

КАЧЕСТВО ОКАЗАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ УСЛУГИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ УСПЕХА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Аннотация

Целью исследования, результаты которого представлены в статье, это изучение такого условия успеха предпринимательской деятельности, как качество оказания государственной услуги – выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Для любого предпринимателя нужно продвигать свою продукцию или услуги. Соответственно предприниматели вынуждены обращаться за получением этой государственной услуги. Авторы анализируют условия и характеристики, необходимые для обеспечения качества таковой услуги. Доказывают, что в настоящее время для того, чтобы исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации обеспечили высокое качество услуги, а также удовлетворили потребности предпринимателей – получателей этой услуги, необходимо применять маркетинговый подход. В тоже время качество анализируемой услуги снижается из-за следующих проблем. Это низкий уровень информированности предпринимателей о порядке получения государственной услуги, перечне необходимых документов, отсутствие обратной связи и учета мнений потребителей о качестве предоставления этой услуги. В тексте административного регламента этой государственной услуги зафиксирована избыточная информация. Авторы статьи при проведении исследования помимо анализа научной литературы, нормативных правовых актов, используют социологический метод, а именно, экспертный опрос гражданских служащих, оказывающих государственную услугу и анкетирование предпринимателей – получателей услуги. Практическая значимость результатов исследования заключается в разработке рекомендаций, которые могут быть использованы органами власти – субъектами регулирования рекламной деятельности и оказания такой услуги, как выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Ключевые слова: рекламная деятельность, качество, государственная услуга, предприниматели, маркетинговый подход.

На протяжении последнего десятилетия продолжается переход от традиционного государственного управления к новому или сервисному управлению, основные положения концепции которого предполагают ориентацию государства на клиента. В соответствии с этим, качественное оказание государственных услуг становится одним из критериев, определяющих новую систему управления. По сравнению с 2019 годом уровень удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных и муниципальных услуг в Свердловской области в среднем по области снизился на 1 п.п. – с 97,67 % до 96,7 % [4]. Вместе с тем в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 12.12.2012 № 1284 «Об оценке гражданами эффективности деятельности руководителей территориальных органов федеральных органов исполнительной власти...» определен перечень органов власти, в отношении которых проводится оценка гражданами эффективности – это территориальные органы федеральных органов исполнительной власти, государственные внебюджетные фонды [7]. В этой связи оценка государственных услуг, предоставляемых органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и муниципальными образованиями, остается без внимания. Наряду с этим, существуют отдельные государственные услуги, а также сферы государственного ведения, которые включают в себя комплекс взаимосвязанных услуг и функций. Результаты оказания таковых услуг имеют важное значение для предпринимателей. Одним из них является получение разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Получив разрешение, рекламораспространитель наделяется правом установить рекламный носитель и получать прибыль от его эксплуатации посредством размещения коммерческой рекламы или сдачи конструкции в аренду. Одновременно поступления по договорам, заключенными

уполномоченными органами власти, подлежат зачислению в соответствующий бюджет. Так, согласно результатам исследования Ассоциации коммуникационных агентств, в 2019 году суммарный объем доходов от наружной рекламы в бюджете Екатеринбурга составил 632 млн. руб. за вычетом НДС [5]. Поэтому в эффективном взаимодействии заинтересованы обе стороны, власть и предприниматели.

В настоящее время проводится непрерывная работа по совершенствованию оказания услуг представителями бизнес-сообщества, в том числе по сокращению количества обращений в иные органы власти [9, с. 83]. Так, согласно Указу Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года № 601, одним из запланированных целевых значений является сокращение среднего числа обращений при получении одной государственной или муниципальной услуги, связанной со сферой предпринимательской деятельности до двух раз [6]. Однако принимая во внимание особенности государственного регулирования отдельных видов деятельности, в частности рекламной деятельности, предприниматели в ходе получения услуги зачастую сталкиваются с необходимостью обращения в орган исполнительной власти не менее двух раз и более, что приводит к снижению удовлетворенности получателей. Вследствие чего качество услуги не повышается, а маркетинговый подход не реализуется. В. Н. Южаков справедливо указал на следующую характеристику качества публичной услуги: «Конечным результатом повышения качества государственных и муниципальных услуг является повышение удовлетворенности их получателей» [3, с. 90]. А. Р. Исаков обращает внимание на необходимость применения маркетингового подхода, в соответствии с которым под качеством услуги понимает совокупность качественных и количественных свойств, способных удовлетворить клиента [2, с. 35]. Кроме того, качество государственной услуги снижается из-за избыточности информации в текстах административных регламентов. Так, по мнению В. И. Кузнецова, необходимо вносить изменения в структуру административных регламентов, т.к. описание функций и услуг практически одинаково, они сейчас перегружены лишней информацией [3, с. 100]. Подходы к совершенствованию структуры административного регламента также исследованы Л. И. Ворониной, С. Н. Костиной, М. В. Кукарцевой и др. [1].

Вместе с тем понятие качества государственных услуг включает в себя наличие определенных характеристик, достижение и последующее воспроизводство которых в итоге определяет степень удовлетворенности получателей оказанной услугой. К таким характеристикам относятся: доступность государственных услуг (физическая, временная, территориальная, информационная, финансовая); потребности получателей, требующие удовлетворения; ожидания получателей; восприятие полученной государственной услуги; квалификация специалистов, организующих услугу 2) условия, при которых могут быть достигнуты и воспроизведены определенные характеристики качества государственных услуг. В целом качество государственной услуги может быть представлено содержанием ее конечного результата, а также характеристик, достижение и воспроизводство которых определяет степень удовлетворенности получателей оказанной услугой. Для достижения качества услуги необходимы условия, в том числе ресурсы, затрачиваемые потребителем на ее получение [8]. Таким образом достижение качества государственной услуги предполагает конечный результат, а именно: 1) услуга соответствует требованиям, установленным в стандарте и конкретном административном регламенте; 2) потребители удовлетворены результатом оказания услуги; 3) есть обязательные условия для достижения качества: специалисты, участвующие в организации и оказании услуги, клиентоориентированные, т.е. выполняют все трудовые функции, ориентируясь на потребности клиентов, обеспечивают соответствующие характеристики услуги, установленные стандартом и административным регламентом.

Одним из ключевых направлений повышения качества предоставления государственной услуги является организация обратной связи с ее получателем. В этой связи, в целях оценки качества оказания государственной услуги по выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и выявления проблем, препятствующих достижению высокого уровня качества и удовлетворения потребностей получателей, авторами проведено

эмпирическое исследование – экспертный опрос гражданских служащих, оказывающих государственную услугу и анкетирование предпринимателей – получателей услуги. Результаты такового опроса подтверждают теоретические выводы авторов статьи о том, что необходимо применять маркетинговый подход в деятельности исполнительного органа государственной власти Свердловской области. Так, большинство получателей государственной услуги в настоящее время удовлетворены ее качеством. По мнению экспертов, информация о порядке получения государственной услуги на сайте уполномоченного органа представлена схематично и наглядно, регулярно обновляется. Кроме того, эксперты выразили согласие с тем, что срок предоставления государственной услуги является оптимальным для ее получателя. Вместе с тем эксперты подтвердили, что в процессе выполнения непосредственных функций им приходится разъяснять получателям государственной услуги нормы действующего законодательства о рекламе, а также требования к документам, необходимым для получения государственной услуги. При этом у экспертов не имеется достаточно времени для разговора с получателями государственной услуги. Этот фактор, по мнению экспертов, снижает качество оказываемой государственной услуги.

Консультирование получателей услуги является одной из процедур при предоставлении государственной услуги. Получатели, как правило, обращаются за консультацией 2-3 раза. При этом наиболее часто встречающиеся вопросы, с которыми получатели обращаются к экспертам, являются:

- требования к документам, необходимым для получения государственной услуги;
- порядок предоставления государственной услуги;
- срок предоставления государственной услуги.

Уровень клиентоориентированности специалистов, оказывающих государственную услугу, был оценен экспертами высоко: основание для такой оценки – это профессионализм специалистов, опыт консультирования по телефону, а также проявление ответственности исполнителей за ненадлежащее исполнение служебных обязанностей.

Но, по мнению экспертов, уровень качества услуг можно повысить, благодаря осуществлению следующих действий:

- 1) изменить степень клиентоориентированности специалистов, благодаря организации курсов повышения квалификации с целью совершенствования маркетинговых компетенций и последующего их применения при выполнении трудовых функций;
- 2) систематически проводить опросы потребителей с целью выявления их мнения о качестве предоставления государственной услуги;
- 3) улучшить психологический климат в коллективе специалистов;
- 4) изменить текст административного регламента (устранить избыточность информации в тексте, сложность в понимании потребителями (или клиентами) содержания административных процедуры, изменить продолжительность сроков предоставления государственной услуги);
- 5) повысить уровень информированности потребителей о законодательстве, регулирующем рекламную деятельность и о требованиях к перечню документов, необходимых для оказания услуги.

Опрос респондентов с целью апробации инструментария эмпирического исследования позволил выявить следующее по проблеме исследования.

Так, большинство респондентов не довольны тем, что информация о порядке получения государственной услуги на сайте уполномоченного органа представлена несхематично и ненаглядно, нерегулярно обновляется. Кроме того, получателям государственной услуги приходится уточнять нормы действующего законодательства о рекламе в Интернете и требования к документам, необходимым для получения государственной услуги у сотрудников уполномоченного органа. При этом респонденты отмечают, что у сотрудников уполномоченного органа всегда находится достаточно времени для консультирования об условиях оказания государственной услуге. Также они выражают

согласие о том, что предварительное консультирование будет способствовать повышению качества государственной услуги.

В уполномоченный орган за консультацией по телефону обращались все респонденты. 80 % из них оценили специалиста, как владеющего информацией, соответственно не испытывали дискомфорт при общении с ним. 20 % отметили, что сотрудник для ответа на вопрос вынужден привлекать коллег. Также для получения государственной услуги 60 % респондентов были вынуждены повторно обращаться в уполномоченный орган.

80 % опрошенных удовлетворены результатом предоставления государственной услуги – получением разрешения, предоставляющего право установить и эксплуатировать рекламную конструкцию. При этом 60 % респондентов сталкивалось с необоснованными действиями в процессе предоставления государственной услуги, например, с нарушением сроков выдачи разрешения.

Получатели государственной услуги полагают, что качество услуги снижают необоснованно большой срок предоставления государственной услуги, а также множество административных процедур, порой избыточных, большое количество документов, необходимых для получения государственной услуги, а также отсутствие маркетинговых компетенций у специалистов.

Большинство респондентов оценили степень заинтересованности специалистов уполномоченного органа по достижению качества услуги от 3 до 5 баллов, т.е. средний уровень заинтересованности. И только 20 % респондентов считают, что специалисты очень заинтересованы.

Большинство получателей государственной услуги считают, что повышению качества предоставления государственной услуги будут способствовать результаты, получаемые по итогам опросов и учитываемые в дальнейшей работе специалистов уполномоченного органа.

Таким образом, анализ результатов экспертного опроса и опроса респондентов позволяет сделать следующие выводы.

Уровень качества анализируемой услуги можно повысить, благодаря осуществлению следующих действий:

1) изменить степень клиентоориентированности государственных служащих, организующих услугу, посредством систематического прохождения курсов повышения квалификации для совершенствования маркетинговых компетенций и последующего их применения при выполнении трудовых функций;

2) систематически проводить опросы потребителей для выявления их мнения о качестве предоставления государственной услуги и последующей корректировке процедур и т.д.;

3) внести изменения в текст административного регламента:
– устранить избыточность и сложность в изложении информации;
– дополнить текст должностного регламента служащих таким показателем эффективности и результативности как клиентоориентированность специалиста;

4) модернизировать раздел о государственной услуге на официальном сайте уполномоченного органа для того, чтобы повысить уровень информированности потребителей: разместить схематично информацию о порядке получения государственной услуги (логистике); перечне необходимых документов при подаче заявления о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Библиографический список

1. Воронина Л. И., Костина С. Н., Кукарцева М. В. Совершенствование регламентации оказания муниципальных услуг // Российский юридический журнал: Научно-теоретический, информационный и практический журнал. Екатеринбург, 2017. № 2. С. 55-63.

2. Исаков А. Р. Качество государственных услуг // Право. Законодательство. Личность. 2013. № 2 (17). С. 32-38.

3. Итоги 10 лет административной реформы и задачи на перспективу. (Материалы

круглого стола, состоявшегося 3 апреля 2014 г. в рамках XV Апрельской международной научной конференции «Модернизация экономики и общества» в НИУ ВШЭ) // Вопросы государственного и муниципального управления. 2014. № 2. С. 89-109.

4. Материалы сайта Министерства экономики и территориального развития Свердловской области. Режим доступа: <http://ar.gov66.ru/o-reforme/trr/>

5. Материалы сайта Ассоциации коммуникационных агентств в России. Режим доступа: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9112

6. Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления: Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 601. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35265>

7. Об оценке гражданами эффективности деятельности руководителей территориальных органов федеральных органов исполнительной власти: Указ Президента Российской Федерации от 12.12.2012 № 1284 (в ред. от 14.08.2020). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139281/

8. Панова А. Г. Совершенствование организации предоставления муниципальных услуг бюджетными учреждениями: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»: дис. ... канд. эконом. наук: Панова А. Г.; Рос. гос. ун-т туризма и сервиса. М., 2012. 188 с.

9. Хашаева А. Б., Манцаева А. А. Качество предоставления государственных и муниципальных услуг как индикатор взаимодействия предпринимательской среды и государства при формировании мезоэкономических кластеров // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 3. С. 82-86.

L. Voronina, K. Kasyanova

THE QUALITY OF RENDERING PUBLIC SERVICE IN ADVERTISING AS ONE OF THE CONDITIONS OF SUCCESS IN BUSINESS: ANALYSIS OF PROBLEMS AND WAYS OF SOLUTION

Abstract

The purpose of the study is to study the quality of rendering public service such as getting permission for the installation and using of advertising device as one of the conditions of success in business. Any entrepreneur needs to promote their products or services. Accordingly, entrepreneurs need to apply for this public service. The authors analyze the conditions and characteristics that ensure a high level of quality of public services. The authors argue that it is necessary to apply a marketing approach in the activities of government agencies. The article indicates problems such as low level of awareness of entrepreneurs about the procedure for the provision of public services, the list of required documents, lack of feedback and consideration of the opinions of entrepreneurs about the quality of the provision of this public service. The practical significance of the research results is the development of recommendations that can be used by government that provides a public service such as getting permission for the installation and using of advertising device.

Keywords: advertising, quality, public service, entrepreneurs, marketing approach.

УДК 338

Г. М. Коркина, О. П. Смирнова

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ НАЛОГОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Экономическая безопасность субъектов предпринимательской деятельности тесно сопряжена с их налоговой безопасностью, поскольку с налогообложением связаны все сферы финансовой деятельности. Проблема управления налоговой безопасностью предприятия характеризуется пока недостаточной разработанностью: в дискуссионном поле исследований находится как понятийный аппарат, так и методический инструментарий, развитие которого