

КОМИТЕТ ПО ФИНАНСАМ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПРИКАЗ

от 19.06.2024 №74

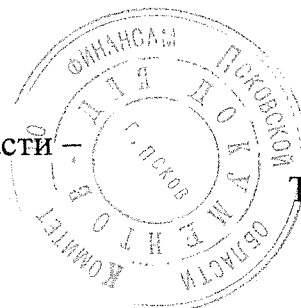
г. ПСКОВ

Об утверждении Порядка регулярного сбора и анализа обратной связи (от внешних и внутренних клиентов) в Комитете по финансам Псковской области

С целью реализации Плана мероприятий («дорожная карта») по внедрению стандартов клиентоцентричности в Псковской области, утвержденного распоряжением Правительства Псковской области от 29.09.2023 №763-р «Об организации мероприятий по внедрению Стандартов клиентоцентричности в Псковской области», ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Порядок сбора и анализа обратной связи от внешних и внутренних клиентов Комитета по финансам Псковской области согласно приложению к настоящему приказу.
2. Разместить настоящий приказ на официальном сайте Комитета по финансам Псковской области.
3. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя председателя Комитета по финансам Псковской области Яковлеву Елену Анатольевну.

Заместитель Губернатора Псковской области
председатель Комитета



Т.А.Барина

**Порядок
регулярного сбора и анализа обратной связи
(от внешних и внутренних клиентов)
в Комитете по финансам Псковской области**

1. Общие положения

1.1. Порядок регулярного сбора и анализа обратной связи (от внешних и внутренних клиентов) в Комитете по финансам Псковской области (далее – Порядок, Комитет) определяет общие подходы и направления по сбору и анализу обратной связи от внешних и внутренних клиентов в Комитете и разработан в целях реализации Плана мероприятий («дорожная карта») по внедрению стандартов клиентоцентричности в Псковской области, утвержденного распоряжением Правительства Псковской области от 29.09.2023 №763-р «Об организации мероприятий по внедрению Стандартов клиентоцентричности в Псковской области».

1.2. В настоящем Порядке используются следующие термины:

Клиент (внутренний клиент и внешний клиент) - физическое или юридическое лицо, взаимодействующее с государством с целью удовлетворения своих потребностей, или же взаимодействующее с государством и уполномоченными организациями при осуществлении функций органов публичной власти.

Внешний клиент - физическое или юридическое лицо, взаимодействующие самостоятельно или через уполномоченного представителя с федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, исполнительно-распорядительными органами местного самоуправления, подведомственными им организациями, а также иными организациями, уполномоченными в соответствии с законодательством или на основании договора на

взаимодействие с внешними клиентами от лица органов государственной власти или органов местного самоуправления, государственных или муниципальных организации (далее – органы и организации), с целью удовлетворения своих потребностей.

Внутренний клиент (сотрудник) - государственный гражданский служащий или работник Комитета.

Инструментарий - выстроенные в логической последовательности вопросы, позволяющие проводить оценку уровня удовлетворенности клиентов и сотрудников, работников органов власти.

Онлайн опрос - метод сбора информации, предусматривающий использования информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», с целью обеспечения коммуникации.

Офлайн опрос – метод сбора информации, предусматривающий непосредственное личное взаимодействие с респондентами, с целью обеспечения получения обратной связи вне зависимости от каналов получения ими информации.

Респондент - лицо, от которого собираются данные.

Система внешней обратной связи - система, позволяющая выявить отношение клиентов (пользователей) к взаимодействию с Комитетом.

Система внутренней обратной связи - система, позволяющая выявить отношение сотрудников к взаимодействию внутри органа в процессе профессиональной деятельности.

Система обратной связи - совокупность инструментов по получению отзывов от клиентов в процессе внедрения клиентоцентричного подхода в деятельность органов исполнительной власти Псковской области.

2. Система внешней обратной связи

2.1. Система внешней обратной связи предназначена для изучения отношения внешних клиентов к действующим механизмам осуществления взаимодействия с Комитетом.

2.2. Система внешней обратной связи включает прием (сбор), обработку и анализ обращений граждан и представителей юридических лиц, направленных в Комитет в устной или письменной форме посредством:

направления обращения через «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее - портал «Госуслуги»);

участия в опросах, размещенных на официальных страницах Министерства в социальных сетях.

Для сбора обратной связи от лиц, взаимодействующих с Комитетом дополнительно, могут использоваться иные информационные ресурсы.

3. Система внутренней обратной связи

3.1. Система внутренней обратной связи предназначена для изучения отношения сотрудников Комитета к действующим процессам внутреннего взаимодействия в процессе профессиональной деятельности в целях оценки уровня удовлетворенности и повышения уровня клиентоцентричности Комитета.

3.2. Система внутренней обратной связи включает прием (сбор), обработку и анализ обращений и мнений сотрудников Комитета в устной или письменной форме:

направление обращения по электронной почте;

личное или онлайн-обращение к руководителю, заместителям руководителя, начальникам структурных подразделений;

участие в опросах, распространяемых через внутренние информационные ресурсы Комитета.

4. Анализ обращений

4.1. В целях анализа обращений внешних и внутренних клиентов осуществляется ежеквартальный мониторинг обращений. Сбор информации ведется постоянно, анализ проводится ежеквартально. Информация носит внутриведомственный характер и не подлежит опубликованию. На основе

ежеквартального анализа обращений и жалоб готовятся новые инструктивные материалы и разъяснения для пользователей.

4.2. Анализ проводится по объективным метрикам:

количество обращений и жалоб, поступивших по всем обозначенным средствам связи с указанием доли в процентном соотношении по различным каналам;

основные причины обращений (общее количество обращений за квартал);

количество обращений по группам (в соответствии с разработанным классификатором);

время ожидания ответа (время, прошедшее с момента регистрации обращения, жалобы до момента ответа пользователю);

доля удовлетворенных жалоб (количество жалоб с положительным результатом решения проблемы и доля от числа всех поступивших за квартал жалоб);

количество неудовлетворенных жалоб (количество жалоб, получивших отказ, и доля от числа всех поступивших за квартал жалоб).

5. Проведение опросов, анализ результатов

5.1. Для получения оперативной информации об уровне удовлетворенности процессом взаимодействия с Комитетом в целом могут проводиться следующие опросы:

общая оценка деятельности Комитета;

онлайн- или офлайн-опрос пользователей (клиентов) по углубленной схеме сбора информации: в случае выявления значительного числа проблем и высокого уровня неудовлетворенности.

5.2. С целью повышения клиентоцентричности деятельности Комитета могут проводиться опросы целевой аудитории, направленные на:

понимание потребностей целевой аудитории, проверку гипотез в отношении целевой аудитории;

оценку уровня удовлетворенности клиентами мероприятиями Комитета, направленными на целевую аудиторию, и отдельными параметрами таких мероприятий (содержание, условия проведения, качество организации и др.);

сбор предложений по развитию и совершенствованию деятельности Комитета;

5.3. Для повышения качества профессиональной деятельности и условий труда могут проводиться опросы сотрудников Комитета, включающие оценку:

материально-технического оснащения;

взаимодействия по вопросам ведения бухгалтерского учета;

регламентации профессиональной деятельности;

автоматизации профессиональной деятельности;

взаимодействия с другими государственными органами и организациями;

возможностей профессионального развития в Комитете;

взаимоотношений между коллегами в коллективе;

элементов профессиональной деятельности (труда).

5.4. Опросы внешних и внутренних клиентов проводятся с соблюдением максимально возможного уровня анонимности.

5.5. При подготовке анкет для опросов могут использоваться типовые анкеты.

5.6. В зависимости от целей и методики проведения конкретного опроса ссылка на опрос может размещаться на сайте Комитета, официальных страницах социальных сетей Комитета, информационных ресурсах подведомственных подразделений, либо может проводиться адресная рассылка целевой аудитории.

5.7. Результаты опросов подлежат регулярному сбору и анализу. Полученные результаты могут освещаться на официальных страницах социальных сетей Комитета.