

## **КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ – НОВЫЙ КУРС РАЗВИТИЯ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

*Меньшикова Галина Александровна*

*(Санкт-Петербургский государственный университет)*

*Александров Михаил Алексеевич*

*(Санкт-Петербургский Государственный Университет)*

Клиентоцентричность – новый тренд развития страны, который был предложен премьер-министром страны М. В. Мишустинным в 2021 году. Цель тренда – внедрение принципов и стандартов клиентоцентричности в органах исполнительной власти, информационной системы клиентоцентричности (обратная связь, профиль клиента, реестр жизненных ситуаций, мониторинг) и HR-системы (цифровой профиль госслужащего, технологии искусственного интеллекта).

В рамках внедрения принципов клиентоцентричности в государственном управлении для сосредоточения работы органов власти вокруг интересов конкретного человека, проводится эксперимент по апробации инструментов, обеспечивающих внедрение принципов клиентоцентричности в государственном управлении. В эксперименте участвуют 6 Министерств и 3 области РФ, были озвучены направления их отчетности. Также создан проект «Государство для людей» (им стало одно из подразделений Аналитического Центра при Правительстве РФ).

Клиентоцентричный подход в государственном управлении подразумевает создание профиля клиента для идентификации гражданина и предоставления ему государственных услуг, необходимых в определенной жизненной ситуации. При реализации персонифицированного подхода к оказанию услуг будет создана система сбора обратной связи, требующая внедрения системы мониторинга государственных услуг.

Самым распространённым способом прямой коммуникации акторов в государственном секторе стали интернет-платформы. Одна из целей курса клиентоцентричности – создание и совершенствование государственных интернет-платформ, в частности, «Госуслуг», превращение их в массовый канал коммуникации между населением и властью. Их оценивание описано в ряде публикаций, в том числе у Добролюбовой Е. И., описывающей применение комплексного подхода, что предполагает отражение ряда обстоятельств: дифференцированное оценивание; учёт интересов как минимум 4-х групп стейкхолдеров: населения, правительства, НКО, бизнеса; учет не только преимуществ, но и рисков; использование внешних оценочных средств.

В ходе аналитического исследования предложений по оцениванию платформ выявлена необходимость дополнения базовых статистических оценок результатами социологического мониторинга, регулярно опрашивающего представителей всех групп стейкхолдеров: работников правительства, населения, бизнеса, социальных работников, включая тех, кто работает в благотворительных организациях. А также необходимость в комплексной преимущественно числовой системе оценивания основных характеристик интернет-платформ в рамках курса клиентоцентричности и обозначенных особенностей комплексного оценивания. В статье предложены практико-ориентированные основы системы оценивания интернет-платформ.