



АДМИНИСТРАЦИЯ
АНАДЫРСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 9 октября 2025 г.

г. Анадырь

№ 815

**Об утверждении Порядка регулярного сбора и анализа
обратной связи (от внешних и внутренних клиентов)
в Администрации Анадырского муниципального района**

В целях организации работы по внедрению принципов и стандартов клиентоцентричности в деятельность органов местного самоуправления Анадырского муниципального района, Администрация Анадырского муниципального района

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Порядок регулярного сбора и анализа обратной связи (от внешних и внутренних клиентов) в Администрации Анадырского муниципального района согласно приложению к настоящему постановлению.
2. Опубликовать настоящее постановление в официальном сетевом издании: интернет-портале газеты «Крайний Север» (www.ks87.ru), и разместить на официальном сайте Администрации Анадырского муниципального района в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.anadyr-mr.ru).
3. Настоящее постановление вступает в силу после его официального опубликования.
4. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя Главы Администрации - начальника Управления финансов, экономики и имущественных отношений Администрации Анадырского муниципального района Хамченко Н.А.

Временно исполняющий полномочия
Главы Администрации

В.В. Бочкарев

ПОРЯДОК
регулярного сбора и анализа обратной связи
(от внешних и внутренних клиентов) в Администрации
Анадырского муниципального района

1. Общие положения

1.1. Настоящий Порядок определяет общие подходы и направления по сбору и анализу обратной связи от внешних и внутренних клиентов в Администрации Анадырского муниципального района и ее структурными подразделениями (далее – Администрация) и разработан в целях внедрения принципов и стандартов клиентоцентричности в деятельность муниципальных служащих.

1.2. Для целей настоящего Порядка используются следующие понятия:

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

 внешний клиент – физическое или юридическое лицо, взаимодействующее самостоятельно или через уполномоченного представителя с Администрацией в целях удовлетворения своих потребностей;

 внутренний клиент – муниципальный служащий, работник Администрации, работник муниципального учреждения;

 инструментарий – выстроенные в логической последовательности вопросы, позволяющие проводить оценку уровня внешних и внутренних клиентов.

 онлайн опрос – метод сбора информации, предусматривающий использование информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», с целью обеспечения коммуникации (мобильное приложение, официальный сайт, социальная сеть, мессенджер, консультационная линия);

 офлайн опрос – метод сбора информации, предусматривающий непосредственное личное взаимодействие с респондентами, с целью обеспечения получения обратной связи вне зависимости от каналов получения ими информации (личный прием, в местах длительного пребывания клиентов, направление бумажных писем и т.д.);

 респондент – лицо, от которого собираются данные;

 проблема клиента – проблемы, которые внутренние и внешние клиенты испытали при взаимодействии с Администрацией, а также потребности внутренних и внешних клиентов, которые Администрация может решить, изменив некоторые процессы своей деятельности;

 карта проблем клиента – описание препятствий, рисков, нежелательных для внутренних и внешних клиентов результатов в связи с неудовлетворенной потребностью;

реинжиниринг – деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на реформирование, проектирование или перепроектирование услуг в целях оптимизации деятельности Администрации, для обеспечения соответствия предоставляемых услуг требованиям Стандартов клиентоцентричности.

2. Организация системы сбора и анализа обратной связи

2.1. 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.

2.2. Цель формирования системы обратной связи – получение единой и сравнимой информации о качестве всех взаимодействий клиентов с Администрацией, об их удовлетворённости взаимодействием.

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.

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.

2.3. Система внешней обратной связи предназначена для изучения отношения внешних клиентов к взаимодействию с Администрацией в разрезе следующих направлений деятельности, процессов (групп процессов), осуществляемых Администрацией:

- предоставление муниципальных услуг (сервисов);
- выполнение муниципальных функций;
- осуществление муниципального контроля (надзора);
- рассмотрение обращений и запросов;
- обеспечение доступа к информации о деятельности Администрации.

2.4. Формами внешней обратной связи являются:

1) обращения в значении, установленном Федеральным законом от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», поступающие в Администрацию:

- по почтовому адресу;
- по адресу электронной почты, телефону;
- на личном приеме;
- через федеральную государственную информационную систему «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»;
- через официальные страницы Администрации в социальных сетях;
- через иные информационные ресурсы;

2) результаты онлайн и офлайн-опросов внешних клиентов, распространяемые через информационные ресурсы Администрации и иные онлайн-ресурсы, принадлежащие Администрации;

3) другие источники получения внешней обратной связи, организованные Администрацией.

На официальном сайте Администрации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.anadyr-mr.ru) 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).

2.5. Система внутренней обратной связи предназначена для изучения отношения сотрудников Администрации к действующим процессам внутреннего взаимодействия в рамках:

информационно-технического обеспечения служебной (профессиональной) деятельности;

взаимодействия с другими структурными подразделениями Администрации;

профессионального развития;

взаимодействия между коллегами в коллективе;

ведения бухгалтерского учета;

рассмотрения запросов и обращений в кадровую службу;

участия в процессах нормотворчества и оформления, исполнения договоров (соглашений), других распорядительных документов;

административно-хозяйственной деятельности;

управления муниципальным имуществом.

Формами внутренней обратной связи являются:

результаты онлайн и офлайн-опросов внутренних клиентов, распространяемых через внутренние информационные ресурсы Администрации и иные онлайн-ресурсы, принадлежащие Администрации;

личное обращение к Главе Администрации, заместителям Главы Администрации, руководителям структурных подразделений Администрации;

другие источники получения внутренней обратной связи, организованные Администрацией.

2.7. Сбор и анализ обратной связи организуется лицами, назначенными ответственными за внедрение клиентоцентричности в Администрации.

3. Анализ результатов обратной связи

3.1. Анализ обратной связи проводится в целях выявления:

у внешнего клиента общего уровня удовлетворенности муниципальной услугой, муниципальной функцией, сервисом или иным видом взаимодействия, а также отдельными параметрами такого взаимодействия (доступностью услуги, понятностью и удобством подачи заявления, возможностью записи на прием, оперативностью получения результата и другими);

у внутреннего клиента отношения к взаимодействию внутри Администрации в процессе профессиональной деятельности.

3.2. Анализ обратной связи от внутренних и внешних клиентов проводится на основании следующих данных:

результаты онлайн и офлайн-опросов;

количество обращений и запросов, поступивших из источников систем внешней и внутренней обратной связи, определенных пунктами 2.3 и 2.5 настоящего Порядка, с указанием доли в процентном соотношении по различным каналам;

основные причины обращений и запросов клиентов (общее количество обращений и запросов клиентов за квартал);

количество обращений и запросов;

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

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

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

3.3. В результате анализа обратной связи от внутренних и внешних клиентов формируется карта проблем клиента в разрезе каждого процесса, которые могут группироваться (по точке обращения, группе процесса: по муниципальным услугам, получаемым в электронном виде) по форме, приведенной в приложении к настоящему Порядку.

Проблема 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 проблемы подлежат включению в карту проблем клиента.

3.4. Приоритетность решения проблемы включается в карту проблем и зависит от степени ее распространенности.

Степени распространенности проблем:

высокая (81-100% от общего числа опрошенных);

средняя (31-80% от общего числа опрошенных);

низкая (0-30% от общего числа опрошенных).

3.5. Результаты анализа обратной связи учитываются при проектировании и реинжиниринге муниципальных услуг, муниципальных функций, сервисов, организации отношений с внутренним клиентом для:

создания или доработки процессов предоставления муниципальных услуг (выполнения муниципальных функций);

создания или доработки подсистем, сервисов и компонентов официального сайта, информационных систем;

подготовки предложений об изменении нормативного правового регулирования предоставления муниципальных услуг, муниципальных функций, сервисов;

принятия и изменения муниципальных правовых актов Администрации;
подготовки предложений об изменении межведомственных процессов, реинжиниринга внутренних процессов Администрации;
подготовки методических материалов и разъяснений.

4. Периодичность сбора и анализа обратной связи

4.1. В целях анализа обращений внешних и внутренних клиентов осуществляется ежеквартальный мониторинг обращений. Сбор обратной связи ведется постоянно, анализ результатов проводится не реже одного раза в год. Информация о результатах сбора и анализа обратной связи носит внутриведомственный характер и не подлежит опубликованию.

4.2. Результаты сбора обратной связи, полученной по результатам исследований (опросов), подлежат промежуточному обобщению и анализу.

4.3. В случае выявления высокой степени распространенности препятствий и рисков, конкретных проблем внутренних и внешних клиентов, выявленных в ходе сбора и анализа обратной связи, рекомендуется проводить дополнительный сбор обратной связи.

В отдельных случаях при выявлении значительного числа негативной обратной связи, высокого уровня неудовлетворенности, конкретных проблем проводится дополнительный ежеквартальный сбор обратной связи от клиентов.

5. Особенности внутренней обратной связи

5.1. Система обратной связи включает в себя сбор обратной связи от работников Администрации, целью которой является оценка уровня удовлетворенности работников различными аспектами деятельности Администрации для повышения уровня его клиентоцентричности.

5.2. В рамках системы внутренней обратной связи ежегодно собираются данные об уровне удовлетворенности внутренних клиентов. При подготовке анкет для опросов могут использоваться типовые анкеты, разработанные Администрацией.

5.3. Работники вправе оставить обратную связь инициативно и анонимно.

6. Заключительные положения

6.1. 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.

Приложение
к Порядку регулярного сбора и анализа
обратной связи (от внешних и внутрен-
них клиентов) в Администрации Ана-
дырского муниципального района

Форма карты проблем клиентов

Идентифика- тор процес- са ¹	Наименова- ние муницип- альной ус- луги, муницип- альной функции, сервиса ²	Наименова- ние процес- са ³	Выявленные проблемы (потенциаль- ные потреб- ности) клиен- тов ⁴	Распространен- ность проблемы ⁵	Приоритет- ность реше- ния проблемы (удовлетворе- ния потребно- сти) клиен- тов ⁶	Необходи- мые к реал- изации мероприя- тия ⁷	Ответст- венный ⁸	Срок реали- зации (дд/мм/гг) ⁹

¹ Указывается порядковый номер процесса в соответствии с реестром межведомственных и внутриведомственных процессов Администрации.

² Указывается полное наименование муниципальной услуги, функции, сервиса в соответствии с положениями федерального законодательства и законодательства Чукотского автономного округа.

³ Указывается наименование процесса в соответствии с реестром межведомственных и внутриведомственных процессов Администрации.

⁴ Указываются проблемы и потребности клиентов, определенные по результатам сбора обратной связи.

⁵ Указывается доля клиентов, отметивших проблему, от общего числа опрошенных.

⁶ Указывается степень важности решения данной проблемы для Администрации с учетом распространенности проблемы среди клиентов (высокая/средняя/низкая).

⁷ Указываются мероприятия, планируемые к реализации в Администрации, направленные на решение выявленных проблем (удовлетворение потребностей) клиентов (далее – планируемые мероприятия).

⁸ Указывается структурное подразделение Администрации, ответственное за реализацию планируемых мероприятий.

⁹ Указывается срок реализации планируемых мероприятий.