

УДК 316.013

DOI: 10.17748/2075-9908-2017-9-1/2-116-121

ДИБИРОВА Камила ЮнусовнаСеверо-Кавказский федеральный университет
г. Ставрополь, Россия
keremet2000@mail.ru**Camila Yu. DIBIROVA**Competitor, Department of Sociology, North Caucasus
Federal University
Stavropol, Russia
keremet2000@mail.ru**К ПРОБЛЕМЕ ОЦЕНКИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ
КАЧЕСТВОМ БЮДЖЕТНЫХ УСЛУГ В
ЗАПАДНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ
СОЦИОЛОГИИ****PROBLEM OF ASSESSMENT
SATISFACTION WITH THE QUALITY OF
PUBLIC SERVICES IN WESTERN AND
DOMESTIC SOCIOLOGY**

На основании анализа международного опыта проведения исследований удовлетворенности граждан качеством бюджетных услуг (в том числе государственных и муниципальных) автор рассматривает направленность изменения в методологии и инструментарию оценки качества данных услуг и приходит к интерпретации «удовлетворенности качеством бюджетных услуг» как основного понятия, интегральной характеристики оценки качества услуг, оказываемых государством и муниципальной властью. Утверждается, что одними лишь объективными показателями нельзя оценить качество бюджетных услуг, поэтому развитие измерения эволюционировало в сторону включения в методологию, методику и исследовательский инструментарий показателей субъективной оценки - «удовлетворенности качеством бюджетных услуг». «Удовлетворенность услугой» есть субъективная оценка потребителем степени реализованности поставщиком услуги его потребностей и ожиданий. Таким образом, «удовлетворенность качеством бюджетной услуги» можно интерпретировать как субъективную оценку гражданином (потребителем) степени реализованности его потребностей и ожиданий государственным или муниципальным органом власти, выступающим в качестве поставщика услуги. Автор утверждает, что удовлетворенность качеством бюджетных услуг является основным критерием не только субъективной оценки, но и показателем, встроенным в аппарат измерения других, объективных показателей, в качестве индикатора их субъективного оценивания. Удовлетворенность качеством бюджетных (государственных и муниципальных) услуг социологи пытаются вывести из баланса между ожиданиями граждан при обращении в органы власти за получением услуги и оценкой полученного опыта. Автор утверждает, что при анализе качества бюджетных услуг обосновано использование следующих критериев: 1) критерия полноты бюджетных услуг; 2) критерия качества бюджетных услуг; 3) критерия доступности бюджетных услуг; 4) критерия своевременности оказания бюджетных услуг; 5) критерия удовлетворенности получателей государственных бюджетных услуг (как общий показатель удовлетворенности качеством бюджетных услуг и как субъективные индикаторы к каждому показателю).

Based on the analysis of international experience in conducting research of satisfaction of citizens of public services quality (including state and municipal services), the author examines the changes in orientation in the methodology and tools for assessing the quality of these services and comes to the interpretation of "satisfaction of public services quality" as the basic concept, integrated characteristics evaluation of the quality of services provided by state and municipal authorities. It is alleged that one only objective indicator can not evaluate the quality of public services, so the development of measurement has evolved towards inclusion in the methodology, methodology and research tools indicators of subjective evaluation is "satisfaction with public services quality." "Satisfaction with the service" is a subjective evaluation of the degree of consumer implementation service provider's needs and expectations. Thus, the "satisfaction with the quality of public services" can be interpreted as a subjective assessment of a citizen (consumer) level implementation his needs and expectations of the state or municipal authority, acting as a service provider. The author argues that the quality of public services satisfaction is the basic criterion not only subjective assessment, but also an indicator built into the unit of measurement other objective measures, as an indicator of their subjective assessment. Satisfaction with the quality of the budget (state and municipal) services sociologists try to derive from the balance between the expectations of citizens when applying to the authorities for obtaining services and evaluation of the experience. The author argues that the analysis of the quality of public services is justified to use the following criteria: 1) public services completeness criterion; 2) test the quality of public services; 3) criterion of availability of public services; 4) criteria timeliness of public services; 5) criterion of the state of public services beneficiaries satisfaction (as overall satisfaction with public services and quality as subjective indicators for each indicator).

Ключевые слова: услуга, качество, контроль качества, социальная услуга, оценка качества услуги, бюджетные услуги, оценка качества бюджетных услуг, удовлетворенность услугой, удовлетворенность качеством услуги, удовлетворенность качеством бюджетных услуг.

Keywords: service quality, quality control, social service, quality assessment services, fiscal services, evaluation of quality of public services, satisfaction with service, quality of service satisfaction, satisfaction with quality of public services.

Понятие «удовлетворенность услугой» изначально сопутствовало интерпретации «качества жизни» как критерий и показатель степени удовлетворения потребностей населения и в конечном итоге качества жизни. Безусловно, нельзя уходить в консюмеризм и сводить качество жизни исключительно к сфере потребления услуг, а ее оценивание - исключительно к степени удовлетворения потребностей. Однако логичным является рассмотрение количественных и качественных параметров потребления услуг, как существенной компоненты не только объективной, но и субъективной оценки качества жизни общества и человека.

Понятие «услуга» стало рассматриваться как базовая компонента в «сервисном обществе» с «сервисной экономикой», о появлении которого стали писать во второй половине XX в. западные социологи. Генезис и развитие данного явления описывались в контексте становления теории общества «позднего капитализма», «постиндустриального общества» и «общества потребления» (Д. Белл, Э. Тоффлер, Ж. Бодрийяр и др.). Позже данное свойство капиталистического общества второй половины XX - начала XXI в. нашло отражение в теоретических концептах «информационного общества», «информационно-коммуникативного общества» и «общества знания» (М. Кастельс, У. Мартин, И. Масуда и др.). Структурно-функциональная редакция рассмотрения услуг связывается с именами Р. Дафта и Ф. Котлера. В западной социологии и теории менеджмента подход к интерпретации качества как такового и, в частности, качества услуг связывается с Л. Фиглиным, А. Фейгенбаумом и Д. Уорли. Э. Гидденс рассматривает явление услуги в своей теории «структуриации».

Д. Этингер разработал рыночный подход к оценке качества продукции и создал отдельную прикладную область науки - «квалиметрию». Первоначально все подходы к оценке качества акцентировались именно на продукции, товарах, а не услугах и развивались в рамках экономической методологии и методики таких направлений, как «управление качеством», «контроль качества» и т.д.

«Услугу» традиционно интерпретируют как действие, совершенное в интересах индивидуального или группового клиента по удовлетворению его потребности. Методы оценки качества услуг разрабатывались как западными учеными Л.Л. Берри, В.А. Зейтмалом, А. Парашураманом и др., так и российскими - А.И. Субетто, Т. Пономаревой, М. Супрягиной и др.

Под «качеством услуги» подразумевалась совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя. В рамках нашей работы вызывают интерес критерии и показатели оценки качества услуги.

Л. Берри, В. Зейтмал и А. Парашураман разработали известную методику оценки качества услуг «SERVQUAL». По их мнению, качество услуги зиждется на потребителем сравнении ожиданий услуги и восприятия полученной услуги. Используя методику редукции данных (факторный анализ), они выделили 10 компонентов качества обслуживания: 1) компетентность (обладание необходимыми знаниями, умениями и навыками для выполнения услуги); 2) вежливость (чистый, аккуратный внешний вид, уважение, дружелюбие, вежливость персонала); 3) авторитет (надежность, вера и честность: репутация организации и ее персонала); 4) безопасность (ощущения отсутствия риска, опасности, свободы от сомнений: финансовая, физическая безопасность и конфиденциальность сведений о клиенте); 5) доступ к услуге: доступность и легкость контакта/обращения (например, удобство расположения, удобный режим работы и т.д.); 6) связь (информирование клиентов на доступном языке, умение слушать клиентов, предоставление всей необходимой информации); 7) знание клиента (способность понять и принять в расчет индивидуальные потребности клиентов); 8) основные средства (физические доказательства/подкрепления качества услуг организации: внешний антураж помещения, где происходит контакт с получателем услуги и т.п.); 9) надежность (точность и надежность, серийность и регулярность в выполнении услуг); 10) оперативность (готовность организации и ее сотрудников к быстрому реагированию на нужды потребителей услуг, предоставление своевременных услуг).

Все выделенные критерии и показатели вызывают научный интерес, однако грешат схожестью оснований по некоторым позициям. Это во многом и предопределило то, что авторы метода пришли к выводу об автокорреляции показателей и сократили их количество до пяти основных: 1) «tangibles» (материальное имущество: оценка объектов организации, оборудования, персонала, демонстрационных материалов и т.п.); 2) «reliability» (надежность: способность предоставлять услуги точно и надежно); 3) «re-

sponsiveness» (отзывчивость: желание помочь потребителям услуг, предоставить им максимально быстрое обслуживание); 4) «assurance» (уверенность: компетентность и вежливость сотрудников, их способность транслировать уверенность и доверие); 5) «empathy» (эмпатия: забота о клиенте, индивидуальное внимание и индивидуальный подход к нему) [1, с. 12-40]. Фактически разработанная Л.Л. Берри, В.А. Зейтмалом и А. Парашураманом методика «SERVQUAL» представляет собой модель «идеального обслуживания», идеальный тип этого явления.

Следующий распространенный в развитых странах метод, разработанный учеными Стокгольмской экономической школы индекс удовлетворенности потребителей «Customer Satisfaction Index» (CSI), позволяет выявлять факторы удовлетворенности потребителей и их лояльности. В качестве основных индексов «Customer Satisfaction Index» (CSI) выступают: 1) надежность компании: давние отношения, особые условия; 2) стоимость продукции: скидки, бонусы, ценовая политика; 3) ассортимент: товар, представленный на складе (складское наличие необходимого товара); 4) качество продукции, а также предоставляемые по нему гарантии; 5) работа персонала компании: компетентность, оперативность, вежливость; 6) наличие технической документации: описания работы с продукцией; 7) кредитная линия: отсрочка платежа, кредитная история; 8) сервисное обслуживание: гарантийное и послегарантийное сервисное обслуживание.

Вызывают определенный интерес именно критерии и показатели, отраженные в данных методиках. С другой стороны, специфика государственных и муниципальных бюджетных услуг и их потребителей, особенности их предоставления не позволяют полностью полагаться на методики оценки качества, используемые при оценке качества услуг, предоставляемых в специализированных офисах коммерческих организаций. «Менеджмент качества» в государственных и муниципальных организациях и требования к персоналу могут отличаться от коммерческих компаний в силу монопольного характера оказываемых услуг и отсутствия альтернативности в каналах их предоставления для различных категорий населения.

К примеру, в отношении государственных и муниципальных услуг во многом бессмысленным будет казаться вопрос: «Какова вероятность того, что Вы порекомендуете компанию/товар/услугу/бренд своим друзьям/знакомым/коллегам?», являющийся основой признанного в сфере бизнеса эффективным показателя «NPS» (Net Promoter Score / Индекс потребительской лояльности), разработанного Ф. Райхельдом [2, с. 46-54].

Разрабатывают западные социологи и методики оценки качества непосредственно государственных и муниципальных услуг. К примеру, это регулярное исследование «Citizens First» («Граждане прежде всего»), осуществляемое в Канаде [3]. Оценивается уровень удовлетворенности качеством услуг по пятибалльной шкале, после чего на основании результатов исследования строится рейтинг служб и организаций, предоставляющих услуги населению. В данном исследовании вызывает интерес тот факт, что одновременно с услугами государственных и муниципальных организаций выявляется степень удовлетворенности услугами частных организаций. При этом финальный рейтинг организаций включает и коммерческие организации-поставщики услуг, качество услуг которых сравнивается с государственными и муниципальными.

Попытка выработки универсального инструмента измерения оценки качества государственных и муниципальных услуг привела к созданию канадским Институтом гражданско-ориентированных услуг (Institute for Citizen-Centered Services) «Общего инструмента измерения» («Common Measurement Tool» - СМТ). Показатели строятся на основании пяти основных критериев: 1) ожидания клиента; 2) восприятие опыта обслуживания; 3) уровень значимости; 4) уровень удовлетворенности; 5) приоритеты для улучшения.

Инструментарий предполагает так же, как и в исследовании «Citizens First», общую оценку государственных услуг по пятибалльной шкале по трем параметрам: 1)

общая удовлетворенность; 2) своевременность оказания услуги; 3) доступность услуги [4].

Нельзя не отметить схожести критериев и показателей оценки качества бюджетных услуг в развитых странах и направленности в развитии исследовательского инструментария у российских социологов. Как мы видим, методология и инструментарий мониторингового исследования развивали в направлении использования субъективных показателей оценки государственных и муниципальных услуг. Теперь основной категорией и компонентой большинства показателей, лежащей в основе системы измерения, является «удовлетворенность услугой», то есть субъективная оценка потребителем степени реализованности поставщиком услуги его потребностей и ожиданий.

Резюмируя результаты приведенного выше анализа международного опыта проведения исследований удовлетворенности граждан качеством услуг (в том числе государственных и муниципальных), можно сделать некоторые выводы и интерпретации:

1. Одна из базовых категорий - «услуга» интерпретируется нами с позиций процессуального подхода, в соответствии с которым она трактуется как действие актора, направленное на удовлетворение потребностей объекта воздействия и несущее полезный эффект, проявляющийся в процессе и результате его осуществления.

2. Категория «социальная услуга» может быть определена как действие актора (поставщика данной услуги), направленное на удовлетворение потребностей населения в социальной сфере, полезный эффект которого проявляется в процессе ее потребления.

3. Исследование теоретических подходов к раскрытию понятия «качество», учитывающих его многоаспектный характер, позволило определить данную категорию как совокупность характеристик, соответствующих как «объективным», количественно выраженным представлениям с точки зрения производителя и поставщика государственных бюджетных услуг, так и «субъективным» оценкам потребителей, позволяющим выявить степень соответствия предоставляемых услуг субъективным ожиданиям их получателей.

4. С учетом изложенного выше категория «качество бюджетной услуги» интерпретируется нами как совокупность набора характеристик и меры полезности услуг, предоставляемых населению и определяющих их способность удовлетворить установленные или предполагаемые потребности населения как с позиций «объективных», количественно выраженных характеристик услуги производителем и/или поставщиком, так и субъективных представлений о нем потребителей.

5. Одними лишь объективными показателями нельзя оценить качество бюджетных услуг, поэтому развитие измерения эволюционировало в сторону включения в методологию, методику и исследовательский инструментарий показателей субъективной оценки - «удовлетворенности качеством бюджетных услуг».

6. «Удовлетворенность услугой» есть субъективная оценка потребителем степени реализованности поставщиком услуги его потребностей и ожиданий. Таким образом, «удовлетворенность качеством бюджетной услуги» можно интерпретировать как субъективную оценку гражданином (потребителем) степени реализованности его потребностей и ожиданий государственным или муниципальным органом власти, выступающим в качестве поставщика услуги.

7. Удовлетворенность качеством бюджетных услуг является основным критерием не только субъективной оценки, но и показателем, встроенным в аппарат измерения других, объективных показателей, в качестве индикатора их субъективного оценивания. К примеру, есть объективный показатель «доступности услуги» и субъективный - «удовлетворенности доступностью получения услуги».

8. Удовлетворенность качеством бюджетных (государственных и муниципальных) услуг социологи пытаются вывести из баланса между ожиданиями граждан при обращении в органы власти за получением услуги и оценкой полученного опыта.

9. Удовлетворенность качеством бюджетных услуг является следствием рефлексии опыта получения услуги на основании субъективной составляющей оценки (ожиданий, требований, опыта получения, установок, представлений и стереотипов потребителя), не зависящей напрямую от административно-нормативной регламентации ее оказания.

10. Как следствие, отношение населения к власти, ее институтам, органам и персонализированным представителям оказывает влияние на субъективные оценки населением качества бюджетных услуг.

11. Необходимо разделять удовлетворенность процессом оказания услуги и удовлетворенность результатом ее оказания.

12. Анализируя различные критерии и показатели оценки качества бюджетных услуг, выделяемых в научной литературе и методологии эмпирических исследований, можно выделить определенные параметры оценки, которые выражают свойства физической и социальной реальности:

- 1) Время физическое и социальное (время ожидания услуги, своевременность предоставления, регулярность предоставления, временная доступность получения, время информирования об услуге, частота информирования).
- 2) Пространство физическое (физическая доступность услуги, территориальное расположение органов власти, предоставляющих услугу / точек обслуживания, физическое удобство получения).
- 3) Социальное пространство (положение индивида в социальном пространстве / социальной структуре, его социальные характеристики, то есть социальный статус, категория получателя услуги, причины оформления услуги, проблемы потребителя услуг, поло-возрастная характеристика и другие признаки).
- 4) Информация (каналы информации / способы информирования о возможности получения услуги, информированность потребителя об услуге).
- 5) Другие субъекты, индивидуальные акторы / институциональные агенты (оценка работы персонала по предоставлению услуги, мнение других индивидов об услуге и ее предоставлении, повлиявшее на получателя, общественное мнение).
- 6) Организации, коллективные акторы/агенты (показатели оценки деятельности организации по предоставлению услуг населению, уровень межведомственного взаимодействия по предоставлению услуги).

Данные параметры оценки, которые выражают определенные свойства физической и социальной реальности, позволяют руководствоваться ими при операционализации понятий и разработке критериев и показателей оценки качества государственных и муниципальных бюджетных услуг.

13. На основании рассмотренного выше можно утверждать, что при анализе качества государственных бюджетных услуг обосновано использование следующих критериев: 1) критерия полноты бюджетных услуг; 2) критерия качества бюджетных услуг; 3) критерия доступности бюджетных услуг; 4) критерия своевременности оказания бюджетных услуг; 5) критерия удовлетворенности получателей государственных бюджетных услуг (как общий показатель удовлетворенности качеством бюджетных услуг и как субъективные индикаторы к каждому показателю).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. - 1988.- Vol. 62, № 1.
2. Reichheld, Frederick F. One Number You Need to Grow. Harvard Business Review. - December 2003. - № 81(12).
3. Research «Citizens First» / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://iccs-isac.org/research/citizens-first>
4. Institute for Citizen-Centered Services. Common Measurement Tool / [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://iccs-isac.org/common-measurements-tool>

REFERENCES

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vo. 62, no. 1, 1988. Pp. 12-40.
2. Reichheld, Frederick F. One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*. December 2003. 81(12): Pp. 46-54.
3. Research «Citizens First» Available at: <https://iccs-isac.org/research/citizens-first>
4. Institute for Citizen-Centered Services. Common Measurement Tool. Available at: <https://iccs-isac.org/common-measurements-tool>

Информация об авторе

Дибирова Камила Юнусовна, соискатель, кафедра социологии, Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь, Россия
keremet2000@mail.ru

Получена: 21.01.2017

Для цитирования: Дибирова К.Ю., К проблеме оценки удовлетворенности качеством бюджетных услуг в западной и отечественной социологии *Историческая и социально-образовательная мысль*. 2017. Том. 9. № 1. Часть 2. с. 116-121.
doi: 10.17748/2075-9908-2017-9-1/2-116-121.

Information about the author

Camila Yu. Dibirova, Competitor, Department of Sociology, North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia
keremet2000@mail.ru

Received: 21.01.2017

For citation: Dibirova C.Yu., Problem of assessment satisfaction with the quality of public services in western and domestic sociology. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mys'l = Historical and Social Educational Idea*. 2017. Vol . 9. no.1. Part. 2. Pp. 116-121.
doi: 10.17748/2075-9908-2017-9-1/2-116-121. (in Russian)