

ОГЛАВЛЕНИЕ

От автора	3
Введение	5
1. Теоретические основы клиентоориентированного подхода к организации бизнеса и публичного управления	15
1.1. Исторические предпосылки и сущность клиентоориентированного подхода в бизнесе, его основные понятия и определения	17
1.2. Клиентоориентированный подход в концепциях «нового государственного менеджмента», «сервисного государства», «электронного государства» и административной реформы	32
1.2.1. Основные этапы эволюции социального государства и его продвижение в «сервисное государство»	33
1.2.2. Концептуальное отличие «нового государственного администрирования» от «нового государственного менеджмента»	45
1.2.3. Клиентоориентированный подход к организации государственного и муниципального управления – методологическая основа административной реформы в Российской Федерации	52
1.3. Соотношение понятий «функция» и «услуга». Государственные и муниципальные услуги	55
1.4. Социальные услуги	62
1.5. Административные услуги и их основные отличия от социальных услуг. Система публичных услуг в Российской Федерации	69
1.6. Уточнение понятий «административная услуга», «социальная услуга», «функция», «работа» и их применение при формировании перечней и реестров государственных и муниципальных услуг	77
1.7. Специфика публичных услуг: деятельности по их оказанию (предоставлению) результатов и субъектов взаимодействий	83

1.7.1. Особенности публичных услуг по сравнению с частными услугами	83
1.7.2. Специфика результатов деятельности органов власти и их учреждений. Миссия органов власти в сфере оказания и предоставления публичных услуг.....	87
1.7.3. Публичные и частные интересы при исполнении государственных и муниципальных функций и оказании (предоставлении) публичных услуг – поиск балансов	91
1.8. Публичные услуги как ценности	96
1.8.1. Понятие потребительской ценности продукта и соотношение «цена-качество» в маркетинге	96
1.8.2. Платность публичных услуг, особенности их потребительской ценности и цены	99
1.9. Некоторые возможности и ограничения в применении концептов и бизнес-технологий клиентоориентированного подхода в государственном и муниципальном управлении	102
2. Механизмы реализации клиентоориентированного подхода при оказании (предоставлении) публичных услуг физическим и юридическим лицам	113
2.1. Основные формы предоставления и оказание государственных (муниципальных) услуг гражданам и организациям.....	115
2.2. Организационно-методические основы реализации клиентоориентированного подхода при предоставлении административных услуг	119
2.2.1. Требования к разработке административного регламента предоставления государственной (муниципальной) публичной услуги	122
2.2.2. О технологии написания административных регламентов	126
2.2.3. Особенности и проблемы взаимодействия органов власти и их учреждений с внешними и внутренними потребителями продуктов их деятельности, в том числе в электронной форме	131
2.3. Реализация клиентоориентированного подхода при оказании социальных услуг.....	138
2.3.1. Требования к разработке стандартов качества оказания социальных услуг	140

2.3.2. Типовая структура стандарта качества оказания социальной услуги публичным учреждением	143
2.4. Оказание (предоставление) публичных услуг на основе государственных и муниципальных заданий	146
2.4.1. Изменение статуса публичных учреждений в целях оказания (предоставления) ими услуг на основе заданий органов власти	146
2.4.2. Основные процедуры формирования и стадии «жизненного цикла» государственного (муниципального) задания на оказание услуг.....	152
2.4.3. Другие стадии жизненного цикла государственного (муниципального) задания публичному учреждению	155
2.5. Оценка эффективности выполнения заданий на оказание публичных услуг учреждениями и качества таких услуг	160
2.5.1. Подходы к оценке эффективности выполнения заданий на оказание публичных услуг	160
2.5.2. Оценка качества государственных и муниципальных услуг, роль потребителей в этом.....	164
2.6. Предоставление административных услуг на базе многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг.....	1669
2.7. Управление качеством услуг, оказываемых бизнесом, и публичных услуг.....	179
2.7.1. Управление ожиданиями потребителей и качеством услуг в коммерческом секторе.....	180
2.7.2. Расширенный подход к управлению качеством публичных услуг и ожиданиями их потребителей.....	184
3. Технологии совершенствования и развития процессов и систем оказания (предоставления) публичных услуг гражданам и организациям	195
3.1. Проблемы оптимизации и реинжиниринга публичных услуг, их уровни	197
3.1.1. Предмет и необходимость реинжиниринга в сфере публичных услуг	199
3.1.2. Возможность и некоторые проблемы применения реинжиниринга в сфере предоставления публичных услуг	201
3.2. Моделирование процессов создания ценности частных и публичных услуг.....	204

3.2.1. Понятия цепочки и конфигурации создания ценности, их применение к деятельности органа власти или публичного учреждения	204
3.2.2. Отображение цепочек создания ценности в блок-схеме административного регламента предоставления государственной (муниципальной) услуги	211
3.3. Жизненные циклы публичных услуг и их реинжиниринг	215
3.3.1. Концепция жизненного цикла товара (услуг).....	216
3.3.2. Требования к оптимизации и модернизации предоставления государственных и муниципальных услуг	218
3.3.3. Пример оптимизации и реинжиниринга муниципальной услуги	220
3.4. Портальные технологии для продвижения, предоставления и оценки публичных услуг	224
3.4.1. Основные технологические условия перехода на предоставление государственных и муниципальных услуг в электронном виде	226
3.4.2. Установление единых подходов к переходу на оказание услуг в электронном виде.....	230
3.4.3. Дальнейшее развитие нормативно-правовой базы	243
3.4.4. Решение иных задач по созданию основных условий для перехода к предоставлению публичных услуг в электронном виде	246
4. Перспективы развития сервисного государства и системы оказания (предоставления) публичных услуг в современной России	251
4.1. Современная демократия – базовое условие «сервисного государства».....	253
4.2. «Экономика услуг» – историческая предпосылка и основа развития «сервисного государства», новой организационной культуры служащих	259
4.2.1. «Экономика услуг» как предпосылка и базис «сервисного государства»	259
4.2.2. Регламентация, оптимизация и модернизация функций по организации систем оказания (предоставления) публичных услуг – направление развития сервисной организационной культуры государства	261
4.2.3. Внедрение в организациях, оказывающих (предоставляющих) публичные услуги, современной модели служебного поведения сервисного типа	268

4.3. Состояние регламентации и реинжиниринга процессов предоставления административных услуг, проблемы перевода их в электронную форму	272
4.4. Задачи по переводу большинства публичных услуг в электронную форму	281
Заключение	287
Список использованной литературы и иных источников.....	289
Приложения	299

Научное издание

Мальцев Александр Николаевич

**КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД
В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ**

Монография

Редактор

A.Н. Китаева

Технический редактор

O.В. Ленская

Комп. верстка

E.Я. Владимирова

Издательская лицензия № 04568 от 20 апреля 2001 г.

Полиграфическая лицензия №18-0140 от 8 октября 2001 г.

Сдано в набор 10.02.2014. Подписано в печать 27.02.2014.

Формат 60×84/16. Печать офсетная. Бумага офсетная.

Уч.-изд. л. 20,96. Усл. печ. л. 19,06. Тираж 100 экз. Зак. 6818.

Нижегородский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
603950, Нижний Новгород-292, пр. Гагарина, 46
тел.: (831) 412-33-01