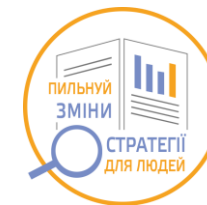


# 12 КРОКІВ

## ДОРОЖНЯ МАПА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ МОНІТОРИНГУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ



### “Кабінетна” частина моніторингу

### Примітки

### Публічна частина моніторингу

### Примітки

1

#### 1.1. Затвердити Положення про моніторинг стратегії.

Положення може містити не лише опис процедур з виконання моніторингу, але й повноваження та робочі процедури комітету (робочої групи) з моніторингу стратегії.

Враховати **особливості** оргструктури, розподілу повноважень та іншу специфіку громади.

Положення може бути **затверджене** розпорядженням голови, рішенням виконкому або рішенням сесії (залежно від розподілу повноважень у конкретній громаді).

Положення є **внутрішнім** робочим регламентом ради (виконкому) і не має містити норм права, які є обов’язковими для виконання звичайними громадянами.

#### 1.2. Оприлюднити положення на сайті громади.

1.3. Зробити публікацію про затвердження положення та початок процесу моніторингу стратегії — в новинах на сайті та на фб-сторінці громади.

Орієнтуйте зміст публікації на різні цільові групи. **Поясніть для ваших читачів:** що це за процес — моніторинг, яка від нього користь і як мешканці/ки можуть долучитись до моніторингу стратегії.

2

#### 2.1. Створити комітет (робочу групу) з моніторингу на чолі з головою громади чи заступником голови.

2.2. За необхідності — затвердити окреме положення про комітет (робочу групу).

**До складу комітету** включити представників/ць профільних структурних підрозділів, КУ/КП (залежно від цілей стратегії та індикаторів моніторингу), а також представників/ць цільових груп (бізнес, молодь, громадський актив, особи похилого віку, ін.).

Провести **перше засідання** комітету (РГ) до початку моніторингу, подальші — по мірі необхідності.

2.3. Проінформувати про створення комітету (робочої групи) — для залучення до його складу осіб від різних ЦГ.

2.4. Оприлюднити склад комітету (РГ) та положення про комітет (РГ) — після затвердження.

Розміщуйте на сайті громади **інформацію про засідання комітету (РГ)**, результати його роботи, перебіг та результати процесу моніторингу – *новини, протоколи, таблиці, звіти.*

Найважливіші **новини про перебіг і результати** моніторингу стратегії публікуйте на фб-сторінці ОМС, партнерських сторінках – *ключові цифр і факти, висновки, звіти.*

## “Кабінетна” частина моніторингу

3

- 3.1. Переглянути індикатори — впевнитись, що вони:**
- а)** є в стратегії, в додатку до стратегії чи в іншому (окремому) документі;
  - б)** відповідають стратегічним та оперативним цілям, яких стосуються (за змістом);
  - в)** є однозначними та зрозумілими;
  - г)** мають конкретні одиниці вимірювання;
  - д)** можуть бути реально відстежені з доступних джерел, без значних витрат часу та коштів.
- 3.2. За відсутності індикаторів — розробити їх спільно з членами комітету (РГ).**

## Примітки

- До перегляду індикаторів **залучити членів комітету (РГ)**.
- Необхідно розрізняти індикатори моніторингу, продукти та очікувані результати виконання стратегії (в деяких стратегіях вони подаються одним списком).
- Моніторинг проводиться за **індикаторами** — чіткими вимірюваними показниками, які можуть змінюватись з року в рік.
- Продукти** та очікувані **результати** виконання стратегії використовуються в процесі моніторингу як приклади — для підтвердження тих чи інших показників.
- Індикатори розробити **в розрізі відповідних стратегічних та оперативних цілей** — відповідно до їх змісту та очікуваних результатів виконання стратегії.
- Як правило, для кожної стратегічної цілі достатньо 1-2-х індикаторів, для кожної операційної цілі достатньо 2-3-х індикаторів

## Публічна частина моніторингу

## Примітки

- 3.3. Включити індикатори, які базуються на оцінці рівня досягнення цілей мешканцями громади.**
- 3.4. Врахувати, що думка громадян є пріоритетною для моніторингу цілей, які пов’язані з наявністю, достатністю та якістю послуг, а також для інших цілей, які орієнтовані на конкретних споживачів.**

- Частина індикаторів, де це доцільно та доречно, буде визначатись на основі **анкетувань, соціологічних опитувань, фокус-груп** та інших заходів для з’ясування громадської думки:
- якість, достатність та доступність послуг;
  - комфорт проживання, роботи чи відпочинку у громаді;
  - задоволеність певною сферою (освіта, медицина, безпека і т.д.).

4

- 4.1. Проконсультуватись з членами комітету (РГ) та фахівцями щодо переліку, доцільності, доступності даних, точності формулювання (змісту) індикаторів, джерел, строків, інших умов отримання та опрацювання інформації (за необхідності).**

- Врахувати, що це може сприйматись профільними фахівцями як додаткове навантаження та непотрібна робота.
- За необхідності провести **додаткову інформаційну роботу чи навчання** для учасників процесу моніторингу.
- За необхідності внести зміни до посадових інструкцій та положень про підрозділи — додати функції з моніторингу стратегії.



- 4.2. Врахувати витрати та інші ресурсні потреби на проведення опитувань та інших заходів із залученням громадян.**
- 4.3. Врахувати вимоги законодавства про доступ до публічної інформації.**

- Додатковим джерелом коштів** для проведення моніторингу із залученням громадськості можуть бути проекти МТД (грантові кошти).
- Моніторинг стратегії — гарна нагода для оприлюднення даних (наборів даних), які ОМС повинен розмішувати відкрито згідно з вимогами Закону України **“Про доступ до публічної інформації”**.



## “Кабінетна” частина моніторингу

## Примітки

## Публічна частина моніторингу

## Примітки

5

**5.1. Визначити остаточний перелік індикаторів**, за якими здійснюватиметься моніторинг.

Після оптимізації та уточнення перелік індикаторів спочатку затвердити **рішенням комітету (РГ)**.

Надалі — внести відповідні зміни до стратегії чи іншого документа, яким був затверджений перелік індикаторів.

Підготувати відповідні проекти рішень згідно з внутрішніми регламентами.

**5.2. Оприлюднити** відповідні рішення на сайті ОМС.

**5.3. Зробити публікацію** в форматі “для людей”.

Враховуйте, що **зміст рішення ОМС** чи іншого локального нормативного акту сам по собі не буде зрозумілий значній частині мешканців/ок громади.

Публікація має **доступно роз’яснювати** зміст нормативних актів, робити їх зрозумілими для людей, які не працюють в ОМС.

6

**6.1. Визначити відповідальних осіб (структурні підрозділи)**, які повинні надати дані за індикаторами.

**6.2. Визначити відповідальних осіб**, які мають організувати і провести опитування громадян та інші публічні заходи.

**До збору даних** будуть залучені члени комітету (РГ), а також інші особи з профільних структурних підрозділів ОМС, КП/КУ/КЗ, старости.

Для отримання даних за окремими індикаторами можуть знадобитись анкетування, опитування, фокус-групи та інші **публічні заходи**.

**6.3. Залучити лідерів громадської думки, представників/ць ГО, ОСН та інших формувань** до процесу моніторингу.

**6.4. Визначити цільові групи**, представники/ці яких будуть залучені до публічних заходів, форми залучення, канали комунікації.

Для інформування мешканців/ок, проведення опитувань, запрошення на заходи **залучайте волонтерів/ок**.

Це може бути молодь, але не лише: члени громадської (молодіжної, жіночої) ради, активних громадських об’єднань, гуртків, постійні відвідувачі молодіжного хабу чи іншого простору, які *цікавляться громадським життям та не байдужі до світу навколо*.

7

**7.1. Поставити чіткі завдання** для кожної відповідальної особи щодо збору, опрацювання і надання даних за індикаторами та додаткової інформації.

Затвердити **єдину форму** для подання інформації відповідальними особами:

- **ціль / індикатор**, одиниця вимірювання;
- **значення** (базове, планове, якщо є, і фактичне за рік чи на певну дату);
- **джерело даних / спосіб отримання**;
- **строк надання даних за індикатором**;
- **додаткова інформація** — приклади та ін.;
- **відповідальна особа (підрозділ)**.

**7.3. Визначити формат, обсяг, дизайн та зміст інформації** про результати моніторингу для різних цільових груп.

**7.4. Визначити канали та способи поширення** інформації з урахуванням комунікаційних потреб та можливостей різних ЦГ.

Адміністративний (“кабінетний”) звіт про моніторинг потрібно буде перетворити на **публічний звіт**, який буде зрозумілий і цікавий різним цільовим групам (ЦГ).

**ОСОБЛИВУ УВАГУ зверніть на дизайн** публічних звітів та інших публікацій. Він має допомогти в сприйнятті, розумінні, використанні та поширенні інформації.

## “Кабінетна” частина моніторингу

## Примітки

## Публічна частина моніторингу

## Примітки

**7.2. Визначити форму та зміст загального звіту про результати моніторингу.**

**Звіт** має бути змістовним, інформативним, відповідати структурі цілей і завдань стратегії.  
Звіт — **основа для подальших публікацій** про моніторинг “для людей”.

(буклети, мапи громади з додатковою інформацією, фб-публікації, лекторії, інформаційні зустрічі).

Знайдіть **інформаційних партнерів!** Це можуть бути місцеві ЗМІ, групи в соцмережах, які висвітлюють життя громади, місцеві громадські організації.

8

**8.1. Скласти і затвердити остаточний план заходів з проведення моніторингу:** заходи, строки, відповідальні, очікувані результати, бюджет (за необхідності).

План заходів **затверджується** рішенням комітету (робочої групи) чи розпорядженням голови громади (залежно від розподілу повноважень).

План доцільно **оприлюднити** на сайті в розділі, де розміщуються інші матеріали, пов’язані зі стратегією.

**8.2. Оприлюднити план заходів з моніторингу.**

**Поінформуйте** громаду додатково про ті заходи, які відбуватимуться із залученням мешканців/ок:

**8.3. Зробити публікацію за підсумками засідання комітету (робочої групи).**

- громадські слухання (обговорення);
- публічні консультації;
- мапування;
- інформаційні зустрічі;
- фокус-групи тощо.

9

**9.1. Організувати проведення моніторингу згідно з планом, забезпечити правильність виконання завдань з моніторингу і контроль строків виконання заходів.**

**Визначити конкретних осіб** зі складу комітету (РГ), які забезпечуватимуть збір та узагальнення інформації, підготовку звіту, а також контроль виконання плану.

Вчасно нагадуйте виконавцям про необхідність подання інформації. Забезпечте **виконавський контроль** так само, як і за будь-якими іншими завданнями.

**9.2. Вчасно інформувати про публічні заходи, а також про цікаві факти і цифри, які виявлені в процесі моніторингу.**

Як показують опитування, мешканці загалом цікавляться життям громади, успіхами і досягненнями. Вони **хочуть і готові отримувати більше інформації**, але її зміст та формат подання мають бути цікавими і зрозумілими для різних осіб — відповідно до їхніх потреб та можливостей.

10

**10.1. Скласти й оприлюднити загальний (повний) звіт за результатами моніторингу на сайті громади, фб-сторінці (публікація + лінк на звіт).**

Звіт має бути розглянутий **на засіданні комітету (РГ)** та затверджений розпорядженням голови громади чи рішенням сесії (залежно від розподілу повноважень).

Повний звіт про результати моніторингу оприлюднюється **в розділі про стратегію**.

**10.2. Підготувати та поширити короткий звіт про результати моніторингу.**

Короткий звіт можна зробити у вигляді **ілюстрованого буклету чи брошури** (друкована та/або електронна версія). Його можна додатково розмістити на вебресурсах громади – у вигляді презентації чи як файл \*.pdf

**10.3. Підготувати та поширити декілька тематичних публікацій за**

## “Кабінетна” частина моніторингу

## Примітки

Використовуйте повний та короткий звіт про результати моніторингу стратегії під час **щорічного звіту голови** громади та на інших заходах.

## Публічна частина моніторингу

## Примітки

підсумками моніторингу для різних цільових груп.

**ОСОБЛИВУ УВАГУ зверніть на дизайн** публічних звітів та інших публікацій. Він має допомогти в сприйнятті, розумінні, використанні та подальшому поширенні інформації.

**Знайдіть** інформаційних партнерів!

# 11

**11.1. Забезпечити подальші робочі комунікації** за підсумками проведеного моніторингу стратегії.

Звіт про моніторинг **обговорити на робочих засіданнях** з керівництвом громади, керівниками підрозділів ОМС, КУ/КЗ/КП, старостами.

Звіт має бути основою для **визначення пріоритетних завдань і заходів**, планування подальшої діяльності з реалізації стратегії. Особливо, за тими напрямками і цілями, де виявлено негативний поточний стан і результати виконання.

**11.2. Обговорити звіт** на засіданнях громадської (молодіжної, жіночої) ради та інших заходах з активними мешканцями.

Публічне обговорення результатів моніторингу, прозорий і публічний процес ухвалення рішень на основі даних моніторингу **збільшують розуміння та довіру** до діяльності органів місцевого самоврядування.

**11.3. Зібрати зворотний зв'язок:** відгуки, оцінки, пропозиції проєктів, заходів, ініціатив, які доцільно впровадити за підсумками моніторингу.

Це нагода **залучити небайдужих мешканців/ок громади** до участі у проєктах з розвитку громади, роботи в консультативно-дорадчих органах, просвітницької діяльності.

# 12

**12.1. Підготувати та ухвалити необхідні управлінські рішення** за підсумками моніторингу — на основі звіту та додаткової інформації.

З урахуванням результатів моніторингу можуть бути внесені **зміни до стратегії**, планів дій з її виконання, програми соціально-економічного розвитку чи галузевих програм, бюджету громади, планів роботи структурних підрозділів ОМС, КУ/КП/КЗ та ін.

**12.2. Врахувати підсумки моніторингу** в конкурсі проєктів громадського бюджету, інформаційно-просвітницьких та інших заходах з громадськістю.

Стратегія, програми і плани заходів з її виконання, оприлюднені результати моніторингу — основа для **визначення пріоритетних тем** і напрямів впровадження бюджету участі та інших публічних заходів.