

PUBLIC ADMINISTRATION AND HIS/HER MAJESTY - THE CLIENT

Dejan Vitanski

Faculty of Law-Kicevo University „St.Kliment Ohridski“ Bitola, Republic of Macedonia,
dvitanski@yahoo.com

Natasha Vitanska

LL.M, nvitanska@yahoo.com

Abstract: From the colorful administrative landscape and the diverse mosaic of agencies and organizations, no institutional entity, at any moment or segment of its existence, should treat citizens as subjects and submissive supplicants, but rather as customers, as the main driving force in the State, and even as its employers. Namely, in modern society citizens are not subjects of the State nor its officials, but grant the mandate, authority and legitimacy to the government. Therefore, they should not meekly address the civil service, but, on the contrary, to receive an efficient and high quality service for their needs.

The client should be a key link to the administrative chain. Similarly to the private sector, where the focus is on the consumer, in the public sector the focus is on the client. "Clients are most important" and "the client is a god" should be the basic concepts and drivers in the actions of the administration. According to the philosophical matrix of the new public management, any one who is a direct user of the services of a particular public organization is considered a client. Such an established paradigm of reasoning implicitly shows that every public organization, at any time, has in its focus a certain target group of citizens to which it serves. Doing so, each public-administrative entity should channel its energy in the direction of anticipating and identifying the needs and demands of the clients, i.e. its activities should be determined, above all, by the expectations and preferences of the public. The orientation towards serving the client would not only mean the production of good services in the present, but also the constant pursuit of better durable services. Thus, as a kind of barometer for the quality and reputation of a particular public service, the satisfaction of the consumers-taxpayers with the products and services produced by the public bodies, should be taken into account.

In European administrative systems there is, in general, a crystallized awareness that the orientation towards administration based on rigid and inflexible rules and rigid procedures must be substituted with orientation based on results. The main idea of this approach is that the administrative services exist, above all, to provide services or products to their customers (or customers). This is the starting point for establishing the contours of a model of administration that guarantees quality cost-effective services, and abandoning the retrograde concept of administration that only offers services without a clearly defined mission.

The care for efficient and effective provision of administrative services that will recognize the interests and needs of clients and taxpayers is accepted as an essential professional and ethical component of modern administrative services. In these countries, the determination to increase the power of customers is strongly emphasized, as a substitute for the former practice of decision-making by the service provider (administration) without proper consultation with the consumers of such services.

Keywords: clients, services, quality, public administration, servants.

ЈАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЈА И НЕГОВОТО ВИСОЧЕСТВО - КЛИЕНТОТ

Дејан Витански

Правен факултет-Кичево, Универзитет „Св.Климент Охридски“-Битола, Република Македонија,
dvitanski@yahoo.com

Наташа Витанска

nvitanska@yahoo.com

Апстракт: Од колоритниот административен пејсаж и разновидниот мозаик на органи и организации, ниту еден институционален ентитет, во ниту еден момент и сегмент од своето битисување, не смее да ги третира граѓаните како поданици и потчинети молители, туку како клиенти, како основна движечка сила во државата, па дури и како негови работодаватели. Имено, во современото општество граѓаните не се поданици на државата и на нејзините службеници, туку од нив извира мандатот, авторитетот и легитимитетот на власта. Затоа, тие не треба понизно да се обраќаат кон државните служби, туку од нив да добијат ефикасен и квалитативен сервис за своите потреби.

Клиентот треба да претставува клучна алка на административниот синџир. Слично на приватниот сектор, каде што во центарот на вниманието се наоѓа потрошувачот, во јавниот сектор тоа е клиентот. „Клиентите

се најважни“ и „клиентот е бог“ треба да бидат основни концепти и двигатели во дејствувањето на администрацијата. Согласно филозофската матрица на новиот јавен менаџмент, како клиент се смета секој оној кој е директен корисник на услугите на определена јавна организација. Вака востановената парадигма на резонирање имплицитно укажува дека, секоја јавна организација, во секое време, во својот фокус има таргетирано определена целна група граѓани кои ги опслужува. Притоа, секој јавно-административен ентитет својата енергија треба да ја канализира во насока на антиципирање и идентификување на потребите и барањата на клиентите, односно неговите активности да бидат детерминирани, пред се, од очекувањата и преференциите на јавноста. Ориентацијата кон служење на клиентот би значела не само продуцирање добри услуги во сегашноста, туку и постојано стремење кон подобри трајни услуги. Притоа, како своевиден барометар за квалитетот и репутацијата на одредена јавна служба, треба да се зема задоволството на консументите-даночните обврзници од производитите и услугите што органите ги продуцираат.

Во европските административни системи, генерално, постои искристализирана свест дека ориентацијата кон администрација заснована врз крути и нефлексибилни правила и ригидни процедури, мора да биде супституирана со ориентација кон резултати. Основната поента на ваквиот пристап е дека административните служби постојат, пред се, за да даваат услуги или продукти на нивните корисници (или клиентите). Ова е појдовната точка за воспоставување на контурите на модел на администрација што гарантира квалитетни услуги со намалени трошоци, а напуштање на ретроградниот концепт на администрација што само нуди услуги, без јасно профилирана мисија. Грижата за ефикасно и ефективно обезбедување на административните услуги, кои ќе ги препознаваат интересите и потребите на клиентите и на даночните обврзници е прифатена како есенцијална професионална и етичка компонента на современите административни сервиси. Во овие земји силно е апострофирана определбата за поголемо јакнење на моќта на клиентите, како замена на поранешната пракса за донесување на одлуките од страна на испорачателот на услугата (администрацијата), без соодветна консултација со консументите на таквите услуги.

Клучни зборови: клиенти, услуги, квалитет, јавна администрација, службеници.

1. ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА ПОИМОТ КЛИЕНТ И НЕГОВИТЕ ИМАНЕНТНИ БЕЛЕЗИ

Новиот јавен менаџмент, исто како и во приватниот сектор, корисниците на јавни услуги ги третира како „клиенти“. Клиентите се всушност граѓани, со таа разлика што, според филозофските постулати на новиот јавен менаџмент, како клиенти на определена јавна организација се сметаат оние граѓани кои во определен момент се јавуваат како директни корисници на нејзините услуги. Така, на пример, како клиенти на затворите се јавуваат оние граѓани кои со своето инкриминирачко поведение сториле казниво дело и со правосилна судска пресуда се упатени на издржување ефективна затворска казна. Како клиенти на универзитетите, пак, се оние лица кои во рамки на академската средина ги користат високообразовните услуги, односно го оформуваат своето стручно занимање. Или, на Клиниката за офталмологија, како клиенти се третираат оние граѓани кои имаат очни заболувања итн.

Во што е разликата меѓу сегашниот клиент и поранешниот корисник? Зборот клиент експлицитно алудира на странка што има определени права, но исто така и плаќач на данок од кого се почесто се бара директно да партиципира во финансирањето на услугите што ги добива. Значи, клиентот плаќа, а токму поради тоа, може да поставува построги барања и стандарди, како и да има поистенчен вкус во однос на квалитетот на услугите што ги пружа јавната администрација.

Меѓутоа, изворната дефиниција на поимот „клиент“ би исклучила голем дел од релациите меѓу јавните организации и луѓето што ги користат нивните услуги. Клиентите обично имаат избор за тоа што да купат и од кого, тие го обезбедуваат приходот од кој бизнисите генерираат профит и тие имаат одредени права како клиенти. Овие услови важат само за мал дел од јавните услуги. Постои широк спектар на релации меѓу јавните услуги и луѓето што ги користат. На едниот екстрем крај се наоѓа релацијата „затвор-затвореник“, во која „затвореникот“ е неволниот корисник на услугата без опција за „излез“. На другиот екстрем крај, на пример, корисниците на јавните спортски објекти имаат бројни атрибути на клиенти: тие плаќаат дел од трошокот, можат да изберат да одат на друго место или да прават нешто друго (Норман, Ф, Управување со јавниот сектор, Арс ламина, Скопје, 2010, стр.152).

Клиентот треба да биде новиот владин фокус. И институциите на кое било ниво не смеат да го игнорираат или дезавиураат тоа. Ориентацијата кон служење на клиентот би значела не само продуцирање добри услуги во сегашноста, туку и постојано стремење кон подобри трајни услуги. Во овој контекст, во САД, во 1993 година, Државниот преглед за изведбата ги нотира следниве осум принципи за владеење на одредбите за услуга на клиентите:

-Често анкетирање на клиентите за да се открие кој вид и каков квалитет на услуги тие сакаат;

-Поставување стандарди и резултати кои се мерат;

- Почетни точки за реализација наспроти „најдоброто во бизнисот“;
 - Овозможување системи за информирање, услуги и поплаки и средства за испорака;
 - Создавање системи за информирање, услуги и поплаки кои се лесно достапни;
 - Испорака на сервисите со љубезност;
 - Овозможување пријатна околина за клиентите;
 - Овозможување поправање на слабите услуги
- (Шафриц,Ц.М, Расел, Е.В, Борик, К.П, Вовед во јавната администрација(превод), Академски печат Скопје, 2009, стр.440).

2. ЈАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЈА И „НЕГОВОТО ВИСОЧЕСТВО“ КЛИЕНТОТ

Еден од супстанцијалните принципи, кои го сочинуваат битието на Европскиот административен простор, принцип кој е срцевина на националните административни организми, е сервисната ориентација. Тоа подразбира, администрацијата да биде ефикасен сервис за граѓаните и за правните субјекти, кои треба да добијат третман на клиенти на услугите. Во овој контекст, во земјите со атрофирани и дисфункционални системи, мора да се „ресетира“ менталната матрица на размислување и однесување на административните кадри и длабоко во нивната свест да се имплантира фактот дека тие постојат исклучиво заради клиентите, кои како даночни обврзници од чии средства се алиментира работата на јавниот сектор, имаат свето право на квалитетен начин да ги остваруваат своите права, интереси и обврски.

Според концептот на т.н „менаџмент на тотален квалитет“ (Total Quality Management) „Клиентите се најважните луѓе за администрацијата, оние што непосредно им пружаат услуги на клиентите се на второ место, а менаџментот треба да ги опслужува оние што ги служат клиентите“ (Osborne, D, Gaebler, T, Reinventing Government, Adison Wesley, 1992, стр. 172).

Фактори што поттикнуваат диверзификација, односно менување на административните организации, со цел подобрување на квалитетот на производите или услугите што ги консумираат клиентите се:

- притисоци за редуцирање на буџетот и на другите ресурси – преку подобрување на квалитетот на административните услуги да се влијае на намалување на трошоците или да се востанови концептот „правење повеќе со помалку“;
- „вклучена јавност“, нејзино поголемо партиципирање при изборот на услугите и начинот на нивната реализација;
- прифаќање на фактот дека иновативниот и ефикасниот административен сектор што одговара на барањата на граѓаните ќе ја подобри економската успешност;
- подобрување на легитимитетот и транспарентноста на власта преку спецификација на определени граѓански права на услуги и зголемување на еднаквоста во пристапот кон услугите;
- нови технолошки стандарди за подобрување на квалитетот на услугите;
- преземање на теориите на управување во приватниот сектор, а кои се истовремено релевантни и применливи во управувањето со јавниот сектор (Одговорна власт, Иницијативи за квалитет на услугите, ОЕЦД (превод), Скопје, 2003, стр.19). При тоа, вниманието треба да се фокусира кон подобрување на следниве компоненти при доставувањето на административните услуги:
- Транспарентност–клиентите треба да знаат како работи администрацијата, кои се ограничувањата на дејствијата на јавните службеници, кој е одговорен за што и како да се надомести штетата доколку е направена грешка во процедурата, а со тоа е оштетен клиентот;
- Учество на клиентот–клиентите не сакаат да бидат третирани како пасивни примачи на административните услуги. Во многу случаи неопходно е нивно вклучување тогаш кога администрацијата треба да заврши некоја од своите задачи, како на пример, собирање даноци;
- Задоволување на барањата на клиентите – на што е можно поголем број клиенти треба да им бидат понудени услуги што им одговараат во дадениот момент. Пристапот „една големина за сите – една иста услуга за сите“ повеќе не одговора на современите барања на корисниците на услугите. Затоа, се инсистира на флексибилност при нудењето услуги во административниот сектор што ќе обезбеди тие да бидат по мерка на клиентот;
- Достапност – клиентите треба да имаат лесен физички пристап до администрацијата во време што им одговара и треба да им бидат понудени информации на разбирлив јазик. Едношалтерскиот систем, каде што се обединети на едно место повеќе јавни услуги е пример како да се направи попријатен начинот на достава на услугите, а клиентите да заштедат време и пари (ibid, стр. 17-18).

За да се закатат со атрибутот сервисно ориентиран, административците треба да ги поседуваат следниве перформанси:

- Да воспоставуваат и одржуваат голем кредибилитет кај јавноста, клиентите, партнерите и соработниците;

- Успешно да ги проценуваат потребите на клиентите, со цел да ги ефектуираат нивните барања и очекувања;
- Да имаат позитивна енергија при интеракцијата со клиентите;
- Да ги идентификуваат можностите и начините за подобрување на услугите на клиентите и за зголемување на нивното задоволство;
- При сервисирањето на услугите да воспоставуваат партнерски односи со клиентите;
- Да користат едноставен и разбирлив јазик, со што ќе обезбедат ефективна комуникација со корисниците на услугите;
- Да го балансираат интересот на клиентот со јавниот интерес;
- Да воспостават и одржуваат високи стандарди за квалитетна работа и одговорност во испораката на административните услуги.

(NIH/OHR-Competencies Dictionary –Service Orientation hr.od.nih.gov/workingatnih/.../core/service.htm).

Секоја јавна организација, за да ги идентификува и осознае потребите и преференциите на своите клиенти, мора континуирано да врши длабински набљудувања и истражувања, и тоа преку користење најразлични методи и техники (анкети, телефонски контакти со клиентите, интервјуа со клиентите, формирање на т.н совети на клиенти, воспоставување отворена комуникација преку определена канцеларија за односи со јавноста и сл. Јавните организации имаат на располагање широк спектар начини, инструменти или методи во врска со тоа како да ги препознаваат и доловат клиентите или како да собираат корисни информации од нив за унапредување на своето работење. Покрај горенаведените, тие може да ги практикуваат и следниве: образец за сугестии за подобро работење, т.н „инспектори“ специјализирани за клиенти, тренинг на вработените во смисла на тоа како да се однесуваат кон клиентите, тестирање или експеримент на испорачаната услуга/услуги кај клиентите, гарантирање на квалитетот, електронска пошта, посебна телефонска линија отворена за клиентите 24 часа, извештаи поврзани со директниот контакт со клиентите и сл. Но, за да се излезе во пресрет на барањата на клиентите не е доволно само да се знае кои се преференциите и потребите на граѓаните. Исто така, треба да им се даде „реална моќ“ на клиентите (на пример, преку непосредно учество во процесот на донесување одлуки или преку ставање на дел од јавните ресурси на располагање на клиентите, и тоа преку ваучери или готовински грантови за финансирање на точно дефинирани проекти, предложени од страна на клиентите).

Партиципативните влади ги вклучуваат граѓаните во процесот на обликување и имплементирање на политиките. Во скандинавските земји, на пример, образованието, домувањето и останатите социјални услуги честопати се раководени од корисниците на самите програми. Имено, училиштата се раководени од комитети на родители и наставници, во рамките на воспоставените регулативи од страна на овластените лица за образованието.

Партиципацијата на клиентите во донесувањето одлуки е една од главните алки во реформскиот синџир, која го катализира подобрувањето на квалитетот на административните услуги. За оваа цел е потребно:

- Информирање на клиентите за природата на услугата и за нивото на успешност што може да го очекуваат, како и за квалитетот на извршувањето на услугите во споредба со утврдените стандарди или поставените цели;
- Консултацијата со клиентите подразбира воспоставување дијалог меѓу понудувачот и корисникот на административните услуги, во врска со потребите, предизвиците, можностите и алтернативите и покрај фактот што финалните одлуки ги донесува самата администрација. Клиентите можат да бидат прашани по пат на анкети, за тоа кои аспекти им се најважни при определувањето на типот на услугата или колкава тежина треба да се даде на одделни аспекти при реализацијата на конкретна услуга. На пример, јавноста може да смета дека еден од поважните аспекти на услугата што ја нуди полицијата е нејзината присутност и мобилност на улиците, со цел намалување на криминалот. Но, сепак финална е оценката на професионалните полициски аналитичари и експерти за тоа кој е најефикасниот и најпродуктивниот начин на полициско делување во насока на сузбивање на криминалитетот. Во секој случај, можноста корисниците на услугите да даваат свои забелешки и сугестии се смета за корисен извор на информации. Исто така, административните одлуки ќе бидат подобро прифатени, доколку се респектираат мислењата и сугестиите на клиентите.
- Партнерство со клиентите значи воспоставување односи на заемна соработка, доверба и меѓусебна респектабилност;
- Контрола од страна на клиентите, која се остварува преку увидот на граѓаните во административните постапки и работењето на службениците, при што може да се детектираат и обелоденат некои аномалии, кои доколку благовремено не се амортизираат може да претставуваат потенцијална закана за продлабочување и цементирање на дисфункционалноста во одреден административен орган (подетално и поопширно во: Одговорна власт, Иницијативи за квалитетот на услугите OECD (превод), Скопје, 2003, стр. 15 , 21 –23, 61).

Како власта подобро да се поврзе со граѓаните? Наместо да ги тера граѓаните да се приспособат на управата – на нејзините распореди, начини и методи на работа, нејзините претставници треба да се обидат да им се доближат и приспособат на клиентите. На пример, службите може да се адаптираат на работните распореди на клиентите, така што ќе ги направат работното време и локациите на бироата пофлексибилни. Со развивањето стратегии за услуги на корисниците што се фокусираат врз она што го сакаат луѓето, владата би можела да направи „драматична промена во правецот, големо завртување назад, за да ја насочи власта назад кон луѓето“ (Доналд Ф. К, Глобална револуција на јавниот менаџмент, превод, МАГОР, Скопје, 2008, стр.55). Во овој контекст, во Велика Британија, на пример, е промовирана стратегијата на „поврзана власт“, каде што администрацијата нема повеќе да очекува граѓаните да го пронајдат патот до вистинската канцеларија. Наместо тоа, државниот сектор се заложи да им претстави на граѓаните дека „нема погрешна врата“: власта би била организирана на начин што нејзините службеници ќе можат да менаџираат со потребите на граѓаните, без оглед на тоа каде и како граѓаните се среќаваат со неа. Во САД се изнедри и разви идејата за влада со едно запирање, која се однесува на интеграцијата на јавните услуги од гледна точка на граѓаните. Според принципот на едно запирање, ниту едно лице не смее да се остави да „лута наоколу“ кога ќе побара некоја услуга или помош од институциите. Наместо тоа, јавните администратори ќе треба да ги надминат бројните препреки при испораката на јавните услуги со користење на технолошките алатки кои им стојат на располагање (Шафриц, Ц.М, Расел, Е.В, Борик, К.П, Вовед во јавната администрација (превод), Академски печат Скопје, 2009, стр.23). Пример за иницијативата за влада со едно запирање е 311-системот, кој го применуваат многу општини во САД. Со вртењето на бројот 311, кој станува вкоренет дел од базата на граѓанското знаење, индивидуите доаѓаат во контакт со општинскиот службеник кој е запознат со мноштвото градски услуги и програми што се достапни за задоволување на граѓанските потреби. Притоа, вработениот го насочува граѓанинот кон соодветната канцеларија или службеник, создава запис за барањето со што потоа ќе може да се следи реакцијата, односно одговорот во однос на прашањето. Резултира со дата-база која им овозможува на јавните администратори релевантна информација за потребите, барањата и грижите на жителите, а со тоа им помага и на креаторите на политиките да бидат правилно информирани за да носат поефикасни одлуки. Во Грција, која се карактеризира со голем број острови и планини, од кои повеќето се населени, проблем за граѓаните е тешкиот пристап до административните служби, особено во текот на зимата. Поради ова, работна група составена од експерти од Министерството за внатрешни работи, јавна администрација и децентрализација и од грчката организација за телекомуникации дизајнираше систем за телефонски апликации. Имено, граѓаните наместо да трошат време и средства да одат во државната служба, со јавување на бројот 1502 може да побараат да им биде доставен потребниот документ, како на пример, изводи од матичните книги, потврда за неосудуваност, даночно решение, пасоши, сертификати за студии кои ги издаваат универзитетите, уверенија за осигурување и сл. Примената апликација по телефон, се испраќа веднаш по факс до надлежниот државен службеник за издавање на конкретниот документ, при што бараниот документ му се испраќа на граѓанинот на неговата поштенска адреса преку препорачано писмо (Ministry of interior, public administration and decentralization... <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan012885.pdf>, стр.2-4). Во Данска, пак, е воведен „бесхартиен“ систем на оданочување на доходите, каде што даночните обврзници не мораат да пополнуваат пријави на хартија. Надлежната служба ги прегледува нивните заработки, го пресметува данокот што треба да го платат, го одзема од нивните плати и им испорачува изводи по пошта (Доналд Ф. К, Глобална револуција на јавниот менаџмент, превод, МАГОР, Скопје, 2008, стр.58). Или, на пример, во австралиската држава Викторија, граѓаните можат да го користат киоск-проектот „Vic Roads“ за да ги регистрираат своите возила и да добијат возачки дозволи. Киосците се самооперирачки електронски системи стационирани на јавни места, какви што се трговските центри и холовите во административните згради, кои им овозможуваат на граѓаните да си ја завршат работата без да ги посетуваат канцелариите на државните служби (Доналд Ф. К, Глобална револуција на јавниот менаџмент, превод, МАГОР, Скопје, 2008, стр.59).

За поквалитетно, поефикасно и поекономично остварување на правата на граѓаните и на правните субјекти и за поголема сервисна ориентација на администрацијата, потребно е воведување на т.н one-stop shops методи, односно решавање на административни работи на едно место. На пример, во Португалија постои т.н „Граѓанска продавница“, како релативно нов концепт на јавниот сервис, со цел да се обединат на едно место главните јавни услуги, кои треба да им бидат достапни на клиентите. Во овој one-stop shop центар, кој работи од понеделник до петок од 9 до 19,30ч, а во сабота од 9 до 15ч, посебно обучени и специјализирани службеници на граѓаните им ги обезбедуваат потребните административни услуги (Improve the relationship between the administration and citizens, www.oecd.org/dataoecd/48/41/1910921.pdf, стр.8).

Со имплементирањето на едношалтерскиот систем, клиентите се јавуваат само на еден шалтер или во една канцеларија во административната служба, каде можат да го поднесат барањето за услугата (една врата, една услуга). Клиентот е во контакт со само еден службеник и повеќе не е обврзан да посетува и други канцеларии за да ги добие сите различни печати или потребни документи. Вработените ги координираат своите чекори во процесуирањето на одредено барање за добивање конкретна административна услуга.

Во иднина, концептот на едношалтерскиот систем треба да се усовршува, со цел да се овозможи различни трансакциски услуги со кои би се задоволиле потребите на различни категории граѓани да може да се лоцираат и обезбедат во единствена канцеларија. Тоа значи, граѓанинот на едно место да може да се сретне, на пример, со претставници на субјектите надлежни за пензии, здравство, издавање сертификати за граѓански статус, даночна администрација итн. Во рамките на овој идеален модел, претставниците на администрацијата која испорачува специфични услуги ќе бидат концентрирани на една локација, создавајќи „супермаркет на јавната администрација“.

Мошне важен сегмент е и квалитетот на доставувањето/испораката на услугите. Под квалитет се подразбира производот или услугата да поседуваат такви својства и карактеристики, со кои ќе ги задоволат апетитите на клиентите. Воопштено, квалитетот може да се дефинира како соодветност или поволност, односно тој е индикатор за тоа дали услугите се „направени по мерка“ на потребите на клиентите. На пример, соодветност за корисниците на медицински услуги може да значи успешност на третманот или операцијата. Остварувањето на правата на граѓаните во определени случаи има и изразито временска димензија, што значи доколку барањето не е задоволено благовремено, задоцнетата реализација ќе биде бесполезна (на пример, медицински третман што бара итност, дозвола за извоз или за увоз на производи со лимитиран рок на употреба, интервенција на противпожарната служба, полицијата и сл.). Затоа, клиентите треба да добиваат услуги во кои ќе бидат содржани сите потребни параметри. На пример, покрај намалувањето на времето на чекање за медицински интервенции, мошне значајни се и ефикасното воспоставување вистинска дијагноза, терапија, како и квалитетната и ефективна изведба на медицинскиот зафат. Исто така, услугите што ги испорачува администрацијата треба да бидат и пријатни и едноставни. Пријатноста подразбира учтивост и љубезност во односите помеѓу службениците и клиентите, додека пак суштината на едноставноста се состои во поедноставување на сложениот бирократски апарат, користење лесночитливи и разбирливи формулари, елиминирање на бесцелните административни барања, флексибилно спроведување на правилата, прописите, процедурите и сл.

3.ЗАКЛУЧОК

Граѓаните треба да бидат во фокусот на администрацијата, зашто тие ја претставуваат целта на постоењето на администрацијата и се дел од неа. Впрочем, служењето на граѓаните претставува и правна основа за постоењето на администрацијата. Или, како што своевременно поентирал Махатма Ганди „Клиентот е најважниот посетител на нашите објекти. Тој не зависи од нас. Ние зависиме од него. Тој не е пречка за нашата работа. Тој е целта на работата. Ние не му вршиме нему услуга со тоа што го опслужуваме. Тој нам ни врши услуга со тоа што ни дава можност тоа да го сториме“.

Принципот на „клиентелизам“ треба да се имплантира како основен супстрат во менталната матрица на административците и како супстанцијален елемент воопшто во административната архитектура.

Суштински услов за востановување сервисно ориентирана администрација е при спроведувањето на секоја активност да се задоволуваат основните интереси и моменталната побарувачка на граѓанството, при што администрацијата со своето делување ќе ги исполнува „срцата на луѓето“. Притоа, барометар за квалитетот на јавните услуги може да бидат само мислењата на клиентите, што значи тој не зависи ниту од мислењата на вработените во јавните организации, ниту од мислењата на јавните менаџери, а најмалку од мислењата на политичарите.

Сервисната ориентација може да послужи и како индикатор за степенот на демократија во една држава. Таа, всушност, покажува колку државата води сметка за остварувањето на правата и интересите на клиентите. Во овој контекст, подемократска е онаа држава во која граѓаните и другите правни субјекти можат полесно да им пристапат на административните служби и ефикасно, ефективно и економично да ги остварат своите права, обврски и правни интереси загарантирани со Уставот, законите и другите прописи. Од сервисната ориентација зависи и легитимитетот и авторитетот на државната власт, па затоа во некои земји, административната култура на „услуги за граѓаните“ или „служење на народот“ е накалемена како идеологија.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Норман, Ф, Управување со јавниот сектор, Арс ламина, Скопје, стр.152, 2010;

- [2] Шафриц,Ц.М, Расел, Е.В, Борик, К.П, Вовед во јавната администрација(превод), Академски печат Скопје, стр. 23, 440, 2009;
- [3] Питерс, Гај, Б, Политика на бирократијата, Компаративен вовед во јавната администрација (превод), Академски печат, Скопје, стр. 416, 2009;
- [4] Одговорна власт, Иницијативи за квалитетот на услугите OECD (превод), Скопје, 2003, стр. 15, 17-19, 21-23, 61;
- [5] Доналд Ф. К, Глобална револуција на јавниот менаџмент, превод, МАГОР, Скопје, стр.1-3, 55, 58, 59, 2008;
- [6] Savas, E, S, Privatization: The key to better government, Chatman House, Chatman, New Jersey, стр.136, 1987;
- [7] Osborne, D, Gaebler, T, Reinventing Government, Adison Wesley, 1992, стр. 139, 172, 233;
- [8] Витански, Д, Јавна и државна администрација, второ издание, Кичево, 2012
- [9] Витански, Д, Сервисна ориентација на администрацијата, 2011