

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Część 1 – Opracowanie mapy podróży oraz mapy empatii klienta Urzędu Skarbowego

1. Tło i kontekst badań

Zgodnie z zarządzeniem Ministra Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej z 23 grudnia 2020 r. w sprawie określenia Kierunków działania i rozwoju Krajowej Administracji Skarbowej (KAS) na lata 2021–2024, klientocentryczność jest jednym z 4 głównych kierunków działań i rozwoju KAS. Natomiast stworzenie nowoczesnej, przyjaznej, bezpiecznej i wielokanałowej obsługi podatnika jest jednym z filarów klientocentryczności w KAS. Opracowanie profesjonalnej mapy podróży klienta KAS oraz mapy empatii ma służyć zdobyciu wiedzy o procesach, jakie zachodzą podczas całego cyklu interakcji klienta z Urzędem, by móc poprawić ich doświadczenia w kontaktach (punktach styku) z KAS. Zamawiający dysponuje pierwszymi wersjami map, które zostały przygotowane podczas warsztatów z pracownikami urzędów skarbowych i zostaną udostępnione Wykonawcy nie później niż 2 dni robocze po zawarciu umowy.

Dane liczbowe

W ciągu roku wszystkie urzędy skarbowe w Polsce obsługują ok. 5 108 326 podatników, w podziale na rodzaje realizowanych spraw kształtuje się to następująco :

Rodzaj realizowanych spraw	Liczba
Zaświadczenia	1 526 612
Podatki majątkowe	1 443 577
Deklaracje i zeznania podatkowe	554 787
Postępowania i czynności sprawdzające	423 786
Inne usługi	397 188
Rejestracja podatkowa	293 319
Profil zaufany	260 016
Akcyza	167 643
Ulgi w spłacie zobowiązań	41 398
Łącznie	5 108 326

2. Cele badania

- 1) Zbadanie aktualnych doświadczeń i oczekiwań klientów związanych z obsługą bezpośrednią i telefoniczną w urzędach skarbowych.
- 2) Przygotowanie na podstawie wyników badań mapy podróży klienta w obsłudze bezpośredniej i telefonicznej.

- 3) Przygotowanie na podstawie wyników badań mapy empatii klienta w obsłudze bezpośredniej i telefonicznej.
- 4) Opracowanie na podstawie powyższych wyników badań rekomendacji operacyjnych dla KAS w każdym punkcie styku na mapie.

3. Metodologia badania

- 1) Badania będą wykonywane on-line.
- 2) Wykonawca wykona 6 FGI's:
 - a) badanie obejmie klientów indywidualnych, którzy w ciągu ostatnich 3 miesięcy dzwonili co najmniej raz do urzędu skarbowego i odbyli co najmniej jedną wizytę w urzędzie skarbowym;
 - b) każdy FGI obejmie grupie min. 6 osób
 - c) grupy FGI's zostaną zróżnicowane pod względem:
 - i. płci, wieku, wykształcenia,
 - ii. realizacji różnych typów spraw (wydawanie zaświadczeń, podatki majątkowe, deklaracje i zeznania podatkowe, itp.),
 - iii. 2 FGI's obejmą badanych z miast o liczbie mieszkańców co najmniej 500 tys., 2 FGI's badanych z miast o liczbie mieszkańców od 100 tys. do 200 tys. mieszkańców, 2 FGI's badanych z miast o liczbie mieszkańców do 50 tys. mieszkańców.
- 3) Wykonawca wykona 48 IDI's, z klientami urzędów skarbowych, którzy osobiście w ciągu ostatnich 3 miesięcy dzwonili przynajmniej raz do urzędu skarbowego i odbyli przynajmniej jedną wizytę w urzędzie skarbowym:
 - a) 6 IDI's obejmie klientów prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą w tzw. rodzajach działalności gospodarczej łatwiej dostępnych do rekrutacji do udziału w badaniach tj. przykładowo : w zakresie wykonywanych zawodów typu: taksówkarz, fryzjer, kosmetyczka, budowlaniec;
 - b) 6 IDI's obejmie klientów prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą w tzw. rodzajach działalności gospodarczej trudniej dostępnych do rekrutacji do udziału w badaniach tj. przykładowo: świadczących pracę jako eksperci, kadra zarządzająca, kierownicy projektów, lekarze;
 - c) 12 IDI's – obejmie pośredników w kontaktach z KAS. Przez pośredników należy rozmieść grupę obejmującą doradców podatkowych, biura rachunkowe, kancelarie prawne, firmy konsultingowe, przy czym sama forma działalności nie jest istotna z punktu widzenia badania, ważny jest fakt pośredniczenia – występowania przed jednostkami KAS w imieniu podatnika (MŚP);
 - d) 12 IDI's obejmie mikroprzedsiębiorców (zatrudniających od 2 do max. 10 osób łącznie ze sobą) Respondentem musi być osoba zatrudniona w danej firmie, która najczęściej kontaktuje się/załatwia sprawy w urzędzie skarbowym (np. główna księgowa);
 - e) 12 IDI's z obejmie średnich przedsiębiorców (zatrudniającymi max. 11-50 osoby). Respondentem musi być osoba zatrudniona w danej firmie, która najczęściej kontaktuje się/załatwia sprawy w urzędzie skarbowym (np. główna księgowa).

Wykonawca zapewni w każdej z powyższych grup proporcjonalny udział różnych grup badanych, co zostanie potwierdzone w kwestionariuszach rekrutacyjnych. Wykonawca zapewni, aby udział w badaniu brały osoby różnicowane pod względem:

- 1) płci, wieku, wykształcenia,

- 2) w przypadku przedsiębiorców rekrutowane będą osoby reprezentujące różne rodzaje działalności: handel, produkcja, usługi,
- 3) kontakt z KAS polegał na realizacji różnych typów spraw (wydawanie zaświadczeń, podatki majątkowe, deklaracje i zeznania podatkowe, itp.)
- 4) 16 IDI's obejmie badanych z miast o liczbie mieszkańców co najmniej 500 tys., 16 IDI's badanych z miast o liczbie mieszkańców od 100 tys. do 200 tys., 16 IDI's badanych z miast o liczbie mieszkańców do 50 tys.

4. Zadania Wykonawcy:

- 1) Przygotowanie narzędzi badawczych (kwestionariuszy rekrutacyjnych i scenariuszy dyskusji oraz wywiadów) w konsultacji z Zamawiającym.
- 2) Przeprowadzenie rekrutacji i wynagrodzenie badanych.
- 3) Zorganizowanie, przeprowadzenie i moderowanie FGI's i IDI's.
- 4) Przekazanie Zamawiającemu transkrypcji z każdego FGI i IDI w formacie docx. lub pdf. lub w innym formacie uzgodnionym z Zamawiającym .
- 5) Przygotowanie i przekazanie Zamawiającemu raportu końcowego z badania w formacie Power Point – zawierającego:
 - a) wnioski i rekomendacje poparte cytatami z wypowiedzi badanych (min. 2 cytaty dla każdej rekomendacji).
 - b) Atrakcyjne graficznie oraz szczegółowe we wszystkich opisanych krokach klienta:
 - i. mapy podróży,
 - ii. mapy empatii
 wraz z opisanymi punktami styku klienta z urzędami jako załączników do raportu. Przy czym:
 - i. przez atrakcyjną formę graficzną należy rozumieć dostosowanie przestrzeni do treści, zastosowanie spójnej kolorystyki, jednolitej czcionki i grafiki w jednym stylu,
 - ii. Mapy podróży i empatii muszą być przygotowane dla każdego kanału obsługi oddzielnie, tj. osobno dla obsługi bezpośredniej, osobno dla obsługi telefonicznej.
- 6) Przygotowanie i przekazanie Zamawiającemu prezentacji multimedialnej z badania w formacie Power Point zawierającej:
 - a) wszystkie mapy podróży i empatii,
 - b) dane jakościowe,
 - c) wnioski i rekomendacje z badania.
- 7) Zaprezentowanie prezentacji, o której mowa w pkt 6 przed Zamawiającym, według wyboru Zamawiającego albo zdalnie przez stosowane przez Zamawiającego MS-Teams lub inne narzędzie do komunikacji zapewnione przez Wykonawcę albo osobiście w siedzibie Zamawiającego.

Część 2 – Przetestowanie multikanałowych standardów obsługi klienta

1. Tło i kontekst badań

Zgodnie z zarządzeniem Ministra Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej z 23 grudnia 2020 r. w sprawie określenia Kierunków działania i rozwoju Krajowej Administracji Skarbowej (KAS) na lata 2021–2024, klientocentryczność jest jednym z 4 głównych kierunków działań i rozwoju KAS. Natomiast stworzenie nowoczesnej, przyjaznej, bezpiecznej i wielokanałowej obsługi podatnika jest jednym z filarów klientocentryczności w Krajowej Administracji Skarbowej (KAS). W związku z powyższym jednym z celów krótkoterminowych KAS jest opracowanie i wdrożenie nowoczesnych oraz wynikających z potrzeb klientów standardów obsługi telefonicznej, bezpośredniej oraz elektronicznej we wszystkich urzędach skarbowych w kraju. Celem długoterminowym jest obiektywny pomiar jakości obsługi klientów w urzędach skarbowych, przekazywanie informacji zwrotnej do urzędów i ewentualna modyfikacja wprowadzonych standardów. Pierwsza wersja multikanałowych standardów obsługi, opracowana na podstawie wyników warsztatów z pracownikami została przekazana do urzędów skarbowych do stosowania od 1 stycznia 2022 roku.

Dane liczbowe:

Rodzaj realizowanych spraw	Liczba
Zaświadczenia	1526612
Podatki majątkowe	1443577
Deklaracje i zeznania podatkowe	554787
Postępowania i czynności sprawdzające	423786
Inne usługi	397188
Rejestracja podatkowa	293319
Profil zaufany	260016
Akcyza	167643
Ulgi w spłacie zobowiązań	41398
Łącznie	5108326

2. Cele badania

- 1) Przetestowanie multikanałowych standardów obsługi klienta oraz opracowania wyników tych badań.
- 2) Opracowanie rekomendacji operacyjnych dla KAS na bazie oczekiwań klientów.

3. Metodologia badania.

- 1) Badania będą wykonywane on-line;
- 2) Wykonawca wykona 6 FGI's:

- a) badanie obejmie klientów indywidualnych, którzy w ciągu ostatnich 3 miesięcy dzwonili przynajmniej raz do urzędu skarbowego i odbyli przynajmniej jedną wizytę w urzędzie skarbowym;
 - b) każdy FGI obejmie grupie min. 6 osób;
 - c) grupy FGI's zostaną zróżnicowane pod względem:
 - iv. płci, wieku, wykształcenia,
 - v. realizacji różnych typów spraw (wydawanie zaświadczeń, podatki majątkowe, deklaracje i zeznania podatkowe, itp.)
 - vi. 2 FGI's obejmie badanych z miast o liczbie mieszkańców co najmniej 500 tys., 2 FGI's badanych z miast o liczbie mieszkańców od 100 tys. do 200 tys., 2 FGI's badanych o liczbie mieszkańców do 50 tys.;
- 3) Wykonawca wykona 30 IDI's z klientami urzędów skarbowych, którzy osobiście w ciągu ostatnich 3 miesięcy dzwonili przynajmniej raz do urzędu skarbowego i odbyli przynajmniej jedną wizytę w urzędzie skarbowym:
- a) 6 IDI's obejmie klientów prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą w tzw. rodzajach działalności gospodarczej łatwiej dostępnych do rekrutacji do udziału w badaniach tj. w zakresie wykonywanych zawodów typu: taksówkarz, fryzjer, kosmetyczka, budowlaniec itp.;
 - b) 6 IDI's obejmie klientów prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą w tzw. rodzajach działalności gospodarczej trudniej dostępnych do rekrutacji do udziału w badaniach tj. świadczących pracę jako eksperci, kadra zarządzająca, kierownicy projektów, lekarze, itp.;
 - c) 6 IDI – obejmie pośredników w kontaktach z KAS. Przez pośredników należy rozmieść grupę obejmującą doradców podatkowych, księgowych, biura rachunkowe, kancelarie prawne, firmy konsultingowe, przy czym sama forma działalności nie jest istotna z punktu widzenia badania, ważny jest fakt pośredniczenia – występowania przed jednostkami KAS w imieniu podatnika (MŚP);
 - d) 6 IDI 's obejmie mikroprzedsiębiorców (zatrudniających od 2 do max. 10 osób łącznie ze sobą);
 - e) 6 IDI 's obejmie średnich przedsiębiorców (zatrudniającymi max. 11-50 osoby).

Wykonawca zapewni w każdej z powyższych grup proporcjonalny udział różnych grup badanych, co zostanie potwierdzone w kwestionariuszach rekrutacyjnych. Wykonawca zapewni, aby udział w badaniu brały osoby różnicowane pod względem:

- 1) płci, wieku, wykształcenia,
- 2) w przypadku przedsiębiorców rekrutowane będą osoby reprezentujące różne rodzaje działalności: handel, produkcja, usługi,
- 3) kontakt z KAS polegał na realizacji różnych typów spraw (wydawanie zaświadczeń, podatki majątkowe, deklaracje i zeznania podatkowe, itp.)
- 4) 10 IDI's obejmie badanych z miast o liczbie mieszkańców co najmniej 500 tys., 10 IDI's badanych z miast o liczbie mieszkańców od 100 tys. do 200 tys., 10 IDI's badanych z miast o liczbie mieszkańców do 50 tys.

4. Zadania Wykonawcy:

- 1) Przygotowanie narzędzi badawczych (kwestionariuszy rekrutacyjnych i scenariuszy dyskusji i wywiadów wg jasnych wytycznych Zamawiającego);
- 2) Rekrutacja i wynagrodzenie badanych;
- 3) Moderowanie FGI's i IDI's;
- 8) Przekazanie Zamawiającemu transkrypcji z każdego FGI i IDI w formacie docx., pdf. lub w innym formacie uzgodnionym z Zamawiającym;
- 4) Przygotowanie raportu końcowego w formacie Power Point – tezy, wnioski i rekomendacje poparte cytatami wypowiedzi badanych (min. 2 cytaty dla każdej rekomendacji);
- 5) Przygotowanie i przekazanie Zamawiającemu prezentacji multimedialnej z obu badań w formacie Power Point zawierającej:
 - a) dane jakościowe,
 - b) wnioski i rekomendacje z badania;
- 6) Zaprezentowanie prezentacji, o której mowa w pkt 5 przed Zamawiającym, według wyboru Zamawiającego albo zdalnie przez stosowane przez Zamawiającego MS-Teams lub inne narzędzie do komunikacji zapewnione przez Wykonawcę, albo osobiście w siedzibie Zamawiającego.