



# МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

щодо запровадження в громаді  
інструменту е-демократії  
“Громадський бюджет”

# 1. ВСТУПНА ЧАСТИНА

## 1.1. Коротко про інструмент

Громадський бюджет (бюджет участі) – інструмент прямого впливу громади на розподіл коштів місцевого бюджету, який створює можливості для мешканців подавати власні ініціативи та проєкти для реалізації, а також обирати ті проєкти, які, на їхню думку, є найбільш важливими та актуальними.

Важливо, що Громадський бюджет – це не разовий проєкт, а щорічна активність, яка має на меті зробити прозорим бюджетний процес та об'єднати громаду навколо ідей розвитку і реалізації потрібних ініціатив.

## 1.2. Як це працює?

- > Орган місцевого самоврядування ухвалює рішення про виділення коштів місцевого бюджету для реалізації громадських ініціатив та оголошує про початок циклу громадського бюджету.
- > Представники громади подають проєкти, які проходять модерацію у відповідних підрозділах ОМС (вивчаються у першу чергу питання відповідності законодавству та можливості їх реалізації).
- > Проєкти, які пройшли модерацію, оприлюднюються для публічного обговорення та голосування.
- > За результатами голосування мешканців за проєкти спеціально створена комісія визначає переможців, які мають бути реалізовані у наступному бюджетному періоді.
- > На конкурсній основі визначаються виконавці робіт, проєкти-переможці втілюються в життя.
- > За результатами аналізу проведеного циклу громадського бюджету визначається сума та умови проведення наступного.

## 1.3. Переваги впровадження

Для органу місцевого самоврядування:

- > можливість краще досліджувати потреби громади;
- > підвищення довіри громади через прозорість витрат бюджету;
- > об'єднання громади навколо ідеї спільного розвитку;
- > суспільна підтримка збереження благоустрою території;
- > залучення громадян до процесу ухвалення рішень.

- > більша мотивація до сплати податків, які зараховуються до місцевого бюджету.

Для жителів громади

- > можливість впливу на розподіл коштів бюджету;
- > можливість втілити свою ідею для розвитку громади;
- > підвищення туристичної та економічної привабливості громади;
- > налагодження сталого діалогу та розвиток громадянського суспільства.

## 1.4. Історія питання

Громадський бюджет – інструмент активних громадян для зміни міста чи району на краще. Механізм Громадського бюджету зародився у місті Порту-Алегрі (Бразилія) у 1989 році, а сьогодні реалізується в багатьох містах світу.

Цей інструмент дав можливість сформувати коло ініціативних громадян, які почали долучатися до формування змін у місті. Громадський бюджет сприяв підвищенню рівня довіри до органів влади, а також розумінню бюджетних процесів у громаді. Запровадження такого інструменту сприяє сплаті податків мешканцями, оскільки вони розуміють, на що саме витрачатимуться кошти; а також підвищує рівень політичної й громадської свідомості, і, як наслідок, знижує рівень корупції та політичних конфліктів.

Завдяки Громадському бюджету громадяни можуть реально вплинути на місце, де живуть, і вирішити, на що підуть кошти місцевого бюджету, адже його основна мета – надати можливість громадянам пропонувати свої проекти місцевого розвитку та впливати на розподіл визначеної частки коштів бюджету шляхом голосування за ті чи інші проекти.

Станом на 2020 рік на одній тільки платформі EDEM (<https://e-dem.ua>) до інструменту "Громадський бюджет" підключено більше ніж 100 громад та подано 5 584 проекти.

У великих містах, які першими впроваджували Громадський бюджет, найбільшу підтримку сьогодні мають соціальні проекти. Натомість у малих громадах лідирують інфраструктурні. Завдяки Громадському бюджету мешканці села Святогірське Полтавської області втілили таку яскраву ідею, як перший Міжрегіональний туристичний фестиваль-ярмарок "Все буде туризм", а мешканці міста Дунаївці Хмельницької області – станцію юних натуралістів "На межі епох" у. І таких історій – сотні.

## 1.5. Приклади використання Громадського бюджету

Громадські бюджети впроваджуються не лише на рівні територіальних громад, а й на рівні областей. Набирають обертів нові для України формати – всеукраїнський громадський бюджет та шкільні громадські бюджети.

Одним із прикладів реалізації Громадського бюджету є великий проєкт ["Створення Вінницького молодіжного центру"](#). Так, у 2018 році створено Вінницький молодіжний центр "Квадрат" для ефективної взаємодії молоді, бізнесу, громади і влади. Ідея проєкту виникла у вінницьких активістів, які, використовуючи різні джерела фінансування та заручившись підтримкою вінничан, створили простір для реалізації ідей молоді. У центрі є зона очікування та власна бібліотека, велика зала зі стільцями, пуфами та зручними кріслами, менша зала для проведення зустрічей – із коворкінг-зоною. Молодіжний центр є інклюзивним та має облаштований вхід (спуск) для людей з інвалідністю.

Крім цього, у "Квадраті" функціонує спеціальна лабораторія з 3D-принтерами, на яких вінницькі школярі та студенти мають змогу друкувати різні пристрої та продукцію. Під час карантину ці принтери використовували для друку захисних щитків для лікарень з метою протидії коронавірусній інфекції.

Також "Квадрат" має свою студію звукозапису, на якій можна здійснити запис програми, музики чи подкастів, попередньо зареєструвавшись у Центрі.

Прикладами реалізації обласних шкільних Громадських бюджетів є проєкт-переможець – ["ЗІК" – зона інформації та комунікації для учнівського самоврядування у місті Пирятин](#), ["Відеостудія: складова STEAM-освіти" у місті Зіньків](#).

## 2. ВПРОВАДЖЕННЯ

### 2.1. Алгоритм впровадження громадського бюджету

- КРОК 1.** Виділення коштів місцевого бюджету (вибір моделі фінансування).
- КРОК 2.** Визначення відповідальних осіб.
- КРОК 3.** Підготовка та затвердження Положення про громадський бюджет.
- КРОК 4.** Підключення до платформи.
- КРОК 5.** Ухвалення розпорядження про проведення громадського бюджету у поточному (наступному) році.
- КРОК 6.** Ухвалення рішення про утворення Координаційного органу (Координаційної ради).
- КРОК 7.** Вибір критеріїв поділу та оцінювання проєктів
- КРОК 8.** Організація навчання відповідальних осіб.
- КРОК 9.** Проведення інформаційно-промоційної, роз'яснювальної кампанії для жителів (за потреби – проведення школи ГБ).
- КРОК 10.** Оголошення про початок циклу громадського бюджету.
- КРОК 11.** Модерація поданих проєктів.
- КРОК 12.** Голосування.
- КРОК 13.** Визначення та оголошення переможців.
- КРОК 14.** Реалізація проєктів та звітування.
- КРОК 15.** Проведення інформаційної кампанії

### 2.2. Виділення коштів

Рішення про виділення коштів із місцевого бюджету на реалізацію проєктів громадського бюджету зазвичай ухвалюється місцевою радою під час планування бюджету громади на наступний рік. Важливо визначити найбільш зручну модель проведення фінансування реалізації проєктів громадського бюджету, які будуть визначені переможцями за результатами голосування громадян.

#### 2.2.1 Визначення суми

У випадку проведення першого циклу громадського бюджету для визначення суми коштів, які виділяються для реалізації проєктів громадського бюджету, доцільно орієнтуватися на досвід громад, які мають схожу чисельність населення, кількість населених пунктів та загальну суму місцевого бюджету.

**УВАГА!** Починаючи з другого циклу, доцільно враховувати попередній власний досвід та поступово збільшувати суму коштів із одночасним розширенням сфер для впровадження проєктів.

Практика впровадження громадських бюджетів у світі вказує на те, що максимальної ефективності інструмент досягає за умови публічного встановлення фіксованого відсотка від загального фонду місцевого бюджету (наприклад, від 1% до 3%), який щороку виділяється на реалізацію проєктів громадського бюджету. Таким чином загальна сума громадського бюджету поступово зростає пропорційно до економічного розвитку громади.

## 2.2.2 Підстави для виділення коштів

Виділення коштів на реалізацію проєктів громадського бюджету здійснюється на підставі затвердженої окремої місцевої цільової програми, або ж кошти резервуються в межах інших наявних цільових програм, які реалізуються у громаді (або шляхом перерозподілу залишків із минулих періодів).

**УВАГА!** На практиці окремі програми для громадського бюджету розробляються переважно у містах із чисельністю населення понад 70 тисяч.

Перевагами затвердження окремої цільової програми для громадського бюджету є можливість планування сум коштів, які виділяються для реалізації проєктів-переможців на кілька років наперед, а також можливість виділення коштів на проведення інформаційних кампаній до та під час проведення голосування за проєкти.

Незалежно від того, чи розроблено та затверджено окрему цільову програму, чи фінансування здійснюється в межах інших цільових програм, необхідним є затвердження Положення про громадський бюджет громади, в якому визначаються усі ключові етапи та умови їх впровадження.

## 2.2.3 Моделі фінансування проєктів-переможців

Слід зазначити, що зазвичай проєкти-переможці реалізують кілька розпорядників бюджетних коштів залежно від напрямів проєктів. Це передбачає застосування відповідних кодів класифікації видатків бюджету, і до визначення проєктів-переможців неможливо передбачити, як та за якими кодами видатків розподілити виділені (зарезервовані) кошти на відповідний рік.

Виходячи з цього, існує дві основних моделі фінансування з місцевого бюджету реалізації проєктів громадського бюджету:

## **1. Реалізація проєктів у тому ж році, у якому проводиться голосування та визначення проєктів-переможців.**

За цієї моделі кошти завчасно виділяються (резервуються в межах інших програм) на поточний рік, і після голосування та визначення проєктів-переможців здійснюється внесення змін до бюджету громади та перерозподіл (на основі бюджетних запитів) видатків на реалізацію проєктів громадського бюджету між головними розпорядниками бюджетних коштів, що будуть здійснювати реалізацію проєктів.

Перевагою такого підходу є оперативність реалізації проєктів-переможців. Зазвичай від дати оголошення проєктів-переможців до завершення їх реалізації минає лише кілька місяців, що є мотивувальним фактором для громади – мешканці доволі швидко можуть бачити практичний результат своєї громадської активності під час голосування.

Ризиком такого підходу є необхідність реалізації проєктів до завершення року, тому із урахуванням потреби перерозподілу коштів бюджету між головними розпорядниками, а також проведення процедур закупівлі календарний графік громадського бюджету варто планувати таким чином, щоб проєкти-переможці були визначені у першому півріччі.

## **2. Реалізація проєктів здійснюється у наступному році після голосування та визначення проєктів-переможців.**

За цієї моделі кошти для реалізації проєктів громадського бюджету, які у поточному році були визначені переможцями за результатами голосування, виділяються у бюджеті на наступний рік.

Перевагами такого підходу є відсутність необхідності здійснювати перерозподіл коштів місцевого бюджету, адже кошти відразу виділяються для реалізації конкретних проєктів. Окрім того, громада має можливість включити до бюджету наступного року проєкти, які з різних причин не змогли отримати статус переможців, але водночас є важливими для громади і викликають суспільний резонанс.

Недоліком такого підходу є суттєвий часовий розрив між оголошенням проєктів-переможців та початком їх реалізації, оскільки фінансування здійснюється у наступному бюджетному році. Окрім більш складної комунікації і суспільного сприйняття, можливі ускладнення через суттєві зміни фінансових показників проєктів, наприклад, внаслідок зростання цін на послуги, матеріали та комплектувальні (залежно від конкретного проєкту).

## 2.3. Визначення відповідальних осіб

Для виконання комплексу завдань, спрямованих на впровадження інструменту "Громадський бюджет", успішного проведення щорічних його циклів та інформаційної підтримки необхідно визначити осіб, відповідальних за:

- > розроблення проєктів рішень (положення/цільової програми, розпорядження тощо);
- > координацію проведення Громадського бюджету – утворення координаційного органу та організація його роботи, організація модерації поданих проєктів, оголошення переможців тощо;
- > проведення інформаційно-промоційної кампанії включно з широким інформуванням жителів громади про громадський бюджет, проведенням онлайн-презентацій проєктів та інших заходів.

Особи, які визначаються відповідальними, повинні мати достатній досвід і повноваження для забезпечення виконання зазначених функцій. Загальну координацію запровадження громадського бюджету варто покласти на одного з заступників голови, а оперативні функції (внесення проєктів у систему, координація консультування авторів проєктів, проведення інформаційно-промоційної кампанії тощо) – на Уповноважений орган з питань громадського бюджету (відповідний відділ/управління).

## 2.4. Розроблення та затвердження Положення про Громадський бюджет

Важливий етап впровадження інструменту – затвердження Положення про громадський бюджет, на основі якого у подальшому будуть реалізовуватися усі його цикли. Для розроблення положення про громадський бюджет доцільно створити робочу групу, до якої включити:

- > представників фінансово-економічного підрозділу ОМС
- > зацікавлених депутатів місцевої ради
- > представників громадськості
- > представників виконавчого комітету місцевої ради

Також, окрім залучення представників громадськості до розроблення Положення, рекомендується винести документ на публічне обговорення. Таким чином представники громади зможуть висловити свої пропозиції стосовно інструменту, а також значна частина населення буде поінформована про запуск нового інструменту.



Під час опрацювання проєкту Положення необхідно визначити:

**1. Перелік осіб та їхній вік – тих, які мають право подавати проєкти на громадський бюджет і за них голосувати** (доречно включати найбільш широке коло осіб – мешканці, які досягли 16 років та мають реєстрацію в громаді; особи, які працюють чи навчаються на території громади; іноземці, які мають посвідку на постійне чи тимчасове місце проживання тощо).

**2. Способи голосування за проєкти:** онлайн (винятково електронна форма голосування) або змішаний (можливість, окрім електронного голосування, особисто віддати голос за відповідний проєкт у визначених пунктах для голосування).

Онлайн-голосування слід обрати, якщо громада має якісне покриття широкопasmовим/мобільним інтернетом на всій території, а пункти для голосування/супроводу в населених пунктах під'єднані до інтернету та можуть бути пристосовані для голосування онлайн за допомогою відповідального адміністратора. Слід також врахувати рівень цифрових навичок жителів громади та наявність у більшості з них засобів для електронної автентифікації (BankID, кваліфікований електронний підпис, MobileID тощо).

У випадку, якщо потенційними учасниками електронного голосування можуть бути не більш як половина допущених до голосування жителів громади, варто як перехідний етап використовувати змішану форму голосування. Для цього утворюють тимчасові пункти для голосування, де голосування проводиться уповноваженими особами і відбувається шляхом заповнення паперових бюлетенів.

Змішане голосування дозволяє залучити більше мешканців, але варто врахувати ризики, пов'язані з фальсифікаціями. Крім того, необхідно залучити додатковий людський ресурс для підрахунку результатів голосування. Для зниження ризиків фальсифікацій і зменшення навантаження на відповідальних адміністраторів доцільно обмежити строк внесення результатів паперового голосування до електронної системи у той самий або на наступний робочий день.

**3. способи ідентифікації авторів проєктів та осіб, які голосують, для кожного виду голосування.**

Для онлайн-голосування ідентифікація може здійснюватися засобами державного сервісу <https://id.gov.ua> (надійна ідентифікація) або через просту реєстрацію мешканців на сайті за допомогою електронної пошти (ненадійна

ідентифікація, яка створює можливості для фальсифікації результатів голосування).

Можливий також варіант внесення до системи даних особи уповноваженим адміністратором органу місцевого самоврядування і подальша ідентифікація для голосування за допомогою чат-бота. Такий варіант є значно надійнішим за самотійну реєстрацію користувачів за допомогою електронної пошти, але менш надійним за ідентифікацію засобами сервісу <https://id.gov.ua>.

Для особистого голосування у відповідних пунктах (змішана система голосування) варто визначити, які саме документи (посвідчення особи) має пред'явити особа уповноваженому адміністратору для допуску до голосування та яким чином буде здійснюватися перевірка, чи не голосувала ця особа раніше або у інший спосіб.

**4. Способи подання проєктів.** Із метою створення рівних можливостей для всіх потенційних авторів проєктів варто забезпечити можливість подання проєктів онлайн або в паперовому вигляді.

Проєкти, які подаються в паперовому вигляді, мають бути внесені до електронної системи уповноваженою особою. Для цього може бути встановлена умова про обов'язкове надсилання автором всіх матеріалів проєкту електронною поштою.

**5. Кількість проєктів, які може подати одна особа.** Зазвичай достатнім є надання можливості подавати два проєкти від одного автора, однак цей показник можна змінити залежно від активності подання проєктів у наступних циклах;

**6. Мінімальна кількість голосів,** яку має набрати проєкт для того, щоб стати переможцем – наприклад, 100 голосів;

**7. Кількість учасників координаційного органу** (Координаційної ради) з питань громадського бюджету. На практиці 12 осіб є достатньою кількістю для ефективної роботи цього органу, за умови включення до складу всіх учасників процесу (громадськість, депутати, представники виконкому);

**8. Строк і повноваження координаційного органу (Координаційної ради).** Пропонуємо обирати Координаційний орган один раз на два роки. Визначити такі повноваження Координаційного органу: затверджувати список проєктів-переможців, контролювати хід реалізації проєктів, вирішувати питання, що пов'язані з процесом громадського бюджету, зокрема щодо недобросовісної конкуренції, розглядати скарги авторів та осіб, які голосують,

та ухвалювати стосовно них вмотивовані рішення (приміром, виключення проєкту з переліку проєктів для голосування у разі виявлення підкupu тощо);

**9. Параметри громадського бюджету** (наприклад, розподіл фінансування за населеними пунктами/напрямами, поділ на великі та малі (за необхідності), визначення пунктів супроводу та голосування, строки проведення кожного з етапів), які будуть щорічно визначатися розпорядженням голови громади.

Шаблон Положення про Громадський бюджет наведено у **Додатку Д1**.

## 2.5. Підключення до Платформи

В Україні створена та функціонує низка платформ, які надають можливості впровадження громадських бюджетів, що мають схожий набір функцій. Підключення до більшості з них є безкоштовним для громад, тому обирати платформу варто, виходячи з таких критеріїв:

- > Кількість підключених до платформи громад (можливість врахувати досвід інших громад).
- > Загальні можливості платформи (у тому числі – наявність та кількість взаємно інтегрованих інструментів, окрім громадського бюджету).
- > Можливість інтеграції інструментів платформи до інших вебресурсів, наприклад, демонстрації проєктів на сайті громади через побудовані REST API.

## 2.6. Ухвалення розпорядження про проведення Громадського бюджету у поточному (наступному) році

Для проведення громадського бюджету на підставі Положення, необхідно ухвалити ряд рішень, якими:

1. Створити координаційний орган (координаційну раду) з питань громадського бюджету та затвердити її персональний склад.
2. Визначити параметри проведення громадського бюджету, такі як критерії поділу проєктів, мінімальна та максимальна сума фінансування одного проєкту, календарний план (дати початку і завершення кожного етапу) тощо. Календарний план має бути сформовано на основі строків, визначених у Положенні про Громадський бюджет.

Шаблон Розпорядження голови громади про проведення Громадського бюджету на 202\_ рік наведено у **Додатку Д2**.

## 2.7. Утворення Координаційної ради/Комісії з питань Громадського бюджету

Координаційна рада чи Комісія з питань Громадського бюджету – це консультативний орган, створений розпорядженням голови громади, який координує процес проведення Громадського бюджету, забезпечує дотримання Положення, контроль за відбором проєктів для фінансування, їх виконанням та здійснює попередній розгляд звіту про виконання проєктів, відібраних для фінансування з Громадського бюджету.

Персональний склад затверджується розпорядженням міського/селищного/сільського голови і формується відповідно до Положення. Важливо, щоб до складу цього органу були долучені представники всіх зацікавлених сторін – депутати місцевої ради, посадові особи органу місцевого самоврядування та представники громадськості, а діяльність була максимально відкритою та публічною.

Представників громадськості варто залучати до складу за результатами публічного конкурсу.

## 2.8. Вибір критеріїв поділу та оцінювання проєктів

Для формування якісного циклу громадського бюджету і спрощення процедури голосування для мешканців під час обрання проєктів-переможців доречно використовувати критерії поділу та оцінювання проєктів.

Критерії дозволяють створити цільові групи, у яких обирають проєкти-переможці, забезпечивши таким чином можливість для перемоги різним проєктам залежно від обраних умов.

Зазвичай проєкти поділяють за такими критеріями як:

- > обсяг фінансування;
- > сфера реалізації;
- > місце реалізації.

### 2.8.1 Обсяг фінансування

Поділ проєктів громадського бюджету за вартістю (наприклад, малі та великі, до 50 тис. грн та більш як 50 тис. грн) створює можливість для перемоги та подальшої реалізації різних за масштабом проєктів.

Малі проєкти зазвичай набирають меншу кількість голосів, оскільки стосуються меншої кількості жителів (наприклад, об'єкти у мікрорайонах, громадських закладах, школах тощо). Водночас такі проєкти часто мають більшу користь для своєї цільової аудиторії, аніж масштабні – "для всіх", і їх реалізація має кращий ефект для розвитку громадянського суспільства, оскільки для створення та реалізації таких проєктів часто утворюються команди активістів. При цьому жителі, які підтримують такі проєкти, краще відчують результат власного волевиявлення щодо розпорядження коштами місцевого бюджету.

Критерій вартості проєктів є доволі простим для комунікації, тому його часто застосовують для проведення першого циклу громадського бюджету.

## 2.8.2 Сфера реалізації

Поділ проєктів громадського бюджету за сферою реалізації дозволяє урізноманітнити ті, що стають переможцями та реалізуються, а також створити сприятливу атмосферу для обговорення проєктів у різних сферах, важливих для всебічного розвитку громади.

Створення тематичних груп для проєктів громадського бюджету також сприяє концентрації уваги жителів громади на важливих для розвитку сферах, які до цього, можливо, не були у фокусі суспільної уваги. .

Наприклад, виділення в окрему тематичну групу проєктів у сфері екології підвищує увагу до питання захисту навколишнього середовища, а тематична група ІТ-технологій сприяє концентрації уваги суспільства на процесах цифрової трансформації, розкриваючи переваги впровадження цифрових технологій. Доцільно розглядати питання синхронізації тематики проєктів зі Стратегією розвитку громади.

Поділ проєктів за сферою реалізації вимагає кращого розуміння принципів роботи інструменту всіма сторонами, тому зазвичай цей критерій застосовують досвідчені громади, жителі яких вже мають досвід голосування за проєкти громадського бюджету та мають можливість відстежувати подальшу долю реалізованих проєктів, які раніше ставали переможцями громадського бюджету різних років.

Окремої уваги потребує вибір тематичних груп. Для того, щоб їхня кількість та склад були оптимальними, варто врахувати таке:

- > вектор розвитку громади, визначений ухваленими раніше стратегічними документами, та пріоритетні сфери розвитку;

- > суспільно важливі та соціально чутливі сфери, які дозволять залучити якнайбільшу кількість проєктів та голосів жителів громади;
- > кількість тематичних груп має бути співставною із загальною сумою, виділеною на реалізацію проєктів із урахуванням того, що кожна тематична група може отримати проєкт-переможець.

**УВАГА!** Обсяг фінансування та сфера реалізації можуть бути поєднані. Зазвичай такий підхід застосовується у великих містах як інструмент більш точного налаштування інструменту та/або уникнення домінування проєктів найбільш соціально активних сфер.

У цьому випадку проєкти можуть поділятися відповідно до вартості (великі та малі) та сфери, якої стосуються (приміром, у місті Львів – "Освітні та медичні проєкти" та "Інші проєкти").

## 2.8.3 Місце реалізації

Поділ проєктів громадського бюджету за територіальною ознакою дозволяє залучити до участі у процесі всю громаду у випадках, коли до її складу належать різні за чисельністю населені пункти. Яскравим прикладом є великі міста, до яких при створенні територіальних громад приєдналися навколишні сільські ради. У таких громадах більшу кількість голосів завжди набирають проєкти, які плануються для реалізації у місті; однак проєкти, створені для реалізації у менших за чисельністю населених пунктах, можуть бути вкрай важливими для мешканців цих територій.

Для залучення більшої кількості осіб до участі у громадському бюджеті у зв'язку з великою площею громади, значною відстанню між населеними пунктами, відсутністю доступу до електронних сервісів у деяких населених пунктах проєкти можуть також поділятися на:

- > проєкти для малих населених пунктів, з кількістю мешканців до \_\_\_\_ осіб;
- > проєкти для великих населених пунктів, з кількістю мешканців більше \_\_\_ осіб.

**УВАГА!** Одним зі способів залучення мешканців усіх населених пунктів, які належать до складу громади, є можливість закріплення фінансування за окремими населеними пунктами або старостинськими округами. Обираючи такий підхід, варто врахувати ризик низької активності авторів проєктів у окремих локаціях і передбачити можливість перерозподілу коштів громадського бюджету між іншими проєктами.

У разі пілотного запуску інструменту Громадського бюджету можна скористатись спочатку критерієм обсягу фінансування, даючи можливість мешканцям подати проєкти на тематику, яка цікавить жителів громади. А вже під час другого циклу Громадського бюджету можна обрати додаткові критерії.

## 2.9. Організація навчання відповідальних осіб

Важливою передумовою успішного впровадження громадського бюджету є організація навчання для всіх майбутніх учасників процесу.

Навчання представників ОМС, відповідальних за роботу інструменту Громадський бюджет (адміністратори системи від ОМС, відповідальні особи, представники профільної комісії тощо) щодо адміністрування та супроводу Громадського бюджету у перший рік роботи інструменту має відбуватись обов'язково, а в подальшому – за потреби.

Представники органу місцевого самоврядування, які відповідають за роботу Громадського бюджету, мають бути ознайомлені із такими положеннями:

- > розпорядчі документи, що регламентують роботу Громадського бюджету в громаді (Положення про громадський бюджет);
- > параметри Громадського бюджету на поточний рік (максимальна вартість проєкту, необхідна кількість підписів, типи проєктів та інше);
- > вимоги до оформлення проєктів, що подаються в межах Громадського бюджету (форма проєктної заявки, її основні елементи та інше);
- > механізм реєстрації в межах обраного інструменту Громадського бюджету (використання ЕЦП, створення персонального кабінету та інше);
- > механізм подання, перевірки, опрацювання та реалізації проєктів у межах Громадського бюджету (подання проєктної заявки, етапи розгляду проєктів, проведення експертизи та інше);
- > вимоги до документів, що мають додаватись до проєктної заявки, якщо такі є (вимоги до розрахунку бюджету проєкту, плани, додаткові описи, інше).

Вивчення зазначених положень сприятиме запобіганню виникнення конфліктних ситуацій, непорозумінь або ненавмисного введення в оману жителів громади.

## 2.10. Проведення інформаційної кампанії для жителів

Із точки зору успішності використання інструменту неабияк важливо, щоб потенційні автори та жителі громади, які братимуть участь у голосуванні, чітко розуміли, як функціонує цей інструмент, як із ним працювати та які існують вимоги до авторів проєктів, процесів голосування.

Цього можна досягти шляхом використання додаткового інформаційного та візуального матеріалу, наприклад, буклети або плакати, що містять всі необхідні роз'яснення та лаконічні стислі інструкції. Крім того, не зайвим буде додаткове роз'яснення переваг громадського бюджету, які можливості він надає жителям громади та на що саме можна вплинути через цей інструмент.

Такі роз'яснення та інформування може надаватись і через офіційні канали комунікації між ОМС та жителями громади, наприклад, вебсторінка громади, спільноти у соціальних мережах, групи у месенджерах. Можуть використовуватись також інші канали комунікації – комунальний громадський транспорт, популярні місцеві газети та радіо, оголошення (плакати, борди тощо) у місцях скупчення людей (наприклад, магазини, клуби, школа), лідери думок тощо.

Дієвим інструментом проведення роз'яснювальної кампанії може стати проведення тренінгів і консультацій, наприклад, проведення Школи Громадського бюджету, яка передбачає навчання жителів громади стосовно використання зазначеного інструменту. Таке навчання рекомендується проводити систематично, відповідно до циклів його роботи; воно може відбуватись у форматі щорічної "Школи громадського бюджету".

Детальні рекомендації щодо організації та проведення навчання жителів громади висвітлені у окремому посібнику **"МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ із організації та проведення навчання жителів громади щодо подання проєктів у межах інструменту "Громадський бюджет"** (<https://egap.in.ua/wp-content/uploads/2020/11/Методичні-рекомендації.pdf>).

Проведення такого навчання може регламентуватись локальними розпорядчими актами, скажімо, наказ Голови ОМС, та визначатись у межах затвердженої локальної програми або стратегії розвитку.

Основним локальним нормативно-правовим актом, на який необхідно спиратись під час підготовки до навчання та розроблення навчальних



матеріалів, є Положення про Громадський бюджет, ухвалене органом місцевого самоврядування.

Під час підготовки до навчання варто врахувати, що учасники мають оволодіти практичними навичками з формування проєктів, щоб у подальшому подати ці проєкти на Громадський бюджет.

Такими навичками учасники можуть оволодіти під час:

- > самостійної роботи та опрацювання її результатів;
- > індивідуальних або загальних консультацій;
- > практичних занять із залученням представників муніципалітету, експертів або представників громади, що мають унікальний успішний досвід у підготовці вже реалізованих проєктів.

## **2.11. Оголошення про початок циклу громадського бюджету та подання проєктів**

Подання проєктів громадського бюджету відбувається за попередньо ухваленим графіком і зазвичай триває не менше одного місяця. Цей час потрібен для підготовки необхідних документів.

Для залучення максимальної кількості жителів громади до участі у громадському бюджеті важливо активно повідомляти громадськість про початок та хід подання проєктів. Нерідко обговорення процесу подання проєктів мотивує соціально активних громадян до створення проєктів та привертає увагу суспільства у подальшому до голосування за них. Детальніше про проведення інформаційної кампанії – у відповідному розділі.

У разі, якщо проводиться вже не перший цикл Громадського бюджету, до інформування громади можна також залучати авторів проєктів-переможців попередніх років, які можуть поділитися досвідом, активно висвітлювати історії успіху та приклади реалізованих проєктів.

## **2.12. Модерація поданих проєктів**

Після подання проєктів вони проходять етап модерації, який може здійснювати Комісія/координаційна рада чи безпосередньо відповідальна особа (відділ) із питань Громадського бюджету.

Під час цього етапу відбувається формальна перевірка проєкту – повнота і правильність заповнення Форми-заявки проєкту, відповідність проєктної пропозиції загальним критеріям, визначеним у Положенні.

Орган влади може використовувати Бланк розгляду проєкту (приклад бланку наведено в **Додатку Д1**), в результаті чого надається позитивна чи негативна оцінка проєкту. Надзвичайно важливо на етапі модерації вести комунікацію з автором проєкту з метою оперативного усунення недоліків та можливістю допустити такий проєкт до етапу голосування.

У разі, якщо проєкт є неповним або містить помилки, відповідальна особа електронною поштою чи в телефонному режимі повідомляє про це автора проєкту з проханням надати необхідну інформацію або внести корективи протягом 5-7 робочих днів (кількість днів зазначається у Положенні) від дня отримання відповідної інформації про доопрацювання проєкту.

У разі відмови автора надати необхідну інформацію та/або внести корективи, або якщо такі дії не були вчинені протягом визначеної кількості днів від моменту отримання відповідної інформації, проєктна пропозиція відхиляється, і проєкт в подальшому не розглядається.

Після доопрацювання проєкти проходять ще одну перевірку на предмет врахування рекомендацій (2-3 дні) та переходять до етапу експертизи (2-3 тижні) розпорядниками коштів на відповідність законодавству, можливість реалізації, відповідність бюджету проєкту запланованим заходам, належність землі/будівлі/території громаді тощо).

Після проведення експертизи проєктів авторами також можуть бути внесені зміни (зазвичай, протягом 5-7 днів) за рекомендацією розпорядників коштів. Після завершення цього етапу та внесення відповідних змін (протягом 2-3 днів) проєкти рекомендуються до включення до списку проєктів для голосування в межах Громадського бюджету.

## 2.13. Голосування

Ті проєкти, які здобули позитивну оцінку, виносять на голосування. Голосування організовується відповідно до Положення, із урахуванням встановлених форм голосування: онлайн (через платформу, чат-боти, термінали, за допомогою адміністраторів у пунктах супроводу та голосування тощо) та змішане голосування (одночасно онлайн та бланками (приклад бланку наведено у **Додатку Д3**) у пунктах супроводу та голосування).

У разі, якщо громада обирає також голосування бюлетенями (приклад бюлетеня у Додатку 3), важливо визначити пункти супроводу та голосування, в яких можна буде віддати голоси у паперовому форматі. У межах громади можна визначити такі місця в кожному населеному пункті (якщо їх декілька). У разі, якщо громада має велику кількість населених пунктів, можна визначити пункти супроводу та голосування в межах старостатів.

Водночас використання паперових бюлетенів потребує внесення даних в електронну систему адміністратором, рекомендується це робити щодня в

кінці робочого дня для оперативного відстеження авторами кількості голосів. По завершенню голосування всі паперові бюлетені надсилають для звірки уповноваженому органу.

Цей етап є надзвичайно важливим для авторів проєктів, адже саме під час нього відбувається активне поширення інформації про проєкти і залучення мешканців до голосування.

Однією з можливостей просування поданих проєктів є проведення онлайн-презентації їх авторами. Для проведення презентації проводиться онлайн-захід, для участі у якому запрошуються автори проєктів та всі охочі мешканці. (Приклад проведення такої презентації – [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=3362853023738859&id=10000425834254](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3362853023738859&id=10000425834254)).

Важливо, щоб презентація модерувалася представником Координаційної ради/Комісії для забезпечення рівних умов для всіх авторів. Захід бажано транслювати в соціальних мережах, щоб більша кількість мешканців громади дізнались про цікаві для них проєкти.

Голосування зазвичай триває 15 днів, що дає змогу всім мешканцям проголосувати.

## **2.14. Визначення та оголошення переможців**

Встановлення результатів голосування здійснює Координаційна рада на відкритому засіданні після завершення голосування та підрахунку голосів. Підрахунок голосів та визначення переможців відбувається відповідно до Положення. Проведення голосування в електронній формі дозволяє значно зекономити людські ресурси та автоматично визначити переможців.

Важливо! Засідання Координаційної ради може відбуватись в онлайн-режимі з трансляцією у соціальних мережах – це суттєво збільшує довіру до результатів циклу громадського бюджету, які будуть оголошені пізніше.

## **2.15. Реалізація проєктів та звітування**

Після оголошення результатів голосування циклу Громадського бюджету орган влади зазначає, коли заплановано реалізацію проєктів. Задля ефективного виділення коштів проєкти рекомендується реалізовувати наступного року, для визначення чітких сум видатків на проєкти-переможці.

Важливо в бюджетах проєктів закласти компенсаційні суми на випадок інфляції (7-10%), щоб уникнути ситуації, коли ціни зростуть, і реалізація проєкту буде під загрозою.

Під час реалізації проєкту варто консультиватись з авторами, з метою отримання більш ефективних результатів. Це дасть змогу залучити більше осіб до реалізації та уникнути ризику чи знизити ризик ситуації, коли реалізація проєкту буде не такою, як попередньо запланована.

Також один раз на квартал необхідно проводити звітування стосовно ходу реалізації проєктів-переможців Громадського бюджету. Буде доречно робити короткий звіт після реалізації кожного з проєктів-переможців. Це дасть можливість популяризувати сам інструмент і продемонструє мешканцям, що ініціативи, подані та проголосовані ними, є важливими і вчасно втілюються.

# 3. ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ

## 3.1. Основні положення

**Громадський бюджет:** це можливість для громадян подавати свої ініціативи щодо змін у громаді, реалізацію яких фінансує та реалізує місцева влада.

**Мета кампанії:** зібрати більше якісних проєктів від громадян для участі.

### Вигодоотримувачі проєкту:

- > жителі громад, які будуть користувачами проєктів-переможців;
- > місцеві активісти.

**Зацікавлені сторони (стейкхолдери):** групи людей, яких необхідно поінформувати, хоча вони і не здобувають прямої вигоди від реалізації проєкту:

- > місцеві активісти;
- > представники районної та обласної влади.

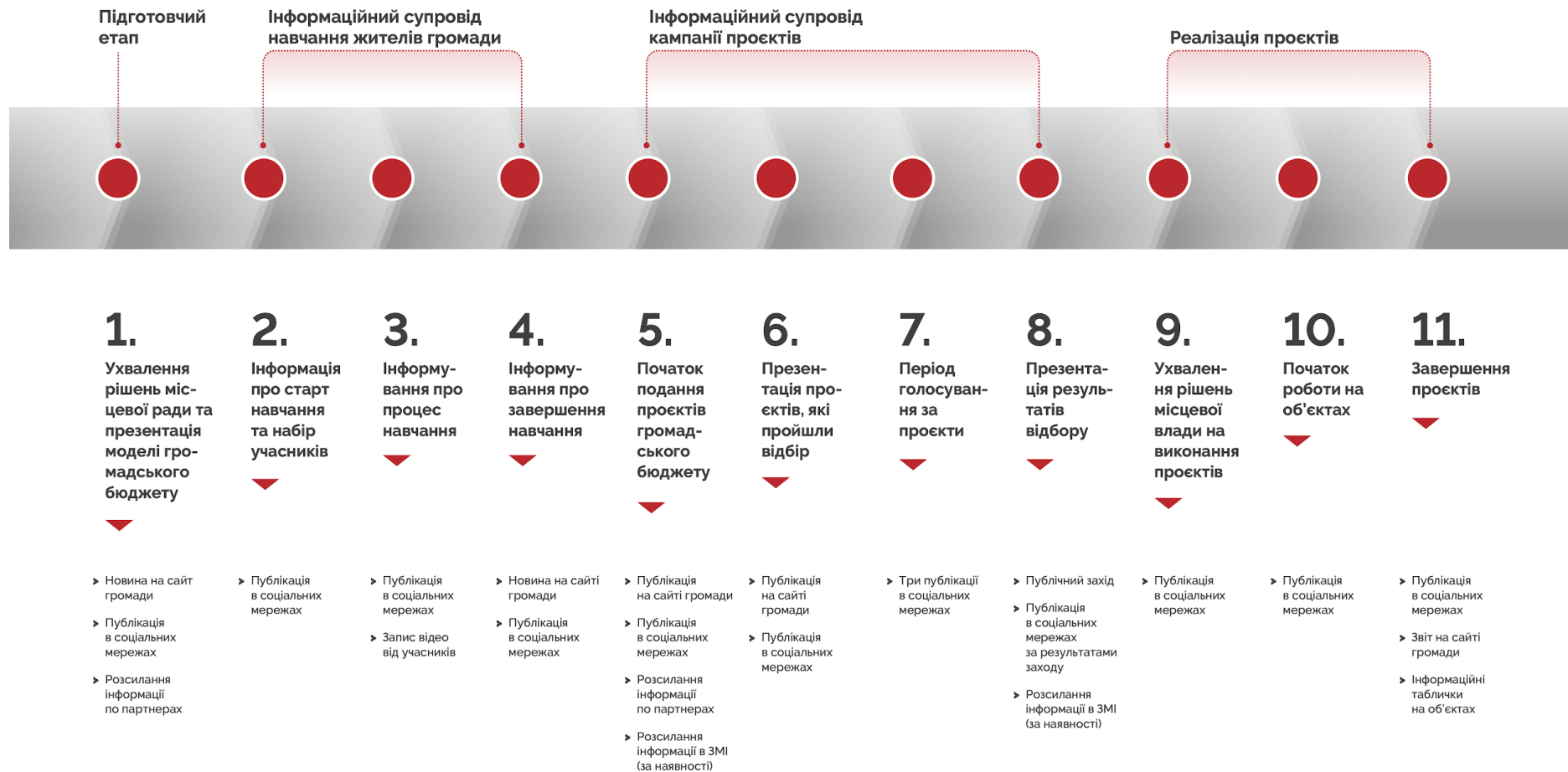
**Основні канали комунікації:** партнерські мережі (громадські та благодійні організації громади), соціальні мережі, сайт громади.

### Ключові повідомлення:

- > Громадський бюджет - ефективний інструмент для вирішення проблем громади
- > Громадський бюджет дає шанс кожній ідеї змін в громаді
- > 2 млн грн\* на реалізацію ідей громадян

\* сума коштів громадського бюджету

## 3.2. План інформаційної кампанії з описом подій



### 3.3. Ухвалення рішень місцевої ради та презентація моделі Громадського бюджету

Після ухвалення рішення місцевої ради про запуск громадського бюджету необхідно проінформувати про це громаду.

Варто зауважити, що в інформуванні громадськості потрібно робити акцент на трьох моментах:

- > максимальна сума коштів проєктів та загальний бюджет;
- > календарний план.

На цьому етапі потрібно використати такі заходи:

- > публікація новини на сайті громади, де вказані календарний план, максимальні суми проєктів та процедура відбору проєктів;
- > публікацію у соціальних мережах з акцентом на тому, що тепер жителі громади можуть залучити певну суму коштів для реалізації своїх ідей (Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**);
- > розсилання інформації партнерськими мережами.

### 3.4. Старт навчання та набір учасників

Інформацію про навчання варто:

- > розмістити на сайті громади;
- > розмістити у соціальних мережах громади;
- > поширити у місцевих групах та чатах;
- > повідомити ЗМІ (за наявності).

Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**.

За можливості перегляньте звернення громадян, які надходили протягом кількох минулих років, де вони озвучували пропозиції, як покращити інфраструктуру громади. Автори цих звернень можуть бути потенційними учасниками навчальної програми.

## 3.5. Інформування про процес навчання

Сам процес навчання теж може створювати матеріали для інформування. Зокрема, можна публікувати пости в соціальних мережах, де коротко переказувати зміст виступів спікерів чи просто описувати одну ключову ідею, яку озвучили спікер/спікерка.

Щоб урізноманітнити контент на сторінці, можна записати з тренерами короткі відео на 30-45 секунд, де вони озвучують поради чи просто закликають глядачів не бути байдужими та подавати проєкти на Громадський бюджет.

Відео також можна записувати і з учасниками навчання, де вони розповідають, що їм найбільше запам'яталось із навчання і яку ідею вони хочуть реалізувати.

Для таких відео достатньо мобільного телефону, проте зверніть увагу, щоб у місці, де ви його записуєте, було достатньо світла.

## 3.6. Інформування про завершення навчання

Варто зробити публікацію в соціальних мережах зі спільним фото учасників, а також необхідно попросити учасників зробити публікації у власних соціальних мережах про те, що вони пройшли навчання.

У такій публікації варто наголосити, що проєкти можуть подавати не лише ті, хто пройшов навчання, а всі жителі громади, і дати посилання на більш детальну інформацію про те, як це зробити, на сайті місцевої ради.

Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**.

## 3.7. Початок подання проєктів громадського бюджету

Це ключовий етап, на якому варто зосередити максимальні зусилля.

Інформування передбачає:

- > публікацію на сайті громади про старт подання проєктів;
- > публікацію в соціальних мережах про те, як подати проєкт і які вимоги до проєктів;
- > розсилання інформації партнерам;
- > розсилання інформації у ЗМІ (за наявності).



Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**.

## 3.8. Презентація проєктів, які пройшли відбір

Після проходження технічного відбору і допуску до голосування варто зробити публікацію на сайті громади з акцентом на кількісні показники поданих проєктів (скільки подали проєктів та на яку загальну суму коштів).

У соціальних мережах теж доречно зробити публікацію з узагальненням інформації, але там також треба коротко описати, яких тем переважно стосуються проєкти.

І на сайті, і в соціальних мережах потрібно дати посилання на портал E-Dem, щоб читачі могли детальніше ознайомитись із запропонованими проєктами.

Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**.

## 3.9. Період голосування за проєкти

Варто роздрукувати інформацію про подані проєкти і зробити стенди з нею в місцях, які найбільше відвідують жителі вашої громади. Найчастіше це – ЦНАП, будівля місцевої ради, заклади охорони здоров'я та освіти.

У соціальних мережах варто зробити три публікації із закликом проголосувати за проєкти Громадського бюджету:

- на початку голосування – *"Виберіть пропозиції, які будуть реалізовані"*;
- у середині терміну – *"Не відкладайте на останній момент голосування за проєкти громадського бюджету!"*;
- в останній день голосування – *"Залишилось 24 години, щоб підтримати проєкти, подані на громадський бюджет"*.

Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**.

Якщо у вашій громаді є місцеві друковані газети, потрібно домовитись із їхніми редакціями про публікацію новини щодо старту голосування за проєкти Громадського бюджету.

## 3.10. Презентація результатів відбору

Після того, як були визначені проєкти-переможці, варто зробити їх публічну презентацію. Вона може бути під час сесії місцевої ради або урочистого заходу.

Під час презентації доречно вручити сертифікати авторам проєктів-переможців. Це підвищить їхню мотивацію подавати проєкти наступного року, а також агітувати інших жителів громади.

### **3.11. Реалізація проєктів**

Інформування в межах кампанії має тривати навіть після того, як були затверджені всі проєкти-переможці. Це потрібно робити, щоб люди бачили, як реалізуються ініціативи, за які вони голосували, бо це підвищує рівень довіри до інструменту і збільшує інтерес до нього на наступний рік.

### **3.12. Ухвалення рішень місцевої влади щодо виконання проєктів**

У більшості випадків для реалізації ініціатив Громадського бюджету має бути рішення органу місцевої влади, про яке варто повідомити у соціальних мережах та ЗМІ.

Приклади публікацій наведено у **Додатку Д4**.

### **3.13. Початок робіт на об'єктах**

Важливо зробити кілька фото ДО початку робіт, які потім можна буде використовувати для фотоколажів "було-стало".

Публікацію про початок робіт на об'єктах доречно робити, якщо орієнтовний термін виконання робіт – більше трьох тижнів.

Якщо ж для завершення всіх робіт потрібно менше часу, то краще повідомити громадян уже про результат.

### **3.14. Завершення реалізації проєктів**

Завершення реалізації проєктів-переможців варто висвітлити у кількох форматах:

- > зробити публікації в соціальних мережах відповідно завершення робіт над конкретними об'єктами;
- > після реалізації усіх запланованих проєктів варто зробити загальний матеріал-звіт на сайті громади.

Доречно встановити таблички "проєкт реалізовано в межах ініціативи громадського бюджету", адже у такий спосіб кожен новий об'єкт перетворюється на рекламу інструменту і мотивує інших жителів подавати свої проєкти.

Якщо об'єкти розташовані недалеко один від одного, можна розробити окрему екскурсію реалізованими проєктами, яку можна проводити під час візитів представників інших громад чи потенційних партнерів.