**З А П О В Е Д**

**№ РД -04-7769**

**гр. София, 19.04.2022 г.**

На основание чл. 3, ал. 3, т. 1 и ал. 4 от Устройствения правилник на Областните дирекции „Земеделие“ и във връзка с чл. 24 и чл. 25 от Наредбата за административното обслужване

**Н А Р Е Ж Д А М:**

1. Утвърждавам Методология за измерване и управление на удовлетвореността на потребителите на административни услуги предоставяни от Областна дирекция „Земеделие“ – София-град;
2. Възлагам на Главния секретар на Областна дирекция „Земеделие“ – София-град да отрази направените промени съгласно Наредбата за административното обслужване (НАО) във Вътрешни правила за организация на административното обслужване на Дирекцията и да ги утвърди съгласно чл. 1, ал. 2 от НАО.

Заповедта да се доведе до знанието на всички служители на Областна дирекция „Земеделие“ – София-град, за сведение и изпълнение.

Методологията за измерване и управление на удовлетвореността на потребителите на ОД „Земеделие“ – София-град да се публикува на интернет страницата на Дирекцията.

Контрол по изпълнение на заповедта ще упражнявам лично

**ИНЖ. ЯНКО ЯНКОВ /П/**

Директор на Областна дирекция „Земеделие“ – София-град

**УТВЪРДИЛ: /П/**

**Инж. Янко Янков**

**Директор на Областна дирекция „Земеделие“ – София-град**

**М Е Т О Д О Л О Г И Я**

**ЗА ИЗМЕРВАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА УДОВЛЕТВОРЕНОСТТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ НА АДМИНИСТРАТИВНИ УСЛУГИ ПРЕДОСТАВЯНИ ОТ ОБЛАСТНА ДИРЕКЦИЯ „ЗЕМЕДЕЛИЕ“ – СОФИЯ-ГРАД**



**София, 2022 година**

1. **ВЪВЕДЕНИЕ**

Методологията представя описание на методите за обратна връзка, чрез които Областна дирекция „Земеделие“ – София-град и Общинските служби по земеделие към нея събират информация от потребителите за тяхната удовлетвореност при осъществяването на административното обслужване, начините и изискванията към прилагането на методите за обратна връзка и изискванията към изготвяне на годишен доклад за удовлетвореността на потребителите.

1. **МЕТОДИ ЗА ОБРАТНА ВРЪЗКА ОТ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ**

Регламентираните методи за обратна връзка в чл. 24 от Наредбата за административното обслужване (НАО) са:

1. Извършване на анкетни проучвания;
2. Провеждане на консултации със служителите;
3. Извършване на наблюдения по метода „таен клиент“;
4. Анализ на сигнали, предложения, жалби и похвали;
5. Анализ на медийни публикации;
6. Провеждане на консултации със заинтересовани страни в рамките на консултативни органи;
7. Описание на пътя на потребителя;
8. Провеждане на социологически проучвания;
9. Осигуряване на постоянна телефонна линия за връзка с потребителите в работно време чрез „горещ телефон“;
10. Осигуряване на приемно време за граждани и организации;
11. Анализ на вторична информация.

Методите по т.1 до т. 5 включително са задължителни за прилагане.

Разграничават се два основни подхода при търсене на обратна връзка от потребителите, а именно:

* Подход на непрекъснато оценяване – при него се търси обратна връзка от индивидуални потребители в процеса на обслужването – по време на предоставяне на услугата, или непосредствено след това. Този подход е част от стандартната дейност на Областна дирекция „Земеделие“ – София-град и при него не се правят отделни кампании, насочени към търсене на обратна връзка;
* Подход на периодично оценяване – при него се търси обратна връзка от потребителите през определени интервали от време, след предоставяне на услугата.

Използваните методи могат да се обособят в различни категории и в зависимост от това, откъде тръгва инициативата за търсене на обратна връзка.

#### **Обратна връзка, получена по инициатива на Областна дирекция „Земеделие“ – София-град за изследване на различни елементи на удовлетвореност**

* **Обратна връзка, получена по инициатива на потребителите**
* Обратна връзка, получена от източници, различни от служителите и потребителите;
* Анализ на медийни публикации

Мониторингът се осъществява на извадков принцип за определен период от време, като има за цел да обхване всички или голяма част от публикациите и материалите по темата. След определяне на темата и контекста за проследяване на медийното отражение се извършва анализ на съдържанието по темата.

* Извършване на анкетни проучвания

Анкетните проучвания са най-масово използваният и популярен метод за получаване на обратна връзка и за измерване на удовлетвореността на потребителите във всички сфери на обществения живот, включително по отношение на административното обслужване. Те се провеждат чрез попълване на анонимни анкетни карти, съгласно Приложение № 1. Бланки на анкетни карти са достъпни в Центъра за административно обслужване (ЦАО), както и на електронната страница на ОД „Земеделие“ – София-град. Попълнената анкетна карта, може да бъде предадена на гишетата за обслужване или да бъде пусната в специално поставена за целта кутия. Периодичността на отваряне на кутията и преглед на пуснатите анкети е до три месеца.

* Консултации със служителите

При този метод се използват основно възприятията и впечатленията на служителите, които контактуват ежедневно с потребителите в хода на осъществяване на административното обслужване (служителите в ЦАО), както и възприятията и впечатленията на служителите от специализираната администрация.

На всяко тримесечие със служителите в ЦАО се провеждат консултации и се дискутира и обсъжда идентифицираната неформална обратна връзка, дадена от потребителите.

* Извършване на наблюдения по метода „таен клиент“

Този метод се използва от страна на Министерство на земеделието, като висшестоящ орган, като се използва актуализираната методология за провеждане на наблюдение по метода „таен клиент“ на администрацията на Министерски съвет.

* Приемното време позволява потребителят да се срещне лично с директора на ОД „Земеделие“ – София-град или съответните началници на Общинските служби по земеделие, като изложи своите впечатления, изкаже своето мнение, да се оплаче, да сигнализира за нередности, да изрази своята похвала, да даде предложение или препоръка.
* Анализ на вторичната информация

Този метод предполага администрацията да използва вече събрана, дори и анализирана информация по друг повод или тема. За източник на информация могат да се използват и добрите практики, посочени в ежегодния доклад за състоянието на администрацията, приеман от Министерския съвет.

Примерни компоненти на анализ могат да бъдат:

* Описания на основните наблюдения в схемата;
* Преглед и анализ на основните наблюдения;
* Обособяване на наблюденията, които ще послужат в процеса на набиране на първична информация;
* Обобщение на наблюденията и извличане на изводи.

Периодичността на извършване на този метод е веднъж годишно.

* Анализ на предложения, жалби и сигнали

Анализът на конкретните постъпили източници за обратна връзка е в следните насоки:

* Брой и аспекти от административното обслужване, в които постъпват съответно сигнали, предложения, жалби и похвали;
* Каква е и в какви срокове е съответната предприета реакция и извършените действия от страна на администрацията;
* Довели ли са тези действия и по какъв начин до повишаване качеството на обслужване.

1. **Етапи при измерване и управление на удовлетвореността на потребителите**

Провеждането на проучванията по различните методи се извършва въз основа на конкретно планиране.

Определят се области на наблюдение:

* Време за обслужване;
* Организация на процеса на обслужване;
* Информация за услугата;
* Отношение на служителите;
* Компетентност на служителите;
* Достъпност на услугата по различни канали;
* Цялостна удовлетвореност от обслужването.

По отношение на всяка една от тези области, в зависимост от избрания метод се разработват конкретни въпроси, които да изследват нагласите, отношението и преживяванията на потребителите.

Анализът се фокусира върху елементите от проучването, които са отчетени с по-висока степен на значимост и при които има по-високи нива на неудовлетвореност на потребителите.

1. **Изисквания към изготвянето на годишен доклад за оценка на удовлетвореността на потребителите**

Структурата на съдържание на годишния доклад включва:

1. Увод.
2. Измерване на удовлетвореността на потребителите.

Описват се методите за обратна връзка, които администрацията е използвала, за да извърши оценка на удовлетвореността на потребителите. Представя се информация за приложените през годината методи за обратна връзка.

1. Управление на удовлетвореността на потребителите.

Описват се всички предприети през годината действия за подобряване на административното обслужване в резултат на обратната връзка от потребителите. Следва да се посочи по какъв начин са въведени подобренията – например чрез нормативни подобрения, издадени заповеди, дадени указания, изменени вътрешни правила, проведени обучения и др.

Резултатите, заключенията и препоръките трябва да се представят като възможност за подобрение. Препоръките трябва да са приложими и подкрепени от заключенията и да са формулирани недвусмислено. Осигуряването на списък с мерки за постигане на препоръчано подобрение може да увеличи възможността за неговото прилагане в действие.

Популяризирането на методите и резултатите от проучването се извършва чрез разпространение на информационни материали на интернет страницата на ОД „Земеделие“ – София-град, на място в ЦАО, както и по всякакъв друг подходящ начин.