


УТВЕРЖДАЮ
Заместитель руководителя
Федерального агентства
по делам молодежи



 П.В. Абрамов
от « 31 » августа 2023 г.

**Порядок
по взаимодействию с внутренними клиентами
в точках взаимодействия при получении от них обращений и запросов
в Федеральном агентстве по делам молодежи**

**1. Общие положения:
принципы, цели взаимодействия с клиентами**

1.1. Настоящий Порядок по взаимодействию с внутренними клиентами в точках взаимодействия при получении от них обращений и запросов в Федеральном агентстве по делам молодежи (далее – Порядок) устанавливает последовательность административных процедур, осуществляемых внутренними клиентами Федерального агентства по делам молодежи.

1.2. Основным фактором взаимодействия внутренних клиентов является коммуникация – процесс обмена информацией при выполнении функциональных обязанностей или должностных регламентов.

Внутренний клиент – сотрудник или группа сотрудников (структурное подразделение) Федерального агентства по делам молодежи, выполняющие определенные задачи, которые напрямую влияют на эффективность работы других сотрудников или структурных подразделений.

Структурное подразделение – часть Федерального агентства по делам молодежи, которая представляет собой группу внутренних клиентов, осуществляющих свою деятельность в рамках определенного направления или функции.

Клиентоцентричный подход – процесс постоянного улучшения взаимоотношений с клиентом

Система внутренней обратной связи – система, позволяющая выявить отношение сотрудников к взаимодействию внутри органа в процессе профессиональной деятельности.

1.3. Внутренние клиенты Федерального агентства по делам молодежи:

– взаимодействуют между собой в целях реализации потребностей внешних клиентов;

– должны придерживаться клиентоцентричного подхода при взаимодействии вне зависимости от повода и формы такого взаимодействия.

1.4. При взаимодействии сотрудники Росмолодежи руководствуются требованиями Стандарта для внутреннего клиента.

2. Техническо-организационное обеспечение и инфраструктура точек взаимодействия с клиентами

2.1. Взаимодействие внутренних клиентов осуществляется посредством:
автоматизированного рабочего места государственного служащего (АРМ ГС);
системы электронного документооборота (СЭД);
электронной почты;
телефонной связи;
письменных обращений или запросов (служебные/докладные записки).

2.2. Взаимодействие внутренних клиентов осуществляется ежедневно в соответствии с графиком работы Росмолодежи.

2.3. Взаимодействие внутренних клиентов в Федеральном агентстве по делам молодежи:

№ п/п	Внутренний клиент (структурное подразделение)	Точки взаимодействия внутренних клиентов
1.	Управление делами, государственной службы и правового обеспечения	Организация ведения делопроизводства и хозяйственной деятельности, правовая экспертиза документов, управление персоналом, ведение секретного делопроизводства, организация и проведение

		мероприятий по мобилизационной подготовке и гражданской обороне
2.	Финансово-экономическое управление	Организация планирования и осуществления закупок товаров, работ, услуг, проведение процедур размещения государственного заказа, ведение бухгалтерского учета, организация и проведение грантовых конкурсов
3.	Управление регионального взаимодействия	Межрегиональное молодежное сотрудничество, освещение в СМИ информации о деятельности Росмолодежи, организация и сопровождение форумной кампании, реализация программы цифровой трансформации Росмолодежи
4.	Управление молодежных проектов и программ	Методическая поддержка молодежных проектов, реализация национальных и федеральных проектов, проведение молодежных мероприятий

3. Общие требования к взаимодействию с клиентами

3.1. При поступлении обращений или запросов от внутренних клиентов используется метод активного слушания.

3.2. Активное слушание заключается в проявлении интереса к словам внутреннего клиента. Сотрудник показывает клиенту, что его информация воспринимается верно.

3.3. В процессе активного слушания сотрудник может задавать уточняющие вопросы по обращению или запросу внутреннего клиента.

3.4. Ответы на обращения или запросы внутренних клиентов даются в письменной или устной форме.

3.5. Ответ на письменное обращение или запрос дается не позднее 30 дней с даты поступления обращения или запроса, если не указано иное.

3.6. При подготовке ответа на письменное обращение или запрос внутренние клиенты могут использовать типовую форму обращения, например: «Уважаемый

Иван Иванович!», «Уважаемые коллеги!». В данном случае фраза: «С уважением» перед реквизитом «Подпись» не указывается.

3.7. Ответ на устное обращение или запрос внутреннего клиента дается в виде консультации в момент обращения. В случае необходимости дополнительной проработки вопроса (например, запрос информации в другом структурном подразделении) – не позднее окончания текущего рабочего дня.

3.8. В процессе устного консультирования важнейшую роль играет речевой этикет.

Речевой этикет – это система правил речевого поведения, нормы использования средств языка в определённых условиях.

3.9. Основные задачи речевого этикета:

создание здоровой атмосферы;

повышение производительности труда;

желание к выполнению обязанностей.

3.10. При поступлении обращения или запроса от внутреннего клиента посредством телефонной связи используются типовые слова и фразы приветствия, например: «Здравствуйте», «Добрый день» и т.п.

3.11. В случае, если исполнение обращения или запроса посредством телефонной связи не представляется возможным, сотрудник должен предложить внутреннему клиенту другие виды связи для ответа на обращение или запрос

4. Применяемые для взаимодействия с клиентом инструменты

4.1. Наиболее часто внутренние клиенты интересуются информацией по следующим вопросам:

наличие и реквизиты локальных актов по вопросам деятельности ведомства;

наличие и форма бланков документов, утвержденных в ведомстве;

правила оформления реквизитов документа.

4.2. При ответах на часто задаваемые вопросы внутренний клиент использует базу знаний.

База знаний — совокупность документации, которая разъясняет внутренние процессы и доступна к ознакомлению каждому внутреннему клиенту.

База знаний представлена:

Положениями;

Порядками;

Регламенами;

Инструкциями;

Типовыми шаблонами заявок.

4.3. База знаний бывает двух видов — внутренняя и внешняя.

4.4. Внутренняя база знаний обслуживает только внутренних клиентов ведомства и недоступна внешним клиентам.

4.5. Внутренняя база знаний размещена в системе электронного документооборота, а также в общей сетевой папке Росмолодежи.

4.6. Внешняя база знаний обслуживает внешних клиентов ведомства и размещена в открытом доступе в телекоммуникационной сети «Интернет».

4.7. Типовая форма обращения используется в случае оформления учетной записи в системе электронного документооборота для вновь принятых сотрудников. В данном случае текст обращения содержит следующую формулировку:

«Прошу Вас оформить учетную запись в системе электронного документооборота для вновь принятого сотрудника /должность, ФИО/.

4.8. Также типовая форма обращения используется для оформления прохода в здание Росмолодежи в выходные и праздничные дни.

Например: В связи с /указать причину/ прошу разрешить проход в здание Росмолодежи /должность, ФИО, дата прохода/.

5. Требования к организации обратной связи с клиентами

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

5.2. Система внутренней обратной связи включает прием (сбор), обработку и анализ обращений и мнений сотрудников ведомства в устной или письменной форме:

- направление обращения по адресу электронной почты, предусмотренному для сотрудников (vopros@fadm.gov.ru);
- направление обращения через физический почтовый ящик, размещенный в здании Росмолодежи;
- личное или онлайн-обращение к руководителю, заместителям руководителя, начальникам структурных подразделений;
- личное или онлайн-обращение к психологу или специалисту, ответственному за корпоративную культуру ведомства;
- участие в опросах, распространяемых через внутренние информационные ресурсы ведомства.

5.3. Ежеквартально проводится опрос внутренних клиентов с целью изучения условий работы, а также оценки уровня удовлетворенности процессами взаимодействия.

6. Формы и сроки контроля

Контроль результатов деятельности структурного подразделения – изучение процесса труда и достижений внутренних клиентов.

6.1. Контроль за своевременным и качественным выполнением обращений и запросов внутренних клиентов осуществляет каждый начальник структурного подразделения.

6.2. Контроль осуществляется с целью получения начальником структурного подразделения информации об объеме выполняемой работы каждым сотрудником подразделения.

6.3. Контроль за исполнением обращений внутренних клиентов осуществляется в два этапа:

предварительный – на оперативных совещаниях у начальников структурных подразделений;

итоговый – по результатам отчетов об итогах работы.

6.4. На оперативном совещании обсуждаются текущие вопросы работы структурного подразделения.

6.5. По запросу начальника структурного подразделения внутренний клиент подготавливает отчет об итогах работы структурного подразделения за определенный период.

6.6. Отчет должен содержать:

- перечень выполняемых задач;
- анализ выполнения перечня задач;
- предложения по оптимизации задач.

6.7. Контроль результатов деятельности внутренних клиентов определяет динамику и степень достижения результатов.

6.8. Сроки исполнения обращений и запросов внутренних клиентов определены внутренними локальными актами Росмолодежи.