



**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ**

АДМИНИСТРАЦИЯ ДОЛЖАНСКОГО РАЙОНА

РАСПОРЯЖЕНИЕ

27 августа 2025 года
пгт. Долгое

№377-р

Об утверждении Порядка регулярного сбора и анализа обратной связи
от внешних и внутренних клиентов в администрации Должанского района

В соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 октября 2021 года №2861-р «Об утверждении перечня инициатив социально – экономического развития Российской Федерации до 2030 года», распоряжением администрации Должанского района от 21 июля 2025 года №305-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожная карта») по внедрению стандартов клиентоцентричности» администрация Должанского района:

1. Утвердить Порядок регулярного сбора и анализа обратной связи от внешних и внутренних клиентов в администрации Должанского района согласно приложению.
2. Контроль за исполнением распоряжения оставляю за собой.

Временно исполняющий обязанности
Главы Должанского района

И.В. Половых

ПОРЯДОК
регулярного сбора и анализа обратной связи от внешних
и внутренних клиентов в администрации
Должанского района

1. Общие положения

Настоящий Порядок регулярного сбора и анализа обратной связи от внешних и внутренних клиентов в администрации Должанского района (далее – Порядок, Администрация соответственно) определяет общие подходы и направления по сбору и анализу обратной связи от внешних и внутренних клиентов в Администрации и разработан в целях внедрения принципов и стандартов клиентоцентричности в деятельность Администрации.

2. Используемые термины и определения

Для целей настоящего Порядка используются следующие термины и понятия:

- инструментарий – выстроенные в логической последовательности вопросы, позволяющие проводить сбор обратной связи и (или) оценку уровня удовлетворенности клиентов, в том числе внутренних;

- клиентоцентричность – концепция государственного управления, ориентированная на постоянное совершенствование процессов удовлетворения потребностей клиента на основе непрерывного изучения клиентского опыта;

- клиент (внешний клиент и внутренний клиент) – физическое или юридическое лицо, взаимодействующее с Администрацией самостоятельно или через уполномоченного представителя с целью удовлетворения своих потребностей или же взаимодействующее с Администрацией и уполномоченными организациями при осуществлении функций Администрации;

- внешний клиент – граждане Российской Федерации, лица без гражданства, лица с двойным гражданством, иностранные граждане, в том числе самозанятые, индивидуальные предприниматели, объединения граждан, не зарегистрированные в качестве юридических лиц, юридические лица, государственные гражданские и муниципальные служащие иных органов власти и органов местного самоуправления, сотрудники бюджетных учреждений и организаций;

- внутренний клиент – работник и (или) сотрудник Администрации или организации, уполномоченной на реализацию полномочий Администрации, как непосредственно задействованные в предоставлении услуг и сервисов Администрации или уполномоченной организации или осуществлении функций Администрации или уполномоченной организации, так и обеспечивающие деятельность всей Администрации или уполномоченной организации, выполнение ее функций, в рамках процессов, предусматривающих осуществление функций государства, а также работники, в отношении которых у Администрации или уполномоченной организации имеются обязательства трудового характера, в ситуациях, связанных с исполнением ими внутриведомственных и межведомственных процессов;

- онлайн опрос – метод сбора информации, предусматривающий использование информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», с целью сбора обратной связи от респондентов вне зависимости от каналов предоставления им информации;
- офлайн опрос – метод сбора информации, предусматривающий непосредственное личное взаимодействие с респондентами, с целью сбора от них обратной связи вне зависимости от каналов предоставления им информации;
- респондент – лицо, от которого собираются данные;
- реинжиниринг – деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на реформирование, проектирование или перепроектирование услуг в целях оптимизации деятельности Администрации для обеспечения соответствия предоставляемых муниципальных услуг требованиям стандартов клиентоцентричности.

3. Организация системы сбора и анализа обратной связи

Система сбора и анализа обратной связи (далее – система обратной связи) является инструментом, направленным на оценку качества взаимодействия клиентов с Администрацией через сбор, агрегацию и анализ субъективных данных, полученных от внешних и внутренних клиентов.

Система обратной связи служит для выявления отношения клиентов к деятельности Администрации в разрезе следующих направлений деятельности, процессов (групп процессов), осуществляемых в Администрации:

- 1) предоставление муниципальных услуг;
- 2) выполнение функций;
- 3) предоставление мер муниципальной поддержки;
- 4) осуществление муниципального контроля;
- 5) профилактика нарушений обязательных требований;
- 6) рассмотрение обращений и запросов;
- 7) обеспечение доступа к информации о деятельности;
- 8) организация отношений с внутренним клиентом через выявление отношения внутренних клиентов (сотрудников) к процессам (группам процессов) Администрации, связанным с осуществлением ими своей профессиональной деятельности.

Цели формирования системы обратной связи включают следующее:

- 1) формирование единой и сравнимой информации о качестве всех взаимодействий клиентов с Администрацией и об удовлетворенности клиентов взаимодействием с Администрацией в разных жизненных ситуациях;
- 2) выявление проблем, претензий («болей») при взаимодействии с клиентами, разработка мер по их устранению и направленных на повышение удовлетворенности клиентов;
- 3) разработка и контроль реализации требований к повышению качества существующих и созданию новых государственных и (или) муниципальных услуг;
- 4) выявление направлений развития отдельных аспектов деятельности Администрации, а также удачных решений в деятельности Администрации с целью тиражирования лучших практик на другие аспекты деятельности;
- 5) повышение эффективности процессов Администрации;
- 6) оперативное реагирование на проблемы клиентов.

Источниками обратной связи являются данные информационных систем, интегрирующих информацию от клиентов о качестве услуг и сервисов (автоматизированная информационная система «Информационно-аналитической системы мониторинга качества государственных услуг», Платформа обратной связи, Единый портал государственных и муниципальных услуг и другие), обращения и жалобы, поступающие в Администрацию напрямую, а также данные социологических исследований.

Социологические исследования осуществляются путем проведения офлайн и онлайн опросов, глубинных интервью, экспертных оценок, контент-анализа средств массовой информации и социальных сетей, качественного анализа обращений граждан в соответствии с Правилами проведения мониторинга качества предоставления и сбора обратной связи в отношении государственных услуг и сервисов в рамках оценки уровня их соответствия принципам и стандартам клиентоцентричности, утвержденными приказом Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации от 27 марта 2024 года № 01-06/2703-0001.

Сбор обратной связи осуществляется во всех каналах связи, в которых происходит взаимодействие с клиентом (онлайн-каналах: мобильное приложение, официальный сайт, социальная сеть, мессенджер, консультационная линия и офлайн-каналах: личный прием в Администрации, в МФЦ, в местах длительного пребывания клиентов, направление бумажных писем и так далее).

В местах предоставления услуги (точках взаимодействия) должна быть обеспечена возможность постоянного сбора обратной связи.

При необходимости постоянный сбор обратной связи может быть дополнен разовым сбором (например, с целью более подробного исследования проблем, выявленных по результатам постоянного сбора).

Клиенту предоставляется информация об использовании полученной от него обратной связи.

Обобщенные данные обратной связи, а также принятые на их основе решения Администрации должны быть доступны неограниченному кругу клиентов.

Администрация определяет формы и методы размещения информации об использовании полученной от клиента обратной связи, периодичность размещения, критерии и перечень информации, не размещаемой в общем доступе.

На официальном сайте Администрации создается раздел «Обратная связь», посредством которого обеспечивается:

1) прием обращений (для подачи обращений, жалоб, предложений в разделе создаются электронные формы и обеспечивается автоматическое направление заполненных форм в Администрацию);

2) проведение опросов (в том числе с использованием Платформы обратной связи и иных интерактивных форм инструментов, позволяющих проводить опросы анонимно).

Ответственный за сбор и анализ обратной связи определяется распоряжением Администрации.

4. Анализ информации и принятие решений

Анализ информации проводится с целью выявления как общего уровня удовлетворенности услугой или иным видом взаимодействия, так и отдельными параметрами такого взаимодействия с внутренними и внешними клиентами.

Результаты сбора обратной связи, полученной по результатам исследований (опросов), подлежат обобщению и анализу от 1 раза в месяц до 1 раза в квартал в зависимости от объема собираемой обратной связи.

В отдельных случаях при выявлении значительного числа негативной обратной связи, высокого уровня неудовлетворенности, конкретных «болей» проводится дополнительный ежеквартальный сбор обратной связи от клиентов. Для проведения дополнительного сбора обратной связи определяются генеральная и выборочная совокупности.

Мониторинг поступивших в Администрацию обращений и жалоб проводится по следующим объективным метрикам:

- количество обращений и жалоб, поступивших по всем каналам взаимодействия с указанием доли по различным каналам;
- основные причины обращений;

- количество обращений по тематике (в соответствии с классификатором);
- время ожидания ответа (время, прошедшее с момента регистрации обращения, жалобы до момента ответа пользователю);
- количество и доля удовлетворенных жалоб (количество жалоб с положительным результатом решения проблемы и доля от числа всех поступивших за квартал жалоб);
- количество и доля неудовлетворенных жалоб (количество жалоб, получивших отказ, и доля от числа всех поступивших за квартал жалоб).

Сбор информации по данным показателям ведется постоянно, анализ проводится 1 раз в квартал. Информация носит внутриведомственный характер и не подлежит опубликованию. На основе ежеквартального анализа обращений и жалоб формируется «карта болей» в соответствии с шаблоном, представленным в приложении к настоящему Порядку, разрабатываются мероприятия по реинжинирингу, готовятся новые инструктивные материалы для сотрудников и разъяснения для заявителей.

«Карта болей» клиента формируется в разрезе каждого процесса, которые могут группироваться (по точке обращения, группе процесса, по муниципальным услугам, предоставляемым в электронном виде).

«Боль клиента» – это не только проблемы, которые клиент испытал при взаимодействии с Администрацией, но и те потребности клиента, которые Администрация может решить, изменив некоторые процессы своей деятельности (например, создать дополнительный сервис, перевести услугу в режим проактивного предоставления).

Все выявленные «боли» подлежат включению в «карту болей».

В «карте болей» отражаются:

- наименование процесса;
- выявленные проблемы/потенциальные потребности клиентов;
- распространенность проблемы;
- приоритетность решения проблемы/ удовлетворенность потребности – единица измерения и метод оценки в зависимости от особенностей услуги или иного вида взаимодействия;
- необходимые к реализации мероприятия (мероприятия по реинжинирингу);
- ответственный;
- срок реализации.

Результаты анализа собранной обратной связи рассматриваются в целях принятия решений и используются для проектирования и реинжиниринга муниципальных услуг и иных видов взаимодействия (процессов) в Администрации в целях повышения качества клиентского опыта для:

- создания или доработки процессов предоставления (исполнения) государственных и (или) муниципальных услуг (функций);
- создания или доработки подсистем, сервисов и компонентов официального сайта, информационных систем Администрации;
- подготовки Администрацией предложений о доработке единых порталов предоставления государственных и муниципальных систем (функций), единых информационных систем;
- подготовки предложений об изменении нормативно-правового регулирования порядка предоставления (исполнения) государственных и (или) муниципальных услуг (функций, процессов);
- принятия и изменения муниципальных правовых актов и (или) правовых актов Администрации.

5. Особенности сбора внутренней обратной связи

Система обратной связи включает в себя сбор обратной связи от внутренних клиентов.

Целью сбора такой обратной связи является оценка уровня удовлетворенности сотрудников различными аспектами деятельности Администрации для повышения уровня ее клиентоцентричности.

Для оценки уровня удовлетворенности различными аспектами деятельности Администрации разрабатывается специализированный инструментарий в соответствии с формой № 1 приложения 5 к Правилам проведения мониторинга качества предоставления и сбора обратной связи в отношении государственных услуг и сервисов в рамках оценки уровня их соответствия принципам и стандартам клиентоцентричности, утвержденным приказом Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации от 27 марта 2024 года № 01-06/2703-0001, который размещается на внутренних ресурсах Администрации или рассылается сотрудникам Администрации посредством электронной почты.

Данный инструментарий позволяет собрать обратную связь в части общей удовлетворенности работой в Администрации, а также каждой группой процессов и отдельными аспектами деятельности:

- материально-техническим оснащением;
- регламентацией профессиональной деятельности;
- автоматизацией профессиональной деятельности;
- взаимодействием с подразделениями Администрации, государственными органами и организациями;
- возможностями профессионального развития в Администрации;
- возможностями должностного роста в Администрации;
- взаимоотношениями между коллегами в коллективе;
- элементами профессиональной деятельности (труда);
- скоростью и качеством рассмотрения запросов и обращений в кадровую службу;
- процессами нормотворчества и оформления, исполнения договоров.

В рамках системы внутренней обратной связи ежеквартально собираются данные об уровне удовлетворенности внутренних клиентов.

Периодичность внеочередных опросов работников устанавливается распоряжением Администрации.

Внутренние клиенты вправе оставить обратную связь инициативно и анонимно.

6. Заключительные положения

Полученная обратная связь используется:

- для выявления потребностей клиентов;
- при внедрении клиентоцентричного подхода в рамках реинжиниринга процессов для улучшения клиентского опыта;
- при оценке результата полного внедрения реинжиниринга в целях выявления возможных отклонений от образа целевого состояния процесса, в отношении которого осуществлялся реинжиниринг;
- при подготовке предложений об изменении межведомственных процессов, включая изменения в нормативные правовые документы.

Шаблон «карты болей»

№	Наименование процесса	Выявленные проблемы/потенциальные потребности клиентов	Распространенность проблемы*	Приоритетность решения проблемы/удовлетворения потребности*	Необходимые к реализации мероприятия	Ответственный	Срок реализации
1.	Муниципальная услуга «Наименование»	- отсутствие интерфейса оплаты госпошлины на официальном сайте - отсутствие уведомления о поступлении оплаты госпошлины	Высокая/средняя/низкая Высокая/средняя/низкая	Высокая/средняя/низкая) Высокая/средняя/низкая	- создание интерфейса оплаты госпошлины на официальном сайте - создание сервиса по отправке уведомлений о поступлении оплаты госпошлины	структурное подразделение	определяется на основании установленной приоритетности
							
	Обращение за предоставлением справки сотруднику	- необходимость подачи заявления на бумаге в отдел кадров	Высокая/средняя/низкая	Высокая/средняя/низкая	- обеспечение возможности подачи заявления посредством корпоративного портала	структурное подразделение	определяется на основании установленной приоритетности

* - единица измерения и метод оценки определяются в программных положениях исследования в зависимости от особенностей услуги или иного вида взаимодействия.