



ГС «ФАХОВИЙ РУХ»

Проект

**Створення дієвого механізму взаємодії між
громадою та органами місцевого
самоврядування**

(місто обласний центр, місто обласного підпорядкування;
район; селищна громада, сільська громада)



ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ:

- розширення прав місцевого самоврядування, зокрема в частині оподаткування землі, промислової і житлової нерухомості тощо;
- розгортаються процеси реорганізації місцевих громад, які призводять до їх укрупнення, групування сільських населених пунктів навколо міст тощо;
- в умовах оборонної війни з Донбасу та Криму продовжується потік вимушених внутрішніх переселенців, що призводить до змін у населенні багатьох громад (особливо навколо Києва, у містах-мільйонниках, обласних центрах та ін.);
- в умовах зволікання в Україні з реформами в цілому посилюються проблеми, пов'язані із завищенням витрат державних і монопольних приватних підприємств (що призводить до перманентного завищення тарифів на постачання газу, електроенергії, ремонт доріг, надання адміністративних послуг тощо), і водночас – у багатьох галузях і регіонах продовжується занепад чинної інфраструктури життєзабезпечення населення.



ПРОБЛЕМИ:

- У зв'язку з швидкими політичними змінами в країні (і змінами політичних та партійно-персональних уподобань населення громад) відбуваються масштабні зміни у складі депутатського корпусу всіх рівнів та корпусу мерів / голів селищних і сільських рад, що, у свою чергу, посилює проблему ефективного виконання посадових функцій та організації зворотного зв'язку з виборцями і основними цільовими аудиторіями.
- Гостро стоять питання добросовісної конкуренції (зокрема, в частині проведення тендерів на постачання товарів, надання послуг і проведення робіт за кошти органів місцевого самоврядування), прозорості дозвільних процедур (наприклад, в частині дозволів на землевідведення, будівництво та ін.), надання адміністративних послуг фізичним та юридичним особам тощо.
- Велика системна проблема – відсутність стратегічних планів розвитку територій та містобудівної документації. Без наявності цих документів не вирішуються базові проблеми розвитку громад: залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, розвитку бізнесу різних рівнів, подолання наявного соціального напруження. Принциповим є те, що задля створення стратегій розвитку та відповідної містобудівної документації необхідно залучати (і відповідно до чинного законодавства, і задля попередження можливих конфліктів) саме громаду.



ВИСНОВОК:

Таким чином, створення дієвого механізму взаємодії між громадою (основними цільовими аудиторіями) і органами місцевого самоврядування є одним з головних чинників забезпечення / збереження соціальної і економічної стабільності, виконання органами місцевого самоврядування функцій життєзабезпечення громади та передумовою впровадження на місцевому рівні життєво необхідних реформ.



МЕТА БАЗОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ:

Опрацювати **план залучення** цільових аудиторій до взаємодії з органами місцевого самоврядування задля вирішення проблем / завдань місцевої громади / основних цільових аудиторій / відповідального бізнесу.

Сформувати на рівні громади **дієздатну команду** та запропонувати робочий механізм взаємодії і програму послідовних дій.

У перспективі: створити умови для **стабільного розвитку громади** і забезпечення ефективності та наступництва в діяльності органів місцевого самоврядування незалежно від змін персонально-політичної кон'юнктури.



ЗАВДАННЯ БАЗОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ:

аналіз настроїв, уподобань, намірів основних аудиторій місцевої громади.

- Як цільові аудиторії бачать майбутнє місцевої громади?
- Які переваги / сильні сторони має місцева громада в їх очах?
- Які проблеми їх хвилюють? Які вони мають пріоритети?
- Як вони оцінюють адміністративні послуги, які надає / має надавати місцева державна адміністрація? Органи місцевого самоврядування?
- Як вони оцінюють послуги / роботи, які надають / виконують чинні монополії (облгаз, автодор, електромережі тощо)?
- Чи задоволені вони комунікаціями, системами зворотного зв'язку з органами місцевого самоврядування?
- Чи мають вони пропозиції щодо вдосконалення / налагодження зворотного зв'язку з органами місцевого самоврядування? В яких формах?
- Чи готові вони приймати участь у вирішенні проблем / завдань місцевої громади? В яких формах? З використанням яких механізмів? В реалізації яких програм?



ОСНОВНІ ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ КОЖНОЇ ГРОМАДИ:

I. Бізнес:

- а) зареєстрований у громаді,
- б) зареєстрований за межами громади, але присутній на даній території (виробництво, будівництво, склади, крамниці тощо).

Окремо:

- Малий бізнес;
- Середній бізнес;
- Великий бізнес;
- Бізнес, який безпосередньо і регулярно взаємодіє з органами місцевого самоврядування (комунальне господарство, будівництво, пожежна безпека тощо);
- Вітчизняні інвестори;
- Іноземні інвестори.



ОСНОВНІ ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ КОЖНОЇ ГРОМАДИ:

II. Лідери суспільної думки:

- Керівники кооперативів (житлових, садових тощо);
- Керівники громадських і благодійних організацій (місцевих, а також місцевих осередків, представництв, філій регіональних та загальноукраїнських організацій);
- Керівники закладів охорони здоров'я всіх форм власності;
- Керівники закладів освіти всіх рівнів та форм власності;
- Керівники спортивних об'єднань;
- Керівники / лідери релігійних громад;
- Керівники партійних осередків;
- Керівники друкованих та електронних ЗМІ;
- Керівники волонтерських організацій; відомі волонтери;
- Відомі блогери, місцеві групи у соціальних мережах.



ОСНОВНІ ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ КОЖНОЇ ГРОМАДИ:

III. Основні групи мешканців

(варіант, на прикладі громад навколо міста Києва):

- Старе місто / село (забудова радянських часів)
- Панське місто / село (котеджі часів незалежності)
- Нове місто / село (багатоповерхівки часів незалежності)
- Переселенці з Донбасу і Криму



ОСНОВНІ ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ КОЖНОЇ ГРОМАДИ:

III. Основні групи мешканців (варіант дослідження):

- Якісне дослідження, 4 фокус-групи з чоловіками та жінками у віці 18 – 55 років, тривалістю до двох годин кожна, 8 респондентів в кожній групі.
- Кількісне дослідження, 400 телефонних інтерв'ю (САТІ), тривалістю до 20 хвилин, вибірка репрезентативна генеральній сукупності мешканців у віці від 18 до 60 років.



Матеріали, які надаються Замовнику:

- Звіт за результатами дослідження Бізнес-середовища.
- Звіт за результатами дослідження Лідерів суспільної думки.
- Звіт за результатами якісного дослідження Мешканців.
- Звіт за результатами кількісного дослідження Мешканців.
- Зведений аналітичний звіт з висновками, рекомендаціями та програмою наступних кроків.
- **ПРОГРАМА ДІЯЛЬНОСТІ**



Орієнтовна тривалість базового дослідження: 10 тижнів.

Орієнтовно вартість базового дослідження: залежить від розмірів та категорії громади, переліку питань (у випадку міста-обласного центру середнього розміру, з населенням 100-250 тис. мешканців – близько 10-12 тис. євро).



ГС «ФАХОВИЙ РУХ»

**Громадська спілка
«Рух фахових спільнот, малого і середнього бізнесу
України»
(повна назва)**

**Громадська спілка «Фаховий рух»
(коротка назва)**

www.fachovyjruch.org.ua

Київ 2016