

doi:10.11835/j.issn.1008-5831.2016.01.026

欢迎按以下格式引用:邓玮.公共性视角下政府购买社会服务的困境及优化[J].重庆大学学报(社会科学版),2016(1):203-208.

Citation Format: DENG Wei. Publicity and optimization under the perspective of government purchasing service trouble [J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2016(1): 203-208.

公共性视角下政府购买社会服务的困境及优化

邓 玮^{a,b}

(集美大学 a. 法学院; b. 海西社会建设与社会服务研究中心, 福建 厦门 361021)

摘要:对政府购买不仅要“规范性导向”的研究,还需进行“价值性导向”的分析。由于购买主体的特殊性、资金的财政性、服务对象的特殊性及监管评估的全民性,决定了公共性是政府购买服务的内在属性与客观要求。当前政府购买服务在各地实践中有诸多探索,发展出不同模式,如购买岗位制、购买项目制等,但普遍呈现公共性不足的特征。因而需要通过发展多种购买主体、发展公共服务组织与机构、设立公众需求表达机制、评估上加强公众参与等策略而优化并提升购买服务中的公共性。

关键词:政府购买;公共性;社会服务;需求表达;治理创新

中图分类号:F062.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2016)01-0203-06

一、研究背景与相关文献综述

政府职能转变和建立服务型政府是中国全面深化改革的重要举措和目标。党的十八届三中全会《决定》提出,推广政府购买公共服务,凡是事务性管理服务,原则上都应引入竞争机制。国务院办公厅《关于政府向社会力量购买公共服务的指导意见》也明确要求到2020年全国基本建立比较完善的政府购买服务制度。近几年的实践中,各地方政府也把购买公共服务作为一种创新社会管理、提升政府服务水平的模式进行了有益的探索,发展出购买岗位、合同外包、直接资助制和项目申请制等多种购买模式。但由于中国政府购买公共服务目前还处于起步探索阶段,也出现购买“内部化”、黑箱化、成本高、监督评估缺位、服务对象不满意等各种问题^[1]。

既往对国内地方政府购买服务问题成因的研究主要从“公共服务市场失灵”、“非均衡结构”及“制度供给不足”三种视角进行解释。(1)“公共服务市场失灵”指政府购买服务的目的是为了解决市场失灵的问题,但由于其本身也是一个市场行为,因而也不可避免会出现市场失灵的现象。“公共服务市场失灵”主要沿着理性主义、博弈论的范式对政府购买服务进行了研究。李学认为,由于受契约的不完全性和交易费用的影响,市场化公共服务改革思潮所倡导的市场理性并不必然在现实中得到实现。在中国地方政府公共服务具体的实施过程中,非但没有起到预期的效果,反而诱发了大量的腐败问题。因此必须重视公共服务市场化治理模式的局限性^[2]。周俊也认为,由于公共服务本身的特性和供需双方的能力限制,其优越性的体现需以完全市场化等一系

修回日期:2015-09-22

基金项目:2015年度教育部青年基金项目“恢复性司法理念下犯罪受害人分类援助及社工介入模式研究”(15YJC840004);2014年度教育部青年基金项目“疾病话语下的健康焦虑与过度医疗研究”(14YJC840008);2015年福建省中青年教师科研重点项目“刑事被害人的社会救助及社工分类介入研究”(JAS150294);福建省高校人文社会科学重点研究基地“海西社会建设与社会服务研究中心”资助项目

作者简介:邓玮(1976-),男,集美大学法学院副院长,教授,博士,福建省高校人文社会科学重点研究基地“海西社会建设与社会服务研究中心”研究员,主要从事社会治理创新及社会工作研究。

列条件的满足为前提,公共服务市场发育不成熟是导致系列风险与问题的根源^[3]。在一定意义上,第三部门失灵或社会失灵也导致了公共服务市场的失灵。如王俊华^[4]、许继芳^[5]等相继指出,由于存在公益不足、操作不规范、独立性欠缺等第三部门的内在缺陷,造成了公共服务供给效率、效益和质量的低下。(2)“非均衡结构”主要从中国地方政府与社会组织的不对等关系解释政府购买服务中的问题。如王名认为,中国地方政府购买服务的几种模式,即依赖关系非竞争性购买、独立关系非竞争性购买和独立关系竞争性购买都存在许多问题和不足,关键就是政府部门和民间组织并非契约关系,而是行政关系^[6]。郭道久认为,由于第三部门体制内和体制外的“二重性”决定了其自身存在一定限度,因此难以完全胜任公共服务的第三方供给角色^[7]。邓金霞则从社会交换理论出发,认为在公共服务市场中政府与社会存在不平衡的权力关系,因而呈现出购买“纵向一体化”的理性选择倾向,这种倾向会面临公共服务的多重困境^[8]。肖小霞和张兴杰从一个具体的社工机构的生成路径与运作困境出发,分析了在强政府背景下,受资源依赖、组织外部环境等因素的制约,政府全面介入也导致社工机构在自主性、专业性、认同性三方面出现不足^[9]。(3)“制度供给不足”是更多学者采取的分析角度。苏明、贾西津认为,公共服务购买五大问题中的第一个问题即是在制度上尚未被纳入政府采购范围,缺乏相应的法律制度保障^[10]。王浦劬通过对多个省市的实践调研后认为,政府购买中的制度性问题主要有购买程序规范程度较低、合作过程随意性较大、服务评价和监督体系缺失等^[11]。刘润华等基于深圳市民政领域中的政府向社会组织购买公共服务政策进行梳理分析后,也概括出了七个具体方面的政策制度问题^[12]。

上述三种视角均从不同的理论逻辑出发对中国地方政府购买公共服务的问题进行了探讨,为理解政府购买服务的复杂性提供了有益的尝试,具有独到的学术价值。但这些研究总体而言属于“规范性导向”研究,而政府购买服务作为一种公共管理活动,对其存在的问题不仅要进行规范性分析,还需要进行价值性分析。以“价值导向”的框架重新审视政府购买服务活动,有可能会发现新的问题、得到新的启示。基于此,本文尝试从公共性视角,以厦门市 HL 区政府购买服务为样本实证考察政府购买中的公共性问题,探索与研究如何提升政府购买服务过程中的公共性,以减少上述购买服务中的各种不良效应,并实现购买资金的公平性与效率性、服务对象的迫切性与普惠性、服务主体的市场化与均等化。

二、政府购买社会服务的“公共性”要求

所谓公共性,指的是对于一切政府公共管理活动的内容、工具和手段的内在价值要求。随着公共管理理论与实践的发展,公共性已成为当代公共管理学说的核心概念,公共性亦成为公共行政实践的首要美德^[13]。无论是政府公共性科学的和哲学的谱系,还是政府公共性管理的和伦理的谱系,公共性都给予政府管理活动一种强大的约束性和范导性^[14]。因此,实现公共性是购买服务体现公平、效率的内涵与要求。

(一)购买主体的特殊性要求公共性

就中国政府购买服务的主体而言,主要由地方各级政府部门组成,但又不限于政府部门,购买主体呈现多样化、部门化的特征。因为承担社会管理与公共服务职能的,还有党委下属的政法、综合治理等部门,有工会、共青团、妇联等群团组织,以及一些承担行政管理职能的事业单位,它们都归属于财政预算管理范畴,并承担大量的具体的社会管理与服务工作,也是政府购买服务的重要主体^[15]。但无论政府购买服务的主体是何级部门,购买主体的特殊性都决定了购买的过程及结果要求实现公共性。

在现代政治理念中,政府公共性是政府合法性的基础。这就说明政府在进行公共管理时,其核心是公共性,也就是要满足社会群体的整体利益。政府所提供的服务不能只顾及一部分群体,或者将社会资源的分配偏向于部分群体,而是要考虑整个社会群体的利益。即便是更加注重某部分特殊或弱势群体,也应是基于社会公共安全与秩序的需要,而非领导人的偏好或利益集团的压力。特别是对于中国政府来说,其核心价值观即是“代表最广大人民的利益,为人民服务”,因此中国各级政府部门作为购买公共服务的主体,在购买公共服务时体现公共性尤为重要。

(二)购买服务资金来源于公共财政因而要求公共性

公共财政的特点决定了购买服务中要取之于民、用之于民,实现财政用途对全民的公共性。虽然目前中国各级政府在购买公共服务时资金来源多样,有财政预算资金、专项业务资金、预算外资金、福彩公益金和由政府支配的社会捐助等^[16],但是资金绝大部分来源于各级财政收入。而在中国财政收入的主要来源即是税收,约占90%,因此公共财政来源于全体纳税人,而非私人财产,因此也应服务于全体纳税人或大多数、或基于全体纳税人安全需求考虑之上,或过程中体现了全体纳税人的意志而服务于少数特殊群体(社会救助、罪犯矫正等)。因

此购买什么服务应基于公共的讨论、参与、需求,让公众参与计划的制定,按照大多数公众的需求决定购买什么样的服务、谁来提供服务和服务于谁,民主决策,从而体现决策的公共性。购买什么类型的服务不应基于对象的特定性、对象的现实性(如指定服务机构、服务内容、服务群体),应注重财政资金的运用是否顾及大多数人的利益,使公共财政真正为群众谋福利。

(三)服务对象的需求要求公共性

公共服务的需求大于供给的现实矛盾要求购买服务中体现出公共性。中国是拥有 13 亿人口的国家,经过改革开放以来 30 多年的发展,人民整体生活水平有所提高,政府提供的公共服务内容与类型也有了质的提高。但是由于市场化、城镇化、家庭结构小型化等多方面的原因,人民群众仍然存在大量公共服务的需求,特别是由于生活水平的上升带来的精神文化生活方面的公共服务需求。但另一方面中国政府自身因财力与能力所限,所能提供的公共服务只能是最底线、最基本的服务,远远不能满足社会公众的个性化、多层次需求。而要平衡现实与理想的这种矛盾就要求政府在购买服务时做到公共性,即提供最优先最迫切的服务,同时得到其他群体的知情、理解与支持。因此在购买公共服务的过程中,要充分了解社会各个阶层的需求,科学统筹,合理安排,尽力满足不同群体的需求,实现购买公共服务的公平性^[17]。

(四)实现购买公平与效率要求公共性

政府购买公共服务的整个过程都需要注重公平与效率,如购买中的公示、购买后的资金使用审计、服务后的效果评估。从技术角度而言,购买服务的这些环节都要求公共性,即社会的参与、公众的配合与支持。购买时的公平主要指对服务提供者的公平,即及时充分地向社会公开购买服务的项目内容、承接主体条件、绩效评价标准等信息,确保社会力量公平参与竞争,而公共性是防止暗箱操作与权力寻租、实现购买公平的最好方式。另外,为了保证公共服务的效率,就需要引入服务对象评估、公共评估、第三方评估、多元化评估等方式,通过公共性的实现形成有效的公共服务监督与管理机制,保证资金不被挪用,保证所提供服务的数量、水平与效率。如果购买公共服务脱离公众,缺少公众的支持与配合,则会使公共服务的效果大打折扣。

三、政府购买社会服务的“公共性”困境与不足

厦门市 HL 区是全国较早开始开展政府购买服务的城区。从 2010 年开始该区每年投入一百多万元,向辖区内社会组织如希望社工服务中心、霞辉老年社会服务中心等购买社会服务项目。项目服务对象涉及范围广泛,包括援助“单亲妈妈”家庭社工服务项目、居家养老专业社工服务、关爱残疾人专业社工服务项目、外来员工关爱与支持项目等。从近五年购买服务的实施效果看,得到社区居民的普遍认可,形成了政府购买、高校支持、社区与民办社会组织协同服务社区居民的良好局面,但同时也显现出公共性不足的困境。

(一)在购买主体上公共性不足,呈福利化趋势

从理论角度而言,政府购买服务的主体为“各级行政单位”和参照公务员法管理、具有行政管理职能的事业单位,以及纳入行政管理且经费由财政负担的群团组织。其中,“各级行政单位”除了政府行政机关外,还包含党的机关、人大机关、政协机关、审判和检察机关以及民主党派机关等。而根据厦门市制订的《关于推进政府购买服务工作的实施意见》,在教育、就业、社保、医疗卫生、住房保障等基本公共服务领域,厦门市将逐步加大政府购买服务的力度;非基本公共服务领域,也将更多更好地发挥社会力量的作用,凡适合向社会购买服务的,都将通过合同、委托等方式交给社会力量承担。但在实践运作中,厦门市的政府购买服务仍然局限在少数部门,并没有实现公共性、普遍性的政府主体参与。

根据公布的资料显示,目前厦门市政府购买公共服务主要以区级政府购买为主,市级政府多提供政策指导与资金支持。而各区中仅仅有 HL 区民政部门及残联等少数部门开展了购买服务,且主要集中在养老助残、社会救助、法律援助、扶贫帮困、住房保障等领域,呈现出福利化的趋势。其他政府部门都还并未实施,普遍处于观望或疑虑的状态,维持着传统的管理惯性。这种现象是地方政府购买公共服务主体公共性不足的典型表现。而在西方国家,政府购买公共服务历史悠久,其中一个重要的特征就是购买主体多样化,政府购买服务得到大量的推广,不仅在民生领域,甚至在司法、军事等传统领域也大量采用政府购买方式。

(二)在购买项目内容上公共性不足,以协商式为主

购买公共服务的目的在于弥补政府部门所提供的公共服务的不足,满足社会对公共服务的需求。为了达到这一目的,在购买何种公共服务的项目时,应充分考虑公众对公共服务的需求,对社会需求进行科学的调查,以此体现公共服务的公共性。但是政府部门在制定购买公共服务的计划时,许多购买项目依靠主观判断、长官

意志而决定,缺乏科学依据,到底需要购买什么项目比较盲目。例如厦门市 HL 区在购买时的项目设计主要由区民政局主导,采用的模式是“机构+社区协商式”而非“公共参与式”的项目设计模式,即由社区提出服务需求,并提出机构选择意向,社区和机构共同商定方案,区社区办牵头组织区财政局、高校专家对项目方案进行审定的做法。相对原来直接由社会组织自己提出项目的方式,现有的做法已有改进,相对更能够反映社区的需求。而在实践中由于社区的非专业性、反映社区居民需求的间接性及政绩包装冲动,这种“协商式”的购买服务要么受民政部门官员或社区干部的个人影响而指定项目内容,要么变异为社会组织“私人订制”的购买活动,实际上是由社会组织自由地提出需要购买什么服务。因此导致在厦门市所购买的公共服务中,一些项目的服务对象并不属于当前社会最迫切需要帮助的人群,项目的合理性和公共性还有待商榷。

导致这种公共性不足的表面原因是由于当前社会组织发展还不充分,深层次原因更在于以下几方面。首先是制度上缺乏民意表达机制。在制定购买计划时,缺乏公众参与,政府部门的决定并没有及时地、有效地公之于众,决策下行通道存在障碍;公众在得知购买规划时,想要表达的意见和建议难以快速反映给政府部门,民意上行通道不通畅。同时,最应该代表人民意见的人民代表大会并没有在政府购买公共服务之问题上发挥重要作用。其次是目前评价政府优劣的直观标准就是“政绩”,政府部门希望通过开展一些新颖的服务项目获得名誉,凸显政府在公共管理方面的作为。最后,政府部门为了维护社会和谐与稳定,方便公共管理行为的开展,也习惯将公共服务投入到可以为上述目的带来收益的项目中,针对一些社会不稳定因素投入较多的公共服务,而对其他需求则缺乏投入动力。这些原因都对政府购买公共服务的公共性产生不良的影响。

(三)在服务提供机构上的公共性不足,官办色彩浓厚

公共服务的提供主体可以是社会组织、企业、事业单位,甚至还可以是个人。但是,目前社会组织的发展状况与政府购买公共服务的要求相比,无论是数量还是运作能力都还处于比较低的水平,普遍存在着业务水平低、规模小、服务能力不强的情况,难以承接社会公共服务。在许多公共服务项目的实施中,政府难以找到多家社会组织来承接购买项目,没有合适的、值得信赖的社会组织参与公共服务的购买^[18]。例如厦门市 HL 区全区仅有 8 家注册社工服务机构,整个厦门市也才有 10 家,而 HL 区仅有的 8 家机构中有 3 家是注册不到 1 年的新机构,3 家是注册不足 3 年的机构,最早的一家成立时间也不足 5 年,机构还处在招募社工、组建队伍、尝试服务、培育专业服务能力阶段。政府在这种现实情况下,对于服务机构的选择非常有限,服务提供机构竞争不足,竞争难以充分展开。此外,已有的社会服务组织大都有官方背景或由官方支持成立,即所谓的“官办 NGO”,缺少真正的草根民间组织。最后导致政府购买资金的大部分都给予政府自己成立的社会组织,而真正的“社会力量”受益不多,形成公共资源的不平衡分配。这些因素大大削弱了服务提供机构上的公共性。

(四)在购买后的项目评估上公共性不足,缺乏公众参与

正如上文指出,为保证购买服务的公平与效率需要在项目评估上实现公共性。特别是由于存在当前公共服务难以量化以及成本与价格难以计算等客观原因,还没有形成一套可以保证服务质量和对所购买的服务进行监督和科学评估的有效办法,因此更需要加强公共性以弥补这一短板。与全国其他开展政府购买的地区类似,厦门市 HL 区在对公共服务的绩效评价上主要评价两个方面的内容:一是购买公共服务的效率指标,即购买一定数量的服务所使用的财政资金是否最少,使得这些财政资金实现最大社会效用;二是购买公共服务的效果评价体系,主要是通过购买服务对象满意度来测量政府购买公共服务的效果^[19]。而这些评价目前主要通过审计及专家的评估完成,在评价流程中有以下一些公共性不足,如服务对象评估由机构自行组织、缺少公示制度、缺乏第三方评估、缺少公众评估等。从一定层面上讲,社会公众是公共服务的直接受益者,政府购买的各种公共服务是否科学、合理,将直接影响到社会公众的利益,因此,社会公众对监督政府购买公共服务的积极性极高。但是目前,公众很难参与到对政府所购买公共服务的评估与监督中。一是程序不明确,缺少法定的评估规范,各地在公开公示内容、程序上具有较强选择性。二是信息不对称,或者政府部门由于对购买服务的品质缺乏信心而不愿意在大范围层面让公众参与,或者公众由于种种原因对于政府采购公共服务的信息了解较少,并且关注人群数量有限。最后,也是目前公众公民意识淡薄的表现,参与公共事务的欲望不强烈。

四、政府购买服务的“公共性”优化策略

作为社会管理创新的一种方式,政府购买服务能否实现公共性,既是政府职能从管理型向服务型的过渡等改革的关键点,也是推进国家治理体系和治理能力现代化、全面深化改革的重要保证。因此,为了更好地增强政府购买中的“公共性”,减少政府购买中的福利化、非竞争性、封闭性及低效性,可以从多个方面进行主体与流

程的公共性优化。

(一) 在购买主体与类型上拓展更大范围

中国公共服务大致分三个板块,有三个相应服务主体:一是行政审批等事项服务,由各个政府部门直接负责,基本不委托;二是教科文卫体范畴的服务,主要通过大量的事业单位组织来提供;三是介于上述二者之间的福利民生服务事项,这是当前开展得较多的服务内容。在当前各地政府财力有限的现实条件下,政府购买可先重点投入在福利民生领域,但随着改革的深化及购买服务机制的完善,购买主体应进一步拓展,凡是能由社会组织提供服务的,都应由社会及市场提供。特别是要利用目前事业单位分类改革的契机,将原来事业单位承担的公共服务逐步以购买的方式实现,在此基础上逐步向其他的政府部门包括党政部门拓展。另外,可借鉴国外政府购买服务的经验,制订出“政府转移职能目录”和“政府购买公共服务目录”,以政策法规的形式明确公共服务边界。要求在目录范围内的公共服务都必须实行政府购买,通过强制性的要求进一步推动购买服务的扩大,最终实现应买尽买。

(二) 在服务购买方上发展公共服务组织与机构

培育和支持社会组织的发展,为社会组织承接公共服务创造良好的平台和环境,是完善政府购买公共服务过程的关键环节^[20]。购买服务的社会化、市场化需要有真正的社会组织体系,当政府通过各种有形或无形的手段高度管控这些组织时,公共服务很难获得应有的效率。为了使公共服务得到有效供给,政府须对社会组织进行松绑,培育社会力量,将公共服务主体由单一的政府部门扩大到营利组织、非营利组织等多元主体,形成竞争性社会组织体系。首先,要改革现有的社会组织登记体制,给予公共服务机构和服务组织政策上的支持。简化民间组织成立的行政审批程序,为社会服务机构成立提供良好的环境,促进服务机构数量增加。其次,政府部门应改变当下管控思维大于服务意识的倾向。第三,公共服务机构和服务组织要加强自身建设,加强专业修养,提高服务水平,自我完善,自我发展。最后,鼓励社会各界对服务机构提供支持,如提供财政支持和税收优惠,或鼓励对服务机构进行捐助。

(三) 在购买内容上构建公众需求表达机制

公共服务“买什么”将直接影响政府职能的转变与购买的效果。公共服务的购买流程中最重要的就是避免购买行为的随意性,科学选择购买内容,保证购买服务的公共性。这就需要构建公众需求表达机制,了解公众需求,合理制定规划。政府应扩宽社会信息收集渠道,全面收集群众关于公共服务需求的信息,切实了解社会需求,制定具有可操作性的、符合群众要求的整体规划,确定购买公共服务的数量和项目。要完善基层民主制度在公众需求表达机制中的作用,落实公众表达自身需求的话语权,让不同的利益主体都有表达“买什么”的平等机会。重点要强化公众需求表达机制中人大功能,人大是民众表达需求的载体,也是反映民意的代言人,因此可通过人大代表来表达民众想“买什么”的功能。还需要完善政府购买的听证制度,落实决策参与权,充分听取社会各方面的意见,特别是对利益攸关方有重大影响人的意见,保证政府购买的公平公正。由于政府购买受益群体多为弱势群体,而源于制度资源的匮乏和制度安排的不合理,其话语权没有足够的制度支持和制度保障,因此特别要多听取弱势群体的声音,将弱势群体需求表达制度化,使政府购买能满足弱势群体真正的需求。

(四) 完善公众参与的服务评估体系

“基于公民权的公共服务要求评估必须以公众需求为先导”^[21],公众满意度是检验政府购买服务效果的最终标准,因为“公民作为公共服务评估主体,可以最直观地体现评估的满意特征”,“公民满意是政府绩效评估的发展趋势”^[22]。因此在服务的效果评估与监管中要保证公共性的实现,即通过制度设置与体系完善让公众充分参与。评估体系中最重要的是直接服务对象的评估参与,对服务效果应全面听取服务对象的意见,而且要遵从匿名、主客观结合、多维度等科学评估原则。公众参与评估体系还包括独立、专业性、多元化的外部监督评估机制。包括独立的第三方监督机构,如会计事务所、法律事务所、审计事务所、专业调查公司等机构,也可以包括新闻舆论、志愿者及普通公民的评估与监督。基层政府要善于利用问卷调查、随机走访、专项访谈、吸纳部分市民进入评估团队等方式,引导社会公众参与公共服务的绩效评价,实现“问绩于民”,提高评价的参与度和透明度^[23]。在服务效果评估反馈方面,要根据服务对象的评估结果确认服务质量,依此确定资金的继续拨付及社会组织下次承接政府购买的资格。

参考文献:

- [1] 苏明, 贾西津. 中国政府购买公共服务研究[J]. 财政研究, 2010(1): 9-17.
- [2] 李学. 不完全契约、交易费用与治理绩效——兼论公共服务市场化供给模式[J]. 中国行政管理, 2009(1): 14-19.
- [3] 周俊. 政府购买公共服务的风险及其防范[J]. 中国行政管理, 2010(6): 13-18.
- [4] 王俊华. 新公共管理学视域中的第三部门失灵: 类型、治理与模式[J]. 教学与研究, 2004(9): 33-39.
- [5] 许继芳. 公共服务供给三重失灵与我国公共服务供给模式创新[J]. 南京农业大学学报, 2009(1): 82-86.
- [6] 王名, 乐园. 中国民间组织参与公共服务购买的模式分析[J]. 中共浙江省委党校学报, 2008(4): 5-13.
- [7] 郭道久. 第三部门公共服务供给的“二重性”及发展方向[J]. 中国人民大学学报, 2009(2): 93-99.
- [8] 邓金霞. 地方政府购买公共服务“纵向一体化”倾向的逻辑—权力关系的视角[J]. 行政论坛, 2012(5): 23-29.
- [9] 肖小霞, 张兴杰. 社工机构的生成路径与运作困境分析[J]. 江海学刊, 2012(5): 117-121.
- [10] 苏明, 贾西津. 中国政府购买公共服务研究[J]. 财政研究, 2010(1): 9-17.
- [11] 王浦劬, 莱斯特·M. 萨拉蒙. 政府向社会组织购买公共服务研究——中国与全球经验分析[M]. 北京: 北京大学出版社, 2010: 3-4.
- [12] 刘润华. 政府向社会组织购买公共服务政策研究——基于深圳市民政系统的实践[C]//国家民间组织管理局. 中国社会组织理论研究文集. 北京: 中国社会出版社, 2010: 397-400.
- [13] 王乐夫, 陈干全. 公共性: 公共管理研究的基础与核心[J]. 社会科学, 2003(4): 67-74.
- [14] 黄显中. 政府公共性理论的谱系[J]. 湘潭大学学报, 2004(3): 12-18.
- [15] 马俊达, 冯君懿. 政府购买服务问题研究[J]. 中国政府采购, 2011(6): 64-66.
- [16] 叶响裙. 基于政府购买公共服务实践的思考[J]. 新视野, 2013(2): 64-67.
- [17] 殷玉如. 我国公共就业服务机构的公共性流失和治理[J]. 法商论坛, 2010(4): 101-102.
- [18] 葛晓梅. 政府购买公共服务探析[J]. 四川行政学院学报, 2013(1): 9-11.
- [19] 王洁. 政府购买公共服务理论初探[J]. 中国政府采购, 2011(4): 37-39.
- [20] 杨婧. 我国政府购买公共服务机制的运作及反思[J]. 牡丹江大学学报, 2011(9): 68-70.
- [21] 孟华. 推进以公共服务为主要内容的政府绩效评估——从机构绩效评估向公共服务绩效评估的转变[J]. 中国行政管理, 2009(2): 16-20.
- [22] 卓越, 赵蕾. 加强公共服务绩效评价的思考[C]//21世纪的公共管理——机遇与挑战: 第三届国际学术研讨会文集. 澳门, 2008: 5, 6.
- [23] 陈奇星. 完善基层政府公共服务外包的思考: 基于上海市的研究[J]. 中国行政管, 2012(11): 77-79.

Publicity and optimization under the perspective of government purchasing service trouble

DENG Wei

(School of Political and Law, Jimei University, Xiamen 361021, P. R. China)

Abstract: It not only needs the “normative oriented” study but also the “value oriented” analysis of the government purchasing service. Due to the particularity of purchasing subject, financial capital, the particularity of the service object and regulation nationwide assessment, it determines the publicity being the inherent attributes of government purchase services with the objective requirements. Around the current government purchase services in practice, there are plenty of exploration to develop a different pattern, such as buying jobs and projects, etc., but lacking of publicity. So it needs to optimize and upgrade publicity of government purchasing service by developing a variety of subjects, developing the public service organization, setting up the public demand expression mechanism, and increasing public participation in evaluation.

Key words: government purchasing service; the publicity; demand expression; management innovation