.
6. Курмак В.В. «Инклюзивный дизайн» // [Электронный ресурс]: <https://vc.ru/skillbox/110874-principy-inklyuzivnogo-dizayna>
7. Добролюбова Е.И., Южаков В.Н. «Эволюция государственного управления» // Экономическая политика России. Турбулентное десятилетие 2008–2018. Журнал 2020.
8. Линник О.В., Ожаровский А.В., Шклярук М.С. «Клиентоцентричный подход в государственном управлении» // Навигатор РАНХиГС, Москва, 2020.
9. Коженко Я.В., Мамычев А.Ю. «Сервисное государство: проблемы теории и практики реализации» // Власть. Журнал, выпуск 3, 2010.
10. Южаков В.Н., Добролюбова Е.И., Покида А.Н., Зыбуновская Н.В. «Результативность и эффективность контрольно-надзорной деятельности государства: мнение бизнеса и граждан» // Монография. РАНХиГС, 2022.

References

1. Decree of the President of the Russian Federation No. 474 dated 21.07.2020 "On the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030" // [Electronic resource]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726>
2. Decree of the Government of the Russian Federation No. 3878-r dated December 27, 2021 "On conducting an experiment on testing tools that ensure the implementation of the principles of client-centricity in public administration" // [Electronic resource]: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403221094/>
3. Rozhkov A.G. "Formation and development of relations of a client-oriented company" // "Higher School of Economics" Moscow, 2012.
4. Simon H. Sciences of the artificial // Translated from the English by E. Nappelbaum; Mir, Moscow, 1972.
5. Rowe P.G. «Design Thinking» // Cambridge, Mass.: MIT Press, c1987, 229 p.
6. Kurmak V.V. "Inclusive design" // [Electronic resource]: <https://vc.ru/skillbox/110874-principy-inklyuzivnogo-dizayna>

7. Dobrolyubova E.I., Yuzhakov V.N. "Evolution of public administration" // Economic policy of Russia. The Turbulent Decade 2008-2018. Journal 2020.
8. Linnik O.V., Ozharovsky A.V., Shklyaruk M.S. "Client-centric approach in public administration" // Navigator RANEPА, Moscow, 2020.
9. Kozhenko Ya.V., Mamychев A.Yu. "Service state: problems of theory and practice of implementation" // Power. Magazine, issue 3, 2010.
10. Yuzhakov V.N., Dobrolyubova E.I., Pokida A.N., Zybunovskaya N.V. "Effectiveness and efficiency of control and supervisory activities of the state: the opinion of business and citizens" // Monograph. RANEPА, 2022.

Поступила в редакцию 4 июля 2024 г.