

ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ НА КОЖНОМУ ЕТАПІ ГРОМАДСЬКОГО БЮДЖЕТУ



Рекомендації для малих міст та ОТГ по запровадженню громадського бюджету від ГО «Подільська агенція регіонального розвитку» підготовлено в рамках проекту «ЗМФІ-II», що втілюється ВГО «ІБСЕД» за підтримки американського народу, наданої через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID)

Рекомендації підготовленні на основі досвіду впровадження громадського бюджету в містах
Вільногірськ, Дніпро, Жовті Води та Тернопіль.

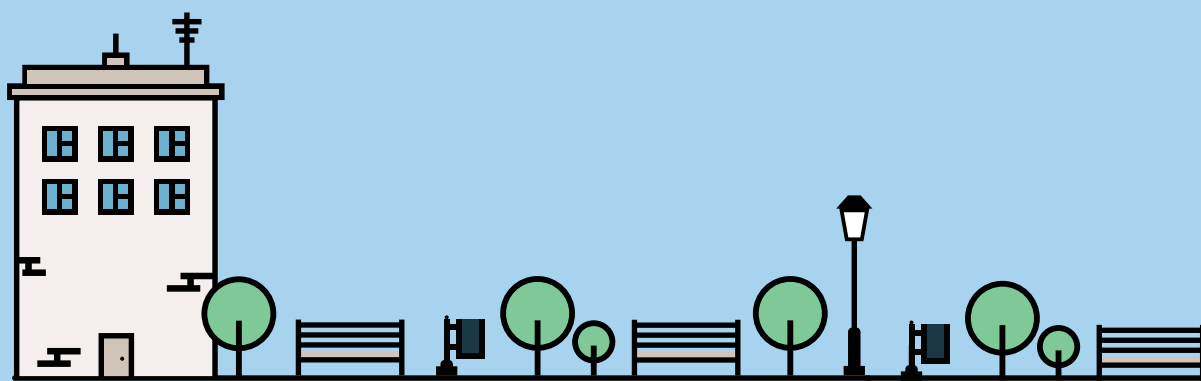
Автори розділів: Гвоздович Юлія, Ковшун Лілія, Стасюк Ірина та Токарський Андрій.

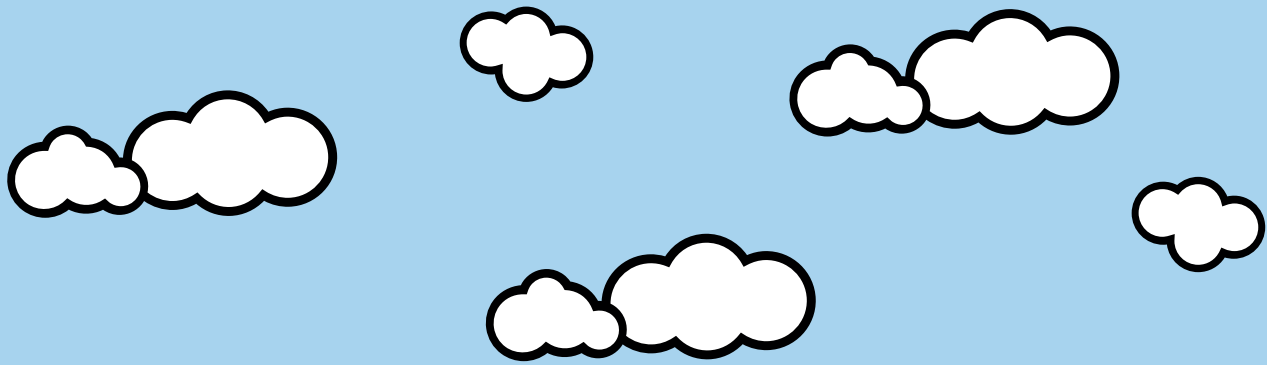
Зміст продукту є відповідальністю ГО «Подільська агенція регіонального розвитку» ГО «ПАРР») і не обов'язково збігається з поглядами USAID або уряду США.

Видання електронне, поширюється безкоштовно.

При використанні матеріалу просимо здійснювати посилання на оригінал.

© ПАРР, 2017



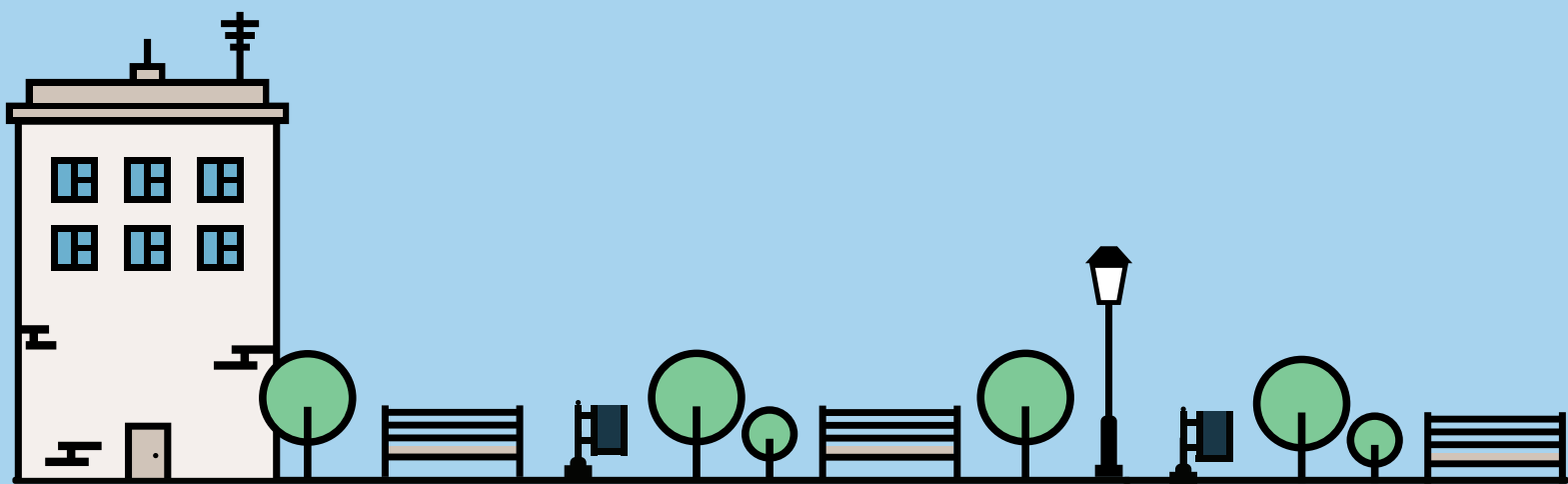


ЗМІСТ

Ефективна комунікація на кожному етапі в громадському бюджеті

ВСТУП

ЕТАП 1. Ініціювання громадського бюджету	6
ЕТАП 2. Розробка Положення про громадський бюджет.....	10
ЕТАП 3. Інформаційно-освітня кампанія.....	16
ЕТАП 4. Навчання авторів та подання проектів.....	23
ЕТАП 5. Перевірка проектів.....	28
ЕТАП 6. Голосування за проекти.....	32
ЕТАП 7. Визначення переможців.....	35
ЕТАП 8. Моніторинг реалізації проектів.....	39
ЕТАП 9. Оцінка успішності процесу громадського бюджету.....	43



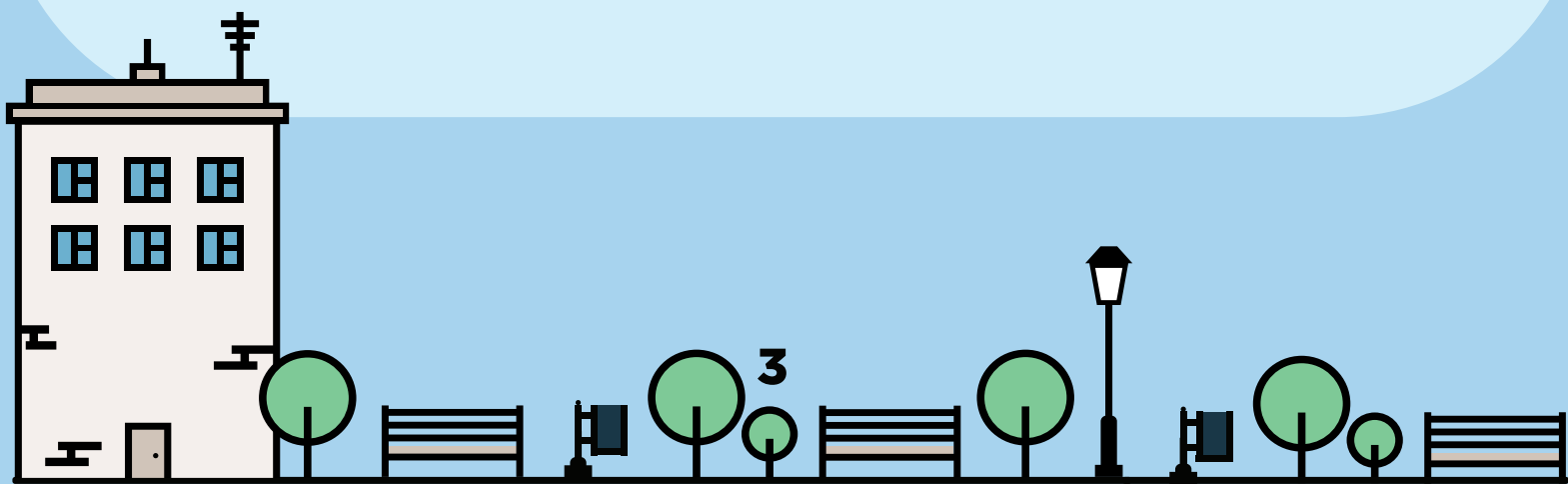
ВСТУП

Громадський бюджет (інші назви: бюджет участі, партисипаторний бюджет, учасницький бюджет) – це інструмент залучення громадян до прийняття рішень щодо витрат місцевого бюджету. Полягає він на тому, що громадяни міста або об'єднаної територіальної громади, самі створюють проекти та шляхом голосування визначають, які з них варто реалізовувати. До проектів висуваються три основні вимоги, які прописуються в правилах, т.зв. «Положенні про громадський бюджет», ініціативною групою на етапі запровадження процесу в місті:

- Проекти повинні бути втілені в просторі міста, причому це може бути як інфраструктурна забудова, так і захід для місцевих жителів;
- Вони повинні бути загальнодоступні;
- Кошторис проекту не повинен перевищувати бюджетних рамок, оприлюднених міською радою.

Міська рада уважно слідкує за перебігом процесу, дотриманням правил подачі, реклами та голосування за проекти, оскільки саме структурні підрозділи міської ради будуть відповідальні за реалізацію громадських проектів протягом одного календарного року, зазвичай наступного після голосування. Під час реалізації мешканців міста чекає найцікавіша роль: моніторинг та контроль за втіленням проектів у життя. Якщо на кожному етапі громадського бюджету усі учасники процесу виконали свої ролі відповідально та якісно, тоді громадський бюджет продовжується наступного року. Якщо ж надалі оцінка процесу в місті дозволяє говорити про позитивні зрушення в свідомості громадян, підвищення відповідальності мешканців міста та міської влади, а також зріст кооперації на противагу мовчазному незадоволенню, то бюджет участі може стати щорічним інструментом вирішення, на що ж підуть бюджетні кошти міста.

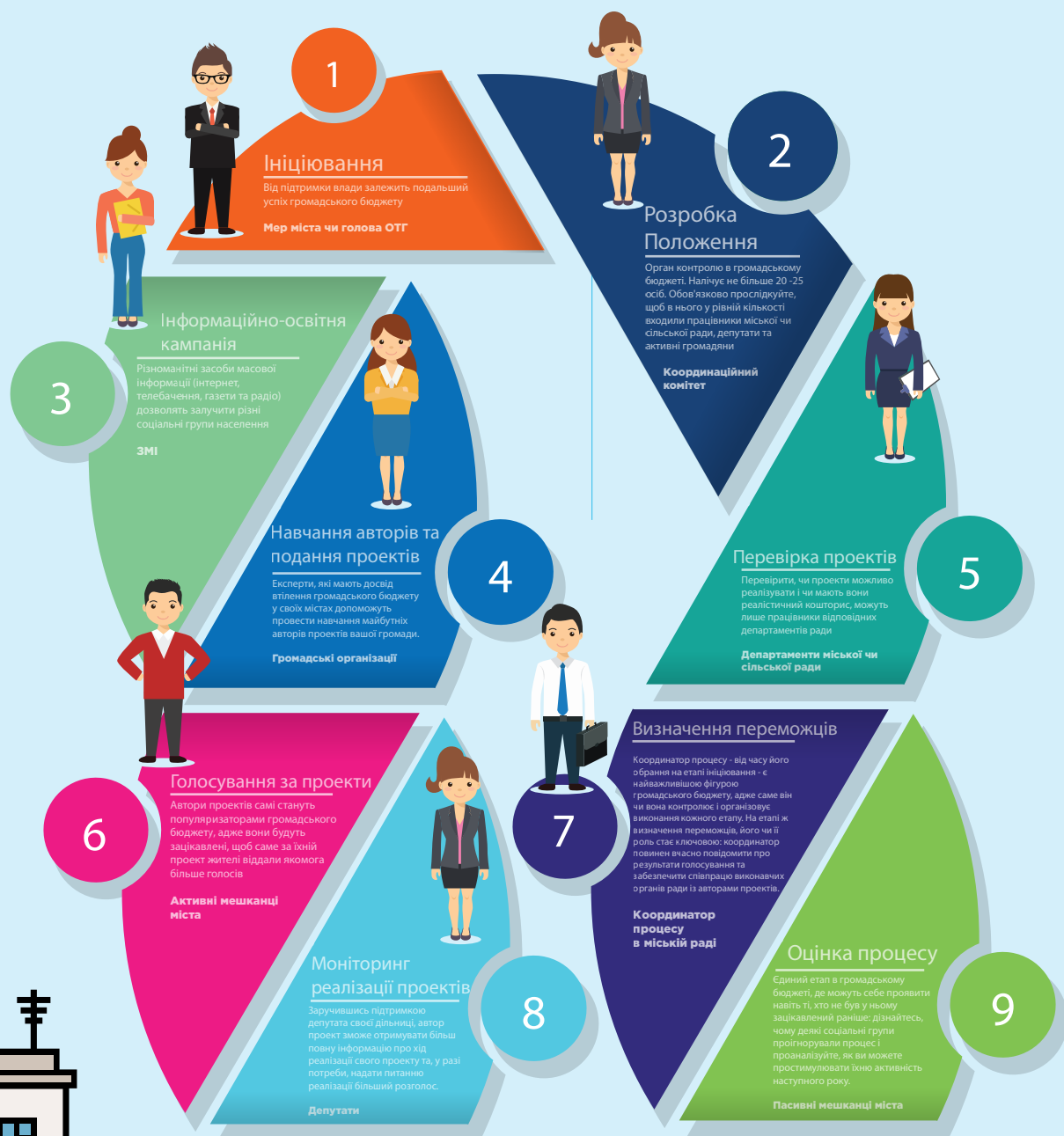
Звісно, коли ми говоримо про бюджет міста, то маємо на увазі не увесь його обсяг. Бюджет міста ділиться на дві частини: загальний фонд – обов'язкові витрати як-то на енергоносії, утримання комунальних закладів, медицину, освіту тощо, та бюджет розвитку, з якого виділяється 0,1% на проекти громадського бюджету. З часом, коли між громадянами та владою досягнуто відповідного рівня довіри, процент виділених на громадський бюджет коштів може збільшуватись.



ВСТУП

Протягом 2016 – 2017 рр., у рамках проекту «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи впровадження – II», що реалізується ВГО «Інститут бюджету та соціально-економічних досліджень» та партнерськими громадськими організаціями за фінансової підтримки USAID, бюджет участі втілюється в 48 українських містах та об'єднаних територіальних громадах.

Усі вони вибудовують процес за схожою системою етапів. На кожному з цих етапів є свої відповідальні учасники, – це ті люди, які повинні докласти найбільше зусиль.

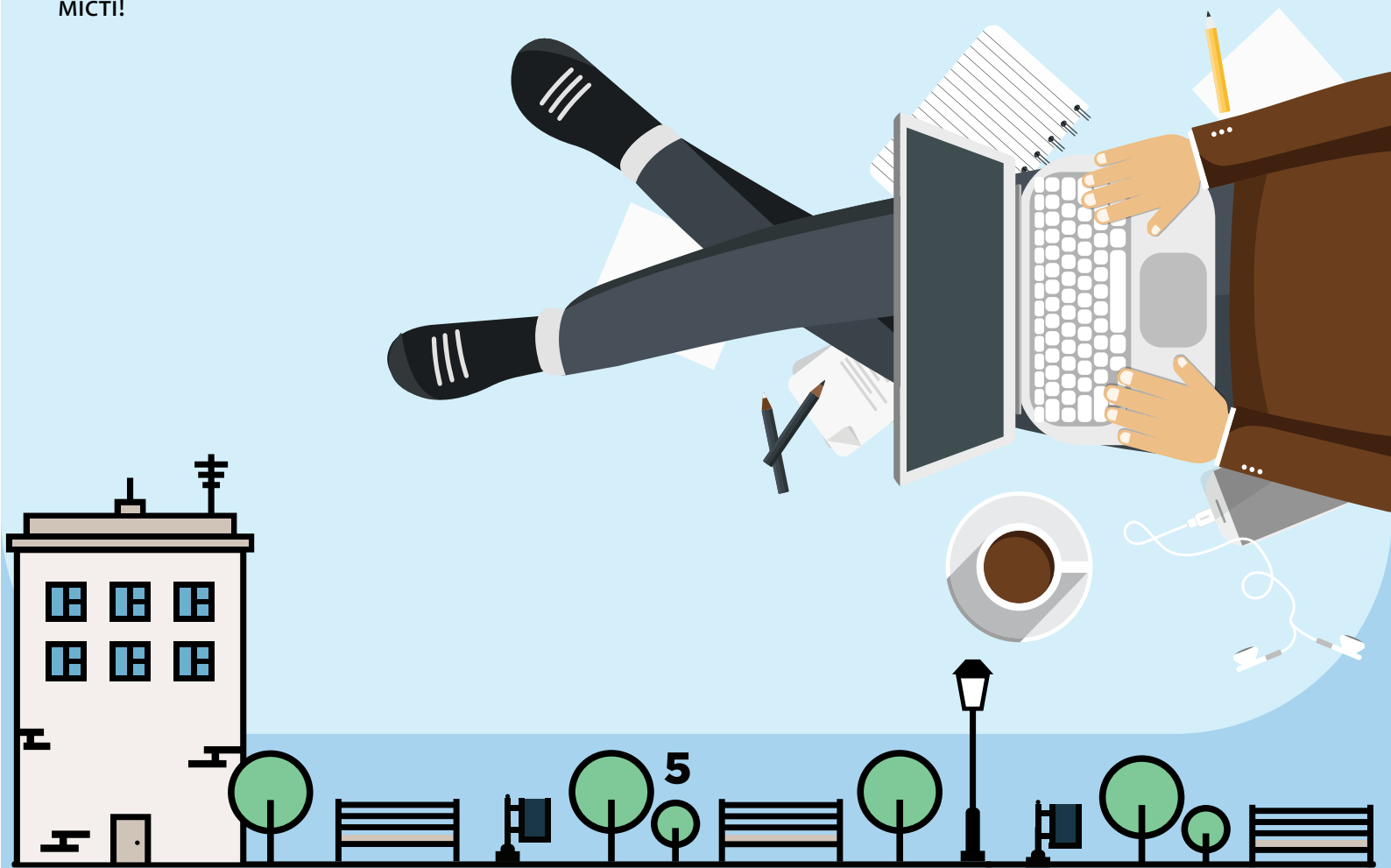


ВСТУП

Досвід українських міст, які впроваджують громадський бюджет, показує, що на кожному етапі учасники процесу стикаються з проблемами, які деформують, псують чи взагалі гальмують увесь процес, і мрією ініціаторів стає не щорічне впровадження інструменту, а те, як би пошвидше усе закінчити, навіть не реалізувавши усіх проектів. Зрештою, у результаті місто має все тих же втомлених та непривітних чиновників, бездіяльних депутатів і вічно невдоволених мешканців. Довіра одне до одного падає, а бажання співпрацювати зникає ще на кілька років. Тут важливо зрозуміти:

Процес громадського бюджету в жодному місті світу не був безпроблемним, і є лише одна річ, яка допомагала містам впоратись із труднощами – це комунікація. Постійна, різновекторна і чесна комунікація між усіма учасниками процесу.

Саме тому ми підготували для вас рекомендації з реальними прикладами, як зробити комунікацію максимально ефективною на кожному етапі громадського бюджету, і будемо щасливі, якщо вони стануть Вам у пригоді під час впровадження громадського бюджету у Вашому місті!



Етап 1. Ініціювання громадського бюджету



Основна порада: На цьому етапі найважливіше знайти **однодумців**, причому, пам'ятайте, що важливі всі учасники майбутнього процесу, серед яких: **громадські організації, координатор в міській раді, представники виконавчих органів, депутати, міський голова.**

Опис етапу

В більшості міст України громадський бюджет у 2015-2017 роках ініціювали, як правило, представники громадських організацій із залученням експертних середовищ. Саме тому дуже важливо, аби у територіальній громаді вже існувала атмосфера співпраці між владою та громадою та були розроблені законодавчо визначені інструменти громадської участі, такі як електронні петиції чи місцеві ініціативи, систематично проводились прийоми депутатів та керівників виконавчих структур, а засідання колегіальних органів були доступними для громадськості. Така прозорість і відкритість влади міста буде першим і одним із найважливіших факторів успішного запровадження громадського бюджету у будь-якому місті країни.

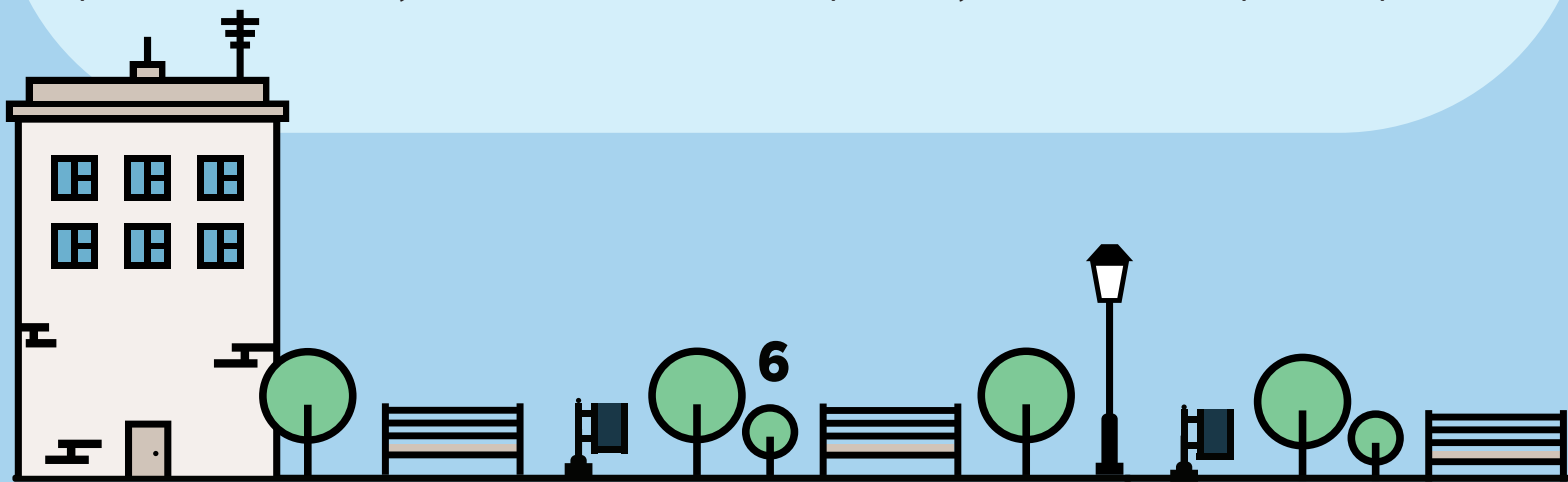
Для того, щоб офіційно ініціювати громадський бюджет в громаді, основним ентузіастам (представникам влади чи громадськості) слід об'єднати навколо себе однодумців у ініціативну групу та почати працювати над розробкою нормативного документа – проекту рішення про запровадження громадського бюджету на розгляд ради.



Виклики

Здебільшого міський голова та виконавчі органи, а тим більше депутати, охоче запроваджують у себе громадський бюджет та виділяють близько 0,1% із бюджету розвитку міста на розсуд громади, однак існують негативні фактори, які стримують владу міста у запровадженні громадського бюджету:

1. Необхідні додаткові ресурси виконавчих органів на реалізацію проектів та підвищення публічності діяльності розпорядників коштів. Вирішення: додаткових коштів на громадський бюджет витратити не потрібно, адже ці кошти є частиною уже існуючого бюджету розвитку, просто куди їх витратити визначатимуть не депутати, а громада. Так, справді, проведення громадського бюджету вимагатиме додаткової затрати часу від виконавчих органів перш за все



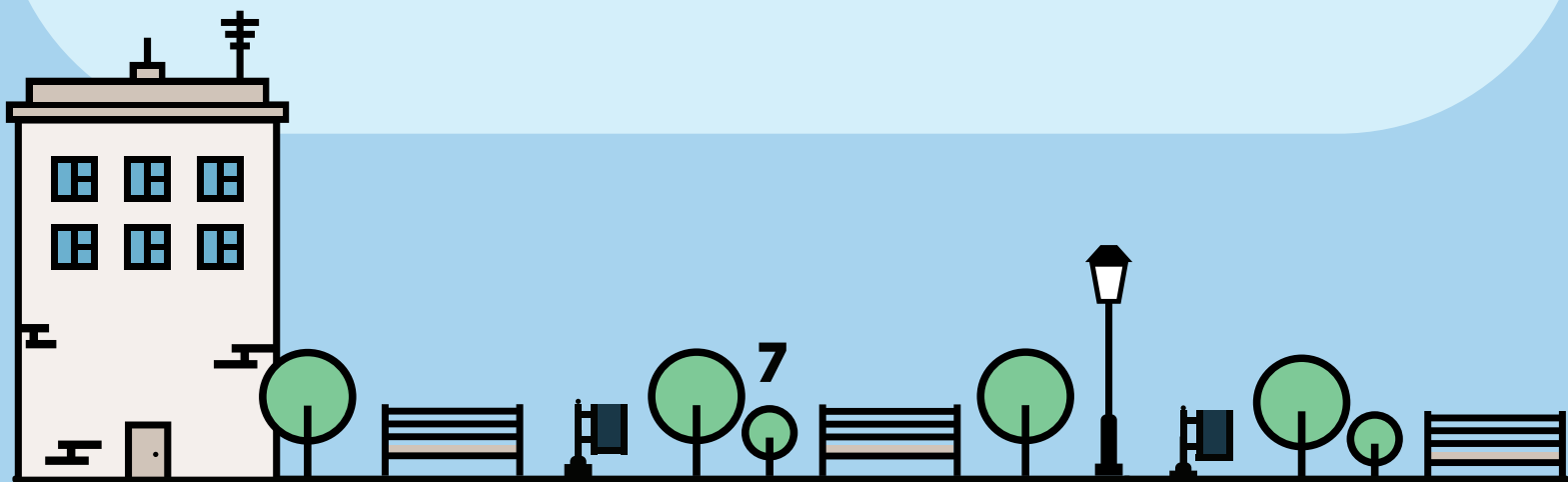
Етап 1. Ініціювання громадського бюджету

для організації процесу. Саме тому необхідно буде визначити відповідального (це може бути один з відділів наступних напрямів: відділ зв'язків з громадськістю чи залучення, економічний відділ, відділ стратегічного розвитку чи інновацій тощо) та передбачити в їх посадових обов'язках таку діяльність. Якщо правильно запланувати суму коштів на проведення бюджету участі, то роботи у виконавчих органах, які реалізовуватимуть проекти, не має суттєво збільшитись. Щодо публічності діяльності виконавчих органів, то слід розуміти, що в Україні зараз проводяться системні антикорупційні реформи, згідно яких усі суб'єкти владних повноважень повинні здійснювати свою діяльність публічно (ЗУ «Про доступ до публічної інформації», ЗУ «Про публічні закупівлі», ЗУ «Про відкритість використання публічних коштів», Постанова Кабміну №835 «Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних» та інші).

2. Скепсис певної частини мешканців та депутатів, які не переконані у важливості громадської активності, а покладають усі обов'язки та відповідальність за рішення на владні структури (т.зв. патерналізм). Вирішення: наведіть успішні приклади ситуацій, коли громадськість відстоювала свої права чи створила суспільне благо власними зусиллями (провела фестиваль, зробила чи поремонтувала дитячий майданчик, відновила парк тощо). Таких прикладів у містах України безліч, і всі вони доводять, що лише тоді, коли громадськість бере на себе ініціативу та відповідальність – вона цінує результати праці, більш вимогливо відноситься до влади і до себе як громадянського суспільства. Зрештою, саме так закладається основа правової держави та демократії.

3. Відчуття загрози для влади (міського голови чи депутатів) щодо появи нових активних людей у мікрорайонах та створення конкуренції. Вирішення: переважно цієї причини влада не озвучує, однак далекоглядні керівники розуміють, що головні інновації міста та його розвиток залежать перш за все від людей, які новим поглядом можуть оцінити стан справ у галузі, або ж щиро та незаангажовано висловлюватимуть свої проблеми та пропонуватимуть їх рішення. Громадський бюджет є хорошою нагодою дати шанс для креативних мешканців реалізувати свої цікаві проекти.

4. Невміння виконавчих органів та депутатів провести справжній громадський бюджет, а не черговий контрольований конкурс проектів серед громадських організацій. Вирішення: громадський бюджет є громадським саме тому, що до всіх етапів його проведення залучаються мешканці міста, а проекти обираються виключно голосуванням громади. Враховуючи це, Положення про громадський бюджет повинно передбачати якомога менше втручання влади міста (чи утворених ними колективних органів) і надання їм суто технічної та соціальної функції: визначення можливості реалізації проекту та організації етапів громадського бюджету.



Етап 1. Ініціювання громадського бюджету

5. Бажання депутатів чи міського голови використати громадський бюджет у власних політичних цілях. Вирішення: однозначно запобігти чи уникнути порожнього піару депутатів чи міського голови на проведенні громадського бюджету не вдасться, однак важливо, щоб в Положенні було передбачено якомога менше повноважень для міського голови чи депутатів, щоб таким чином не порушувались етичні та демократичні принципи залучення мешканців до прийняття рішень.

Учасники комунікації :

- громадські організації чи активісти;
- депутати (сільської, міської, ОТГ) ради;
- міський голова;
- координатори від виконавчих органів (керівники відповідальних підрозділів);
- мешканці міста.

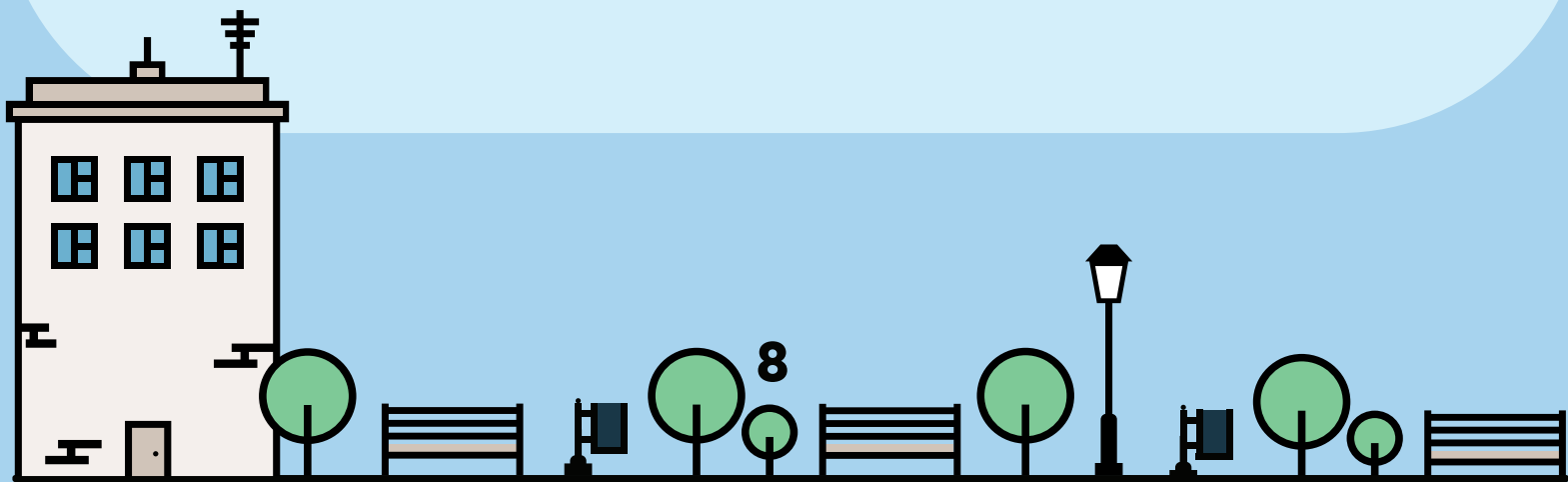
Рекомендації

1. Передусім ініціативній особі чи громадській організації варто ознайомитись із практиками проведення громадського бюджету в містах України. Інформацію про хід реалізації, модель і т.д. можна знайти в Інтернеті, а самі рішення рад про громадський бюджет на сайтах місцевих рад, адже згідно із законом України «Про доступ до публічної інформації» усі рішення рад повинні публікуватися після їх прийняття. Також можна взяти за основу примірні Положення про громадський бюджет, які напрацювали експерти із різних організацій, наприклад, на сайті

www.dovidnyk.org.ua.

2. Ініціативній робочій групі під час перших зустрічей щодо запровадження громадського бюджету слід проаналізувати політичне становище в місті, структуру виконавчих органів, щоб визначити відповідальний відділ (управління, департамент) за проведення громадського бюджету, ретельно вивчити особливості міста, а основне – залучити до переговорів усіх суб'єктів прийняття рішень (міського голову, активних прогресивних депутатів, представників профільних громадських організацій та зацікавлених активістів). Такий підхід до формування складу робочої групи, а потім і координаційного комітету, який супроводжуватиме увесь цикл громадського бюджету, дасть змогу залучити усіх учасників громадського бюджету, уникнути непорозумінь та полегшити проведення бюджету участі в місті.

3. Надалі ініціативній групі слід звернутись до міського голови чи керівника відповідального структурного підрозділу (відділу громадського партнерства, управління економіки чи фінансів)



Етап 1. Ініціювання громадського бюджету

та до голови (члена) профільної депутатської комісії з питань громадської участі чи бюджету та розповісти про основи громадського бюджету та переваги від його запровадження і зацікавити його (її) у створенні робочої групи для напрацювання Положення про громадський бюджет.

4. Якщо влада міста (міський голова та депутати) не зацікавлена у запровадженні громадського бюджету, слід заздалегідь підготувати адвокаційну кампанію (більше про лобювання громадських інтересів можна почитати тут: <http://www.advohub.org/advohelp/>). Тут важливо пам'ятати, що громадський бюджет – це інструмент прямої демократії, і обрана влада не може забрати у громади міста право його втілити.

5. Можна також заручитися ширшою підтримкою мешканців міста. Публічні обговорення, круглі столи чи прес-конференції для ЗМІ продемонструють ставлення різних груп населення до такого демократичного механізму, а влада зможе переконатись у необхідності його запровадження в місті. У багатьох містах України про громадський бюджет починають публічно говорити значно раніше, ніж приймають основний нормативний документ чи розпочинають інформаційно-промоційну кампанію.

Хороший приклад: місто Вільногірськ Дніпропетровської області. Хоча мер міста й депутати прагнули запровадити громадський бюджет, проте мали серйозні сумніви щодо доцільності впровадження такого інструменту на ґрунті досить пасивної міської громади та дотаційного бюджету. Саме адвокаційна кампанія, проведена в рамках проекту «ЗМФІ-(II)» підігріла цікавість мешканців міста до громадського бюджету та дозволила прийняти рішення про його запровадження.

Приклад

У Львові ідею громадського бюджету на початку 2016 року донесли до мешканців та влади міста громадська організація «Комітет виборців України» та громадський рух «Чесно», які провели спочатку відкриту презентацію проекту Положення «Про громадський бюджет участі» від експертів Інституту політичної освіти та Українського незалежного центру політичних досліджень, а потім, залучивши депутатів та представників виконавчих органів, провели для журналістів прес-конференцію. Саме з цього моменту у м. Львів розпочала формуватись робоча група, яку очолив заступник міського голови з розвитку, який запросив до її складу депутатів Львівської міської ради із профільних комісій (комісії законності, депутатської діяльності та свободи слова, комісії конкурентоспроможності, підприємництва та сталого розвитку, бюджетної комісії та комісії інженерного господарства), а також представників профільних громадських організацій та профільних виконавчих органів (відділ громадського партнерства, ІТ-управління, департамент фінансової політики).

Етап 2. Розробка Положення про громадський бюджет



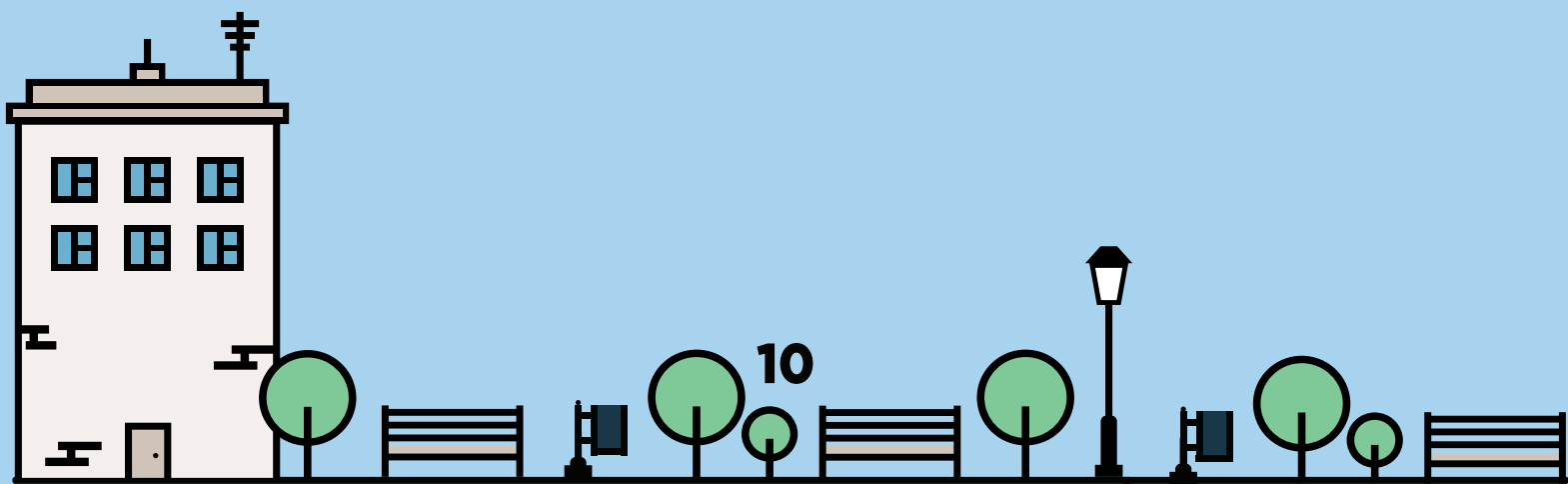
Основна порада: Положення – це, по суті, правила гри, за якими відбуватиметься увесь процес. Допомогти визначити правила, орієнтувати їх до реалій міста, написати фінальний документ та узгодити його на сесії міської ради зможе стала робоча група (бажано – не більше 20 осіб), в якій у рівній кількості будуть представлені активні громадяни міста, чиновники, експерти та депутати.

Опис етапу

Отож, якщо уже сформувалась ініціативна (робоча) група людей, які готові запроваджувати в місті громадський бюджет, то слід переходити до наступного етапу – напрацювання нормативного документу, який визначить головні правила «гри» для цього інструменту та який повинні затвердити депутати відповідної місцевої ради на своєму засіданні.

Для успішного написання проекту рішення про запровадження громадського бюджету місцева влада може скористатись як іноземним досвідом, так і українським, адже бюджет участі уже запроваджений у кількох десятках міст та ОТГ України. Такі проекти рішень можна знайти на сайтах міських рад, відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації», на сайтах платформ громадського бюджету в містах ([Громадського проекту від Socialboost](#)), а також у експертних організацій, таких як ВГО «Інститут бюджету та соціально-економічних досліджень», Український незалежний центр політичних досліджень, РАУСІ, ГО «Подільська агенція регіонального розвитку» та інших.

Надалі ми рекомендуємо визначити голову робочої групи, який/яка відповідатиме за вчасну підготовку документу, організовуватиме засідання групи та контролюватиме підготовку виконавчих органів до запуску громадського бюджету в місті. Засідання робочої групи слід проводити відкрито, запрошуючи як громадськість так і відповідні виконавчі органи у зручний для більшості членів час.



Етап 2. Розробка Положення про громадський бюджет



Виклики

На етапі розробки Положення робоча група повинна сфокусуватися на кількох завданнях, які надалі допоможуть уникнути серйозних організаційних проблем. До таких завдань належить:

1. Аналіз організації громади для того, щоб визначити, яка модель громадського бюджету буде функціонувати найефективніше, адже це у майбутньому визначить потребу поділу проектів (на малі та великі, районні та загальноміські, сільські чи ОТГ). Вирішення:

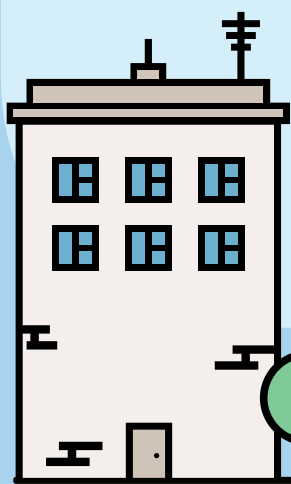
Тут найефективнішою буде співпраця експертних громадських організацій із статистичним відділом та департаментом розвитку міської чи сільської ради. Зібравши необхідну інформацію, порівняйте її з прикладами схожих міст чи сільських громад не тільки України, а у сусідньої Польщі, і на основі цього оберіть відповідну модель;

2. Аналіз бюджету міста та його основних потреб, адже це дасть змогу зрозуміти, які проекти можуть подавати мешканці (капітальні чи т.зв. «м'які проекти» – витрати на заходи), яку частку з міського бюджету влада міста виділить на громадський бюджет (бажано, не менше ніж 0,1% від бюджету розвитку міста) та яку суму влада міста готова витратити на організацію процесу (інформаційно-промоційну кампанію, розробку веб-платформи, друк бюлетенів тощо). Вирішення: для аналізу бюджету необхідно залучити представників фінансово-економічного департаменту і пам'ятати, що кінцеве затвердження суми відбуватиметься лише за згодою міського чи сільського голови;

3. Аналіз структури виконавчих органів та їх поточного навантаження для того, щоб визначити відповідального за організаційні аспекти запровадження бюджету участі, можливого внесення змін до посадових обов'язків, або збільшення штату органу. Важливо розуміти, що після визначення переможців серед проектів громадськості значно більше навантаження на роботу ляже перш за все на відомства, які займаються благоустроєм, капітальними об'єктами та ЖКГ, дитячими та спортивними майданчиками. Вирішення: ми рекомендуємо долучати представників відповідних відділів до напрацювання Положення, особливо в частині вимог до проектів та проведення аналізу проектів.

У самому проекті рішення необхідно буде визначити індивідуально для вашої громади такі моменти:

1. Хто може бути автором проекту (члени громади чи будь-хто, вік автора та приналежність до владних органів);
2. Хто може голосувати (лише офіційно зареєстровані члени громади чи будь-який житель/будь-яка жителька міста);
3. Спосіб голосування (електронне чи письмове, по мікрорайонах чи загальноміське).
4. Відповідальних за організацію процесів (ведення веб-сторінки, публікацію даних про хід проведення громадського бюджету, основну комунікацію з громадськістю, висвітлення в ЗМІ, обслуговування «гарячої» лінії, організацію процесу голосування, моніторингу впровадження, вирішення спірних ситуацій тощо);



Етап 2. Розробка Положення про громадський бюджет

5. Терміни подання, розгляду, голосування, реалізації громадського бюджету (терміни повинні бути достатніми для проведення консультацій з громадськістю, проведення аналізу проектів, комунікації з авторами під час аналізу проектів, організації голосування, підбиття підсумків);

В громадському бюджеті існує лише один сталий термін – 1 календарний рік на реалізацію проектів-переможців. Усі інші терміни – тривалість подачі, голосування та розгляд – залежать від міста.

6. Принцип формування, права і обов'язки координаційної ради (арбітражна функція, моніторингова чи організаційна);

7. Критерії відбору проектів до голосування і після голосування (чи буде попереднє обговорення проектів перед подачею, капітальні видатки чи видатки на заходи, необхідність збору підписів та інше);

8. Суму коштів на проекти (загальний бюджет і поділ на малі та великі проекти);

9. Суму коштів на рекламу бюджету участі (розробку веб-платформи, оплата праці відповідальному працівнику, інформаційно-промоційну кампанію, друк бюлетенів для голосування тощо);

10. Офіційний інформаційний ресурс (платформа SocialBoost, власна веб-сторінка, сторінка у Facebook чи окрема електронна система);

11. Можливість внесення змін у проект (під час подачі заявки, можливість і порядок об'єднання проектів тощо);

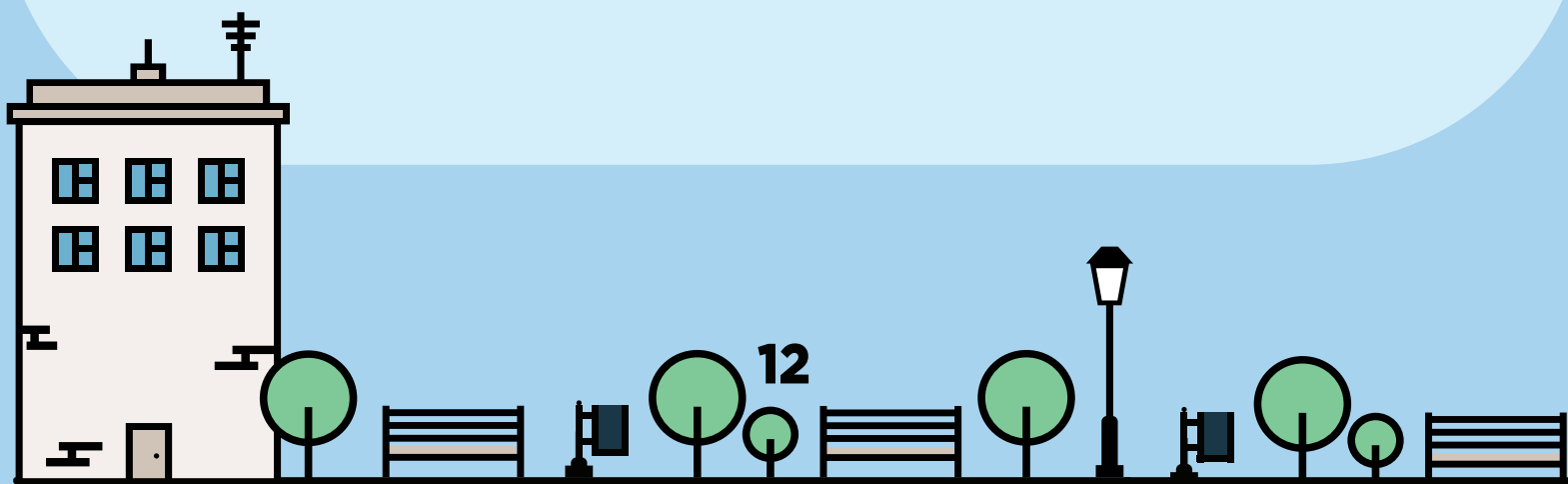
12. Логотип та правила брендування громадського бюджету в місті;

13. Пріоритети бюджету участі (будь-яка тематика проектів чи кілька конкретних напрямків);

14. Доступність інформації, необхідної для написання проекту (інформація про земельні ділянки, комунальні приміщення, контакти відповідальних розпорядників коштів, цінник робіт, макети оголошень тощо);

15. Спосіб аналізу проведення громадського бюджету в місті після завершення річного циклу.

Як бачимо, усі ці питання потребують залучення фахової думки людей, які будуть в подальшому реалізовувати проекти-переможці, а також креативного підходу, оскільки модель громадського бюджету у кожному місті індивідуальна, і скопіювати її неможливо із жодного навіть найуспішнішого міста, адже все залежить від бажання та компетентності людей, які реалізовуватимуть цей демократичний механізм, враховуючи особливості своєї громади.



Етап 2. Розробка Положення про громадський бюджет

На етапі прийняття Положення, влада міста повинна пам'ятати про норми законодавства як-то Закон України «Про доступ до публічної інформації», які гарантують представникам громади час для попереднього ознайомлення із проектами рішень ради (за 20 днів), можливість пропонувати зміни до проекту рішення, а також безперешкодної участі у засіданні постійних комісій та пленарному засіданні. Громадський бюджет саме тому і громадський, щоб мешканці могли долучатись на кожному етапі його запровадження.

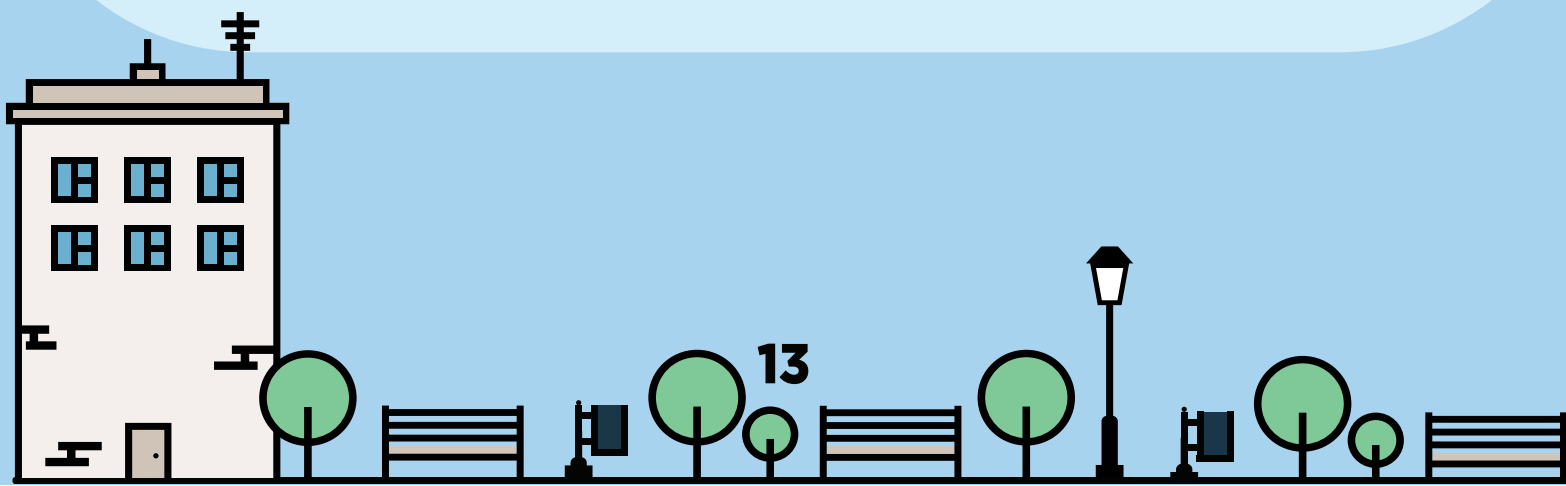
Хороший приклад: Департамент інноваційного розвитку Дніпровської міської ради, який був відповідальний за впровадження громадського бюджету в місті, ознайомився із 30 Положеннями про громадський бюджет інших українських міст. На базі цих Положень вони змогли скласти своє **власне**.



Приклади

1. Одним із найбільш важливих аспектів Положення про громадський бюджет має бути визначення відповідальних за його запровадження в місті, а також визначення компетентного органу для вирішення різного роду суперечливих ситуацій. Найбільш поширеною практикою в Україні є делегування функцій арбітражу та контролю Координаційному комітету (раді, комісії, експертній групі тощо).

Так, наприклад, у Вінниці, Тернополі, Вільногірську, Рівному, Черкасах та Самборі члени цього консультативно-дорадчого органу, утвореного в межах чинного законодавства України, координують виконання основних заходів щодо впровадження та функціонування громадського бюджету. У більшості міст склад Координаційного комітету затверджується або рішенням ради або його виконавчого комітету міської ради, а склад формується із службовців ради, депутатів та представників громадськості у рівних частинах. Власне, сформувати останню частину складу Координаційного комітету демократичним незаангажованим шляхом зазвичай найважче. Здебільшого вибір представників громадськості здійснює суб'єкт, що видає відповідне рішення (міський голова, голова бюджетної комісії). Однак ми рекомендуємо проводити відбіркові відкриті конкурси на залучення представників громадськості або ж по чергово включати охочих відповідно до року запровадження громадського бюджету.



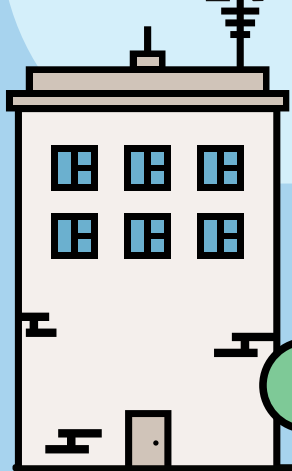
Етап 2. Розробка Положення про громадський бюджет

Координаційний комітет міста виконує наступні функції:

- 1) координування процесу здійснення та функціонування громадського бюджету;
- 2) забезпечення дотримання вимог Положення;
- 3) затвердження реєстрів позитивно та негативно оцінених проектів;
- 4) затвердження проектів, які допускаються та не допускаються до голосування;
- 5) визначення пунктів для голосування;
- 6) встановлення порядку та терміни підрахунку голосів;
- 7) попередній розгляд звіту про виконання проектів, відібраних для фінансування з громадського бюджету;
- 8) контроль за реалізацією проектів;
- 9) вирішення спірних питань, які виникають у процесі реалізації громадського бюджету.

Важливо розуміти, що координаційний комітет чи будь-який інший утворений контрольний орган повинен здійснювати лише технічний нагляд за впровадженням громадського бюджету та ні в якому разі не втручатись у процес подання чи відбору проектів. До того ж він повинен працювати якомога відкритіше, постійно комунікувати з широкою громадськістю через ЗМІ, і публікувати результати своїх засідань.

Хороший приклад: м. Дніпро зробило публічним не тільки протоколи засідань, а й організувало прямі відео-трансляції засідань на каналі [YouTube](#), у Facebook-спільноті громадського бюджету та на он-лайн платформі.

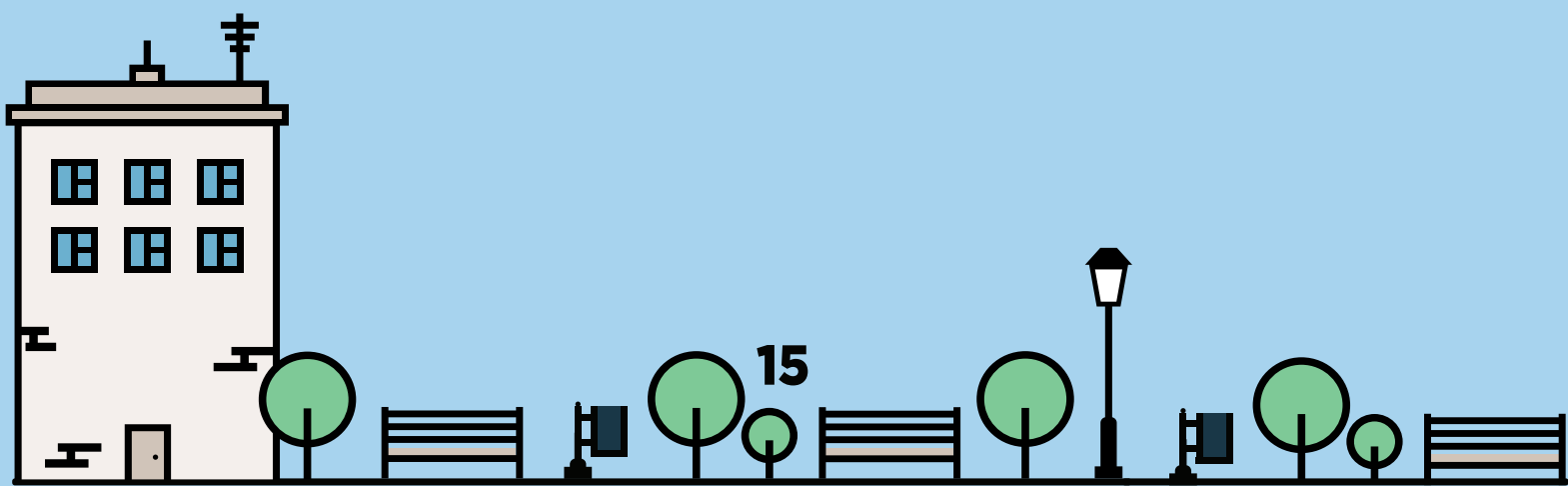


Етап 2. Розробка Положення про громадський бюджет

Також Координаційний комітет для злагодженого процесу громадського бюджету повинен співпрацювати із виконавчими органами, депутатами та міським головою, адже саме влада міста реалізовуватиме згодом проекти-переможці, які подадуть мешканці міста.

2. Однак є міста, які не утворювали таких колективних органів, а скористались існуючою структурою органів місцевого самоврядування. Так, у м. Львів аналіз поданих проектів здійснюють компетентні виконавчі органи відповідно до спрямування (наприклад, управління молоді і спорту аналізує усі проекти, які віднесені у однойменні розділи самими ж авторами). Якщо управління має суттєві зауваження щодо доцільності винесення проекту на голосування, то спірні питання воно вирішує на спільному засіданні постійної профільної депутатської комісії із запрошенням автора. У іншому випадку відповідальний виконавчий орган за рекомендацією управління одразу допускає проект до голосування на сайті. Підбиває ж підсумки загального голосування постійна комісія законності, депутатської діяльності та свободи слова на спільному засіданні із комісією бюджету та фінансів. Відповідно до діючого законодавства усі засідання є відкритими та публічними.

3. У Києві ж передбачена Громадська бюджетна комісія, яка виконує функцію Координаційного комітету. Комісія обирається шляхом е-голосування та складається з представників громадських об'єднань та благодійних організацій у кількості 40 учасників. Формою роботи комісії є її засідання, що відбуваються за потребою у будь-якому форматі, у тому числі он-лайн. Рішення приймаються публічно шляхом е-голосування. Формування комісії відбувається щорічно шляхом проведення конкурсу. Заявки на участь у конкурсі по формуванню комісії подаються в електронному вигляді. До складу комісії від однієї організації може бути делеговано одного представника: керівника або уповноваженого. Обрання учасників Комісії здійснюється шляхом рейтингового голосування. Кандидати, які набрали більше 200 голосів, допускаються до другого туру. Перші 40 кандидатів у рейтингу, які набрали найбільшу кількість голосів, формують комісію. У випадку, якщо у першому турі 200 голосів набрало менше, ніж 40 організацій, другий тур не проводиться. Комісія формується у кількісному складі організацій, що набрали 200 голосів.



Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія



Основна порада: У цього етапу є дві основні задачі: розповісти якомога більшій кількості жителів міста про інструмент громадського бюджету та навчити, як ним користуватися. Саме на цьому етапі ви повинні розширити коло прихильників, які допоможуть далі популяризувати громадський бюджет. Ними можуть стати представники громадських організацій, ОСББ та ОСН, а також публічні особи («зірки», директори закладів, священники). Під час промо-кампанії не забудьте також про створення консультаційних пунктів на базі комунальних установ, бібліотек, де пересічний мешканець зможе дізнатися більше про громадський бюджет.

Опис етапу

Інформаційну кампанію організовують органи місцевого самоврядування з метою популяризації громадського бюджету як однієї з форм участі мешканців в управлінні. Невід'ємною частиною є ознайомлення жителів з основними положеннями, принципами процесу, можливостями та напрямками його реалізації. Завданням кампанії є спонукати мешканців до подання власних ідей, голосування за вже подані проекти, консультування та контроль на етапі реалізації.

Освітня складова кампанії орієнтується на підвищення рівня розуміння бюджетного процесу, участі в ньому мешканців і практики формування бюджету для малих ініціатив.

Для органів місцевого самоврядування інформаційно-освітня кампанія є інструментом налагодження комунікації з різними аудиторіями, популяризації та роз'яснення власної діяльності.



Виклики

1. Відсутність у раді визначених окремих осіб відповідальних за проведення інформаційно-освітньої кампанії. Вирішення: Бажано, щоб ініціативна група, ще на попередньому етапі доручила контроль за процесом громадського бюджету координатору з міської ради. Йому чи їй буде легше визначитися із відповідальним за проведення інфо-кампанії. Зазвичай, сам координатор та його департамент і стає цією відповідальною особою.
2. Обмеженість у фінансуванні на інформаційно-освітню кампанію. Вирішення: Звісно. Ми рекомендуємо ще на етапі ініціювання громадського бюджету в місті чи селі, закласти кошти на промо-кампанію. Але, навіть якщо міська чи сільська ради змогли виділити кошти, на рекламу їх завжди здається недостатньо. Тому, перш за все, варто сформувати план освітньо-інформаційної кампанії і подумати, яка реклама може бути зроблена безкоштовно завдяки залученню волонтерів, розміщенню на майданчиках соціальної реклами, або виготовлена своїми силами.

Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія

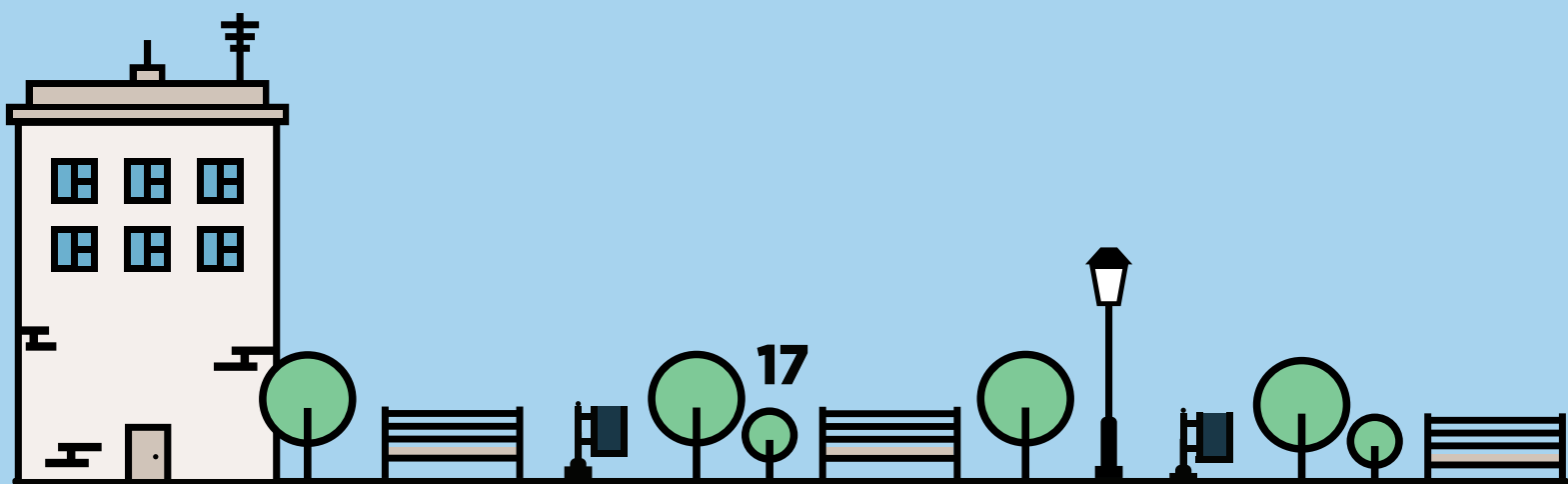
Так може виявитися, що у населеному пункті достатньо місць для безкоштовної реклами. До речі, досвід показує, що найефективнішим способом реклами є так зване «сарафанне радіо», яке, хоч і вимагає зусиль, проте є безкоштовним.

3. Орієнтування інформаційно-освітньої кампанії лише на працівників бюджетної сфери (вчителі, медики, працівники бібліотек та ін.). Вирішення: працівники бюджетної сфери – найбільш вдячна публіка, яка з цікавістю сприймає нову інформацію і радо співпрацює з органами влади. Проте, залучивши лише їх, міська рада не зможе вийти на ширший загал, а усі проекти будуть доволі однотипними: утеплення шкіл, встановлення вікон у дитсадочках та закупівля комп'ютерів для бібліотек. Тому ми рекомендуємо обов'язково залучати бюджетні сфери, але дотримуватися пропорції, і чітко роз'яснити на початку, що для утеплення чи ремонту комунальних установ існують інші програми. Громадський бюджет – це про креативні рішення, це не про ремонт.

4. Проведення інформаційно-освітньої кампанії лише силами органів місцевого самоврядування. Вирішення: Обов'язково залучайте волонтерів та зацікавлені громадські організації до співпраці. Серед цих людей можуть виявитися компетентні дизайнери, або люди, готові інвестувати у рекламу громадського бюджету.

5. Обмеженість у формах комунікації. Вирішення: сайт міської ради чи ОТГ навряд чи може тішитися частою відвідуваністю та популярністю. Згадайте, яка реклама подобається вам найбільше і де ви її бачили. Задайте це ж питання знайомим. Ваші відповіді допоможуть знайти різні варіанти реклами – від плакатів, намальованих вручну, до дитячих концертів і друку інформації на комунальних платіжках.

6. Зосередження інформаційно-освітньої кампанії лише на етапах подачі проектів та голосуванні. Вирішення: Якщо ви хочете виховати відповідальність у мешканців міста чи ОТГ, то покажіть їм, що громадський бюджет – це не тільки подати проект чи проголосувати за нього, це ще й працювати над Положенням, волонтери ти під час голосування, контролювати реалізацію, оцінювати процес. Тому не обмежуйтеся лише рекламою голосування – покажіть громадянам, що таке відповідальність за місце, де живеш.



Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія

Учасники комунікації :

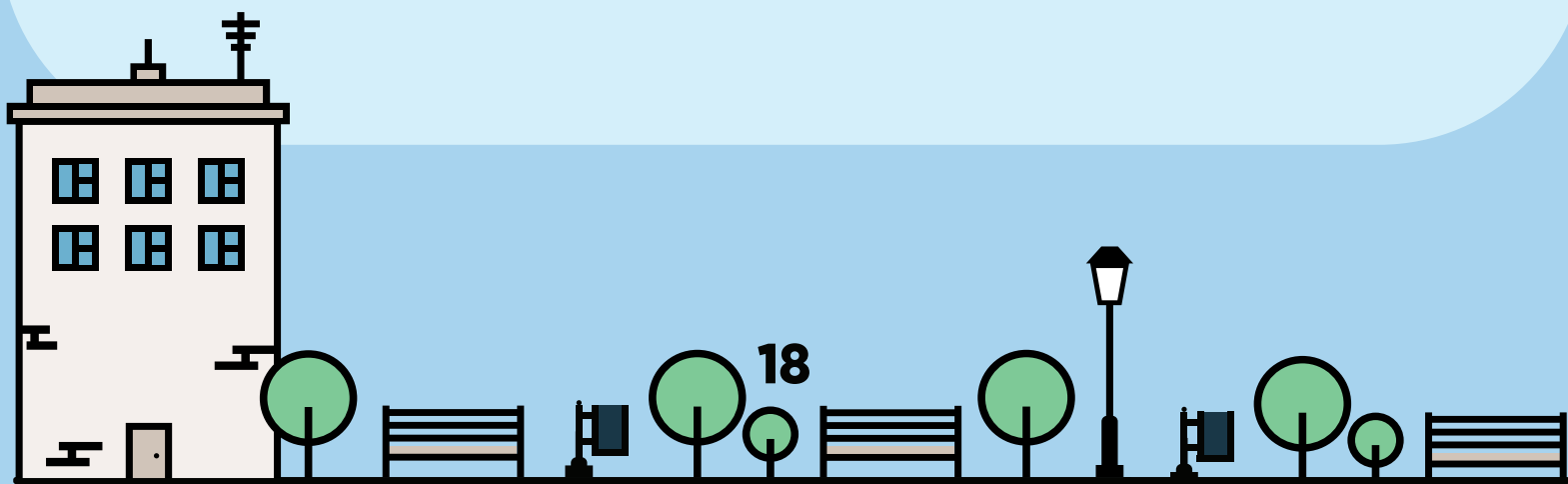
- Мешканці відповідної громади;
- Координатор процесу;
- Активні мешканці та громадські організації;
- ЗМІ;
- Органи місцевого самоврядування: міський голова, депутати.

Рекомендації

1. Запорукою успішної кампанії є вмотивовані виконавці, які розуміють ціль учасницького бюджетування та можуть успішно реалізувати локальні завдання. Відповідно, з метою забезпечення якісного проведення інформаційно-освітньої кампанії, органам місцевого самоврядування не варто розраховувати лише на власних працівників та їх компетенції. Залучення до цього процесу інформування та освіти активних мешканців, представників громадських організацій, ОСББ (об'єднання співвласників багатоквартирних будинків), ОСН (органи самоорганізації населення) та засобів масової інформації, сприятиме поширенню інформації до більшої аудиторії. Оскільки працівники ОМС не є фаховими дизайнерами, журналістами або тренерами, тож звичайною практикою у європейських країнах є делегування частини своїх завдань громадським організаціям.

Як органу місцевого самоврядування залучити до співпраці громадські організації, ЗМІ, ОСББ чи ОСН?

- 1) спільно подати проектну заявку на грантові конкурси щодо проведення інформаційно-освітньої кампанії;
- 2) надати фінансування обраним ГО на конкурсній основі за рахунок коштів, виділених з місцевого бюджету на інформаційно-освітню кампанію;
- 3) провести навчання з метою підвищення компетенції у сфері бюджету участі та формування з них мережі експертів, які поширюватимуть інформацію та консультуватимуть мешканців міста.



Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія

З метою забезпечення успішної інформаційно-освітньої кампанії, органам місцевого самоврядування варто зробити наступне:

- 1) Окреслити пріоритетну аудиторію та спрямувати кампанію на них, не розсіюючи зусилля. Як показує досвід, найактивнішими в громадському бюджеті є люди віком 35 – 50 років, причому як жінки, так і чоловіки;
- 2) Обрати такі форми роботи з аудиторією (інструменти донесення інформації), які будуть найбільш близькими та легко сприйматимуться аудиторією.

Хороший приклад: гумористичний [плакат-реклама громадського бюджету у Боярці Київської області](#), намальований від руки.

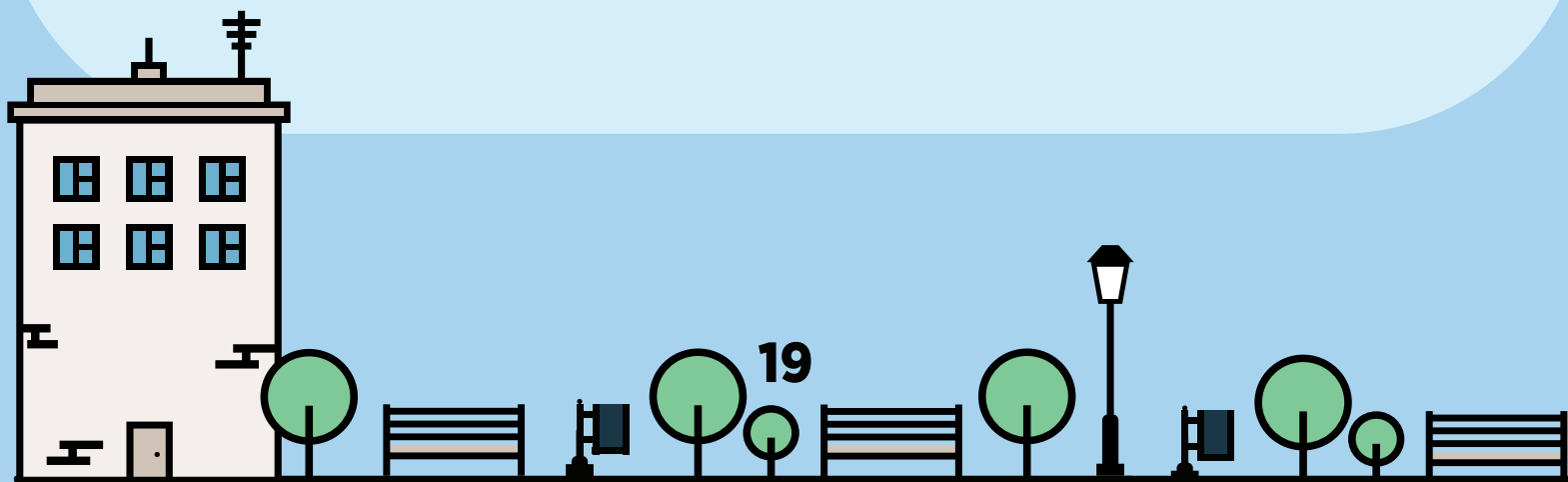
- 3) Якісно сформулювати повідомлення, адже кожна аудиторія сприйматиме одні й ті ж слова по-різному. Наприклад, когось вираз: «Зміни своє місто!» буде мотивувати, а когось, навпаки, відштовхувати. Саме тому варто обирати унікальні «меседжі» для кожної аудиторії;
- 4) Підібрати спікерів, які працюватимуть з аудиторією, адже не менш важливими, ніж повідомлення, є особи, що доносять інформацію. Пам'ятайте, що для кожної аудиторії існують власні авторитети.

Приклади

1. План інформаційно-освітньої кампанії з врахуванням факторів успіху у місті Вільногірськ (Дніпропетровська область, населення – 25 тис. осіб):

Аудиторія, з якою найбільш пріоритетною є робота у Вільногірську:

- учні / студенти;
- пенсіонери;
- освітяни;
- бізнес.





Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія

Форми, через, які є найбільш ефективно працювати з визначеними аудиторіями у Вільногірську:

Учні / студенти:

- класні/виховні години;
- загальні збори;
- соціальні мережі;
- конференції / семінари;
- загальноміські заходи (Велодень).

Пенсіонери:

- збори у дворах (збори поблизу викидання сміття);
- місцева газета;
- банк (отримання пенсії);
- ринок;
- авторитетні мешканці багатоквартирних будинків

Освітняни:

- листівки / буклети;
- відео-презентації;
- семінари / практикуми;
- наради;
- ТВ;
- Інтернет

Бізнес:

- листівки / буклети з привабливою тематикою;
- круглі столи (інші публічні заходи);
- відео-презентації;
- зустрічі в асоціації підприємців;
- ТВ;
- Інтернет.

Основні повідомлення для різних аудиторій, напрацьовані у Вільногірську:

Учні / студенти:

«Прояви себе – зміни Вільногірськ на краще!»

Пенсіонери:

«Досвід та практика – запорука позитивних змін у Вільногірську!»

Освітняни:

«Твій розум, винахідливість та креативність потрібні місту! Запропонуй проект!»

Бізнес:

«Привабливе місто – запорука твого успіху!»



Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія

Хто має бути спікерами для різних аудиторій у Вільногірську:

Учні / студенти:

- відомі особистості міста (спортсмени, співаки);
- ГО, активісти.

Пенсіонери:

- ГО (в тому числі профільні ветеранські організації), активісти;
- депутати;
- голови ОСББ.

Освітняни:

- виконавчі органи;
- депутати.

Бізнес:

- департамент міської ради із залучення інвестицій;
- депутати;
- голова асоціації підприємців.

2. План інформаційно-освітньої кампанії в Рівному, що реалізується через залучення представників громадських організацій

1) Проведення циклу семінарів та тренінгів для потенційних авторів з метою популяризації громадського бюджету та навчання з підготовки проектів:

- семінар «Особливості бюджетного процесу на місцевому рівні та участь мешканців»;
- тренінг «Пошук ідей та підготовка проектів»;
- тренінг «Проведення промоційних кампаній».

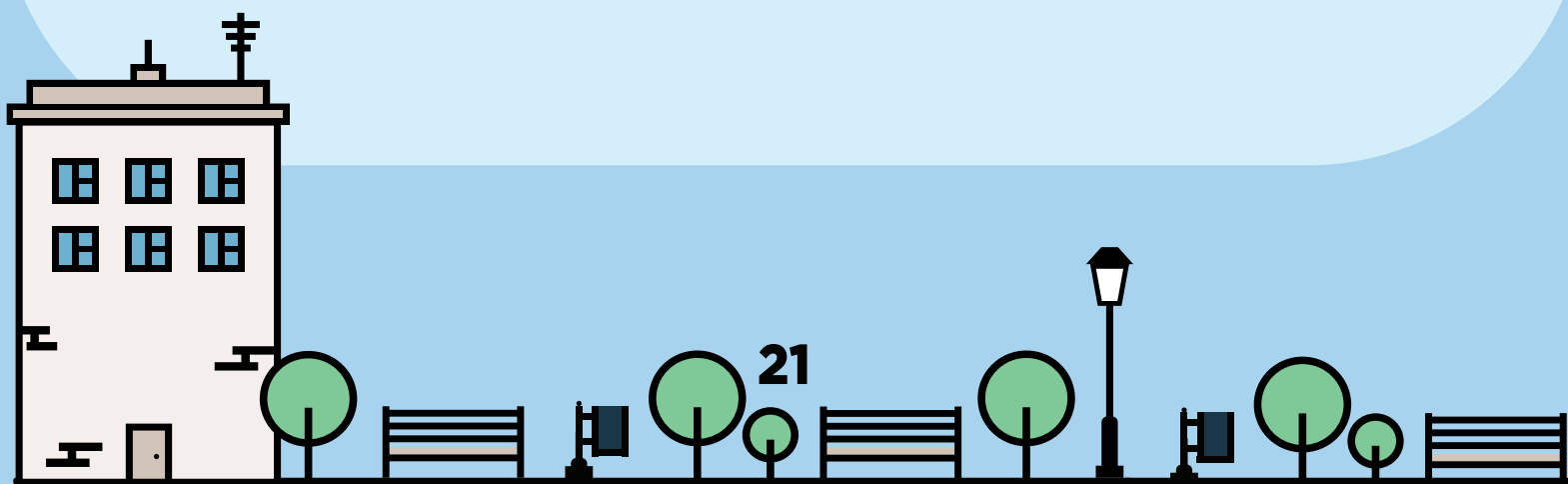
2) Організація роботи інформаційно-промоційних пунктів з метою популяризації громадського бюджету та допомоги на етапі підготовки проектів. Діяльність пунктів передбачена на період подачі проектів.

Головні завдання:

- інформування;
- консультування щодо підготовки проектів;
- дослідження рівня зацікавлення мешканців інструментами участі та готовності долучатися до процесу формування бюджету.

3) Виготовлення двох відеороликів:

- для заохочення до написання проектів;
- для заохочення участі в голосуванні.





Етап 3. Інформаційно-освітня кампанія

4) Розробка та розміщення білбордів, сітілайтів та плакатів:

- дизайн плакатів, сітілайтів та бордів;
- розміщення бордів та сітілайтів.

5) Проведення публічних консультацій (обговорень) з метою оцінювання пройдених етапів та напрацювання пропозицій щодо змін до Положення.

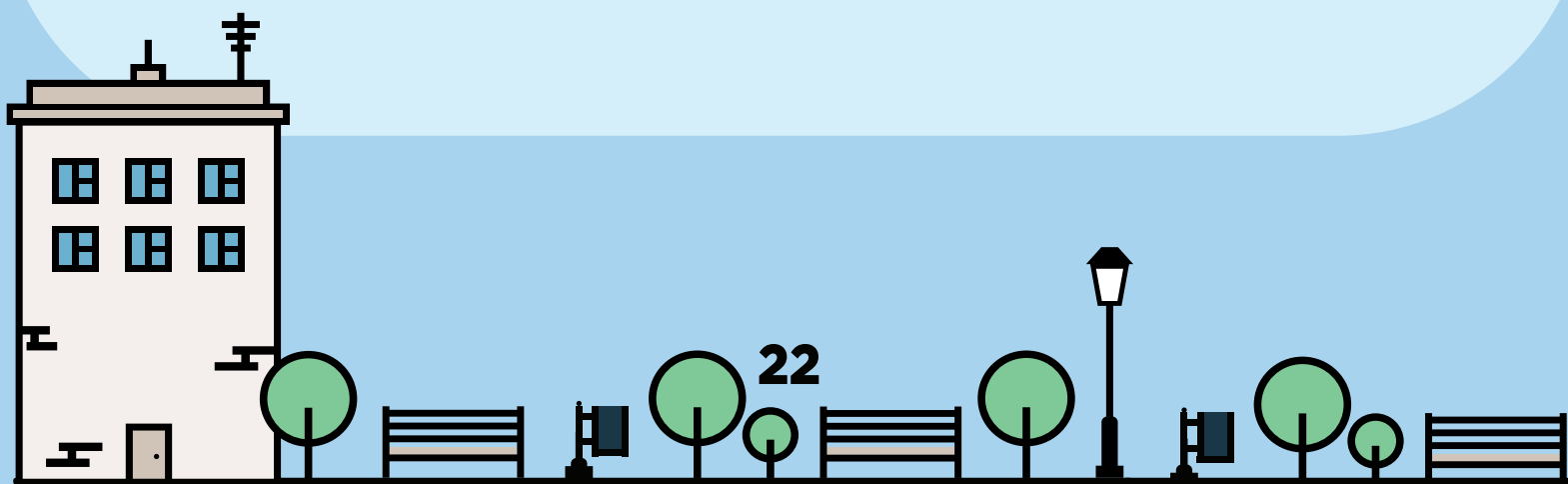
- проведення публічних обговорень з метою оцінки етапів;
- опрацювання анкет голосуючих;
- проведення опитування серед авторів проектів;
- проведення двох робочих груп.

3. Приклад функціонування пунктів супроводу бюджету участі на базі бібліотечної мережі у місті Житомир

В даних пунктах мешканці можуть:

- отримати консультацію щодо етапів та заходів бюджету участі;
- дізнатися про хід реалізації проектних пропозицій, які перемогли минулого року;
- зустрітися з членами Координаційної ради з питань впровадження бюджету участі;
- отримати контакти локальних координаторів;
- заповнити та подати бланк-заявку проектної пропозиції бюджету участі;
- провести зустріч та обговорення пріоритетів розвитку мікрорайону та проектних пропозицій з іншими мешканцями.

Також, на базі згаданих пунктів супроводу відбувалися зустрічі авторів проектних пропозицій за участю представників Координаційної ради з питань впровадження бюджету участі та профільних виконавчих органів Житомирської міської ради.



Етап 4. Навчання авторів та подання проектів



Основна порада: Це той етап, який вважається безпосереднім публічним початком процесу громадського бюджету в місті. Скоріш за все, не всі автори пройшли попереднє навчання по написанню проектів, тож основною задачею координатора процесу від міської ради буде забезпечити доступність інформації для підготовки якісного проекту. Як показує досвід Дніпра і Жовтих Вод, чудово, якщо автори мають можливість консультуватися зі спеціалістами відділів, відповідальних за реалізацію проектів, а також мають у загальному доступі приклад складання проектної заявки та кошториси проектів.

Опис етапу

Навчання проводиться з метою якісної підготовки проектних заявок авторами, широкого інформування мешканців та залучення всіх зацікавлених сторін до впровадження бюджету участі в місті.

Навчання проводять експерти (залучені чи місцеві представники ініціативної групи чи департаменту, відповідального за впровадження громадського бюджету) для наступних категорій населення:

- 1) навчання для авторів (мешканців міста): головна мета – навчити авторів заповнювати проектну заявку, чітко розуміти умови проведення конкурсу, визначені Положенням і Програмою. Головний акцент тут: познайомити мешканців з бюджетним процесом міста та створити якісні зміни через запровадження такого інструменту прямої демократії як громадський бюджет.
- 2) навчання для органів місцевого самоврядування: визначення їх сфери відповідальності, згідно нормативних документів, ролей у всіх етапах громадського бюджету та обов'язків, які вони набувають в процесі реалізації ГБ міста, навчання роботи з проектними заявками. Туту важливо акцентувати увагу на співпраці всіх сторін процесу (авторів та виконавців) для ефективної реалізації поданих проектів.
- 3) для міської чи сільської влади (депутати та голова, заступники): ознайомлення з етапами громадського бюджету міста, визначення пріоритетів, які будуть вирішуватися в місті завдяки співпраці з громадою в процесі реалізації бюджету участі, пояснення необхідності співпраці та контролю на всіх етапах впровадження учасницького бюджетування, чіткого визначення ролі міської чи сільської влади в цьому процесі, адже саме вони затверджують бюджет міста і звітують за реалізацію проектів-переможців.

Етап 4. Навчання авторів та подання проектів



Виклики

1. Знайти кваліфікованих тренерів або запросити представників інших міст-партнерів, громадських організацій. Вирішення: у групах по громадському бюджету на Facebook ви можете знайти відповідних експертів. Найменш затратним варіантом буде залучення експерта для проведення тренінгу для тренерів у самій громаді, які надалі будуть навчати інших мешканців. Це забезпечить експертну підтримку на місці, без залучення додаткових ресурсів і людей;

2. Низька відвідуваність або відсутність охочих навчатися. Вирішення: Пропрацювати чітко визначені дати і теми для цих навчань та публічно їх озвучити на різноманітних рекламних майданчиках.

3. Знайти та навчити охочих з різних цільових аудиторій (учні та студенти, освітяни, бізнес, представники ГО, ОСББ, ОСН та ін. – тобто залучити всі зацікавлені сторони). Вирішення: Потрібно запланувати подібні навчання для авторів та виконавців, залучити всіх зацікавлених, в тому числі депутатів. Також хорошим рішенням є проведення спільних заходів (круглого столу чи ярмарки проектів), де усі групи, які вчилися окремо, зможуть прийти і обмінятися досвідом;

4. Навіть не зважаючи на навчання, широка громадськість мало знає про громадський бюджет. Вирішення: Провести публічні інформаційні зустрічі для ознайомлення з громадським бюджетом (приклад інформаційної зустрічі з питань Громадського бюджету в м. Чернігів) ;

5. Публікація інформації відбувається лише на сайті міської чи сільської ради. Вирішення: На кожному етапі максимально висвітлювати інформацію через ЗМІ, інтернет-ресурси, он-лайн трансляції, соціальні мережі – в жодному разі не обмежуватися одним офіційним майданчиком.

Учасники комунікації :

- Мешканці міста: активні і пасивні;
- Координатор громадського бюджету у міській раді;
- Громадські організації та публічні особи;
- ЗМІ;
- Майбутні виконавці проектів: відповідальні департаменти міської ради
- Депутати.

Етап 4. Навчання авторів та подання проектів

Рекомендації

Найбільш активна фаза інформаційної кампанії припадає на час подання проектів, саме тому ми сумістили ці два етапи в один. Рекламуючи можливість городян презентувати свої ідеї, пам'ятайте також, що вам необхідно на офіційному рівні забезпечити максимальний комфорт подачі проектів. Для цього ми рекомендуємо:

1. В Положенні варто зазначити кількість календарних днів, відведених на прийом проектів. В більшості міст на це відводять не менше 45 календарних днів з чіткою датою початку прийому проектів, від якої й ведуть відлік усіх наступних етапів;
2. Час на прийом проектів варто відвести в березні-червні (на розсуд міста), щоб вкластися в процес визначення проектів-переможців, а розпорядникам без проблем внести їх в бюджет міста після загальноміського голосування на наступний бюджетний рік;
3. На сайті міської ради чи електронній платформі варто опублікувати документ із відповідальних за прийом проектів (вказати контактні дані та е-мейли, телефони);
4. Чітко визначити в Положенні, як саме автор може подати свої проекти (у електронному чи паперовому вигляді). Окремо перед початком голосування слід оприлюднити усі пункти прийому та способи подачі проектів. Пам'ятайте, що проекти будуть подавати люди різного віку, тож бажано, щоб спосіб подачі був як паперовий, так і електронний.



Хороший приклад: витяг з Положення про громадський бюджет м. Рівного: Пункт 8. Проект може бути подано особисто автором (одним із авторів) проекту:

- 1) електронною поштою у вигляді сканованого оригіналу документів з поміткою "Громадський бюджет м. Рівного" на електронну адресу, зазначену в оголошенні про проведення конкурсного відбору проектів, що розміщується на офіційному сайті Рівненської міської ради;
- 2) у паперовому вигляді за адресою м. Рівне, вул. Соборна, 12-А (з поміткою "Громадський бюджет м. Рівного");
- 3) у електронному вигляді шляхом заповнення відповідної форми на офіційному веб-сайті Рівненської міської ради та на сайті е-платформи.

Етап 4. Навчання авторів та подання проектів

5. Серед виконавчих органів бажано визначити контактних осіб (із зазначенням посади, контактних телефонів та електронної пошти), до яких будуть звертатися автори при написання проектів та консультуватися на різних етапах подачі та перевірки проектних заявок.



Хороший приклад: розміщення списків відповідальних осіб на платформі громадського бюджету [Рівного](#) та [Дніпра](#).

Хороший приклад: цінник типових робіт, опублікований на платформі громадського бюджету [Тернополя](#).

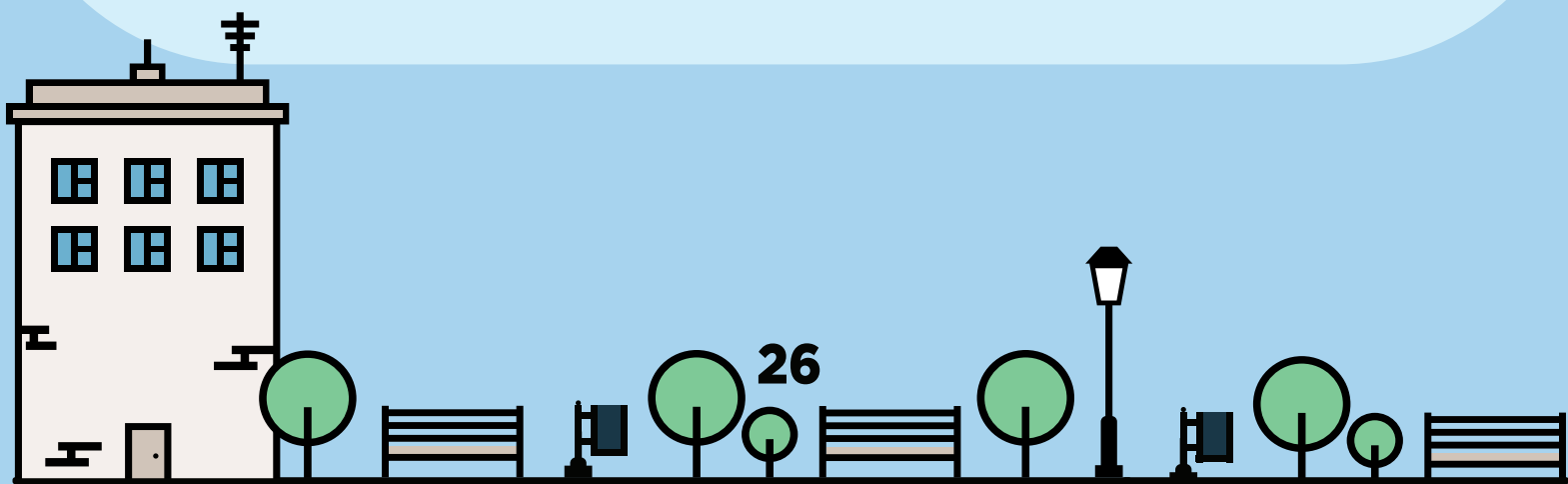
Хороший приклад: на відкритій нараді міського голови з виконавцями в м. Рівному авторам було дозволено запрошувати ліцензованих проектантів для виконання робіт по виготовленню проектно-кошторисної документації (ПКД), а управлінням було рекомендовано погоджувати з автором остаточні зміни ПКД.

6. Підготувати типовий цінник робіт та послуг або опублікувати типовий кошторис (це спростить написання попереднього бюджету проекту для авторів та розуміння вартості робіт для всіх учасників процесу). Варто також врахувати в кошторис вартість виготовлення проектно-кошторисної документації (ПКД), вартість державної експертизи (триває 40 днів, за потреби уточнити в управління ЖКГ).

7. Передбачити можливість консультацій авторів з проектними фірмами міста (опублікувати та озвучити перелік).

8. Готовність постійно вирішувати технічні питання, адже автори плутаються при розміщенні інформації на платформі, інколи не можуть завантажити необхідні файли. І знову постійний зв'язок спрацьовує міській раді на користь: автори повинні знати, що працівники міської ради завжди прийдуть їм на допомогу.

9. Врахуйте, що написані чи подані проекти не є ідеальними. Якісна комунікація, консультації та співпраця авторів з виконавцями на етапі написання чи аналізу полегшує роботу, покращує якість написаних проектів та зменшує кількість відхилених проектів.



Етап 4. Навчання авторів та подання проектів

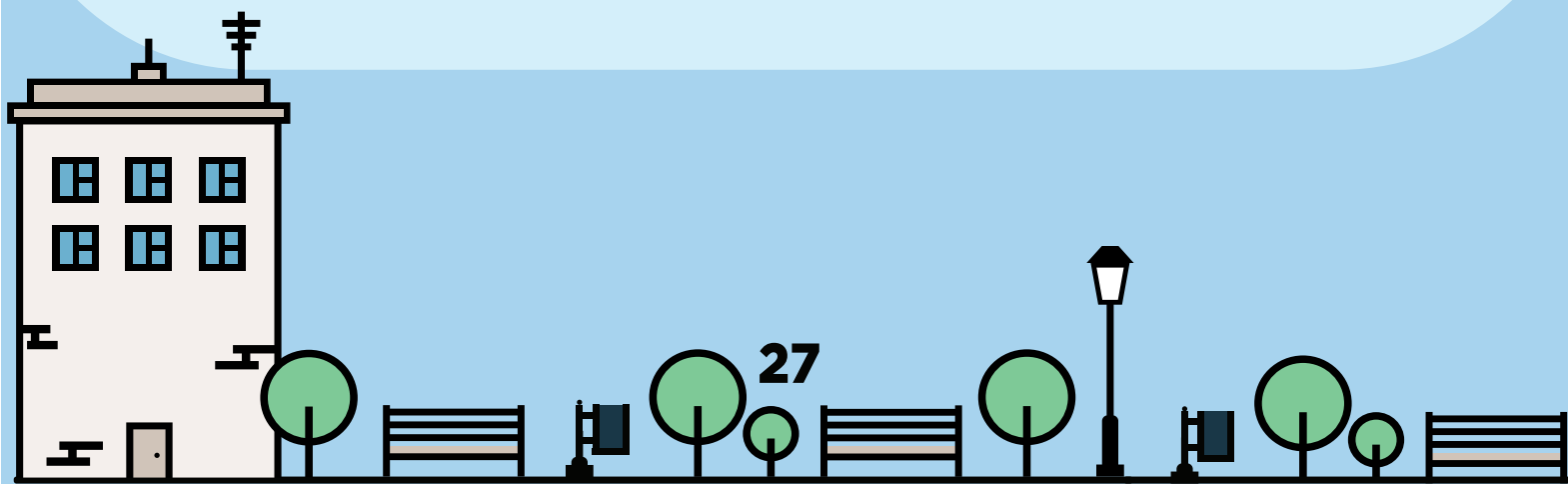
10. Завершення подання проектів відбувається у визначений час і день, згідно Положення). Якщо існує веб-платформа, то проекти, подані у паперовому вигляді, повинні бути внесені модератором до системи, не пізніше ніж протягом 3-5 днів, в залежності від кількості поданих проектів.



Хороший приклад: Коментар координатора процесу в Дніпровській міській раді, Наталії Сіланіної: «Ми зауважили роботу громадян, які перед поданням проектів обов'язково приходили на консультацію. Час довів, що саме такий підхід дуже важливий та зводить до мінімуму помилки проектної заявки. Іноді проект змінювався кардинально, однак було дуже цікаво спостерігати такі зміни. І як результат: змістовні проекти та активна спільнота авторів».

Приклади

Департамент інновацій Дніпровської міської ради взяв на себе роботу, пов'язану із організацією громадського бюджету. Його працівники поставились відповідально до покладених на них обов'язків і головна річ, яку взяли собі за правило, була комунікація із громадою міста, причому відразу кількома каналами: сторінка громадського бюджету на Facebook, Youtube-канал та он-лайн платформа. Коли спілкування стає менш формальним – людям набагато легше сприймати інформацію.



Етап 5. Перевірка проектів



Основна порада: На цьому етапі найважливіше не втратити довіру громадян: результати оцінки проектів, яку будуть робити спеціалісти та експерти з робочої групи (Експертної комісії чи Координаційної ради), варто зробити максимально публічними та озвучити механізм можливого оскарження негативної оцінки. На цьому етапі автори також повинні мати змогу об'єднати свої проекти, якщо це дасть їм більше шансів перемогти. Координатору процесу варто попіклуватися про те, щоб усі проекти надійшли до оцінки вчасно.

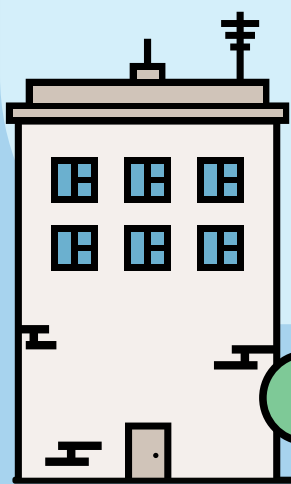
Опис етапу

Оцінку проекту дає відповідна структура, яка надалі відповідатиме за його реалізацію. Оцінка проекту – це документ, що засвідчує можливість відповідального виконавчого органу реалізувати проект у вказаному місці, за визначеною сумою бюджету та протягом одного року. Завданням органів влади є не відсіяти проекти, а докласти максимум зусиль, щоб отримати якісний продукт. Тому, перевірка проектів – це фільтр, пройшовши який місто отримує рекомендовані до голосування проекти, що відповідають наступним вимогам:

- не суперечать чинному законодавству України;
- належать до компетенції міської чи сільської ради;
- мають конкретний результат;
- можуть бути реалізовані протягом одного календарного року;
- мають реалістичний для виконання бюджет;
- об'єкт, який буде створений внаслідок реалізації проекту, має бути загальнодоступним для всіх жителів міста чи села.

Виклики

1. Один проект повинні оцінити кілька департаментів. Вирішення: налагодити ефективну комунікацію між структурними підрозділами допоможе спільна нарада і визначення чітких дат, коли і хто проводить оцінку;
2. Виконавці проектів не комунікують з авторами проектів. Вирішення: так, ці люди ніколи не зустрічалися і не уявляють робочі процеси одне одного, і нашою задачею не є перетворення мешканців на спеціалістів з містобудування. Тут важливо дати зрозуміти усім учасникам процесу, що усі ми – люди і потрібно поважати працю одне одного. Для першої комунікації чудово підійде загальна зустріч, або просто надання контактних даних виконавця автору;
3. Визначення оптимальних термінів для здійснення оцінки проекту. Вирішення: рекомендуємо не «економити» на часі оцінки, щоб пізніше не мати проблем з реалізацією. Кожен підрозділ повинен мати не менше кількох робочих днів на власну оцінку;
4. Конструктивна та незаангажована робота координаційного комітету. Вирішення: залучення громадськості до координаційної ради дозволить уникнути «перетягування ковдри», а також проконтролювати роботу відповідальних підрозділів.



Етап 5. Перевірка проектів

Учасники комунікації

- мешканці міста – автори проектів;
- виконавчі органи (виконавці проектів);
- координатор процесу;
- координаційний комітет.

Рекомендації

Забезпечте комунікацію між структурами

Процес оцінки вимагає якісної комунікації між структурними підрозділами. На даному етапі важливо, щоб виконавчі органи оперативно надавали запитувану інформацію профільним структурам, які здійснюють оцінку. Найчастіше, це інформація, що стосується права власності на земельну ділянку або об'єкт нерухомого майна. Відповідно, отримання інформації сприятиме підготовці оцінки з врахуванням всіх факторів.

Іноді невчасне надання інформації щодо статусу земельної ділянки ставить під загрозу реалізацію проекту. Структурний підрозділ, який має скорочені терміни на проведення оцінки, не може належним чином вивчити всю інформацію про місце реалізації даного проекту, і, наприклад, може визначити, що ділянка має не відповідне цільове призначення, вже після отримання цього проекту на реалізацію. Саме такі моменти мають бути з'ясовані під час перевірки та відображені у відповідній формі аналізу проекту.

З огляду на це, ми радимо:

- 1) на оцінку проектів виділити щонайменше 20 робочих днів;
- 2) в комунікації між структурними підрозділами визначити термін на відповідь до 5 робочих днів;
- 3) створити перелік нерухомого комунального майна з детальним описом, щоб забезпечити виконавцям можливість самостійно шукати інформацію щодо стану об'єкту.

Співпраця між авторами та виконавцями

Проекти подані авторами не завжди є ідеальними. Тому, для отримання якісного результату, виконавцям потрібно налагодити комунікацію з авторами проектів, яких оцінюватимуть. Саме в період оцінки, виконавці можуть запропонувати авторам можливі зміни до проекту, аби той відповідав вищезгаданим вимогам та навпаки – автори можуть роз'яснити окремі моменти, що стосуються їх проекту.

Етап 5. Перевірка проектів

5. Терміни подання, розгляду, голосування, реалізації громадського бюджету (терміни повинні бути достатніми для проведення консультацій з громадськістю, проведення аналізу проектів, комунікації з авторами під час аналізу проектів, організації голосування, підбиття підсумків);

В громадському бюджеті існує лише один сталий термін – 1 календарний рік на реалізацію проектів-переможців. Усі інші терміни – тривалість подачі, голосування та розгляд – залежать від міста.

6. Принцип формування, права і обов'язки координаційної ради (арбітражна функція, моніторингова чи організаційна);

7. Критерії відбору проектів до голосування і після голосування (чи буде попереднє обговорення проектів перед подачею, капітальні видатки чи видатки на заходи, необхідність збору підписів та інше);

8. Суму коштів на проекти (загальний бюджет і поділ на малі та великі проекти);

9. Суму коштів на рекламу бюджету участі (розробку веб-платформи, оплата праці відповідальному працівнику, інформаційно-промоційну кампанію, друк бюлетенів для голосування тощо);

10. Офіційний інформаційний ресурс (платформа SocialBoost, власна веб-сторінка, сторінка у Facebook чи окрема електронна система);

11. Можливість внесення змін у проект (під час подачі заявки, можливість і порядок об'єднання проектів тощо);

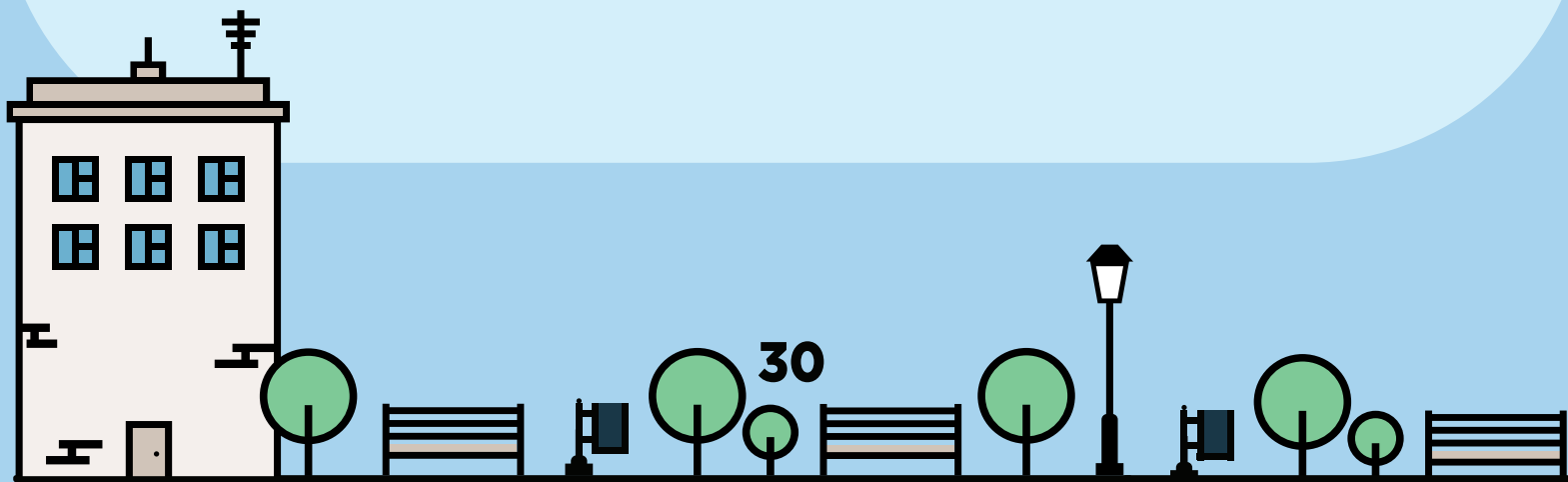
12. Логотип та правила брендування громадського бюджету в місті;

13. Пріоритети бюджету участі (будь-яка тематика проектів чи кілька конкретних напрямків);

14. Доступність інформації, необхідної для написання проекту (інформація про земельні ділянки, комунальні приміщення, контакти відповідальних розпорядників коштів, цінник робіт, макети оголошень тощо);

15. Спосіб аналізу проведення громадського бюджету в місті після завершення річного циклу.

Як бачимо, усі ці питання потребують залучення фахової думки людей, які будуть в подальшому реалізовувати проекти-переможці, а також креативного підходу, оскільки модель громадського бюджету у кожному місті індивідуальна, і скопіювати її неможливо із жодного навіть найуспішнішого міста, адже все залежить від бажання та компетентності людей, які реалізовуватимуть цей демократичний механізм, враховуючи особливості своєї громади.



Етап 5. Перевірка проектів

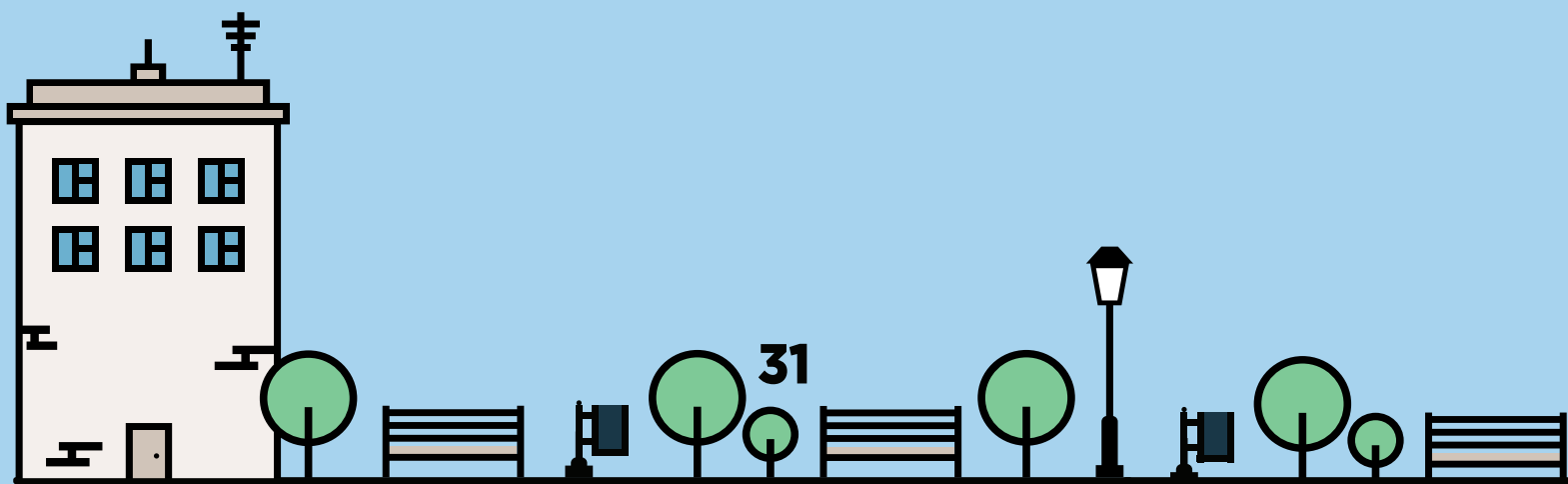
Саме тому необхідно:

- 1) встановити терміни: за скільки часу повинні повідомляти про засідання координаційного комітету (наприклад, у Рівному це сім днів);
- 2) забезпечити інформування авторів про засідання комітету (розсилка та обдзвін);
- 3) інформувати про перелік проектів, що отримали позитивне та негативне рішення комітету, що, відповідно, не прийматимуть участі в голосуванні (не обмежуватися лише сайтом ради, використовуйте соціальні мережі та надсилання повідомлення електронною поштою кожному автору).

Приклад

В Дніпрі під час перевірки проектів виконавчими органами, результати одночасно публікувалися на Facebook сторінці. Цим займався координатор, а саме – Департамент Інноваційного розвитку.

В Чернігові і Рівному результати профільної перевірки на бланку оцінки публікуються на сайті міської ради протягом 20 робочих днів. Усі результати та профільні висновки вносяться координатором до загальної таблиці. Ця таблиця розсилається членам координаційного комітету за три дні до засідання, щоб учасники мали змогу ознайомитися та сформулювати власні висновки по кожному з проектів.



Етап 6. Голосування за проекти



Основна порада: Як в будь-якому голосуванні, найбільшою загрозою тут є фальшування результатів та недовіра до процесу. Саме тому ми рекомендуємо витратити час на громадянську освіту для мешканців міста: необхідно донести громаді, що підробляючи результати голосування, вони забирають у громади можливість вирішувати, що потрібно місту, забирають гроші громади та використовують їх на власний егоїстичний розсуд.

Опис етапу

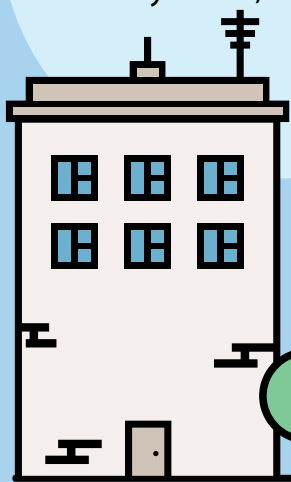
Основна порада: Як в будь-якому голосуванні, найбільшою загрозою тут є фальшування результатів та недовіра до процесу. Саме тому ми рекомендуємо витратити час на громадянську освіту для мешканців міста: необхідно донести громаді, що підробляючи результати голосування, вони забирають у громади можливість вирішувати, що потрібно місту, забирають гроші громади та використовують їх на власний егоїстичний розсуд.

Виклики



1. Найбільшим викликом, звісно, є проблема фальшування чи т. зв. «накрутки» голосів на дільницях чи через електронну систему. Так, відомі випадки коли на дільниці приводили людей і давали уже заповнені бланки для голосування, залишалось вписати лише свої дані, а також журналісти біля ЦНАПу помічали людей з купкою папірців, схожих на бюлетені. Відомі також ситуації, коли фальсифікували уже електронні голоси там, де не було належної ID-ідентифікації. Зокрема, городяни скаржились на використання їхніх акаунтів, «накручування» голосів з інтервалом між голосуваннями 1-2 хвилини, використання імен тих людей, кого вже немає серед живих, голосування кількох сотень людей із однієї IP-адреси. Також можливе накручування голосів ботами і вигаданими людьми.

Можливі сумніви щодо правдивості паперового голосування: чи справді мешканці власноруч заповнювали бланки голосування, якщо їх сотнями приносили з будинку чи підприємства, а також фіксували факти, коли працівники у комунальних закладах (в поліклініках та бібліотеках) підказували, за кого голосувати. Вирішення: координатор в міській раді повинен залучитися підтримкою волонтерів, які допоможуть збирати та фіксувати факти порушення. Крім того потрібно провести інструктаж для операторів, які збиратимуть голоси на місцях (в бібліотеках, ЦНАПах тощо), де ви поясните, що передача бюлетенів третім особам є грубим порушенням і що проголосувати можна лише за самого чи саму себе за власним документом, який посвідчує особу. На сторінці у Facebook ви також можете заохотити громадян ділитися фактами порушення голосування;



32



Етап 6. Голосування за проекти

2. При цьому ж будь-яке електронне голосування, як би по-сучасному воно не виглядало, без застосування інструментів автентифікації особи, яка голосує, однозначно створить підґрунтя для фальсифікації та «накручування» голосів, оскільки навіть реєстрація через е-мейл чи SMS уможлиблює використання сотень акаунтів. Вирішення: найбільш безпечними є системи з автентифікацією через Bank ID, Mobile ID, ЕЦП чи картки громадянина.

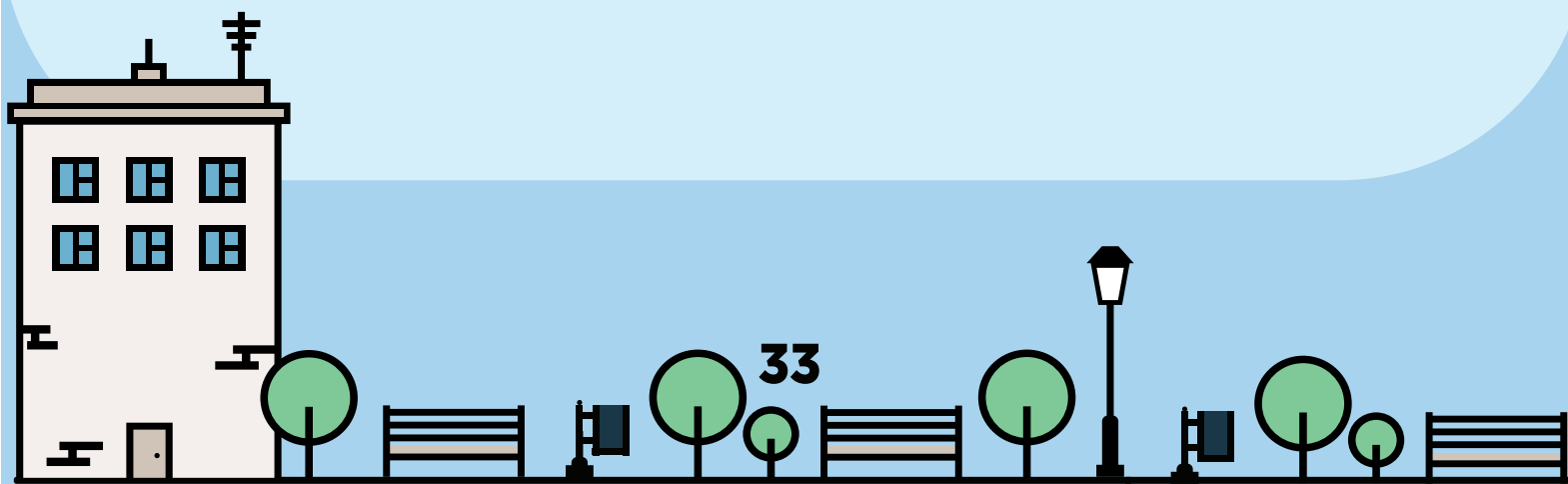
3. Більшість міст України, які використовують банківські системи для організації голосувань, зіткнулись із проблемою недовіри містян до влади щодо захисту їхніх персональних даних, і вимагають скасування такого жорстокого контролю. Вирішення: потрібно провести широку інформаційну кампанію, що роз'яснює механізм дії системи (див. приклади), а також наголосити на тому, що йдеться про серйозні речі – поділ коштів частини міського бюджету, зібраних з податків самих жителів. Тож чи необхідно такі рішення підкріпити реальними документами, що посвідчуватимуть особу, яка його приймає? Звісно! Не зайвим також буде прописати в Положенні пункт про те, що усі персональні дані, як авторів, так і виборців, будуть використані лише для підтвердження результатів голосування, і не будуть переходити до третіх осіб чи використовуватись із будь-якою іншою метою. Цей пункт стане вашим додатковим аргументом у переконанні безпеки наданої інформації.

Учасники комунікації :

- мешканці міста;
- автори проектів;
- працівники відповідального департаменту в міській раді - оператори голосування;
- координатор.

Рекомендації

Після трирічного досвіду функціонування громадського бюджету в Україні, багато міст переходить повністю на електронне голосування. Це, по-перше, збільшує довіру до громадського бюджету як прозорого демократичного механізму, по-друге, значно спрощує та здешевлює організаційні моменти громадського бюджету для відповідальних виконавчих органів, по-третє, запобігає підробці результатів голосування.



Етап 6. Голосування за проекти

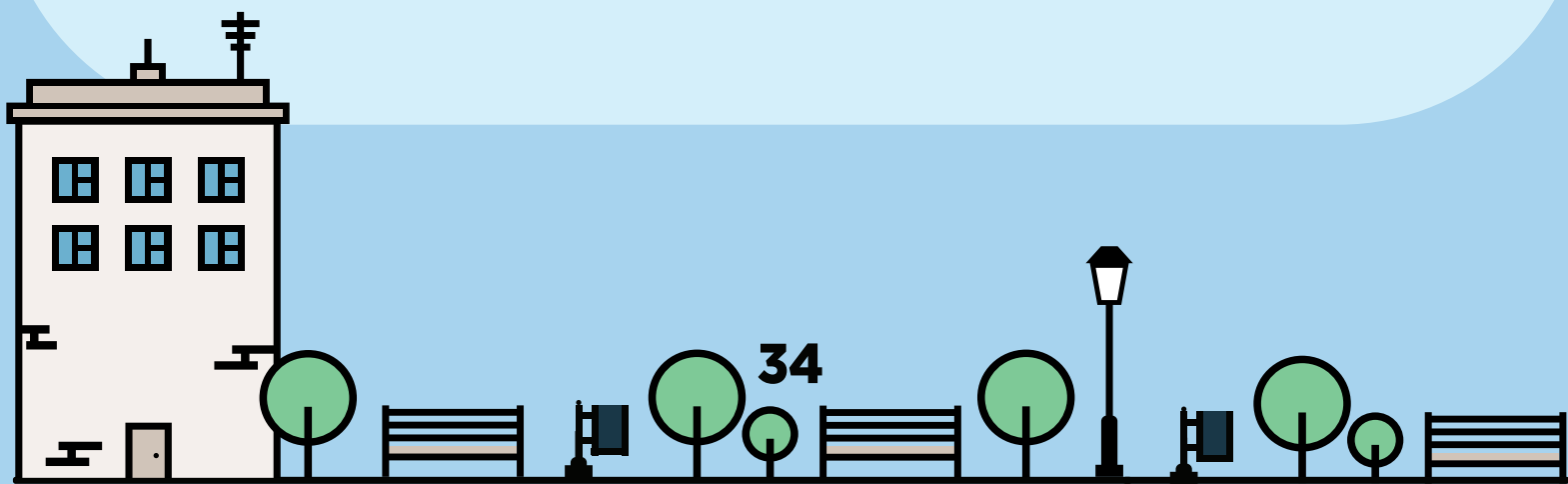
Однак, запроваджуючи виключно електронне голосування, слід забезпечити: просту систему ідентифікації мешканця (через системи BankId, Mobile ID, ЄЦП), безпеку персональних даних авторів та голосуючих, можливість електронного голосування у ЦНАПах, бібліотеках чи інших об'єктах (де замість видачі паперового бюлетня, оператор заповнює електронний бланк і одразу реєструє його на сайті). Такий підхід із роботою операторів у мікрорайонах забезпечить доступність та можливість для голосування усіх, хто немає банківської картки з Bank ID чи Mobile ID, ЄЦП, тобто голосування відбуватиметься за пред'явлення документа, що посвідчує особу.

Якщо ж робоча група визначила і паперовий спосіб голосування важливо провести превентивні заходи щодо можливого фальшування результатів, оскільки мова йде про бюджетні кошти. Таким заходами можуть стати:

- громадянська освіта щодо необхідності дотримання правил «чесної гри»;
- передбачення захисту бюлетенів та перевірки виборців;
- запровадження відповідальності для операторів паперового голосування;
- створення умов для безпечного транспортування, зберігання та підрахунку бюлетенів;
- проведення інформаційних роз'яснень при виникненні будь-яких звинувачень чи сумнівів щодо достовірності голосування.

Усі ці заходи, включно із переконанням мешканців щодо безпеки персональних даних при електронному голосуванні варто включити у інформаційно-промоційну кампанію, яка повинна супроводжувати увесь цикл громадського бюджету.

Для забезпечення інклюзивності процесу голосування, тобто доступності його для усіх категорій мешканців, влада міста може використовувати наявні об'єкти комунальної власності (ЦНАПи, бібліотеки тощо). Тому, перед початком голосування, необхідно провести попереднє навчання для працівників – операторів процесу голосування, звільнити їх на час проведення голосування від основної роботи, розробити для них правила етичної поведінки та обов'язки щодо проведення голосування (видачі та збору бюлетенів, підрахунку голосів, вчасного відкриття та закриття пунктів голосування, правил спілкування із мешканцями, агітації на «дільницях» тощо). Для кращої організації процесу голосування, а саме – підрахунку паперових бюлетенів, рекомендуємо доручити операторам проведення регулярного підрахунок бюлетенів та передання їх центральному відповідальному за підрахунок голосів (виконавчому органу чи координатору).



Етап 7. Визначення переможців



Основна порада: Усі учасники процесу вимагатимуть якнайшвидшого визначення переможців, і для міської ради дуже важливо зберігати спокій та не витратити сили даремно. Пам'ятайте, що переносити озвучену дату не бажано, але, якщо якісь зміни трапляються – повідомте про це авторів та громадськість.

Опис етапу

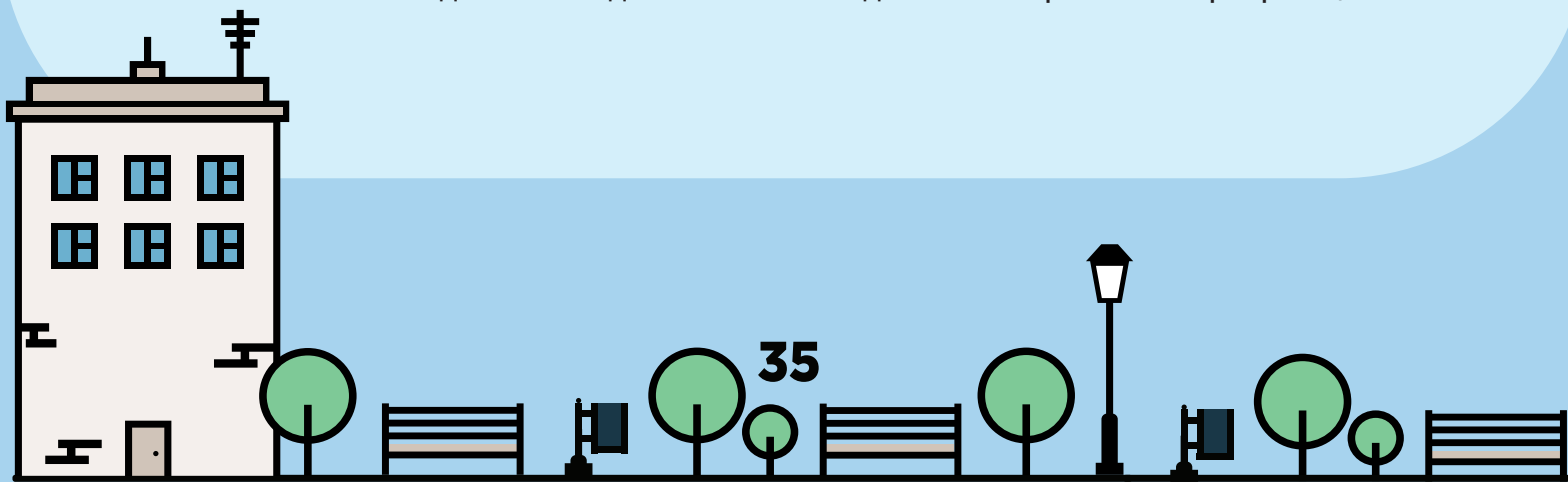
Визначення переможців є одним із важливих етапів Громадського бюджету. Встановлення підсумків голосування передбачає підрахунок голосів через е-систему та/або підрахунок голосів у бюлетенях, відданих за кожну окремо виставлену на голосування проектну пропозицію.

В цей етап входить також:

- офіційне завершення процесу голосування
- встановлення результатів
- публічне оголошення проектів-переможці;

Хороший приклад: Прес-конференція у **Чернівці** із запрошенням усіх авторів, ЗМІ, виконавців, організаторів та всіх бажаючих мешканців, що підвищить довіру до голосування мешканців міста і стане прикладом співпраці та публічною презентацією самого громадського бюджету.

- підготовка та внесення на затвердження виконавцем розпорядникам коштів проектів-переможців для реалізації в бюджет наступного року;
- винесення проекту бюджету на сесію міської ради, обговорення проекту на комісіях;
- затвердження бюджету міста на сесії рішенням депутатів міської ради на наступний бюджетний рік (з врахуванням всіх проектів-переможців для реалізації розпорядникам коштів згідно діючого бюджетного законодавства та прийнятої Програми).



Етап 7. Визначення переможців

Хороший приклад: м. Чернігів затвердили [Програму](#) проведення громадського бюджету на 2016 – 2020 рр., згідно якої й проводять процес у місті.



Переможцями голосування є проекти, які набрали найбільшу кількість голосів за рейтинговою системою окремо по малих та великих проектах. Якщо в результаті голосування два або декілька проектів отримали однакову кількість балів, пріоритетність визначається датою реєстрації відповідного проекту. У разі якщо проекти мають однакову дату реєстрації, пріоритетність має той, який потребує меншого обсягу фінансування.

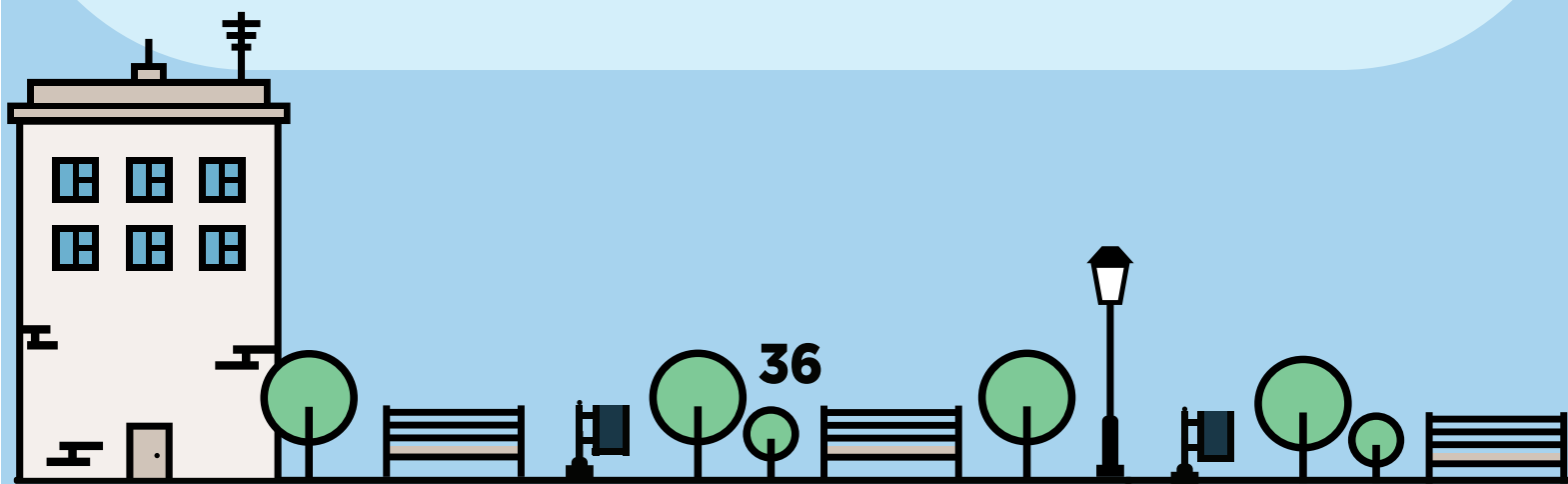
Рекомендованими до реалізації вважатимуться ті проектні пропозиції, які набрали найбільшу кількість голосів, до вичерпання обсягу коштів громадського бюджету в місті, виділених на реалізацію громадського бюджету на наступний бюджетний рік.

Виклики



1. Один з проектів переміг внаслідок фальсифікації. Вирішення: на жаль, люди часто діють в своїх егоїстичних цілях, не задумуючись про наслідки. Тут варто під час кожної публічної появи нагадувати громаді, що проекти бюджету участі – загальноміські і загальнодоступні, що лише демократична більшість повинна вирішити, що насправді потрібно місту. Якщо ж фальсифікації все-таки мали місце і ви маєте підтвердження цьому, але ви помітили це лише під час підрахунку голосів, запросіть автора та «фальсифікаторів» на публічну зустріч з громадою, яка й допоможе вам визначити, зараховувати такі результати, чи скасувати взагалі;

2. Невдоволення деяких авторів у результатах та публічне звинувачення міської ради у фальсифікаціях. Вирішення: координаційний комітет повинен підготувати перелік переможців та затвердити підсумки голосування публічно. Найкращий варіант - підрахунок голосів на засіданні та он-лайн трансляція підрахунку.



Етап 7. Визначення переможців



Хороший приклад: Оголошення результатів у **Чернігові** був максимально публічним, а підрахунок був записаний на відео і транслювався он-лайн.

3. Затримка рішення сесії міської чи сільської ради щодо проектів-переможців. Вирішення: заручіться підтримкою депутатів та міського голови, які пролоббують винесення проекту бюджету на сесію міської ради, з врахуванням результатів громадського бюджету.

Учасники комунікації

- активні мешканці;
- Координаційний комітет;
- міський голова і депутати;
- ЗМІ.

Рекомендації

1. У випадку виникнення сумнівів щодо результатів голосування необхідно звернутися за офіційним коментарем чи роз'ясненням до розробників е-сервісу, представників робочих органів, координаційного комітету чи заступників міського голови, які можуть дати офіційну відповідь, підтвердити чи спростувати наявні сумніви.

В деяких випадках маємо технічні негаразди чи збої в роботі е-сервісу, внаслідок яких, наприклад, не вдається підтвердити особу голосуючих он-лайн. В такому випадку, вам необхідно сконтактувати із розробниками сервісу, щоб вони могли вирішити ситуацію, а громаду повідомити публічно на сторінці Facebook, що результати голосування поки що не остаточні.

2. Попереджати авторів про неостаточність е-голосування

Для уникнення непорозумінь між всіма учасниками процесу бажано чітко вказати терміни визначення проектів-переможців.

Етап 7. Визначення переможців



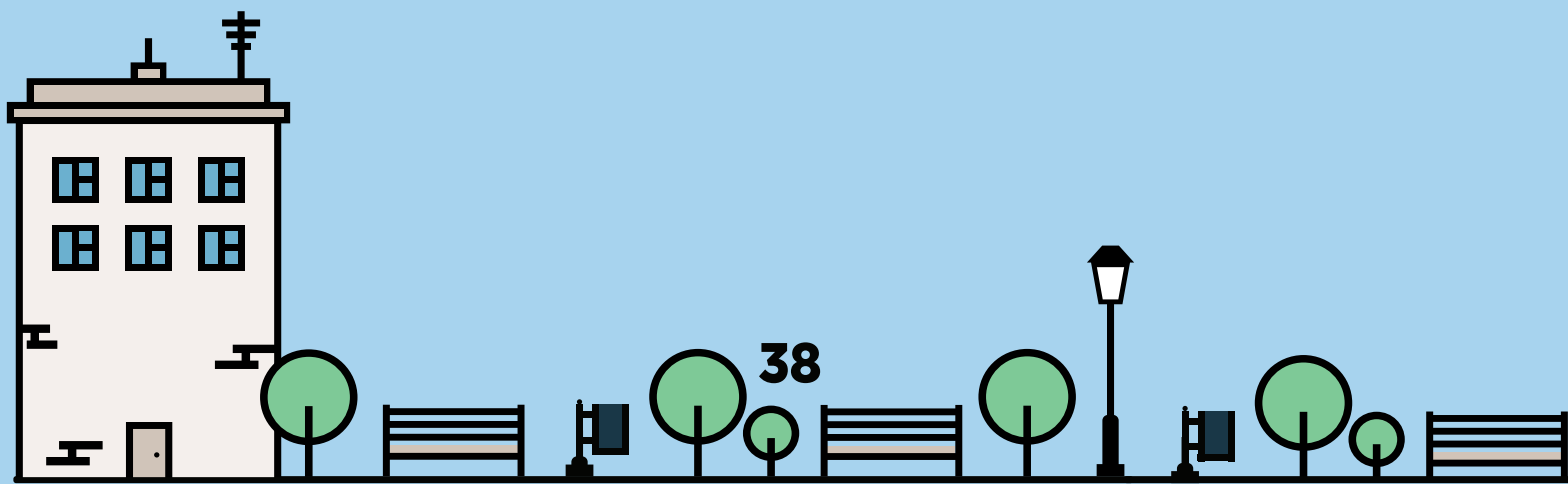
Хороший приклад: Витримка з Положення про громадський бюджет м. Дніпро: Пункт 8.6. Департамент інноваційного розвитку протягом 10 робочих днів після закінчення голосування публікує список переможців на офіційному сайті міської ради та е-сервісі, формує загальний звіт за результатами конкурсу.

У випадку, якщо голосування проводиться не лише в електронній формі, то варто в Положенні визначити чіткий термін та кількість днів, яка відводиться на підбиття підсумків голосування. Це потрібно для того, щоб мешканці знали дату оголошення результату та не піддавали сумнівам прозорість підсумків голосування.

3. Проблеми підрахунку голосів

Підрахунок голосів мають здійснювати працівники відповідального органу міської ради, які можуть залучати волонтерів. Офіційну відповідальність за процес підрахунку голосів несуть виконавчі органи міської ради, відповідно вони затверджені в Положенні чи інших нормативних документах, якими регулюється процес ГБ.

Внесення даних на е-сервіс здійснюють уповноважені на це адміністратори платформи чи відповідальні в пунктах голосування. Для прискорення процесу підбиття підсумків, коли голосування відбувається не тільки електронно, а й письмово, можуть залучатися волонтери, бібліотекарі чи інші працівники, які будуть переносити інформацію з паперового носія в електронну систему.



Етап 8. Моніторинг реалізації проектів



Основна порада: Парадоксально, але громадський бюджет для громади у багатьох містах України закінчується саме на етапі визначення переможців, – автори і громадськість, такі активні під час написання та голосування, зовсім забувають слідкувати за найважливішим – безпосередньою реалізацією проектів. Але, якщо влада захоче реалізовувати громадський проект надалі, то оцінювати її діяльність містяни будуть лише за одним показником: успішність реалізації проектів-переможців. Тому варто забезпечити механізм контролю за реалізацією й презентувати його громаді міста.

Опис етапу

Моніторинг результатів та стану реалізації проектів-переможців є одним із завершальних етапів у циклі громадського бюджету. В цьому процесі є головні учасники комунікації, які мають злагоджено та спільно працювати для якісної реалізації та публічності результатів.

Виклики



1. У процесі реалізації виявляється, що автор не задоволений виконанням проекту, бо він чи вона його «не так уявляли». Вирішення: звісно, початок цього непорозуміння лежить у неправильно складеному проекті. Бажано, щоб автор, під час написання проекту, не тільки оцінив його реальну вартість згідно цінника, рекомендованого міською чи сільською радами, а також зробив максимально точні креслення або змодельював на комп'ютері дизайн проекту. Мешканці повинні спостерігати за реалізацією та цікавитися процесом. Бажано забезпечити комунікативний майданчик, де автори консультуватимуть виконавців, та спільно доходитимуть консенсусу.

2. Ігнорування органами місцевого самоврядування, відповідальними за реалізацію, чітких вимог, закладених у проекті автором. Вирішення: виконавці реалізують проекти відповідно до визначених обсягів фінансування розпорядників, тож не завжди суми, визначені попередньо співпадають. Щоб автор не сприйняв це як ігнорування його інтересів, відповідальні органи повинні консультуються з авторами на етапі підготовки проектної та тендерної документації, уточнення по проектах, погодження авторами проектів проектно-кошторисної документації;

3. Не зважаючи на всі докладені зусилля, автори все одно не можуть знайти спільної мови із виконавцями. Вирішення: пам'ятайте, що відповідальним за «обличчя» громадського бюджету залишається все одно координатор процесу, і в його чи її інтересах зробити так, щоб проект був реалізований. Саме тому, ця людина повинна контролювати реалізацію проектів, навіть якщо автор від цього відмовився.

Етап 8. Моніторинг реалізації проектів

4. Зміна суми, оголошеної під час рекламної кампанії, після оголошення переможців. Вирішення: сума – це правило, за яким ми граємо. Воно не може змінюватись під час реалізації проектів. Контроль за виконанням бюджету та обсягів фінансування на проекти-переможці повинні взяти на себе депутати та очільник міського чи сільського населеного пункту, як представник найвищої контролюючої інстанції. Якщо все-таки, з певних причин, було вирішено змінити оголошену попередню суму, варто провести відкриту нараду з виконавцями та авторами, де узгодити всі робочі моменти та проблемні питання.

5. Жителі міста не задоволені темпами реалізації. Вирішення: тут в пригоді вам стануть ЗМІ. Публікуйте звіти, пишіть статті, знімайте сюжети, де будете демонструвати, що реалізація йде і на якому вона етапі. Комунікація з авторами та виконавцями щодо стану реалізації та публічне й відкрите висвітлення кожного з етапів реалізації з фото, відео та коментарями учасників процесу дозволить уникнути загрозливих недовомок і підозр.

Учасники комунікації

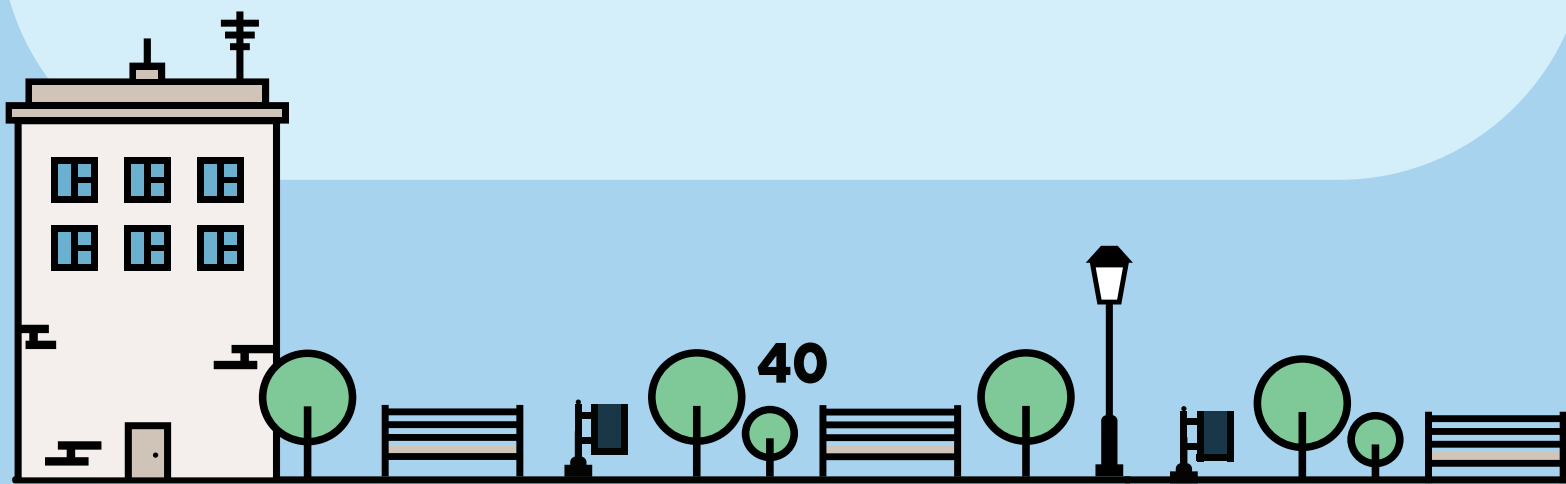
- активні мешканці;
- органи місцевого самоврядування;
- координатор процесу;
- міський голова і депутати;
- ЗМІ.

1. Публічно говорити про реалізацію проектів

Для якісної роботи та наочного прикладу ефективної співпраці необхідно публічно говорити про реалізацію кожного проекту. Пам'ятайте, що нереалізовані проекти попереднього року підбивають впевненість в процесі реалізації наступного, та загалом зменшують зацікавленість городян в громадському бюджеті.

2. Залучити депутатів до контролю реалізації і консультування виконавців;

Оскільки депутати голосують за виділення коштів на ГБ, то мають контролювати процес реалізації проектів, постійно комунікувати з авторами та виконавцями, та всіляко сприяти у розв'язанні проблемних питань, що виникають в процесі втілення проектів.



Етап 8. Моніторинг реалізації проектів

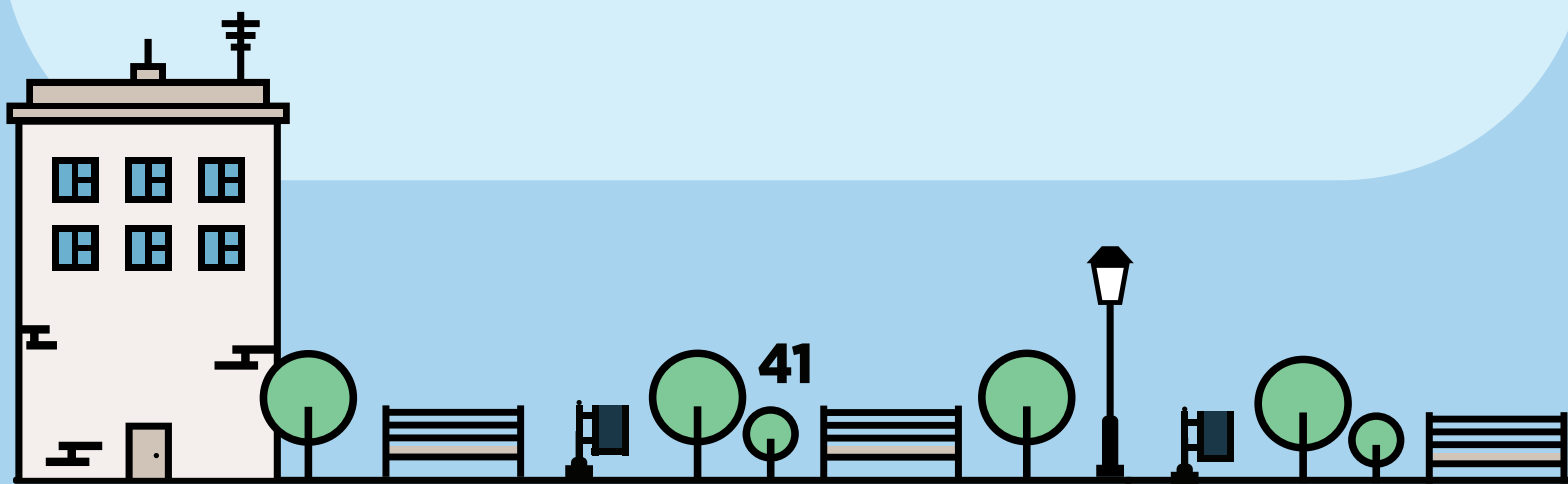
3. Виконавці реалізують, консультуються та звітують публічно;

Під час втілення проектів виконавці мають консультуватися, залучати авторів до моніторингу реалізації спільно з депутатами та мешканцями. Щодо звітної форми: у Положенні варто прописати формат, в якому на сайті громадського бюджету розміщується інформація про стан реалізації проектів (не сканований PDF, а DOC чи XLS). Крім того в новинах на сайті громадського бюджету потрібно постійно висвітлювати процес реалізації з фотографіями того, що зроблено на даний час. Навіть незначні успіхи в реалізації та публічність цих процесів в разі виникнення проблемних питань може стати позитивним прикладом співпраці авторів та виконавців і стимулювати інтерес до подання нових проектів для вашого міста чи громади.

4. Реалізовані проекти повинні демонструватись у відеосюжетах на ТБ, газетних статтях та інтернет-матеріалах місцевих ЗМІ.

В процесі звітування бажано залучити всі сторони до діалогу та співпраці. Якісно підготовлений публічний звіт може стати показником ефективності роботи виконавчих органів міської ради, таким собі піаром на повсякденній роботі. Публічність подібних звітних заходів покаже відкритість до нових викликів та вашу компетентність в роботі. Для кращої наочності варто знімати сюжети чи просто відео з процесу реалізації проектів-преможців + коментарі авторів спільно з профільними розпорядниками бюджетних коштів. Це покаже бюджетний процес наочно, зацікавить мешканців та підвищить рівень довіри до органів місцевої влади.

Хороший приклад: [Стаття](#) про встановлення контейнерів для сортування сміття у Житомирі, які були одним з проектів громадського бюджету, а також [фотозвіти](#) на сайті Житомирської міської ради міської ради. У Жовтих Водах мер міста дав [інтерв'ю](#) місцевому телеканалу, де розповів про оформлення зони відпочинку на водоймі в рамках проекту бюджету участі.



Етап 8. Моніторинг реалізації проектів

Приклади

Витяг з Положення м. Рівного щодо моніторингу реалізації проектів (п.9.5): Головні розпорядники бюджетних коштів, до повноважень яких відноситься реалізація проектів, готують звіти:

1) узагальнений про стан реалізації проектів за формою згідно з додатком 5 до цього Положення у такі терміни:

оперативний щоквартальний звіт – до 20 числа місяця, наступного за звітним періодом;

річний звіт за підсумками року – до 31 січня року, наступного за звітним.

2) про реалізацію кожного проекту громадського бюджету, що подаються на 30 день після завершення реалізації відповідного проекту.

5. Звіт включає в себе:

- 1) загальний опис результатів проекту;
- 2) опис того, що не вдалося реалізувати або було реалізовано іншим чином;
- 3) опис робіт, які було проведено, їх послідовність;
- 4) дані про фактичний термін реалізації;
- 5) дані про фактичний бюджет;
- 6) фото-звіт результату.

Етап 9. Оцінка успішності процесу громадського бюджету



Основна порада: Хоча час на оцінку, скоріш за все, буде у вас тільки після завершення активного процесу і визначення переможців, ми радимо збирати дані від початку, коли громадський бюджет був лише ідеєю в мріях ініціаторів. Заведіть окремий документ, де нотуватимете свої спостереження, дані й дискусійні моменти, – він обов’язково стане вам у пригоді наступного року, коли, розпочинаючи черговий цикл, вам потрібно буде покращити деякі процеси або прийняти зміни до Положення.

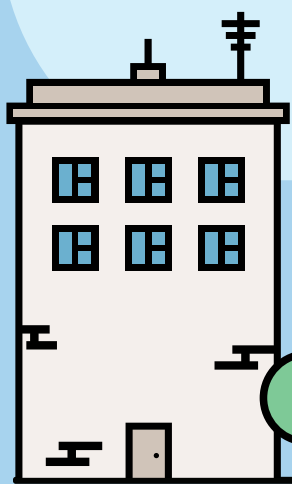
Опис етапу

Оцінка процесу – нове поняття у роботі для багатьох. По суті, це дослідження, в якому використовуються як кількісні показники моніторингу, так і якісні показники спостережень експертів. Його результати не є остаточними, вони можуть змінюватися та переглядатися з часом. Головне: вони повинні допомагати покращувати процес.

Оцінку важко виділити у окремий етап, оскільки збір інформації відбувається протягом усього процесу. Але підготовку звіту за результатами впровадження громадського бюджету, який базуватиметься якраз на оцінці процесу, може бути проведено одночасно із реалізацією проектів протягом кількох місяців.

ХОРОШИЙ ПРИКЛАД

Хороший приклад: у Варшаві [звіт по оцінці](#) бюджету участі включив у себе понад півсотні статистичних досліджень, інтерв’ю, опитувань та розтягнувся на 139 сторінок.



Етап 9. Оцінка успішності процесу громадського бюджету



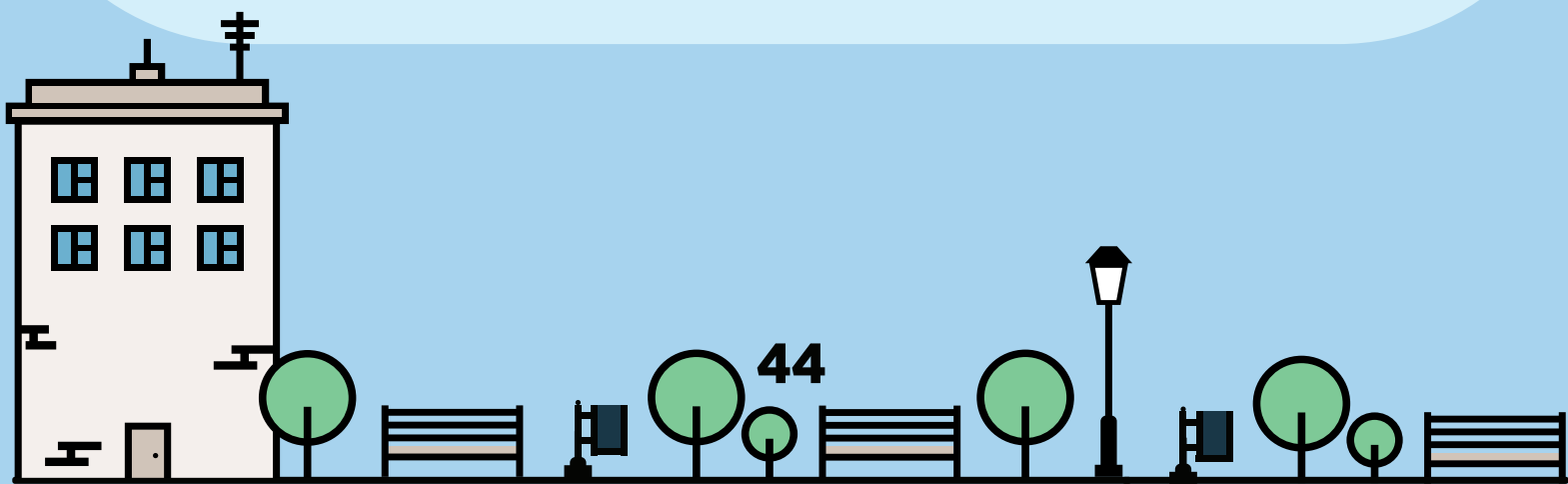
Виклики

1. Досі немає повноцінної україномовної публікації на тему оцінки процесу. Вирішення: Можна знайти польськомовні порадики, зокрема, «**Як оцінювати громадський бюджет?**» від ГО Stocznia. Західні сусіди, які впроваджують громадський бюджет з 2011 року, лише через кілька років розпочали оцінку процесу, і зараз це перетворилося на модну тенденцію: у кожного, навіть найменшого, міста є власні опубліковані звіти.

2. Навантажені великою кількістю поточної роботи, ви задумуєтесь, чи насправді оцінка потрібна кожному місту вже від першого року впровадження бюджету? Вирішення: Щоб відповісти на це питання, задайте собі інше: чи хочете ви, щоб громадський бюджет як інструмент впливу громадян на владні рішення, впроваджувався у вашому місті далі? Якщо вам сподобався цей інструмент і ви побачили, які позитивні зміни він дав вашому місту та громаді – тоді вам точно варто підвести короткий підсумок процесу, щоб побачити деталі, які дозволять його покращити. Якщо ж громадський бюджет не справдив ваших очікувань, то підібрати наступний інструмент залучення громадян до прийняття рішень (**яких існує понад сотню, до речі**) також допоможе короткий висновок, що ж саме не сподобалось, або ж пішло не так, у громадському бюджеті. Словом, від оцінки вам не втекти у жодному з випадків.

Учасники комунікації :

- ініціатори громадського бюджету;
- координатор в міській раді;
- активні мешканці: автори та виборці;
- незаангажовані мешканці.



Етап 9. Оцінка успішності процесу громадського бюджету



Хороший приклад: у Рівному під час голосування кожен охочий міг отримати разом із паперовим бюлетенем коротку анкету з варіантами відповідей, де збиралася інформація про те, звідки він чи вона дізналися про громадський бюджет, чи подавали свої проекти, кого підтримують та інші.

Рекомендації

1. **Залучіть тих мешканців, із якими не комунікували раніше**

За час проведення громадського бюджету сформувалося коло активних громадян, які радо беруть участь в ініціативі, подають проекти, голосують та пропонують допомогу в організації процесів. Ці люди – двигуни громадського бюджету, проте їх завжди меншість. Якщо ви прагнете, щоб громадський бюджет здобув більшу аудиторію, проведіть опитування або фокус-групу із вибіркою мешканців, які не брали участі в громадському бюджеті. Дізнайтесь, чому так вийшло, і ви побачите найслабше місце у своїй організації: якщо вони зовсім не чули – значить, промо-кампанія не досягла вух цієї аудиторії; якщо ж вони відмовились від участі на певному етапі – значить наступного року поставтесь до його організації відповідальніше.

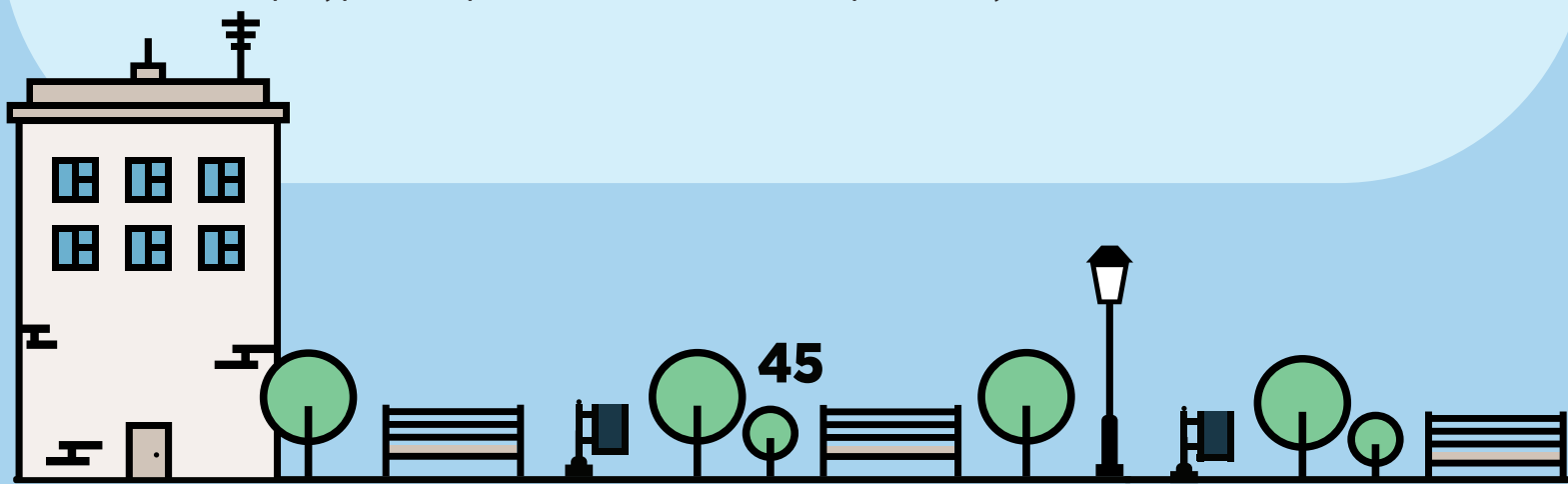
2. **Використовуйте різні джерела інформації**

Усна особиста розмова, коментарі на Facebook, поширення контенту, скарги на е-мейл чи по телефону, соціологічні опитування, громадські слухання, реакція на рекламу – будь-що може стати джерелом для оцінки громадського бюджету.

Визначте основну мету вашої оцінки й етап, який ви хочете оцінити. Тоді зробіть список усіх можливих учасників та способів отримати по ньому інформацію, й працюйте з тими, які маєте можливість охопити.

3. **Звіт повинна готувати команда людей**

Звісно, одна голова добре, але ви фізично не зможете зібрати потрібні дані самотійно. Попросіть колег готувати такі ж «подорожні записки», які робите ви. Коли ви сядете складати пазл у вигляді оціночного звіту, то саме їхня примітка стане необхідною деталлю. Також пам'ятайте про те, що ваші колеги бачать процес з тієї ж сторони, що й ви; щоб отримати картинку у 3-D, вам необхідно долучити до команди: ініціатора процесу, координатора з міської ради, автора та виборця. Це той мінімум, без якого провести оцінку неможливо. Якщо дозволяють ресурси, попросіть зовнішнього експерта оглянути звіт незаангажованим оком.



Етап 9. Оцінка успішності процесу громадського бюджету

4. Врахуйте ресурси, які будуть витрачені на оцінку

Ми розуміємо, що українським містам іноді важко виділити кошти навіть на зовнішню рекламу громадського бюджету, а про оцінку на початку процесу вже точно ніхто не думає. Не хвилюйтесь, якщо грошові ресурси не були виділені, і ви не можете зробити звіт у форматі онлайн-публікації із кольоровими діаграмами та десятком опитуванням, – навіть простого документу Word буде достатньо. Пам'ятайте: тут важлива не форма, а зміст. Через рік цей звіт стане життєво необхідним, оскільки буде письмовим свідченням того, що потрібно змінити і як. Саме тому наголосить керівництву на потребі оцінки, щоб на початку окреслити час, який ви на неї витратите. **Час – ресурс цінніший за гроші, адже він не повертається**, тож означте, скільки ви готові приділити написанню якісного звіту і ознайомте з цією цифрою керівництво.

5. Опублікуйте звіт на сайті міської ради та на Facebook-сторінці громадського бюджету міста

Звіт – це теж результат вашої праці, такий самий як реалізований інфраструктурний проект від міської ради. Ви вже знаєте, що абсолютно усе, що відбувається у громадському бюджеті, повинно бути відкритим і загальнодоступним, саме тому попіклуйтеся про якісну публікацію звіту. По-перше, вона повинна зберігатися на кількох інтернет-майданчиках, щоб її могли прочитати різні люди. По-друге, вона повинна бути доступною для завантаження, тому потрібно зберігати в таких сховищах, де вона не зникне через місяць. По-третє, її повинно бути видно в пошуку браузера на першій сторінці результатів, щоб зацікавлений читач не натрапив на помилкову інформацію.

Приклади

Офіційних оціночних звітів в українських містах поки що немає. Зрештою, як показує світова практика, оцінка зазвичай проводиться під час другого або навіть третього року впровадження громадського бюджету, бо в перший рік всі надто зайняті організацією етапів, і людям важко об'єктивно оцінювати те, у чому ведуть активну діяльність. І тут вам знову на руку зіграє правило загальнодоступності і публічності: наприклад, координатори громадського бюджету у м. Дніпро повідомляють про кожен крок міської ради та подію на сторінці [Громадський проект Дніпра](#), тож, при потребі, легко зможуть поновити в пам'яті необхідні моменти. Також добре, якщо на сайті міської ради знаходиться окрема сторінка громадського бюджету з архівом новин, або є можливість пошуку за тегами як, наприклад, у [Жовтих Вод](#).

Базову статистичну інформацію – ще й у дуже привабливому вигляді! – можна отримати на он-лайн платформі Громадський проект, розробленого ГО SocialBoost для кожного міста-учасника проекту. Приклад: статистика громадського бюджету 2016 – 2017 [Тернополя](#).

Насправді, сам громадський бюджет є інструментом оцінки. Так, проаналізувавши, в якій сфері міського життя було подано найбільше проектів, влада може побачити, що насправді потребує уваги і ресурсного фокусу найближчим часом. А помітивши найбільш активну групу мешканців міста, можна планувати подальші спільні заходи: є велика вірогідність, що отримавши позитивний досвід кооперації із владою в громадському бюджеті, вони й далі співпрацюватимуть задля розвитку міста.

Етап 9. Оцінка успішності процесу громадського бюджету

4. Врахуйте ресурси, які будуть витрачені на оцінку

Ми розуміємо, що українським містам іноді важко виділити кошти навіть на зовнішню рекламу громадського бюджету, а про оцінку на початку процесу вже точно ніхто не думає. Не хвилюйтесь, якщо грошові ресурси не були виділені, і ви не можете зробити звіт у форматі онлайн-публікації із кольоровими діаграмами та десятком опитуванням, – навіть простого документу Word буде достатньо. Пам'ятайте: тут важлива не форма, а зміст. Через рік цей звіт стане життєво необхідним, оскільки буде письмовим свідченням того, що потрібно змінити і як. Саме тому наголосить керівництву на потребі оцінки, щоб на початку окреслити час, який ви на неї витратите. **Час – ресурс цінніший за гроші, адже він не повертається**, тож означте, скільки ви готові приділити написанню якісного звіту і ознайомте з цією цифрою керівництво.

5. Опублікуйте звіт на сайті міської ради та на Facebook-сторінці громадського бюджету міста

Звіт – це теж результат вашої праці, такий самий як реалізований інфраструктурний проект від міської ради. Ви вже знаєте, що абсолютно усе, що відбувається у громадському бюджеті, повинно бути відкритим і загальнодоступним, саме тому попiклуйтеся про якісну публікацію звіту. По-перше, вона повинна зберігатися на кількох інтернет-майданчиках, щоб її могли прочитати різні люди. По-друге, вона повинна бути доступною для завантаження, тому потрібно зберігати в таких сховищах, де вона не зникне через місяць. По-третє, її повинно бути видно в пошуку браузера на першій сторінці результатів, щоб зацікавлений читач не натрапив на помилкову інформацію.

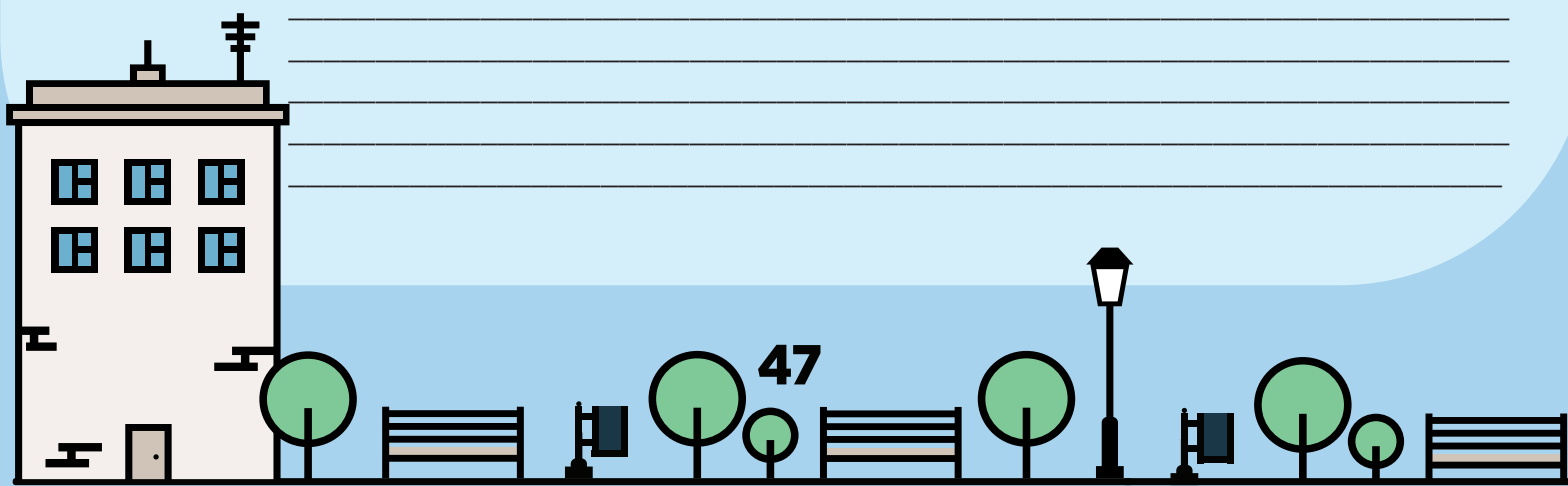
Приклади

Офіційних оціночних звітів в українських містах поки що немає. Зрештою, як показує світова практика, оцінка зазвичай проводиться під час другого або навіть третього року впровадження громадського бюджету, бо в перший рік всі надто зайняті організацією етапів, і людям важко об'єктивно оцінювати те, у чому ведуть активну діяльність. І тут вам знову на руку зіграє правило загальнодоступності і публічності: наприклад, координатори громадського бюджету у м. Дніпро повідомляють про кожен крок міської ради та подію на сторінці Громадський проект Дніпра, тож, при потребі, легко зможуть поновити в пам'яті необхідні моменти. Також добре, якщо на сайті міської ради знаходиться окрема сторінка громадського бюджету з архівом новин, або є можливість пошуку за тегами як, наприклад, у Жовтих Вод.

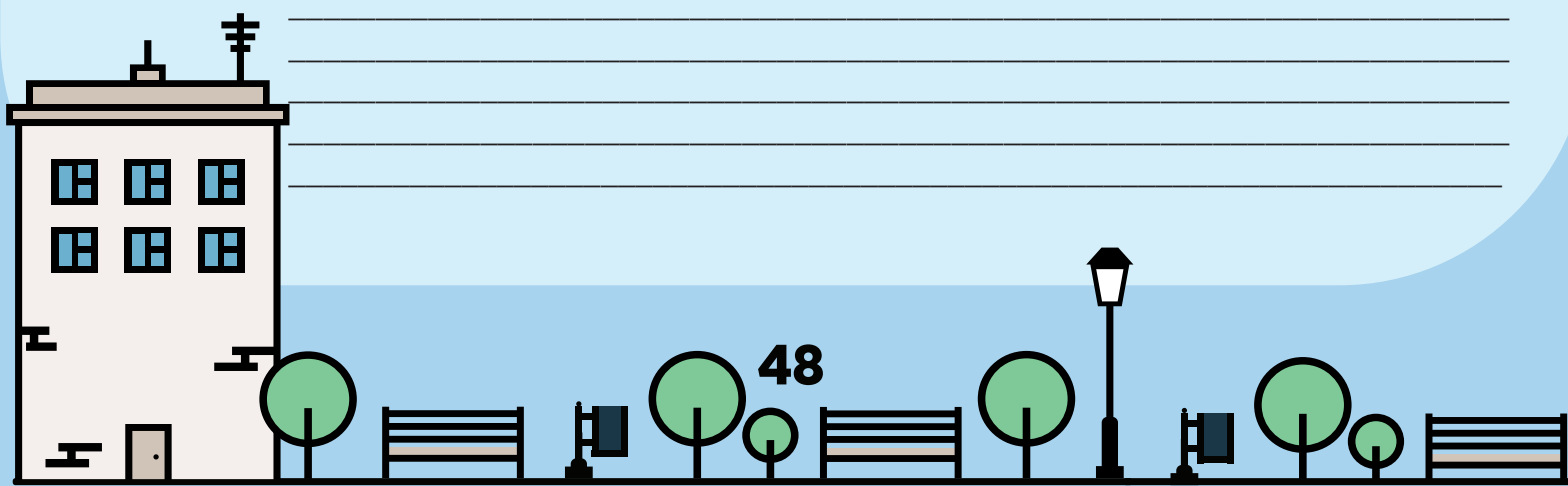
Базову статистичну інформацію – ще й у дуже привабливому вигляді! – можна отримати на он-лайн платформі Громадський проект, розробленого ГО SocialBoost для кожного міста-учасника проекту. Приклад: статистика громадського бюджету 2016 – 2017 Тернополя.

Насправді, сам громадський бюджет є інструментом оцінки. Так, проаналізувавши, в якій сфері міського життя було подано найбільше проектів, влада може побачити, що насправді потребує уваги і ресурсного фокусу найближчим часом. А помітивши найбільш активну групу мешканців міста, можна планувати подальші спільні заходи: є велика вірогідність, що отримавши позитивний досвід кооперації із владою в громадському бюджеті, вони й далі співпрацюватимуть задля розвитку міста.

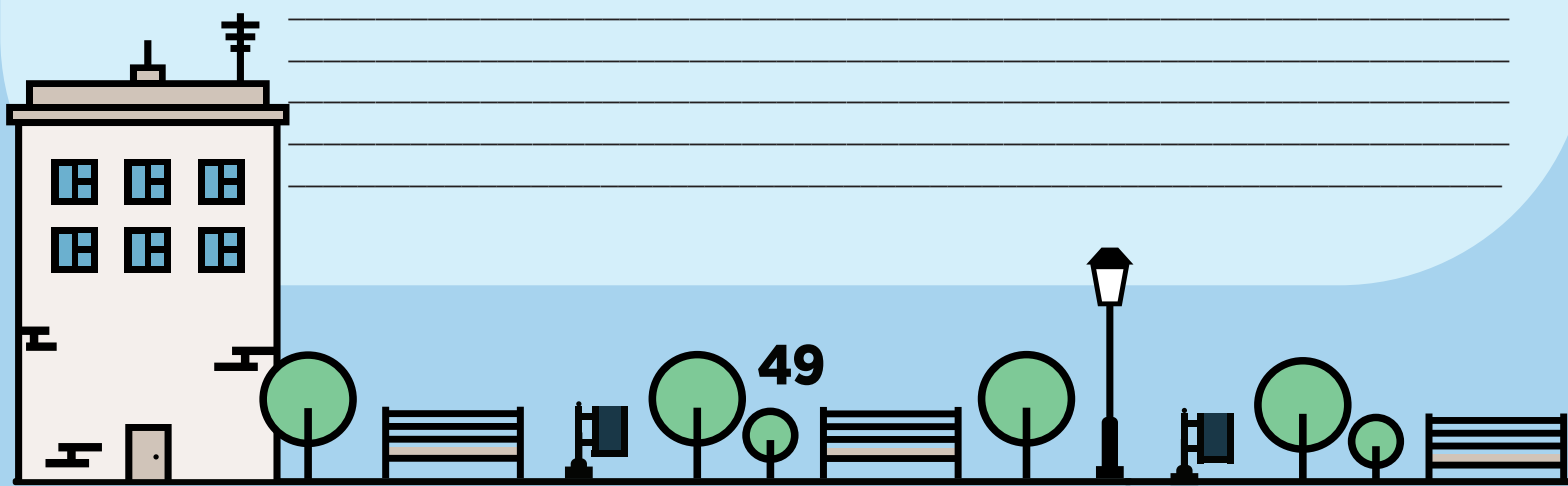
Для нотаток



Для нотаток



Для нотаток



Для нотаток

