ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОКАЗАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ – ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ СИСТЕМАМИ

Разорвин И.В.

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления Уральского института – филиала, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия), 620990, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, д. 66, к. 510, ivan.razorvin@uapa.ru

Дурандина О.А.

кандидат экономических наук, заведующая отделением экономики, Уральский институт практической психологии (Россия), 620014, Россия, г. Екатеринбург, пр. Ленина д. 10, к. 90, durandinao@mail.ru

УДК 316.354:351/354
ББК 60.83

Цель. Обосновать методические подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг муниципального образования.

Методы. Выделяются ключевые факторы, оказывающие прямое или косвенное влияние на эффективность деятельности всех участников рынка социальных услуг. Формируется обобщенная совокупность исходных параметров, в которую входят: объем оказания социальных услуг, качество оказываемых услуг, экономическая и социальная эффективность деятельности предприятий и учреждений социальной сферы. Проводится оценка анализируемых параметров на конкретных сегментах рынка социальных услуг (здравоохранение, образование, культура). Предлагается методика расчета интегрального показателя эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг, который определяется как сумма взвешенных значений групповых критериев объема оказания социальных услуг (ОСУ), качества оказания социальных услуг (КОС), экономической эффективности предприятий социальной сферы (ЭфП), а также социальной эффективности деятельности предприятий (СЭф). Количество числовых показателей в каждом из интегральных критериев и их коэффициенты значимости устанавливаются с учетом особенностей изучаемого сегмента рынка социальных услуг. Так, в качестве показателей интегрального критерия объема оказания медицинских услуг (ОСУ) используется количество пролеченных пациентов, койко-дней или посещений (соответственно для стационара и поликлиники), объем оказанных услуг в денежном выражении и т.д. Интегральный показатель качества оказываемой медицинской помощи (КОС) будет характеризовать косвенные показатели (количество повторных обращений за помощью, количество претензий и взысканий со стороны страховых компаний в абсолютном и денежном выражении в соответствии с числом пролеченных больных, претензии со стороны контролирующих органов, количество полученных лицензий, аккредитаций, оценка пациентами улучшения состояния здоровья, и т.д.).

Результаты работы. Выявлена совокупность параметров, позволяющих определить интегральный показатель эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг. На их основе разработана методика оценки эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг. Каждый из предложенных критериев можно рассматривать как интегральный, т.е. состоящий из совокупности удельных числовых показателей, характеризующих данный критерий.

Область применения результатов. Предложенная методика позволяет дать количественную характеристику эффективности маркетинговой деятельности как в отдельном сегменте, так и на рынке социальных услуг в целом. В совокупности параметры эффективности, выявленные на отдельных сегментах рынка, направлены на развитие и сбережение населения путем реализации приоритетных мер, направленных на стабилизацию демографической, экономической, социальной ситуации в регионе.

Научная новизна. Научная новизна заключается в разработке методических подходов к анализу эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг.

© Разорвин И.В., Дурандина О.А., 2014

Ключевые слова: муниципальное управление, управление социальной сферой, инновации, инновационная система управления.

DEFINITION OF EFFICIENCY OF SOCIAL SERVICIES PROVISION – INNOVATIVE WAY OF MANAGEMENT OF SOCIAL SYSTEMS

Razorvin I.V.
Doctor of Science, Professor, Professor of the economics and management department of The Urals Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russia), r. 510, 66 8 Marta str., Ekaterinburg, Russia, 620990, ivan.razorvin@uapa.ru

Durandina O.A.
Candidate of Science, Head of the economics department, The Urals institute of practical psychology (Russia), r. 90, 10 Lenin av., Ekaterinburg, Russia, 620014, durandinao@mail.ru

Purpose. To substantiate methodical approaches to the assessment of efficiency of marketing activity on the market of social services of municipal education.

The authors identify key factors influencing directly or indirectly the efficiency of all the participants of the social services market. They form generalized total of original parameters, which includes: amount of provided social services, quality of the services, economic and social efficiency of social enterprises and organizations activity.

The authors evaluate parameters in a segment of social services market (health care, education, cultural affairs). They propose calculation methods of integral index of marketing activity efficiency on the social services market determined as a sum of weighted indices of criteria of the volume of social services provision (OSU), quality of social services provision (KOS), economic efficiency of social sphere enterprises (EfP) and social efficiency enterprises activity (SEf).

Amount of indices number in each of integral criteria and their indices of relevance are determined according to the features of the studied segment of the social services market. As integral indices of the criterion of medical services provision (OSU) they use the amount of cured patients, bed-days or visits, volume of the provided services in terms of money, etc. Integral index of quality of the provided medical services (KOS) will characterize indirect indices (amount of secondary visits for medical assistance, amount of complaints and penalties on part of insurance companies in absolute and monetary form according to the treated patients, complaints on part of controlling power bodies, amount of received licenses, accreditations, patients' assessment of their recovery, etc.)

Results. The authors identified congregation of indices which allow determining an integral index of efficiency of marketing activity on the social services market. On their basis the authors developed methodology of assessment of marketing activity on the social services marketing. Each of the proposed criteria may be considered as integral, i.e. consisted of a complex of specific digital indicators typical for that criterion.

Sphere of application. The proposed methods allow giving qualitative characteristics of efficiency of marketing activity both in a separate segment and on the social services market in general. As a whole efficiency parameters identified in separate market segments are aimed at the development and saving of population through realization of prioritized measures aimed at stabilization of demographic, economic and social situation in the region.

Scientific novelty. The authors developed new methodological approaches to efficiency analysis of marketing activity on the social services market.

Key words: municipal management, social management sphere, innovations, innovative managerial system.

Одной их проблем оценки результатов функционирования социальной сферы является определение эффективности маркетинговых технологий на рынке социальных услуг. В экономической теории категория эффективность рассматривается как соотношение результатов, выраженных в определенных показателях (медицинских, социальных и экономических) к производственным затратам (плата за результат).

Эффективность маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг может быть определена, на наш взгляд, через основной результирующий показатель - гармонизацию и согласование экономических и социальных интересов всех субъектов данного рынка и обеспечение на этой основе продвижения социальных услуг от производителя к потребителю.

Участниками рассматриваемого рынка выступают: государство, федеральные, региональные и местные органы управления, а также местное сообще-

ство в лице домохозяйств, предпринимателей, коммерческих и некоммерческих организаций, представителей местного населения в виде различного рода общественных или профессиональных организаций, а также жителей конкретного муниципального образования. Основным субъектом данного рынка является государство. В обобщенном виде для удобства дальнейшего изложения сгруппируем субъектов рынка в три группы: государство и представляющие его институты власти; потребители как индивидуальные так и коллективные; предприятия и организации, оказывающие социальные услуги населению.

Государство как выразитель интересов общества в целом играет особую роль в организации и функционировании данного рынка, что проявляется в его заинтересованности в оказании приемлемого для общества качества и количества социальных услуг.

Потребители социальных услуг –граждане, проживающие на конкретной территории (в данном случае муниципальное сообщество), -это группы людей или индивидуальные потребители, которые получают социальные услуги вне зависимости от того, как производится оплата этих услуг –самими гражданами, организациями, в которых они работают, страховой компанией (в здравоохранении) или предоставляются бесплатно. Интересы потребителей выражаются в объеме, качестве и сроках получаемых услуг с определенным качеством сопутствующего сервиса.

Предприятия и организации (любой формы собственности), оказывающие социальные услуги населению, заинтересованы в высокой оценке собственной деятельности управляющими и контролирующими органами, развитии своего предприятия, формирования положительного имиджа у потребителей, профессиональном развитии, росте доходов.

Таким образом, задача определения эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг может быть сведена к оценке определенных критериев достижения каждым из субъектов данного рынка своих интересов. В результате обобщения интересов субъектов данного рынка была сформирована система показателей, характеризующих удовлетворенность каждого из них [1].

Основываясь на данных показателях, нами были выделены ключевые параметры, которые являются важными и оказывают прямое или косвенное влияние на эффективность деятельности всех участников рынка социального маркетинга. Обобщенная совокупность исходных параметров выглядит следующим образом:

- Объем оказания социальных услуг в той или иной сфере, (например, объем оказания медицинской помощи);
- Качество оказываемых услуг;
- Экономическая эффективность деятельности предприятий и учреждений;
- Социальная эффективность результатов деятельности данных предприятий и учреждений.

Следующим этапом является определение того, чем в реальности выражается каждый из параметров применительно к деятельности конкретного учреждения и какими показателями можно его измерить. Для этого от указанных выше показателей необходимо перейти к их оценке. В качестве примера рассмотрим данные показатели в таких сегментах рынка социальных услуг, как здравоохранение и образование, так как в каждом отдельно взятом сегменте (в культуре, ЖКХ, физкультуре и спорте, транспорте и т.д.) перечисленные параметры будут иметь свои особенности.

Объем оказания медицинской помощи. Данный параметр характеризует количественное и стоимостное выражение той медицинской помощи, которая была оказана в течение определенного периода конкретным учреждением или группой учреждений на муниципальном рынке социальных услуг. Данный показатель отражает количество пролеченных пациентов, койко-дней или посещений (соответственно для стационара и поликлиники), объем оказанных услуг в денежном выражении [2].

Качество оказываемой медицинской помощи. Для деятельности организаций сферы здравоохранения данный показатель является одним их определяющих. Существует множество методик, целью которых выступает оценка качества медицинской помощи [3]. Сущность понятия качества медицинской помощи, по мнению многих авторов, состоит из комплекса критериев: соответствия современному уровню развития науки (профессиональный компонент); удовлетворения потребностей пациентов; соответствия установленным требованиям и стандартам; оптимального эффективного использования ресурсов; соответствия достигнутого результата желаемому (ожидаемому) состоянию здоровья. Контроль качества при этом должен осуществляться на всех уровнях системы здравоохранения – от деятельности конкретного врача до системы в целом. Однако абсолютно объективных показателей, отражающих качество медицинской помощи в конкретном медицинском учреждении, по мнению специалистов [4] фактически не существует. Тем не менее о качественном уровне оказания медицинской помощи можно судить по ряду косвенных признаков (оценка пациентами улучшения состояния здоровья, количество повторных обращений за помощью, количество претензий и взысканий со стороны страховых компаний в абсолютном и денежном выражении в соответствии с числом пролеченных больных, претензии со стороны контролирующих органов, количество полученных лицензий, аккредитаций и т.д.).

Экономическая эффективность деятельности медицинских учреждений. Данный параметр часто является главным при принятии многих решений в текущей деятельности конкретного учреждения. Вместе с тем он должен быть уравновешен другими параметрами, имеющими социальную направленность. Данный параметр не может быть выражен одним показателем, так как включает в себя множество аспектов деятельности организации. Традиционно экономическая эффективность определяется как выгода на единицу затрат. На практике для медицинского учреждения это выражается в отношении между экономическим результатом для общества, полученным в итоге улучшения здоровья пролеченных больных (и времени, через которое они стали трудоспособными) и стоимостью проведенного лечения. Расчет экономической эффективности в соответствии с данным определением крайне сложен, в связи с чем для целей практического анализа целесообразно применять показатели эффективности использования имеющихся ресурсов, а именно: показатели использования основных средств (помещений, оборудования и коечного фонда), показатели использования труда врачей и прочего персонала, показатели освоения финансовых ресурсов (структуры доходов и расходов).

Социальная эффективность деятельности предприятий и учреждений сферы здравоохранения. Данный параметр является определяющим для деятельности всей системы здравоохранения и должен учитываться при разработке управленческих решений каждым предприятием (независимо от формы собственности). На уровне общества он выражается в увеличении средней продолжительности жизни, снижении показателей смертности и заболеваемости, увеличении рождаемости, общем улучшении здоровья населения и удовлетворенности медицинской помощью. Для конкретного учреждения –это показатель удовлетворенности больных как качеством, так и объемом оказанной помощи. Для оценки удовлетворенности пациентов следует применять показатели, полученные в результате маркетинговых исследований потребителей медицинских услуг о полученной помощи, а также причин их удовлетворенности или неудовлетворенности медицинским обслуживанием в конкретном учреждении здравоохранения (качество сопутствующего сервиса, сроки получения медицинской помощи, отношение персонала и т.д.).

Совокупность рассмотренных параметров позволяет определить интегральный показатель эффективности маркетинговой деятельности в одном сегменте рынка социальных услуг – а именно на рынке медицинских услуг.

В сегменте образовательных услуг набор предлагаемых параметров будет иметь следующую характеристику.

Объем оказания образовательных услуг. Данный параметр характеризует количественное и стоимостное выражение того количества образовательных услуг, которое было оказано в течение определенного периода конкретным образовательным учреждением или группой учреждений, имеющих лицензию на право оказания образовательных услуг.

Этот показатель отражает внешние условия функционирования образовательного учреждения – такие, как демографическая ситуация, ёмкость рынка труда для выпускников, уровень благосостояния и социальная мобильность населения, состояние экономик региона (муниципального образования) и ее специализация, структура системы образования в регионе и его потребности в образовательных услугах.

Качество образовательных услуг. Развитие рыночных процессов в образовательной сфере сопровождается достаточно жесткими принципами аккредитации, лицензирования, проведением независимых экспертиз, направленных на регулирование качественных параметров образовательных услуг. Кроме того, эти документы устанавливают важнейшие количественные и качественные ограничения (предельный контингент обучающихся и соответствующие размеры платного приема, набор специальностей, по которым осуществляется платная образовательная деятельность). Качественная составляющая образовательных услуг находит отражение в формировании государственных образовательных стандартов.

Так показателем качества общего среднего образования является количество выпускников, закончивших образовательное учреждение с золотой и серебряной медалями, поступивших в высшие учебные заведения, количество учеников, принимающих участие в интеллектуальных соревнованиях и т.д.

Экономическая эффективность деятельности образовательных учреждений. Данный параметр проявляется в эффективном использовании средств федерального бюджета и внебюджетных средств на оказание образовательных услуг и включает: установление общих результатов деятельности образовательных учреждений (выполнение контрольных цифр приема и обучающихся), выявление фактов нецелевого и неэффективного использования финансовых ресурсов, проверку расходования средств на выплату зарплаты, стипендий и по другим защищенным статьям расходов, собственности и капитальных вложений, средств на научные исследования, повышение квалификации педагогических кадров и др.

Социальная эффективность деятельности образовательных учреждений. Указанный параметр характеризует процесс предоставления образовательных услуг как деятельность, направленную на формирование и развитие образовательного потенциала обще-

ства, и достижение тем самым социально-экономического эффекта на микро- и макроуровнях. [5].

Взятые в комплексе перечисленные параметры позволяют определить эффективность маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг. С этой целью нами предлагается авторская методика определения эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг. Она отличается определенной степенью универсальности и может быть использована для определения эффективности в любом сегменте рынка социальных услуг.

Отсюда следует, что обобщенный показатель эффективности маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг (ОПЭф) определяется как сумма взвешенных значений групповых критериев объема оказания социальных услуг (ОСУ), качества оказания социальных услуг (КОС), экономической эффективности предприятий социальной сферы (ЭфП), а также социальной эффективности деятельности предприятий (СЭф) и выражается формулой:

ОПЭф = 0,2 · ОСУ + 0,2 · КОС + 0,2 · ЭфП + 0,4 · СЭФ

где 0,2; 0,4 – коэффициенты значимости (веса), которые определяются экспертно. Веса устанавливаются для учета вклада каждого из критериев в общую эффективность маркетинговой деятельности на рынке социальных услуг. При этом критерий социальной эффективности (СЭФ) является приоритетным и наиболее значимым в процессе предоставления социальных услуг. В дальнейшем предлагается установить значение весовых коэффициентов для критериев ОСУ, КОС и ЭфП на уровне 0,2; для критерия СЭФ -0,4.

Каждый из предложенных критериев можно рассматривать как интегральный, т.е. состоящий из совокупности удельных числовых показателей, характеризующих данный критерий. Каждый из интегральных критериев рассчитывается по обобщенной формуле:

$$ИК_i = \sum_{m=1}^{N_i} X_{im} R_{im}$$

где $ИК_i$ - один из интегральных критериев обобщенного показателя эффективности;

X_{im} - коэффициент значимости m –ого числового показателя i-ого критерия эффективности;

R_{im} – числовое значение m –ого числового показателя i-ого критерия эффективности.

Количество числовых показателей N_i в каждом из интегральных критериев и их коэффициенты значимости устанавливаются с учетом особенностей изучаемого сегмента рынка социальных услуг. Так, в качестве показателей интегрального критерия объема оказания медицинских услуг (ОСУ) используется количество пролеченных пациентов, койко-дней или посещений (соответственно для стационара и поликлиники), объем оказанных услуг в денежном выражении и т.д. Интегральный показатель качества оказываемой медицинской помощи (КОС) будет характеризовать косвенные показатели (количество повторных обращений за помощью, количество претензий и взысканий со стороны страховых компаний в абсолютном и денежном выражении в соответствии с числом пролеченных больных, претензии со стороны контролирующих органов, количество полученных лицензий, аккредитаций, оценка пациентами улучшения состояния здоровья, и т.д.).

Интегральный показатель экономической эффективности деятельности медицинских учреждений (ЭфП) можно просчитать через показатели эффективности использования имеющихся ресурсов, а именно: показатели использования основных средств (помещений, оборудования и коечного фонда), показатели использования труда врачей и прочего персонала, показатели освоения финансовых ресурсов (структуры доходов и расходов) и т.д.

Интегральный показатель социальной эффективности в сфере здравоохранения (СЭФ) выражается в увеличении средней продолжительности жизни, снижении показателей смертности и заболеваемости, увеличении рождаемости, общем улучшении здоровья населения и удовлетворенности медицинской помощью. Для конкретного учреждения это показатель удовлетворенности больных как качеством, так и объемом оказанной помощи.

В сегменте образовательных услуг перечисленные интегральные показатели могут быть представлены следующим образом: в качестве показателей интегрального критерия объема образовательных услуг (ОСУ) используется количественное и стоимостное выражение того объема образовательных услуг, которое было оказано в течение определенного периода конкретным образовательным учреждением или группой учреждений. Интегральный показатель качества образовательных услуг (КОС) будут характеризовать, например, количество выпускников, закончивших образовательное учреждение с золотой и серебряной медалями, количество выпускников, поступивших в высшие учебные заведения, количество учеников, принимающих участие в интеллектуальных соревнованиях и т.д.

Интегральный показатель социальной эффективность деятельности образовательных учреждений (СЭФ) характеризует образовательный уровень населения и может быть представлен количеством лиц, имеющих высшее, среднее профессиональное, среднее полное общее и т.д. образование.

Таким образом, предложенная методика позволяет дать количественную характеристику эффектив-

ности маркетинговой деятельности как в отдельном сегменте, так и на рынке социальных услуг в целом.

В совокупности параметры эффективности, выявленные на отдельных сегментах рынка социального маркетинга, направлены на развитие и сбережение населения путем реализации приоритетных мер, направленных на стабилизацию демографической, экономической, социальной ситуации, снижение факторов, негативно влияющих на формирование личности и общества в целом.

Литература:

1. Филатов Д.В. Применение концепции заинтересованных сторон в деятельности государственных медицинских учреждений // Вестник СПбГУ. Сер.8. Вып.1.С. 56 -67.
2. Филимонов А.А., Чернова Т.В., Васильцова Л.И. Оценка эффективности медицинской и экономической деятельности крупной больницы // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2002. № 3. С.41-44.
3. Воробьев П.А., Сидорова Л.В., Кулигина Ю.А., Авксентьева М.В. Методологически подходы к оценке качества жизни, связанного со здоровьем // Проблемы стандартизации в здравоохранении. 2003. №8. С. 20-25.
4. Субботина Л.Н. Пути совершенствования контроля качества медицинской помощи // Медицинское страхование. 1996. № 1-2. С. 35-38.
5. Лукашенко Л. Рыночная трансформация системы образования в России // Общество и экономика. 2002. № 1.

References:

1. Filatov D.V. Application of the concept of interested parts in activity of state medical enterprises // Vestnik SPbGU. Ser.8. Issue 1. P.56-57.
2. Filimonov A.A., Chernova T.V., Vasiltsova L.I. Efficiency evaluation of medical and economic activity of a big hospital // Problemy sotsialnoy gigieny, zdravoohraneniya i istorii meditsiny. 2002. № 3. P. 41-44.
3. Vorobiyov P.A., Sidorov L.V., Kuligina Yu.A., Avksentiyeva M.V. Methodological approaches to evaluation of life quality connected with health // Problemy standartizatsiyi v zdravoohraneniyi. 2003. №8. P. 20-25.
4. Subbotina L.N. Ways of improvement of quality control of medical aid // Meditsinskoye strahovaniye. 1996. № 1-2. P. 35-38.
5. Lukashenko L. Market transformation of education system in Russia // Obshchestvo i ekonomika. 2002. № 1.