МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«КАЛУЖСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(ГАПОУ КО «КТК»)

РАССМОТРЕНО
на заседании педагогического
совета ГАПОУ КО «КТК»
протокол № 3 от «27» октября 2023 г

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора ГАПОУ КО
«Калужский технический колледж»
Н.В. Титова
Приказ №151 от 28.11.2023 г.

РАССМОТРЕНО
на заседании родительского комитета
ГАПОУ КО «КТК»
протокол № 2 от «20» ноября 2023 г.

РАССМОТРЕНО
на заседании студенческого совета
ГАПОУ КО «КТК»
протокол № 3 от «20» ноября 2023 г.

ПОЛОЖЕНИЕ
по вопросам внедрения в деятельность стандартов клиентоцентричности в деятельность Государственного автономного профессионального образовательного учреждения Калужской области «Калужский технический колледж»

Калуга, 2023

I. Общие положения

1.1 Настоящее Положение разработано на основании **Федерального закона от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», в рамках реализации Федерального проекта «Государство для людей» -** определяет основные задачи, функции, стандарты клентоцентричности при включении в деятельность Государственного автономного профессионального образовательного учреждения Калужской области «Калужский технический колледж» (далее-колледж).

1.2 Целью разработки Стандарта «Государство для людей» (далее Стандарт) является установление требований по внедрению клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении при взаимодействии с людьми на основе Декларации ценностей клиентоцентричного государства. Стандарт применяется в целях формирования клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении, позволяющего выявлять и изучать потребности клиента, постоянно улучшать взаимодействие органов власти и уполномоченных организаций с клиентом для удовлетворения его потребностей, исходя из жизненной ситуации и с намерением превзойти ожидания.

1.3. Задачами Стандарта является координация и методическое обеспечение внедрения принципов клиентоцентричности в деятельность колледжа, а также рассмотрение и принятие согласованных решений по вопросам:

а) обеспечения эффективного взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти Калужской области и других субъектов Российской Федерации, иными органами, а также юридическими лицами, осуществляющими внедрение принципов клиентоцентричности;

б) выработки критериев оценки и достижения результатов внедрения принципов клиентоцентричности;

в) разработки, апробации, практического внедрения и доработки инструментов, обеспечивающих внедрение принципов клиентоцентричности в деятельность колледжа.

1) 1.4. удовлетворенность людей за счет адресности деятельности колледжа (незаметного, когда нет потребностей, и заботливого, когда они возникают);

2) привлекательность колледжа для получения образования в нем, посещения, работы за счет новой культуры, основанной на взаимном доверии и уважении граждан и государственного учреждения.

II. Термины и определения

Для целей настоящего Положения используются следующие основные термины и определения.

1) клиент: физическое лицо, являющееся заявителем в значении Федерального закона от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» или потенциальным заявителем, взаимодействующее самостоятельно или через уполномоченного представителя с органами власти и уполномоченными организациями с целью удовлетворения своих потребностей. К клиентам относятся граждане Российской Федерации, иностранные граждане, лица с двойным гражданством и лица без гражданства;

2) потребность клиента: необходимость достижения результата, решения задачи или вопроса, реализуемая клиентом посредством получения услуг и сервисов;

3) клиентоцентричный подход в Колледже: подход основанный на выявлении и изучении потребностей клиента, постоянном улучшении взаимодействия органов власти и уполномоченных организаций с клиентом для удовлетворения его потребностей с намерением превзойти его ожидания;

4) услуги: деятельность, связанная с реализацией государственных и муниципальных услуг в значении Федерального закона от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг.

5) сервисы: предоставляемые клиенту цифровыми системами органов власти и уполномоченных организаций услуги, их части;

6) органы власти и уполномоченные организации: органы государственной власти, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения (предприятия) и иные организации, уполномоченные в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе на основании договора, выполнять работы и предоставлять услуги и сервисы клиентам;

7) жизненная ситуация: наличие или наступление обстоятельств, влекущих для клиента возможность или необходимость взаимодействовать с органами власти и уполномоченными организациями в целях получения услуг и сервисов;

8) удовлетворенность клиента: измеримое восприятие клиентом степени выполнения его ожиданий;

9) профиль клиента: совокупность сведений клиенте, которые используются для определения групп клиентов, схем поведения и предпочтений этих групп клиентов 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) проактивное предоставление услуг и сервисов: предоставление клиенту набора услуг и сервисов для удовлетворения его потребностей без подачи клиентом запроса на получение указанных услуг и сервисов;

проектирование: деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на разработку услуг, мер поддержки и сервисов в соответствии с требованиями клиентоцентричного подхода;

16) уровень клиентоцентричности: измеримая оценка степени внедрения клиентоцентричного подхода в Колледже;

17) проектирование: деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на разработку услуг и сервисов в соответствии с требованиями настоящего Стандарта;

18) реинжиниринг: деятельность, основанная на методологии и технологиях, направленная на реформирование или перепроектирование услуг и сервисов в целях оптимизации деятельности органов власти и уполномоченных организаций, для обеспечения соответствия предоставляемых услуг и сервисов требованиям настоящего Стандарта;

III. Руководящие принципы

В соответствии с Декларацией ценностей клиентоцентричного государства в Положении применяются следующие принципы.

В части равного доступа:

3.1.1. Учет особенностей каждого клиента

Доступность услуг и сервисов для всех клиентов с учетом их особенностей. Устранение барьеров, в том числе технических, физических и социальных.

3.1.2. Построение услуг и сервисов вокруг потребностей клиента

Колледж адаптируется под потребности клиента, а не требует адаптации клиента под требования образовательного учреждения.

В части эффективности и удобства:

3.1.3. Решение задач клиента вместо исполнения формальных функций

Государственные образовательные услуги, осуществляемые Колледжем способствуют достижению каждым клиентом его законных целей.

3.1.4. Использование наиболее простых и удобных методов решения задачи

Клиенту представляется оперативное решение задачи. В идеальной ситуации задача решается в момент обращения или без необходимости обращения, удобным для клиента способом.

3.1.5. Обеспечение экономической эффективности процедур и правил

Государством устанавливаются минимально-оправданные затраты и требования для решения задач. Оптимизируются процессы, устраняются преграды, повышается ценность клиента.

В части единства и целостности:

3.1.6. Принятие решений на основе достоверных данных

Организация предоставления услуг и сервисов осуществляется на основании объективных данных, а не стереотипов. В частности, суждения и выводы о группе клиентов, их потребностях, особенностях и опыте основываются на анализе объективных данных.

3.1.7. Последовательность в принятии решений и осуществлении действий

Аналогичные ситуации и запросы решаются единообразно. Изменение подхода является системным, а не результатом случайности или субъективных преференций.

В части постоянного повышения качества и проактивности:

3.1.8. Опережающие действия, повышение качества, устранение ошибок

Колледжем выстраивается система постоянного улучшения услуг и сервисов, поиска и оперативного устранения ошибок.

3.1.9. Внедрение инноваций

Колледж применяет новые технологии и другие возможности для улучшения услуг и сервисов. Нововведения проходят обязательные тестирования и внедряются оперативно.

4.1.10. Проактивность

Проактивное предоставление услуг и сервисов при наличии объективной возможности и согласии клиента в рамках жизненных ситуаций.

В части объективности и беспристрастности:

3.1.11. Предоставление актуальной информации, мотивирование принимаемых решений

Информация о правилах, процедурах, правах клиента, принятых решениях, а также о статусе конкретного запроса предоставляется своевременно и является доступной в удобных для клиента точках взаимодействия и мотивируется доступными для клиента формулировками.

3.1.12. Поощрение обратной связи, признание имеющихся проблем

Обратная связь со стороны клиентов воспринимается как помощь в совершенствовании услуг и сервисов. Проблемы не скрываются и не отрицаются.

В части открытости и прозрачности:

3.1.13. Открытость

Колледж взаимодействует с человеком в открытом диалоге, учитывает обратную связь и понимает потребности человека.

3.1.14. Прозрачность

Процедуры Колледжа прозрачны: информация предоставляется в простой и понятной форме, принятые решения и достигнутые результаты доступно объясняются. Данные, на основании которых приняты решения, публикуются.

В части взаимного доверия и безопасности:

3.1.15. Выполнение обещаний

Публично взятые на себя обязательства и планы исполняются. В случае не достижения необходимого результата данный факт признается с последующим объяснением причин.

3.1.16. Гарантия безопасности взаимодействия с Колледжем и конфиденциальности данных

Реализация услуг и сервисов не создает рисков для безопасности клиента, его здоровья, имущества, а также защищает конфиденциальную информацию и персональные данные клиента.

3.1.17. Ответственность

Сотрудники Колледжа несут ответственность перед клиентом за несоблюдение принципов Положения.

IV Реализация клиентоцентричного подхода в Колледже

4.2.1. Клиентоцентричный подход в внедряется посредством выполнения Колледжем требований Стандарта.

1) требований к выявлению и изучению потребностей клиентов;
2) требований к проектированию новых и реинжинирингу существующих услуг и сервисов;
3) требований к процессу удовлетворения потребностей клиента путем предоставления услуг и сервисов;
4) требований к взаимодействию с органами власти и уполномоченными организациями в типовых точках взаимодействия с клиентами.

4.2.2. Ответственные за предоставление услуг в рамках жизненной ситуации органы власти и уполномоченные организации ежегодно должны:

1) определять с учетом рекомендаций Проектного офиса жизненные ситуации для внедрения клиентоцентричного подхода в Колледже;

2) утверждать планы по внедрению клиентоцентричного подхода в Колледже;

3) формировать для реализации планов кросс-функциональные (сквозные) команды с привлечением сотрудников органов власти и представителей уполномоченных организаций в зависимости от жизненной ситуации, а также общественных организаций предпринимателей, уполномоченных по защите прав предпринимателей, разработчиков прототипов услуг и сервисов, иных экспертов;

4) обеспечивать реализацию планов по внедрению клиентоцентричного подхода в Колледже;

5) обеспечивать контроль достижения показателей клиентоцентричности.

4.2.3. Сопровождение реализации клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении обеспечивается Проектным офисом.

4.3. Требования к выявлению и изучению потребностей клиентов

4.3.1. Выявление и изучение потребностей клиентов проводятся ответственными за предоставление услуг и сервисов в рамках жизненной ситуации органами власти и уполномоченными организациями и должны соответствовать следующим требованиям:

1) основываться на объективных данных[1];
2) учитывать особенности и навыки каждой группы клиентов;
3) поощрять обратную связь со стороны клиентов;
4) разъяснять клиентам результаты проведенных работ.

4.3.2. Выявление и изучение потребностей клиентов включает следующие этапы:

1) сегментация клиентов и сбор сведений о клиентском опыте;
2) разработку (актуализацию) карт клиентских путей;
3) принятие решений по итогам изучения потребностей клиентов.

Результаты выявления и изучения потребностей клиентов являются основанием:

а) для удовлетворения потребностей клиентов путем предоставления услуг и сервисов органов власти и уполномоченных организаций;

[1] Под «объективными данными» здесь понимается информация, содержащаяся в нормативных правовых и (или) иных официальных документах, или относящаяся к официальной статистической информации, или полученная в результате научных и иных исследований, опирающихся на методологию, поддающуюся проверке (верификации).

б) для проектирования новых и реинжиниринга существующих услуг и сервисов органов власти и уполномоченных организаций;
в) для подготовки ответов по запросу клиентов в отношении потребностей, удовлетворение которых в силу законодательства, финансовых возможностей или иных обстоятельств на момент взаимодействия с клиентом не представляется возможным.

4.3.3. Органы власти и уполномоченные организации проводят сбор данных о клиентах и их текущем клиентском опыте в рамках жизненной ситуации.

4.3.3.1. Данными, необходимыми для выявления и изучения потребностей клиентов, являются:

1) открытые и общедоступные данные, в том числе статистические исследования, отчеты и публикации о проблемах взаимодействия клиентов при получении услуг и сервисов;
2) жалобы, обращения, сообщения о потребностях, отзывы или комментарии клиентов в социальных сетях, группах в мессенджерах, на порталах, в мобильных приложениях, в других информационных системах органов власти и уполномоченных организаций;
3) данные общественных объединений граждан;
4) доклады уполномоченного по правам человека в Российской Федерации и уполномоченных по правам человека в субъектах Российской Федерации, Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по правам ребенка и уполномоченных по правам ребенка в субъектах Российской Федерации;
5) доступные обезличенные данные об истории предоставления услуг и сервисов, находящиеся в распоряжении органов власти и уполномоченных организаций.

4.3.3.2. На основании анализа собранных данных органы власти и уполномоченные организации:

1) формулируют гипотезы о сегментации клиентов и их клиентском опыте при получении услуг и сервисов;
2) определяют методы проведения углубленных исследований с целью изучения клиентского опыта и разрабатывают планы по проведению таких исследований;
3) получают согласие клиентов на изучение клиентского опыта при проведении исследований;
4) проверяют гипотезы о сегментации клиентов и их клиентском опыте путем проведения исследований, применяя методы социологических опросов и иные, в том числе: скрытые или открытые, массовые или индивидуальные наблюдения, пользовательские самонаблюдения, опросы, анкетирования, голосования, фокус-группы, глубинные интервью,

пользовательское (UI- и UX-) тестирование цифровых решений и другие способы изучения клиентского опыта.

4.3.3.3. Результатом сегментации клиентов является отнесение изученных групп клиентов к жизненной ситуации и профилям клиентского сегмента.

4.3.4. В целях выявления потребностей клиентов органами власти и уполномоченными организациями разрабатываются первоначальная и в дальнейшем актуализируются карта клиентского пути или несколько таких карт на основании:

1) сегментации клиентов и сбора сведений о клиентском опыте;
2) результатов мониторинга удовлетворенности клиентов.

4.3.4.1. Карта клиентского пути включает следующую информацию:

1) описание жизненной ситуации;
2) описание профиля клиентского сегмента;
3) типовые потребности клиента;
4) действия клиента от момента возникновения потребности до момента их удовлетворения;
5) виды (типы) полученных клиентами услуг и сервисов;
6) точки взаимодействия с органами власти и уполномоченными организациями;
7) клиентский опыт в точках взаимодействия.

В рамках изучения клиентского опыта в карту клиентского пути включаются позитивные наблюдения и типовые проблемы клиентов в точках взаимодействия.

4.3.4.2. На основании изучения клиентского опыта, разработанных (актуализированных) карт клиентских путей ответственные за предоставление услуг и сервисов в рамках жизненной ситуации органы власти и уполномоченные организации:

1) определяют приоритетные для удовлетворения потребностей и решения выявленных проблем группы клиентов исходя из оценки их численности и социально-значимости выявленных проблем, ограниченности имеющихся ресурсов;
2) разрабатывают рекомендации по повышению качества клиентского опыта;
3) публикуют на своих официальных порталах или другим способом доводят до клиентов результаты выявления и изучения потребностей клиентов.

При формировании рекомендаций по повышению качества клиентского опыта органами власти и уполномоченными организациями изучаются

лучшие отечественные и зарубежные практики предоставления услуг и сервисов в рамках жизненных ситуаций.

4.3.4.3. Результатами разработки или актуализации клиентских путей органами власти и уполномоченными организациями являются:

1) карты клиентских путей;
2) рекомендации по повышению качества клиентского опыта;
3) опубликованные результаты выявления и изучения типовых потребностей клиентов.

4.3.5. По результатам разработки или актуализации карт клиентских путей органами власти и уполномоченными организациями на регулярной основе ведутся реестр жизненных ситуаций и профили клиентских сегментов, изучаются потребности клиентов, разрабатываются или актуализируются клиентские сценарии.

4.3.5.1. Реестр жизненных ситуаций ведется Проектным офисом на основании предложений ответственных за предоставления услуг и сервисов в рамках жизненной ситуации органов власти и уполномоченных организаций. Реестр жизненных ситуаций включает в себя сферы жизни, жизненные ситуации, профили клиентских сегментов, клиентские сценарии, услуги и сервисы, входящие в клиентский сценарий.

4.3.5.2. Профили клиентского сегмента должны включать обезличенные данные о клиентах, об истории их взаимодействия с органами власти и уполномоченными организациями, о типовых потребностях групп клиентов, достаточные для разработки или актуализации клиентских сценариев.

4.3.5.3. Процессы наполнения, изменения, использования профиля клиентского сегмента должны обеспечивать невозможность идентификации конкретного клиента и сведений о нем.

4.3.5.4. Для каждой жизненной ситуации и группы клиентов органами власти и уполномоченными организациями изучаются и актуализируются типовые потребности:

1) потребности, которые могут удовлетворяться путем предоставления услуг и сервисов;
2) потребности, в отношении которых ведется работа по их удовлетворению за счет проектирования новых и реинжиниринга существующих услуг и сервисов;
3) потребности, которые не могут быть удовлетворены в текущих условиях и в необходимые для клиентов сроки.

4.3.5.5. Для потребностей, которые могут удовлетворяться путем предоставления услуг и сервисов, органами власти и уполномоченными организациями разрабатываются и (или) актуализируются клиентские сценарии, которые обеспечивают бесшовное взаимоувязанное прохождение

клиентского пути. Клиентские сценарии разрабатываются органами власти и уполномоченными организациями на основании требований к процессу предоставления услуг и сервисов (раздел 4.5 Стандарта) и требований к взаимодействию с органами власти и уполномоченными организациями в типовых точках взаимодействия с клиентами (раздел 4.6 Стандарта) с учетом показателей клиентоцентричности (раздел 6 Стандарта). Клиентские сценарии актуализируются при разработке органами власти и уполномоченными организациями новых услуг и сервисов, реинжиниринге существующих услуг и сервисов.

4.3.5.6. Требования к проектированию органами власти и уполномоченными организациями новых и реинжинирингу существующих услуг и сервисов представлены в разделе 4.4 Стандарта.

4.3.5.7. Органы власти и уполномоченные организации разрабатывают и ведут в информационных системах ответы на часто задаваемые вопросы клиентов с учетом следующих требований:

1) ответы на вопросы должны быть доступны всем органам власти и уполномоченным организациям, осуществляющим предоставление услуг и сервисов в рамках жизненной ситуации;
2) для потребностей, которые нельзя удовлетворить, в ответах на вопросы указываются причины, по которым их нельзя удовлетворить.

4.3.5.8. По результатам изучения потребностей клиентов:

1) в отношении потребностей, которые могут быть удовлетворены путем предоставления существующих услуг и сервисов, разрабатываются или актуализируются клиентские сценарии, на основе которых осуществляется удовлетворение данных потребностей клиентов;
2) в отношении потребностей, для удовлетворения которых существующих услуг и сервисов недостаточно, проводится проектирование новых услуг и сервисов и (или) реинжиниринг существующих услуг и сервисов;

актуализируются ответы на часто задаваемые

V. Требования к сотрудникам колледжа при внедрения в деятельность стандартов клентоцентричности

Сотрудники Колледжа при взаимодействии в рамках Стандарта клиентоцентричного взаимодействия с клиентами должны являться личностные компетенции и «мягкие» навыки взаимодействия:

1) эмпатия: понимание ситуации клиента, вызов доверия, готовность помочь, проявление внимания, отзывчивость;
2) построение и поддержание деловых отношений;
3) убеждение и аргументация;
4) командная работа;

5) нацеленность на результат и контроль его достижения;
6) управление собственной энергией, энтузиазмом;
7) управление собственным развитием;
8) управление стрессом, эмоциями;
9) ситуационное руководство и лидерство;
10) творческое проектное мышление;
11) управление изменениями;
12) управление обратной связью;
13) наставничество и мотивирование.

Разрабатывается, утверждается и постоянно актуализируется стандарт «Государство для внутреннего клиента», в соответствии с которым проводится обучение и повышение квалификации сотрудников.

Для обмена успешными практиками по улучшению качества клиентского опыта создается единая платформа знаний и навыков.