



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ ТРАНСПОРТА
(РОСТРАНСНАДЗОР)**

П Р И К А З

29 августа 2022 г.

Москва

№ ВБ-3764С

Об утверждении Концепции внедрения клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта

В соответствии с Положением о Федеральной службе по надзору в сфере транспорта, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2004 г. № 398, п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить Концепцию внедрения клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта согласно приложению № 1 к настоящему приказу.
2. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя руководителя Федеральной службы по надзору в сфере транспорта А.В. Проходцева.

Руководитель

В.Ф. Басаргин

**Концепция
внедрения клиентоцентричного подхода
в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта**

I. Общие положения

1. Концепция внедрения клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта (далее – Концепция) определяет направления внедрения клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта при взаимодействии с гражданами, а также субъектами предпринимательской и иной экономической деятельности (далее – клиент).

Клиентоцентричный подход основан на выявлении и изучении потребностей клиента, постоянном улучшении взаимодействия с клиентом для удовлетворения его потребностей с намерением превзойти его ожидания.

1.1. Применение клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта позволит:

- 1) повысить удовлетворенность клиентов за счет обеспечения адресности взаимодействия с ним (незаметного, когда нет потребностей, и заботливого, когда они возникают);
- 2) снизить издержки клиентов при взаимодействии с органами и организациями за счет применения цифровых и платформенных решений при предоставлении государственных услуг и исполнении государственных функций.

II. Термины и определения

2. Для целей настоящей Концепции используются следующие основные термины и определения:

1) Клиент – физическое лицо, в том числе иностранный гражданин или лицо без гражданства, а также осуществляющее предпринимательскую или иную экономическую деятельность российское или иностранное физическое или юридическое лицо, взаимодействующее самостоятельно или через уполномоченного представителя с Федеральной службой по надзору в сфере транспорта с целью удовлетворения своих потребностей;

2) Потребность клиента – необходимость достижения результата, решения проблемы, задачи или вопроса, реализуемая клиентом посредством взаимодействия с Федеральной службой по надзору в сфере транспорта;

3) Клиентоцентричный подход в государственном управлении – подход в государственном управлении, основанный на выявлении и изучении потребностей клиента, постоянном улучшении взаимодействия органов власти

и уполномоченных организаций с клиентом для гарантированного удовлетворения его потребностей;

4) Услуги – государственные услуги в значении Федерального закона от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг»;

5) Сервисы – предоставляемые клиенту цифровыми системами Ространснадзора услуги, меры поддержки, их части, а также автоматические исполняемые части государственных функций;

6) Проактивное предоставление услуг, мер поддержки, сервисов – предоставление клиенту услуг, мер поддержки и сервисов в рамках жизненной ситуации без запроса клиента по его предварительному согласию;

7) Жизненная ситуация – наличие или наступление обстоятельств, влекущих для клиента возможность или необходимость взаимодействовать с органами власти и организациями;

8) Удовлетворенность клиента – измеримое восприятие клиентом степени удовлетворения его потребностей;

9) Профиль клиента – совокупность сведений о клиенте, которые используются для определения их предпочтений с целью улучшения клиентского опыта;

10) Профиль клиентского сегмента – совокупность фактов, сведений и общих характеристик, присущих группе клиентов, схожих по какому-либо признаку или совокупности признаков;

11) Клиентский путь – последовательность действий клиента, которые он осуществляет от момента возникновения ожидания (потребности) до момента их удовлетворения, в том числе при взаимодействии с сервисами;

12) Карта клиентского пути – описание клиентского пути в виде алгоритмов и схем в табличной, графической или смешанной формах;

13) Клиентский опыт – измеримая оценка клиентом результатов прохождения клиентского пути, в том числе его отдельных этапов, в виде совокупности когнитивных, эмоциональных, сенсорных и поведенческих реакций потребителя;

14) Клиентский сценарий – последовательность действий клиентов или иных субъектов взаимодействия в рамках предоставления услуги, в том числе при взаимодействии с сервисами, направленная на получение определенного административными процедурами результата прохождения отдельных этапов клиентского пути;

15) Уровень клиентоцентричности – измеримая оценка степени достижения клиентоцентричного подхода в государственном управлении;

16) Проектирование – деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на разработку услуг, мер поддержки и сервисов в соответствии с требованиями клиентоцентричного подхода;

17) Реинжиниринг – деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на реформирование или перепроектирование услуг, мер поддержки и сервисов в целях оптимизации деятельности органов власти и уполномоченных организаций.

III. Принципы клиентоцентричности

3. В основу реализации клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта положены следующие принципы:

1) Равный доступ - каждый клиент имеет равный доступ к оказываемым Ространснадзором услугам и функциям;

2) Эффективность и удобство - для каждой жизненной ситуации используется удобное решение, продукт или сервис для эффективного достижения необходимого результата. Если потребность клиента может быть удовлетворена без взаимодействия с Федеральной службой по надзору в сфере транспорта, решение предоставляется автоматически. Ответственному исполнителю Ространснадзора по предоставлению услуг и осуществлению функций (далее – исполнитель) предоставляются комфортные условия для эффективной работы;

3) Постоянное повышение качества и проактивность - качество, осуществляемых Ространснадзором функций и предоставляемых услуг, а также условия работы исполнителей постоянно совершенствуются;

4) Объективность и беспристрастность - исполнители принимают беспристрастные решения, свободные от субъективности и предвзятости;

5) Открытость и прозрачность – информация об оказании услуг, осуществлению функций предоставляется клиенту в простой и понятной форме, принятые решения и достигнутые результаты доступно объясняются;

6) Безопасность – информация, полученная Ространснадзором о клиенте и его жизненных ситуациях, используется исключительно для предоставления услуг, предоставления сервисов, аналитической работы и совершенствования деятельности Ространснадзора. Информация ограниченного доступа безусловно защищается, если ее раскрытие не является обязательной в силу закона, или если получено согласие на ее раскрытие от клиента. Исключаются негативные последствия для охраняемых законом интересов клиента.

IV. Проектирование новых и реинжиниринг существующих услуг и сервисов

4. При проектировании или реинжиниринге услуг и сервисов в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта целесообразно:

1) основываться на результатах выявления и изучения потребностей клиентов;

2) учитывать возможность использования удобных для клиентов точек взаимодействия;

3) учитывать новые технологии и другие возможности для повышения потребительской ценности услуг и сервисов;

4) ориентироваться на повышение качества клиентского опыта, в том числе к снижению издержек клиентов.

Проектирование или реинжиниринг услуг и сервисов целесообразно осуществлять в соответствии со следующими этапами:

Этап 1. Подготовка к проектированию или реинжинирингу услуг и сервисов. Основой для подготовки выступают карты клиентских путей и рекомендации по повышению качества клиентского опыта. Как при реинжиниринге, так и при разработке новых услуг и сервисов на данном этапе анализируются лучшие практики предоставления услуг, оцениваются варианты предоставления, решающие выявленные проблемы, разрабатывается и описывается целевой клиентский сценарий. В рамках реинжиниринга на данном этапе анализируются требования к предоставлению услуг и сервисов, практика их предоставления, описывается текущий процесс (карта клиентского пути соотносится с утвержденными клиентскими сценариями).

Этап 2. Разработка и тестирование прототипов услуг и сервисов, входящих в целевой клиентский сценарий. Для новых услуг и сервисов сначала разрабатывается верхнеуровневый прототип (альфа-версия). При реинжиниринге данный шаг пропускается, сразу разрабатывается детализированный прототип (бета-версия). Все прототипы обязательно тестируются на целевых аудиториях, результаты тестирования обрабатываются, готовятся изменения в описание целевого клиентского сценария (при необходимости) и предложения по разработке или изменению нормативных правовых актов.

Тестирование может осуществляться с привлечением лаборатории «юзабилити-тестирования».

Этап 3. Ввод сервисов в эксплуатацию. На данном этапе осуществляются необходимые мероприятия по вводу сервисов в эксплуатацию. Также данный этап включает утвержденные нормативных правовых актов, иных документов, необходимых для использования сервиса.

Этап 4. Мониторинг удовлетворенности клиентов. В рамках мониторинга обеспечивается сбор обратной связи от клиентов. И, в случае выявления недостатков, обеспечить их устранение.

V. Процесс удовлетворения потребностей клиента

5. При удовлетворении потребностей клиента исполнителям целесообразно:

1) основываться на результатах выявления и изучения потребностей клиентов, в том числе в рамках получения обратной связи и проведения мониторинга;

2) решать проблемы клиента целиком в рамках жизненных ситуаций, а не в рамках отдельных услуг;

3) обеспечивать преимущественно проактивное предоставление услуг и сервисов (при обязательном согласии на такое взаимодействие со стороны клиента);

4) минимизировать необходимость обращения клиента в Ространснадзор;
 5) обеспечивать использование удобных для клиентов точек взаимодействия;

6) получать обратную связь об удовлетворённости клиентов.

5.1. В процессе предоставления услуги в рамках удовлетворения потребностей клиентов исполнителям необходимо стремиться к выполнению следующих условий:

1) услуга должна предоставляться преимущественно в электронном виде (исключением могут быть только услуги, для целевой аудитории которых предпочтителен другой формат);

2) от заявителя должно требоваться 0 документов;

3) от заявителя не должно требоваться получения других услуг, разрешений, прохождения экспертиз и т.д.;

4) услуга должна предоставляться мгновенно и в один клик.

VI. Ключевые точки взаимодействия.

6. В целях формирования простоты и легкости взаимодействия для клиентов целесообразно определить ключевые точки взаимодействия с клиентами:

1) Официальный интернет-сайт:

В рамках клиентоцентричного подхода официальный интернет-сайт должен:

проектироваться с учетом потребностей, возможностей и особенностей клиентов (в т. ч. клиентов с ограниченными возможностями);

обеспечить понимание, в какой точке клиентского сценария находится клиент, какие действия от него требуются;

давать обратную связь в отношении любого совершенного на официальном интернет-сайте;

обеспечивать заполнение форм с минимальными затратами времени и усилий (персональный вывод экранных форм, автоматическое заполнение форм, подсказки, голосовой ввод, выделение обязательных для заполнения полей, сохранение промежуточных результатов);

предоставлять возможность оценить удовлетворенность услугами, сервисами, работой портала;

обладать функцией круглосуточного цифрового помощника и технической поддержки.

2) Телефон доверия:

количество переключений на других сотрудников для решения вопроса клиента не должно превышать двух;

используется только эмоционально-нейтральная/позитивная, заинтересованная и грамотная речь с краткими информационными фразами;

используется техника активного слушания;

разрабатываются и используются скрипты разговоров для ответов на типовые обращения клиентов;

роботизированные голосовые помощники должны обладать функцией распознавания речи, возможностью реагирования с помощью клавиатуры, сообщать о часах работы сотрудников и назначать консультации с ними.

3) Письменное взаимодействие (электронная почта, письмо, сообщения в личном кабинете):

обратная связь с уведомлением о получении письма предоставляется в течение 24 часов;

для предоставления исчерпывающего ответа на обращение рекомендуется:

а) закрепить ответственного сотрудника за соответствующим профилем клиентского сегмента;

б) убедиться в четкости понимания потребностей клиента;

в) проанализировать профиль клиента, историю его обращений, запросить информацию о клиенте или проблеме в рамках межведомственного взаимодействия;

г) подготовить простые и понятные ответы на поставленные вопросы (разрабатываются и своевременно актуализируются базы знаний, содержащие шаблоны ответов на типовые обращения клиентов, реализуется функционал быстрой обратной связи клиентов при коммуникации посредством электронных средств связи).

4) Личный прием в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта в режиме «одного окна»:

на основании выявления и изучения потребностей клиентов определяется целесообразность личного приема клиентов;

внешнее и внутреннее оформление отделений выполняется в соответствии с единым стилем;

внедряются правила профессионального обслуживания клиентов;

реализуется возможность самостоятельной записи на прием в удобное время посредством удобного для клиента канала связи;

разрабатываются критерии определения группы клиентов, для которых целесообразно закрепление бесплатных «персональных менеджеров»;

обеспечивается наличие электронной очереди, оборудованного детского уголка;

время ожидания обслуживания при очном взаимодействии не превышает 15 минут.

VII. Внутренний клиент

7. При клиентоцентричном подходе под внутренним клиентом понимается государственный гражданский служащий Федеральной службы по надзору в сфере транспорта.

В целях внедрения клиентоцентричного подхода в Федеральной службе по надзору в сфере транспорта:

1) исключаются избыточные процедуры внутренних согласований, визирований;

- 2) обеспечение доступа к информации для исполнителей в целях исключения необходимости запроса информации;
- 3) обеспечение постоянного совершенствования внутренних процессов, в том числе на основе предложений сотрудников;
- 4) при планировании нагрузки часть рабочего времени сотрудника резервируется под срочные задачи;
- 5) обеспечивается удобный режим работы с учетом текущих задач, в том числе удаленный формат работы;
- 6) рабочее место сотрудника оснащается всем необходимым для выполнения должностных обязанностей, обеспечивается надлежащий уровень комфорта;
- 7) разрабатываются модели компетенций (или профили должности), выраженные в должностных регламентах;
- 8) система привлечения и отбора сотрудников начальниками профильных управлений учитывает модель компетенций (или профиль должности);
- 9) в отношении каждого сотрудника начальниками отделов выстраивается карьерная траектория, показывающая, как он будет повышать свой профессиональный уровень.

VIII. Мониторинг и обратная связь

8. Целесообразно осуществлять постоянный мониторинг проведенных изменений, а также получать обратную связь от клиентов в целях проведения дальнейшего совершенствования процесса, фиксации и исправления существующих (возникающих) отклонений, корректировки подходов к реализации деятельности.

Кроме того, целесообразно сформировать удобный для клиентов инструментарий обратной связи.

Клиенты должны получить возможность оценивать через инструменты обратной связи степень удовлетворенности каждой отдельной услугой и сервисом, а также удовлетворенности его потребности в рамках жизненной ситуации.

Инструментарий обратной связи предполагает единую методику, позволяющую получить сопоставимые результаты вне зависимости от точки взаимодействия с клиентом.

Результаты обратной связи используются для выявления и изучения потребностей клиентов, проектирования и реинжиниринга услуг и сервисов в целях повышения качества клиентского опыта.

Клиентам предоставляется информация об использовании полученной от него обратной связи.