

ВИСШИ СЪДЕБЕН СЪВЕТ	
Регистров номер индекс	Дата
ВСС-12978	29-10-2018

**ДО СЪДИЙСКАТА КОЛЕГИЯ
НА ВИСШИЯ СЪДЕБЕН СЪВЕТ**

**КОПИЕ ДО:
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
АПЕЛАТИВЕН СЪД - ВЕЛИКО ТЪРНОВО**

**ПРЕДСЕДАТЕЛЯ НА
АПЕЛАТИВЕН СЪД - БУРГАС**

ДОКЛАД

на основание чл. 38, ал. 1 от Наредбата за служебните командировки и специализации в чужбина, приета с ПМС № 115 от 3.06.2004 г., обн. ДВ, бр. 50 от 11.06.2004 г., в сила от 1.07.2004 г.

от

Симона Миланези - Пенчева - съдия в Окръжен съд Габрово

и

Камелия Георгиева Ненкова - съдия в Районен съд Бургас

**УВАЖАЕМИ ЧЛЕНОВЕ НА СЪДИЙСКАТА КОЛЕГИЯ НА ВИСШИЯ
СЪДЕБЕН СЪВЕТ,**

С Решение на Съдийската колегия на Висшия съдебен съвет на Република България - т. 32 от Протокол № 29 от заседание, проведено на 02.10.2018 г., Симона Миланези - Пенчева, съдия в Окръжен съд Габрово и Камелия Георгиева Ненкова - съдия в Районен съд Бургас, бяхме командировани за участие в конференция „Съдилища и комуникация“, за периода от 10 до 13 октомври 2018 г. в град Будапеща, Унгария. В изпълнение на така поставената задача, в периода от решението на ВСС за командироване, до датата на заминаване, попълнихме и

изпратихме предварителният въпросник по трите теми, които предстоеше да бъдат предмет на презентации и обсъждане в рамките на конференцията.

Конференцията "Съдилища и комуникация", която се провежда за шеста поредна година в Будапеща, Унгария, се организира от Унгарската академия на правосъдието. В нея взеха участие повече от 100 участници от 16 държави, измежду които имаше представители не само на държави-членки на ЕС, но и на държави нечленки- в това число- представители на Сърбия и Черна гора. Бяха представени и дискутирани темите за „Съдебен бранд“, „Онлайн съдилища“ и „Удовлетвореност на клиента“. Представените теми показаха един нов подход в структурирането на комуникацията и оформянето на имиджа на системата. Обсъдиха се предизвикателствата, които трябва да се посрещнат, за да се адаптира информацията и изграждането на образа на съда към съвременните тенденции и промени, свързани с все по – активното навлизане на дигитализацията в ежедневието. Част от темите бяха разгледани през призмата на маркетинга и се предложиха нови подходи при представянето на образа на съда сред обществото, с което да се повиши доверието на гражданите в него.

През първия ден на събитието - 11 октомври 2018 година, след официалното откриване на Конференцията от Директора на Унгарската академия на правосъдието Tunde Handó, последва представяне на всяка една от темите от различни лектори. Вторият ден бе организиран под формата на три работни групи, в които бяха обсъждани трите теми, представени от първия ден, през призмата на вече изнесените лекции и доразвити от водещите на отделните панели, след което участниците дискутираха помежду си по всяка една от тях.

Съдебен бранд

Презентациите в този панел започнаха с представяне на лекцията на Daniel Barcza, заместник –ректор на Университета по изкуство и дизайн в Будапеща. Същият сподели, че преди да започне да работи по темата за бранд на съда, всъщност е имал дълъг и несполучлив опит от досега си със системата. Разказа за личното си преживяване и продължилият три години процес, който бил образуван по сигнал на съпругата му, от който накрая получили дълго и трудно разбираемо решение. Това го провокирало да се замисли- това ли е съдът и как може да бъде променено възприятието на хората за него. Тъй като работи с млади и креативни хора в университета, решил да организира екип, в който включил дизайнери, които да работят върху бранда на съда. Идеята е да се види, какво искат хората от системата, а то е основано на принципа на бързина на процеса, прозрачност на същия и максимално спестяване на време, средства, енергия и усилия на страните, до достигане на крайния резултат или срочно, бързо, предсказуемо, прозрачно правосъдие, стоящо близко до отделния гражданин. Центърът на концепцията за съдебен бранд следва да е човешкият фактор, който от една страна е правораздаващият, а от друга получаващият услуга от съда и да се търси баланс между двете. Въпросът, пред който системата е изправена е какво искат хората, като на отговора му следва да се

базира изграждането на имиджа на съда – бранд. Открил допирни точки между работа на дизайнерите и тази на съдебната система и в частност бранда на същата, тъй като и в двете дейности водещ е човешкият фактор, и спрямо него системите се нагласят и функционират. Лекторът изрази становище, че следва да се анализира кои са потребителите на услугата, което на практика е сложен процес и включва в себе си не само хора от системата, но най - вече такива извън нея, повечето, от които нямат юридически познания и за които езикът на системата следва да е достатъчно авторитетен, но не и неразбираем, за да достигнат съответните послания до тях. Системата в този смисъл следва многопластово и комплексно да изгради своя бранд, който да е запомнящ се, обобщаващ и с индивидуална визия, различна от всички останали системи, като строежът следва да започне отвътре навън, тоест от съдебните единици, изграждащи системата до членовете на обществото, към които същата е насочена. Освен чисто физическите елементи, материални такива на системата, следва да се заложи към бранда и на нематериалните такива, а именно - независимост, прозрачност, справедливост, предвидимост, интегритет, честност, доверие, авторитет, съзнание, достойнство.

Вторият лектор в този панел беше Michael Korhonen, Communication Manager European Judicial Training Network, Belgium. Същият представи на нашето внимание презентация, в която илюстрира начина, по който се реализират обученията на международно ниво на магистратите от различните европейски държави и как това допринася за развитието на полезни връзки между същите, обмяна на опит, създаването и впоследствие реализирането на иновативни идеи. Обясни ни историята на създаването на организацията EJTN, както и начина на функциониране на същата и утвърдените ѝ практики. Изтъкна, че организацията е създадена през 2000 година, като поддържа интереса от обучения на над 120 000 съдии, прокурори и съдебни служители. Описа, че посредством международните обучения, които организацията развива, се дава възможност не само за обмяна на опит, но и на поддържане на тесни връзки между магистрати от цялото европейско магистратско семейство, унифициране на правните системи на различните европейски държави и познаване на правото на ЕС. Акцент бе поставен и върху предизвикателството за изграждането на определен бранд на системата, като описа, че това е един дълъг и сложен процес. Обсъди се и концепцията за изграждане на медийната стратегия на всяка една държава, като се подчерта, че много внимателно в тази насока следва да се определят целевите групи. В слайдовете на презентацията бяха изведени изводи за предизвикателствата, които стоят пред системата в дигиталната ера.

Вторият ден в работната група за съдебния бранд, водещият Gyorgy Toth, Communications Strategist/PR Consultant представи накратко, какво следва да се разбира под понятието бранд. Първото и основно е, че това не е лого на системата. Това е комплекс от материални и нематериални елементи, които изграждат в съзнанието на хората представата за даден продукт. Основното, от което следва да се изхожда е, че не трябва да оставяме друг да разказва историята за нас, която ние искаме да разкажем, тъй като другият може да не е

позитивно настроен към нас. В този смисъл, ако една организация не се определи, то друг ще го направи, като остава рискът този образ да е негативен. За да се структурират правилни послания следва да сме наясно с информацията за нас, да създаваме респект и вяра, да сме лоялни и да сме част от общността. Основната цел на брандирането в публичния сектор е определянето на относимите за нас елементи и стратегическа оценка на влиянието на системата върху основните участници в процеса. Експертът представи изследване проведено в държавите членки за доверието на гражданите в институциите и отбеляза установената от него зависимост между високото доверие в Парламента на дадена държава и високото доверие в съда.

След въвеждане в основните принципи на маркетинга за позиционирането на фирмите на пазара, участниците бяха разделени на три групи и всяка следваше да определи материалните и нематериалните елементи, които характеризират съда, и които влияят върху представите на хората и оформят съзнанието им за системата. След обобщаване на резултатите от дискусиите в мини групите се съгласихме, че нематериалните елементи, характеризиращи съда са – достъпно правосъдие, справедлив и прозрачен процес, доверие в съд и авторитет, високоморално поведение на всеки един магистрат, а материалните са свързани с външния облик на съдията и включването му обществени каузи, съдебната сграда и достъпността до нея, както и тогата, като елемент от външния вид на съда и символ и на тържествеността на самата институция. Участниците са обединихме около идеята, че за да се определят тези елементи следва да се проведе дискусия на национално ниво, тъй като всяка от системите има свои особености и всяка трябва да дефинира как иска да бъде възприемана и какъв имидж иска да изгради, съответно, в каква насока да се работи за подобряването му. Този процес е дълъг и в крайна сметка освен общите черти на образно казано брандирането, включва и специфичните елементи на всяка една микроправна система на всяка една отделна държава, определена и от социо-самобитния и културно-исторически облик на съответната държава. Така своеобразието постулат на ЕС- „Обединени в различността“ /"United in the diversity"/ придобива своя специфичен образ на фона на темата за изграждането на бранда за всяка една държава.

Онлайн съд

В този панел бяха представени две лекции на Mr. William Valasidis - Директор на Департамент „Коминикации“ в Съда на ЕС в Люксембург и на Laura Dedesi, Head of Department for Communication National Office for Justice и Gabor Remes, съдия в Административния и трудов съд – Будапеща.

Господин William Valasidis сподели, че от неговия опит е достигнал до извода, че максимата „Съдът говори чрез решенията си“, не съответства на съвременните обществени условия и следва да бъде преодоляна. За целта е необходимо разработването на атрактивна комуникационна стратегия за разясняване на съдебните актове и съдебни процедури сред широката

общественост, чрез използване на всички съвременни технологии - електронна кореспонденция, SMS известяване, социални мрежи, публикации в медиите, брошури и материали на хартиен носител за правата и задълженията на страните в процеса, видео клипове, популяризиращи съдебните процедури и пр. Представен бе един от каналите на Съда на ЕС в „You tube“, в който се публикуват кратки филми, илюстриращи работата на институцията по достъпен за широката общественост начин. Вложеният замисъл е да се използва все по-разпространената тенденция за информиране чрез социалните медии, за да се популяризира работата на съда и същевременно да се даде възможност на гражданите да проявят активност чрез задаване на въпроси, публикуване на мнения и коментари. Препоръча създаване на профили на съдилищата в социални мрежи като „Twitter“ например, с какъвто разполага Съдът на ЕС, като подчерта, че платформата „Facebook“, се счита за по-неформална и недостатъчно институционална. Същият сподели опита си от разработването на сайта на съда на много езици, общо 24 на брой, официални езици на ЕС, тъй като всеки гражданин на ЕС следва да има достъп до търсената от него информация на собствения си език. Сподели, че към момента се прави оценка на сайта на съда и се дискутира неговото разработване в по - атрактивен вид, тъй като е средство да се покаже бранда на съда, такъв какъвто следва да бъде възприеман. Сайтът на съда ще бъде съобразен с различните групи потребители, които ще го използват и съответната информация, която би била важна за всяка от тях - например за съдии, информацията ще бъде подредена по начин, по който да намират бързо съдебна практика, за студенти например ще бъде представена повече информация за работата на съда и т.н. Предварителното определяне на групите потребители на сайта дава възможност за правилното му структуриране и класифициране на информацията в зависимост от техните потребности, като на преден план изтъкна, че водещ принцип е мултилингвистичното му съдържание. Сподели, че последната иновация в работата на неговата служба е създаването на кратки репортажи от работата на съда, които могат да бъдат директно поискани от телевизиите, за да бъдат излъчени, макар че това е довело до конфликт с журналистите. Също така сподели и за създадената онлайн платформа, в която са представени процедурите на съда, както и разработването на приложение за смарт телефони. След конференция за годишнината на съда са създали единна интернет платформа за всички Върховни съдилища на държавите членки на ЕС, в която да се публикуват актове на националните съдилища, свързани с приложението на европейското право, както и информация за висящи процедури по преюдициални запитвания пред Съда на ЕС. Сподели, че в бъдеще се предвижда създаване на мрежа на пресаташета от различните страни, за да се обмени опит и да се поставят на дискусия добри практики в тяхната работа. Посочи и че имат цял департамент от преводачи, които се занимават с оформянето на актовете на различните езици на ЕС.

В презентацията на Laura Dedesi, Head of Department for Communication National Office for Justice и Gabor Remes, съдия в Административния и трудов съд – Будапеща, беше представена темата за предизвикателствата, които седят

пред съда в комуникацията му с аудиторията в дигиталната ера и благоприятните възможности, от които може да се възползваме. Беше направен преглед на основните комуникационни канали, след дигиталната революция, които се ползват от съвременното общество, а именно печатни медии, телевизия и интернет. Представени бяха различните канали, които най-често се използват за получаване и обмен на информация в интернет пространството, а именно твитър, фейсбук, интернет браузърите, електронните пощи, снапчат, инстаграм и други. С оглед дефиниране на различните възможности за използване на новите технологии в дигиталната ера при комуникиране на съда с аудиторията, беше представено изследване на трите типа поколение в зависимост от времето, което прекарват в мрежата, начина на използването на информацията, образователното им равнище и др.. На практика изследването откроява три групи поколения, в зависимост от начина на ползване на информацията в мрежата, а именно: 1. поколението X – това са хората родени в периода от 1965 г. – 1979 г., предпочитат фейсбук и ползват мрежата за получаване на информация около 2 ч. и 36 мин. на ден, като хората от това поколение оценяват гъвкавите работни ангажименти, имат виждане за голямата картина и схващат перспективата, скептици са, независим са, разчитат на себе си, имат технически познания и умения; 2. поколението Y – това са хората родени между 1980 г. – 1996 г., предпочитат фейсбук и инстаграм, ползват мрежата за получаване на информация около 2 часа и 52 мин. на ден, като те ценят повече преживяното отколкото материалното, иновативни са и обичат промяната, работят умно, а не трудно, движат се от социални каузи, изпълняват множество задачи едновременно, имат технически познания и умения; поколението Z – това са родените между 1997 г. – 2015 г., предпочитат you tube и snap chat, ползват мрежата за получаване на информация около 3 ч. и 38 мин. на ден, те са много по – толерантни към другите, предприемачески настроени са, технологично са зависими, скептични и невярващи, етнически са разнородни и се мотивират от социални каузи. Въпросът и предизвикателството, което стои пред комуникирането с различните типове поколения е какво има значение за тях, а именно: поколението X се интересува от видимите резултати и качеството на услугата; поколението Y предпочитат продуктите и услугите да са преживяване и бранда да е обвързан със социална кауза; поколението Z предпочита да се приема мултикултурализма и да се ползват дигитални видеа в представянето на продуктите. В зависимост от това следва да се разработят начините за комуникиране с различните групи в зависимост от поколението, което на практика е следващото голямо предизвикателство пред съд. Това е така, защото се противопоставят двете концепциите информацията да бъде интересна или да бъде полезна. Освен това информацията, която предоставяме за съда в онлайн пространството оформя представата на хората за нас и от това зависи как ще бъдем възприемани. За да достигнем до най – младото поколение, което на практика се оказва коренно различно от предходните две и много по-зависимо от ползването на мрежата в ежедневието, трябва да отговорим на неговите потребности и това трябва да се случи, като навлезем адекватно в социалните медии и адекватно се позиционираме в мрежата. В тази връзка препоръчват на

първо време да се поднови онлайн интерфейса на съда, който следва да отговаря на няколко изисквания, а именно: да показва видими резултат, да е ценен и стойностен, достъпен, желан, достоверен, да се намира лесно, да се използва лесно и да е полезен. Лекторите споделиха опита си във все по-засилващата се визуализация на съдържането, което следва да се представя за съда, в който контекст бяха представени и видео клипове, под формата на кратки анимационни филми, от които всеки потребител може да научи, какво се прави в съда, различното положение на страните и съответните задължения на всеки в съдебната зала и др. Тази презентация представи един нов и креативен подход, използващ маркетинга, в осмислянето и структурирането на информацията, която искаме да представим за съда и с която да отговорим на предизвикателствата на дигиталната ера.

Вторият ден в проведената работна група по темата, участниците обменихме опит и идеи в тази насока. На първо място, най-използваната форма за разпространение на информация във всички представени държави са онлайн платформите на съда или интернет страниците им. Установи се, че разликите идват от това, колко често потребителите черпят информация от тях. Повечето представени държави, в това число и представителите на съда на ЕС в Люксембург, споделиха, че се работи върху по-ясен и опростен интерфейс на тези платформи, което да прави боравенето с тях лесно, бързо и удобно за потребителите. Безспорно най-големи достижения в тази насока отбелязва съдът в Люксембург, където разполагат и с лицензирани преводачи и информацията, която освен внимателно селектирана, се представя на аудиторията на 24-те официални езика на ЕС. Обсъди се възможността за използване на комуникационните канали на Twitter и Facebook за предаване на информация от съд. По този въпрос интерес предизвика споделения опит от представителката на Украйна Kateryna Shyroka, граждански съдия, която разказа, че освен сайта на съда, се използва и Facebook, където съдиите споделят правни становища по различни правни теми, не само на създадените в платформата страници на съдилищата, но и в личните си профили. Според същата не е основание за отвод изразено становище по даден правен въпрос, тъй като идеята на тази платформа, е да символизира прозрачността на системата, и факта, че съдиите също като всеки друг гражданин имат позиции по социални и правни въпроси, и това не води до предубеденост. Голяма част от участниците определихме тази концепция като твърде либерална и неприемлива. Участниците се обединихме около виждането, че следва да се спазват утвърдените и кодифицирани правила на поведение на магистратите в отделните страни, като публичният имидж на съдията следва основно да се сведе до институционален начини на общуване с аудиторията, а именно представяне на резюме от постановените съдебни актове да се публикуват в съответните онлайн платформи, а при необходимост да се изнасят кратки прессъобщения, предварително одобрени като текст от съдията в медиите, като по този начин се поддържа връзката със системата при условията на прозрачност, но се пази и неприкосновеността на съдията в частност, тъй като

„съдията говори чрез актовете си“. По време на работната среща бяха прожектирани кратки филмчета, посветени на онлайн правосъдието. Обърна се внимание и на инициативата, застъпена и при бранда, а именно ден на отворените врати в съдилищата, доверие и вяра в системата, като ние споделихме нашия опит по темата и инициативите, които предприемаме в тази насока.

Удовлетвореност на клиентите

В този панел бяха представени две презентации на Kaisa Teivaanmaki, съдия в Окръжен съд Каину, Финландия и Natasa Fulop- съдия в Националната служба по правосъдие и Maria Simon главен съветник в Националната служба по правосъдие.

Съдия Kaisa Teivaanmaki представи северно финландският проект, въз основа на който е създаден модел за оценка на качеството на Апелативен съд Рованиеми. Същата направи преглед на структурата на съдебната им система, която обхваща Върховен съд, 5 апелативни и 27 окръжни съдилища. Апелативен съд Рованиеми е с най – голям териториален обхват. В началото, през 1999 г. стартира проект за оценка на местно ниво, като през 2003 – 2006 г. са изработени критерии за качество. Въз основа на този регионален проект се изработва модел на Апелативен съд- Рованиеми за система за оценка на качеството. Моделът, е средство за оценка на качеството на дейността на съда в Рованиеми и съдебните му актове. Същият предоставя информация на Апелативния съд как да развива работното място в общността и във вътрешен план, как да се подобри работата в организацията на съда. Системата допринася за обучението на човешките ресурси на съда и открояване на проблемите в дейността му. Моделът се основава на Рамката на общата оценка. Въвеждането му става по инициатива на самия съд и работи в порядъка на 3 годишен цикъл, който включва през първата година – самооценка, през втората година – външна оценка от групите на клиентите и стейкхолдърите и през третата година – експертна оценка. Изследването се допълва от наличната статистическа информация и информация от предишни изследвания. Групата на клиентите обхваща страните, които са участвали в процес, а стейкхолдърите са групата обхващаща властите и частния сектор, чиято работа е в директен контакт със съда, като в тази група се включват и върховни съдии, председатели на съдилища, адвокати, прокурори и други правни съветници. Основната му цел е да се разпознае важността на отваряне на диалога извън съда в контекста на проекта за оценка качеството на работа, като това се явява много важно условие за удовлетворяване на двете групи потребители – клиенти и стейкхолдъри. Основният използван метод в представения модел е уеб изследване, при което се попълва въпросник от двете групи за външна оценка. Въпросникът съдържа 10 въпроса за услугите, които получават клиентите, тяхната задоволеност и техните дейности, ориентирани към съда, а 24 въпроса се отнасят до съда, комуникацията, сътрудничеството със стейкхолдърите, дейностите ориентирани към хората и резултатите от

представянето на съда. През 2018 година се е увеличил броят на включилите се в изследването от групата на стейкхолдърите. В подготовката на изследването са били включени правни съветници, което е допринесло за по - голямо покритие на различни целеви групи, като така на практика са обхванати повече участници. Вследствие на изследването работната група по качеството при Апелативния съд, анализира резултатите и прави наблюдение на изпълнение на набелязаните препоръки в т. нар. първичен план, който съдържа мерки за подобряване на работата на съда, които трябва да са практически изпълними. Представеният модел за оценка на качеството, е във втория си тригодишен цикъл и през 2018 г. – 2019 г. се очаква да бъде изготвен обобщаващ доклад на резултатите, тъй като е необходим по – дълъг период за събиране на данни, за да се открият установените системни проблеми, както и да се представят извършените промени въз основа на изследването и да се планират дейности, които да бъдат извършени за подобряване на удовлетвореността на клиента.

Във втората презентация, акцентът беше поставен върху начина, по който се очаква да се възприема съдията, като олицетворение на системата и принципите, на които следва да е изградена системата, за да е удовлетворен потребителят. В този смисъл на първо място, се акцентира върху моралните и материални аспекти, олицетворяващи съдията, като събирателно понятие, на човека, лице на системата, като първите слайдове от презентацията и първите дискуссионни въпроси, бяха поставени като акцент върху визията на съдията-достолепна личност, всяваща респект от пръв поглед, облечена тържествено в тога и представена в съдебна зала на централно място, тоест в работна среда. В този смисъл, съдията като личност следва да е още при първия досег на потребителя да е символ на авторитет и достолепие, но в никакъв случай лицемерие и/или помпозност. Фигурата на съдията следва да е „чиста“, тоест за страните да е ясно, че това е авторитетът, равно отдалечен от всяка една от тях, който е призван да реши конкретния спор. На тази формула следва да отговаря всеки един представител на системата, тоест системата да е унифицирана и срещата с нея за отделния потребител да не носи след себе си негативни изживявания. Като общо правило, относимо към моралните аспекти на системата, се изведе, че същата, при все нейната специфика, на терминология и софистицизъм, все пак следва да поднася на потребителите актове, разбираеми за тях, тоест на език, които аудиторията да разбере. Системата трябва да бъде и информативна, което от своя страна ще рече, обърната с лице към ползвателите на нейните услуги. Така всеки един гражданин влизащ в съдебна зала или като общо в сградата на съда, следва да се среща с учтиви и добре облечени служители, които по разбираем за него начин му помогнат да извърши услугата, която желае. Препоръча се да се създадат и унифицирани бланки за еднотипни услуги, които регулярно се осъществяват от граждани чрез или в съда, като по този начин, се спести време, усилия и средства на гражданите. Целта е да се достигне като краен резултат до едни по-срочни и предсказуеми резултати. В своята съвкупност тези елементи, насложени един към друг, от учтиво и бързо обслужване, до срочност на съдебните процеси и яснота на същите, следва да

доведат до един комплексно позитивен резултат, а именно увеличаване на доверието в съдебната система, обърната с лице към нейните граждани. Почтеността на отделния служител, гради като цяло почтения имидж на цялата система, като комплекс от човешки субстрат и властов авторитет. За утвърждаването на този позитивен образ на системата в очите на клиентите и завишаване на тяхната удовлетвореност от същата, важна част заема в съвременната дигитална ера, изграждането на онлайн съдилища. Колкото по-силно интерактивна е системата и колкото повече възможни услуги предлага онлайн, то толкова по-атраaktivна би ставала за потребителите. По този начин, същите биха спестили време, средства и енергия, като вместо да се налага да отиват лично до съответното съдилище, за да извършват справки или да подават дадени документи, да се осведомяват за движението на дадено дело, то това те биха могли да сторят от своите домове или офиси, чрез интернет, влизайки на сайта на конкретния съд и намирайки интересуващата ги информация или извършвайки онлайн съответната услуга. Така удовлетвореността на отделния потребител и на всички потребители като цяло неминуемо ще се завиши. Размяната на електронни книжа между съд и потребител е още един аспект на онлайн правосъдието. Беше изтъкнато, че следва да се осигури възможността при възникване на въпроси у гражданите, същите да могат да ги изпратят онлайн и същевременно да получат по същия път бърз и адекватен отговор. Удовлетвореността на потребителите би се завишила и ако същите са наясно с правата и задълженията си, свързани с процеса пред съд, с начина, по който същите следва да се държат в съд, с начина, по който протича един съдебен процес. В този смисъл, на нашето внимание бяха представени мини филмчета в тази насока, насочени към потребителите, и качени на различни онлайн платформи, за да може отделният представител на обществото да има очакване и познание, какво представлява образно казано съдът в действие или съдебният процес, така на същия би се спестил и първоначалният стрес при досег със системата. Тези информационни видеа, биха могли да бъдат допълнени и с различни информационни бюлетени, или флаери, достъпни и раздавани на гражданите при встъпването им в сградата на съда, или пък изпращани до съответни учебни заведения. Тук не следва да се изключва като елемент на имиджа на системата и начина, по който изглеждат самите съдебни сгради, те както подчертаха и други лектори в изложенията си, следва да бъдат уважителни, с поставени авторитетни надписи, с добре поддържана архитектура, с добър интериор и екстериор, така че още при пръв досег гражданинът да е със съзнанието, че общува с една авторитетна система и това да повишава дори и първоначално само на подсъзнателно ниво, удовлетвореността му от нея. Следва да се посочи, че в Унгария е разработена така наречената „Харта на клиента“, с която се измерва нивото на удовлетвореност на потребителите от системата. Същата се състои от набор от различни въпроси, свързани със системата, на които лицето отговаря и при анализиране впоследствие на резултатите и извеждане на съответните изводи, което се прави след сформиране на нарочна комисия за това. На основата на

резултатите от проучването се разработва стратегия за вземане на решения по констатирани пропуски и подобряване на функционирането на системата.

Вторият ден в работната група по темата за удовлетвореността на клиентите имаме удоволствието да бъдем запознати от Zoltan Guba, Political Adviser, Cabinet of the minister of State for Public Administration, Prime Minister's Office с проекта за електронно правителство на Унгария, който работи от няколко години, както и обслужването от гражданите на едно гише. Същият сподели опита си от проекта и как с течение на времето се е увеличил процентът на граждани, които ползват онлайн административни услуги.

След презентацията, бяха дискутиран въпросите поставени предварително във вече изпратения ни въпросник по тази тема. От обменения опит се установи, че в повечето държави, представени на Конференцията този тип проучване на удовлетвореността на потребителите, чрез създаване на Харта на клиента, не бе разработен и застъпен, като както голяма част от участниците, така и ние, като представители на нашата страна, изложихме, че при измерване на удовлетвореността на клиентите, използваме основно социологическите проучвания, попълване на анкети по конкретни теми, отчитане на резултатите от същите, разработване на съответни стратегии, в това число и медийна такава, за повишаване в крайна сметка на доверието на отделния гражданин в системата и с това на завишаване на нивото на удовлетвореност на членовете на обществото от нея. Също така повечето участници споделиха, че нямат разработена Харта на клиента. Ние споделихме, че нашите Етични правила на магистратите и съдебната администрация, на практика имат същата функция и не е нужно създаването на отделни правила, като същите са вече насложили се като модел на поведение след магистратите и са достатъчно добре и концептуално застъпени, за да дават ясна представа по какъв начин следва да се държи отделната магистратска личност, така че да поддържа и наслагва в позитивна страна имиджа на системата като цяло.

Конференцията бе изключително полезна за нас, като благодарим на Съдийската колегия на ВСС, за предоставената ни възможност да вземем участие в същата, от която получихме познания по тези иновативни теми от лекторите и обменихме опит с представителите на другите държави. Надяваме се почерпеният опит по посочените теми да може бъде приложен и в нашата съдебна система, адаптиран към спецификата на същата и нейната своеобразна национална индивидуалност.

Приложения:

1. Въпросник на английски език;
2. Програма на конференцията;
3. Материали на електронен носител.

25.10.2018 г.
гр. Габрово и
гр. Бургас

С уважение:

(*Оливера Миланези*)

(*Камелия Пенкова*)