



ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА

АДМИНИСТРАЦИЯ
ЯНТИКОВСКОГО
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОКРУГА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

02.03.2026 № 92
село Янтиково

Об утверждении порядка
регулярного сбора и анализа
обратной связи от внешних и
внутренних клиентов
администрацией Янтиковского
муниципального округа
Чувашской Республики

ЧАВАШ РЕСПУБЛИКИ

ТАВАЙ
МУНИЦИПАЛЛА ОКРУГЕН
АДМИНИСТРАЦИЙЕ

ЙЫШАНУ

02.03.2026 № 92
Тавай ялĕ

В целях реализации Плана мероприятий («дорожной карты») по повышению уровня внедрения (зрелости) клиентоцентричности в Чувашской Республике, утвержденного распоряжением Главы Чувашской Республики от 24.09.2025 № 613-рг, администрация Янтиковского муниципального округа **п о с т а н о в л я е т:**

1. Утвердить прилагаемый порядок регулярного сбора и анализа обратной связи от внешних и внутренних клиентов администрацией Янтиковского муниципального округа Чувашской Республики.

2. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на заместителя главы администрации Янтиковского муниципального округа - начальника отдела экономики, земельных и имущественных отношений.

Глава Янтиковского
муниципального округа



О.А. Ломоносов



0 0 0 9 2

Приложение
УТВЕРЖДЕН
постановлением администрации
Янтиковского муниципального округа
от 02.03.2026 № 92

**Порядок
регулярного сбора и анализа обратной связи от внешних и внутренних
клиентов администрацией Янтиковского муниципального округа Чувашской
Республики**

I. Общие положения

1. Настоящий порядок устанавливает требования к организации сбора и анализа обратной связи администрацией Янтиковского муниципального округа Чувашской Республики (далее - Администрация).

2. В целях настоящего порядка используются следующие понятия:

внешний клиент - физическое или юридическое лицо, взаимодействующее самостоятельно или через уполномоченного представителя с Администрацией с целью удовлетворения своих потребностей;

внутренний клиент - муниципальный служащий, работник Администрации;

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

обращения и запросы - обращения, направляемые и рассматриваемые в соответствии с Федеральным законом «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», а также иные инициативные запросы, направляемые внешними клиентами в Администрацию;

жалоба - просьба внешнего клиента о восстановлении или защите его нарушенных прав, свобод или законных интересов либо прав, свобод или законных интересов других лиц;

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;

система мониторинга качества и удовлетворенности предоставлением государственных или муниципальных услуг (сервисов) — информационные системы, с помощью которых определяются качество и удовлетворенность предоставлением государственных или муниципальных услуг (сервисов), в том числе с учетом подсистемы среды поддержки клиентоцентричного государства федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» и автоматизированной информационной системы «Информационно-аналитическая система мониторинга качества государственных услуг» (при технической возможности);

«карта болей» - инструмент, используемый для идентификации, приоритизации и анализа проблем, возникающих в процессах Администрации;

реинжиниринг - деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на реформирование и перепроектирование услуг (сервисов) и осуществляемых в их рамках процессов в целях оптимизации деятельности Администрации для обеспечения соответствия требованиям стандарта «Государство для людей», а также описаниям целевых состояний типовых муниципальных услуг.

II. Система сбора и анализа обратной связи

Цели и объекты сбора обратной связи

3. В Администрации формируется система сбора и анализа обратной связи, предусматривающая постоянный мониторинг удовлетворенности внешних клиентов и внутренних клиентов (далее при совместном упоминании - клиенты) получаемыми муниципальными услугами, используемыми сервисами и иным взаимодействием с Администрацией, в том числе при получении мер поддержки, осуществлении муниципального контроля, использовании открытой информации, связанной с деятельностью Администрации, рассмотрением обращений граждан, а также внутренними процессами.

4. Система сбора и анализа обратной связи включает в себя:

- 1) определение целей сбора обратной связи;
- 2) определение объектов сбора обратной связи;
- 3) назначение ответственного (ответственных) за сбор и анализ обратной связи;
- 4) определение методов, периодичности и (или) условий сбора обратной связи для каждого канала сбора, метода сбора и категории респондентов;
- 5) осуществление анализа обратной связи и принятия по его результатам управленческих решений;
- 6) осуществление учета и хранения информации, используемой для проведения сбора обратной связи и полученной в результате его проведения и анализа.

5. Система сбора и анализа обратной связи предусматривает:

- 1) постоянный сбор и регулярный анализ обратной связи по объектам, охватывающим все виды взаимодействия Администрации с клиентом;
- 2) анонимность сбора данных (за исключением случаев, когда персональные данные указываются по инициативе клиента);
- 3) возможность оставить обратную связь во всех точках взаимодействия Администрации с клиентом.

6. Целями сбора обратной связи являются:

- 1) оценка уровня удовлетворенности внешних клиентов предоставляемыми Администрацией муниципальными услугами, используемыми сервисами и иным взаимодействием с Администрацией, в том числе при получении мер поддержки, осуществлении муниципального контроля, использовании открытой информации, связанной с деятельностью Администрации, рассмотрением обращений граждан;
- 2) оценка уровня удовлетворенности внутренних клиентов внутренними процессами, в том числе различными аспектами деятельности Администрации и межведомственного взаимодействия с иными органами;
- 3) выявление, изучение потребностей клиентов, проектирование новых и реинжиниринг существующих муниципальных услуг (сервисов) и иных процессов в целях повышения качества клиентского опыта.

7. Объектами для сбора обратной связи от внешнего клиента являются:

- 1) муниципальные услуги;
- 2) обращения и запросы;
- 3) муниципальный контроль;
- 4) меры поддержки;
- 5) доступ к информации о деятельности Администрации.

8. Объектами для сбора обратной связи от внутреннего клиента являются:

- 1) внутриведомственное и межведомственное взаимодействие;
- 2) выполнение запросов;
- 3) организация договорной работы (участие в процессах по оформлению и исполнению договоров);
- 4) организация нормотворческой деятельности (участие в процессах по принятию правовых актов Администрацией);
- 5) отдельные кадровые процессы (адаптация, обучение, командировки и др.);
- 6) отдельные бухгалтерские процессы.
- 7)

III. Требования к наполнению раздела официального сайта, посвященного сбору обратной связи

9. В целях обеспечения сбора обратной связи на официальных сайтах Администрации информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - официальный сайт) создается раздел «Обратная связь».

10. Отдельная ссылка на раздел «Обратная связь» размещается на главной странице официальных сайтов. Размещение указанной ссылки в выпадающих окнах не допускается.

Доступ в раздел «Обратная связь» осуществляется с главной страницы официального сайта путем последовательного перехода по ссылке. Количество таких переходов (по кратчайшей последовательности) должно быть не более одного, в том числе на мобильной версии официального сайта.

11. Посредством раздела «Обратная связь» обеспечивается:

1) прием обращений и запросов внешних клиентов - в разделе «Обратная связь» создаются электронные формы и обеспечивается автоматическое направление заполненных форм в Администрации.

Для подачи обращения или запроса авторизация внешнего клиента не является обязательной, внешнему клиенту предоставляется возможность заполнить свои данные самостоятельно;

2) ведение рубрики «Вопрос - ответ» (в обезличенном формате) на часто поступающие вопросы внешних клиентов;

3) проведение анонимных онлайн—опросов:

опрос внешних клиентов в целях оценки уровня удовлетворенности клиента муниципальной услугой, мерой поддержки, иным процессом Администрацией;

ежеквартальный опрос клиентов по углубленной схеме сбора информации. Ссылки на проведение опросов размещаются в разделе «Обратная связь» постоянно.

Ссылка на опрос формируется с помощью специализированного программного обеспечения, предусматривающего следующие возможности:

задание условий отображения вопросов, условных переходов внутри инструментария;

запись даты и времени начала и завершения опроса, ответа на каждый вопрос;

демонстрация распределений ответов респондентов в режиме реального времени.

В разделе «Обратная связь» размещаются ссылки на активные и завершенные опросы, а также информация о результатах проведенных опросов;

4) выявление мнений (по решению Администрации) - для ведения активной дискуссии с клиентами, включая обсуждение результатов проведенных опросов.

12. Раздел «Обратная связь» на официальном сайте может не создаваться, если указанные в пункте 11 настоящего порядка возможности (за исключением указанных в подпункте 4 пункта 11 настоящего порядка) предусмотрены на главной странице официального сайта.

IV. Методы сбора обратной связи от внешних клиентов

13. Основным методом сбора обратной связи от внешних клиентов является проведение онлайн - и офлайн-опросов.

14. Онлайн-опросы размещаются на официальном сайте и иных онлайн- ресурсах Администрации.

Единые формы по проведению опросов (далее - единые формы) приложены к Правилам проведения мониторинга качества предоставления и сбора обратной связи в отношении государственных услуг 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 «Об утверждении Правил проведения мониторинга качества предоставления и сбора обратной связи в отношении государственных услуг и сервисов в рамках оценки уровня их соответствии принципам и стандартам клиентоцентричности».

15. Ссылка для прохождения внешним клиентом онлайн-опроса (в том числе с использованием QR-кода) может размещаться в ответе на обращение (запрос) внешнего клиента, решении, принятом в результате предоставления муниципальных услуг, мер поддержки, выдаваемом внешнему клиенту, на уведомлении о принятом решении или в отправленном ему электронном сообщении.

16. В офлайн-точках взаимодействия сбор обратной связи осуществляется посредством:

- 1) предоставления внешнему клиенту при завершении взаимодействия ссылки на опрос (в том числе с использованием QR-кода);
- 2) заполнения анкет на бумажном носителе.

17. Оценка удовлетворенности муниципальных услуг осуществляется также посредством систем мониторинга (при технической возможности).

18. Администрация может использовать дополнительные способы сбора обратной связи, в том числе посредством телефонной связи, социологических опросов.

19. При взаимодействии посредством электронных средств связи (электронная почта, сообщения в личном кабинете, чат-боты и персональные чаты в мессенджерах и социальных сетях, голосовые помощники) должен быть предусмотрен функционал быстрой обратной связи посредством шкаловой оценки (балльная шкала, текстовая шкала и другие), а также развернутого ответа о причинах неудовлетворительной оценки.

На любом этапе взаимодействия с цифровым помощником должна быть доступна возможность получения обратной связи с оператором по любому удобному для внешнего клиента каналу связи.

V. Методы сбора обратной связи от внутренних клиентов

20. Основным методом сбора обратной связи от внутренних клиентов является проведение онлайн - и офлайн-опросов.

21. Онлайн-опросы могут:

- 1) размещаться на внутренних ресурсах Администрации;
- 2) рассылаться в виде ссылки (QR-кода) в чате Администрации.

22. Дополнительно внутренним клиентам обеспечивается возможность инициативно и анонимно оставить обратную связь в свободной форме как на бумажном носителе, так и в электронном виде.

23. Обратная связь от внутренних клиентов собирается как в части общей удовлетворенности работой в Администрации, так и в части удовлетворенности каждой группой процессов и отдельными аспектами деятельности:

- 1) материально-техническим оснащением;
- 2) регламентацией профессиональной деятельности;
- 3) автоматизацией профессиональной деятельности;
- 4) взаимодействием с подразделениями Администрации иными органами и организациями;
- 5) возможностями профессионального развития в Администрации;
- 6) возможностями должностного роста в Администрации;
- 7) взаимоотношениями между коллегами в коллективе;
- 8) элементами профессиональной деятельности (труда);
- 9) скоростью и качеством рассмотрения запросов и обращений в кадровую службу;
- 10) процессами нормотворчества и оформления, исполнения договоров и другими.

24. В рамках системы внутренней обратной связи также собираются данные об уровне удовлетворенности внутренних клиентов предоставлением муниципальных услуг (сервисов) и мер поддержки.

25. Вся полученная от внутренних клиентов обратная связь подлежит учету, разделению на тематики и анализу.

При поступлении от внутренних клиентов обращений, запросов, служебных записок по вопросам условий осуществления служебных обязанностей они также подлежат учету и анализу в рамках системы обратной связи.

VI. Условия сбора и анализа обратной связи

26. Обратная связь условно делится на предварительную, текущую и «болеую».

27. Предварительная обратная связь - сбор обратной связи осуществляется перед введением новых муниципальных услуг (сервисов), мер поддержки или изменением порядка их предоставления.

Обратная связь собирается путем проведения опросов целевой аудитории в целях определения потребностей внешних клиентов и их ожиданий от предполагаемых для введения муниципальных услуг (сервисов), мер поддержки.

Обратная связь может собираться перед непосредственной разработкой правового акта, предусматривающего введение новых муниципальных услуг (сервисов), мер поддержки или изменение порядка их предоставления, и (или) после его разработки в целях определения отношения внешних клиентов к конкретным положениям такого правового акта.

Данный вид обратной связи также применим при взаимодействии с внутренними клиентами.

28. Текущая обратная связь - сбор обратной связи осуществляется от клиентов в постоянном режиме по каждому объекту с использованием методов, указанных в разделах IV и V настоящего порядка.

29. Текущую обратную связь с целью определения общей удовлетворенности внешних клиентов предоставляемыми муниципальными услугами (сервисами), мерами поддержки, взаимодействием с Администрацией по иным вопросам рекомендуется собирать постоянно и анализировать не менее одного раза в квартал.

30. Администрации городских и муниципальных округов Чувашской Республики самостоятельно определяют, с какой периодичностью, в каких случаях и в отношении каких объектов осуществляются активные действия для сбора обратной связи (предложение клиенту оценить взаимодействие сразу после его окончания, рассылка раз в квартал определенной группе клиентов предложений пройти опрос и др.).

31. «Болевая» обратная связь - сбор обратной связи осуществляется без использования специального инструментария путем мониторинга поступивших в Администрацию обращений и запросов внешних клиентов.

32. Мониторинг поступивших в Администрацию обращений и запросов рекомендуется проводить не менее одного раза в квартал по следующим метрикам:

- 1) количество обращений и запросов, поступивших по всем каналам взаимодействия, с указанием доли по каждому каналу взаимодействия;
- 2) основные причины обращений и запросов;
- 3) количество обращений и запросов по тематикам;
- 4) время ожидания внешним клиентом ответа, прошедшее с момента регистрации обращения, запроса;
- 5) количество по тематикам поступивших жалоб и доля их из числа обращений и запросов;
- 6) количество и доля удовлетворенных жалоб (количество жалоб с положительным результатом решения проблемы и доля в общем числе всех поступивших за квартал жалоб);
- 7) количество и доля неудовлетворенных жалоб (количество жалоб, получивших отказ, и доля в общем числе всех поступивших за квартал жалоб).

33. В целях поддержания системы сбора и анализа обратной связи Администрацией ежегодно в срок до 1 декабря утверждать план-график («дорожная карта») мероприятий по сбору и анализу обратной связи на очередной календарный год.

VII. Принятие решений по результатам сбора обратной связи

34. Результаты анализа собранной обратной связи анализируются в целях принятия решений по проектированию и реинжинирингу муниципальных услуг (доработке сервисов), оптимизации внутренних и межведомственных процессов и иных видов взаимодействия (процессов) в Администрации в целях повышения качества клиентского опыта, в том числе для:

- 1) создания или доработке процессов предоставления (исполнения) муниципальных услуг;
- 2) создания или доработке подсистем, сервисов и компонентов информационных ресурсов Администрации;
- 3) подготовки предложений о доработке федеральной государственной информационной системы «Единый портал предоставления государственных и муниципальных услуг (функций)», иных информационных систем;
- 4) подготовки предложений об изменении правовых актов, определяющих порядок предоставления муниципальных услуг, исполнения процессов;
- 5) принятия или изменения правовых актов Администрации.

35. По результатам анализа обратной связи составляется аналитический отчет, который рассматривается руководителями Администрации и рабочей группой по внедрению в муниципальное управление принципов и стандартов клиентоцентричности, созданной в Администрации.

36. В результате анализа обратной связи формируется «карта болей» клиента в разрезе

каждого процесса Администрации.

37. «Карта болей» формируется по форме согласно приложению к настоящему порядку и содержит «боли» клиента - проблемы, которые клиент испытал при взаимодействии с Администрацией, и потребности клиента, которые Администрация может решить, изменив некоторые процессы своей деятельности (создание дополнительных сервисов, перевод муниципальной услуги в режим проактивного предоставления и другие).

38. При принятии решений по результатам сбора обратной связи максимальным приоритетом обладают наиболее распространенные «боли», а также «боли», связанные с другими процессами Администрации.

39. «Карта болей» является основанием для выбора:

1) жизненной ситуации, подлежащей проработке Администрацией в текущем и (или) следующем календарном году;

2) процесса (группы процессов), подлежащего реинжинирингу (оптимизации) в текущем и (или) следующем календарном году.

40. Структурным подразделениям администрации рассматривать «Карту болей» не менее одного раза в год и направлять в отдел экономики, земельных и имущественных отношений Администрации ежегодно до 1 декабря текущего года.

41. Администрация ежегодно публикует на официальных сайтах обобщенные данные обратной связи от внешних клиентов, а также принятые на их основе решения в разрезе жизненных ситуаций, муниципальных услуг (сервисов), точек взаимодействия.

Результаты анализа обратной связи от внутренних клиентов, а также принятые на их основе решения доводятся до сведения внутренних клиентов не менее одного раза в год.