



## СЛУЖБА ПО ФИНАНСОВО-БЮДЖЕТНОМУ НАДЗОРУ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

---

### ПРИКАЗ

от 3 апреля 2024 г.

г. Кызыл

№ 19/од

#### **Об утверждении порядка сбора и анализа обратной связи (от внутренних и внешних клиентов) в Службе по финансово-бюджетному надзору Республики Тыва**

В соответствии с пунктом 3.5. распоряжения Правительства Республики Тыва от 20.10.2023 № 607-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по внедрению Стандартов клиентоцентричности в деятельности органов исполнительной власти Республики Тыва», ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить порядок сбора и анализа обратной связи (от внешних и внутренних клиентов) в Службе по финансово-бюджетному надзору Республики Тыва (далее – Служба) в соответствии с приложением № 1 к настоящему приказу.
2. Назначить ответственным за исполнение данного приказа отдел правового, финансово-экономического, кадрово-документационного и информационного обеспечения (Монгуш С.М.).
3. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Руководитель Службы

Т.Х. Монгуш

## ПОРЯДОК

Сбора и анализа обратной связи (от внешних и внутренних клиентов)  
в Службе по финансово-бюджетному надзору Республики Тыва

### Общее положение

Настоящий порядок сбора и анализа обратной связи (от внешних и внутренних клиентов) в Службе по финансово-бюджетному надзору Республики Тыва (далее – Порядок, Служба) разработан в соответствии с пунктом 3.5 распоряжения Правительства Республики Тыва от 20.10.2023 № 607-р «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по внедрению Стандартов клиентоцентричности в деятельности органов исполнительной власти Республики Тыва», с целью организации получения обратной связи от граждан, представителей юридических лиц (внешние клиенты), сотрудников Службы (внутренние клиенты) об уровне удовлетворенности процессом взаимодействия.

В настоящем Порядке используются следующие термины:

**Государственная функция** – деятельность обеспечивающая исполнение полномочий Службы, предусмотренных нормативными правовыми актами Российской Федерации и нормативными правовыми актами Республики Тыва;

**Мера государственной поддержки** – мероприятия, направленные на поддержку населения, юридических лиц и развитие российской экономики;

**Клиент (внутренний клиент и внешний клиент)** – физическое или юридическое лицо, взаимодействующее с государством с целью удовлетворения своих потребностей;

**Внешний клиент** – физическое или юридическое лицо, взаимодействующее с Службой самостоятельно или через уполномоченного представителя с целью удовлетворить их потребности;

**Внутренний клиент (сотрудник)** – государственный гражданский служащий или работник Службы;

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

**Сервис** – цифровой информационный ресурс, используемых при оказании мер поддержки, осуществлении государственных функций;

**Система внешней обратной связи** – система, позволяющая выявить отношение сотрудников к взаимодействию внутри Службы в процессе профессиональной деятельности;

**Система обратной связи** – совокупность инструментов по получению отзывов клиентов в процессе внедрения клиентоцентричного подхода в деятельности Службы.

## 2. Система внешней обратной связи

Система внешней обратной связи предназначена для изучения отношения внешних клиентов к действующим механизмам осуществления государственных функций в целях повышения уровня клиентоцентричности.

Система внешней обратной связи включает прием (сбор), обработку и анализ обращений граждан и представителей юридических лиц, направленных в Службу в устной и письменной форме посредством: СЭД «Практика»; портала обращений; электронной почты; почтовой корреспонденцией; участия в опросах, размещенных на официальных сайтах Службы в социальных сетях.

## 3. Система внутренней обратной связи

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

Система внутренней обратной связи включает: прием (сбор), обработку и анализ обращений и мнений сотрудников в устной и письменной форме; направление обращений по электронной почте; личное или онлайн-обращение к руководителю, заместителю руководителя, начальнику управления; участие в опросах.

## 4. Анализ обращений

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.

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

Опросы внешних и внутренних клиентов проводятся с целью анализа в рамках следующих форм взаимодействия: сервис; государственная функция.

Для получения оперативной информации об уровне удовлетворенности процессом взаимодействия со Службой в целом могут проводиться следующие опросы: общая оценка деятельности Службы; онлайн и офлайн-опрос пользователей (клиентов) по углубленной схеме сбора информации: в случае выявления значительного числа проблем и высокого уровня неудовлетворенности.

С целью разработки планов по совершенствованию взаимодействия могут проводиться сбор информации и опросы уровня удовлетворенности со стороны клиентов; предложения клиента по возможным изменениям по процессу взаимодействия.

С целью повышения клиентоцентричности деятельности Службы по реализации государственных функций могут проводиться опросы целевой аудитории, направленные на: понимание потребностей целевой аудитории, проверку гипотез в отношении целевой аудитории; оценку уровня удовлетворенности клиентами мероприятиями Службы, направленными на целевую аудиторию, и отдельными параметрами таких мероприятий (содержание, условия проведения, качество организации и др.); сбор предложений по развитию совершенствованию деятельности Службы; оценку эффективности деятельности Службы, влияния результатов деятельности Службы на улучшение качества жизни целевой аудитории.

Для повышения качества профессиональной деятельности и условий труда могут проводиться опросы сотрудников Службы, включающие оценку: материально-техническое оснащение; регламентации профессиональной деятельности; автоматизации профессиональной деятельности; взаимодействие с другими органами исполнительной власти, федеральными органами, организациями; возможностей профессионального развития в Службе; взаимодействие с коллегами в коллективе; элементов профессиональной деятельности (труда).

Опросы внешних и внутренних клиентов проводятся с соблюдением максимально возможного уровня анонимности. При отсутствии соблюдения данного параметра невозможно получения репрезентативной и достоверной информации.

При подготовке анкет для опросов могут использоваться типовые анкеты.

При размещении онлайн опросов используются социальные сервисы, предназначенные для опросов населения. В зависимости от цели и методики проведения конкретного опроса ссылка на опрос может размещаться на официальном сайте Службы, официальных страниц социальных сетей Службы, либо может проводиться адресная ссылка целевой аудитории.

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