



OPEN SOCIETY INSTITUTE
ASSISTANCE FOUNDATION - TAJIKISTAN



ПРОГРАММА «ПОДДЕРЖКА УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ФИНАНСАМИ В РТ»

**КОМПОНЕНТ «УКРЕПЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА
ОРГАНИЗАЦИЙ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА РТ»**

Модуль 2
Таджикистан



OPEN SOCIETY INSTITUTE
ASSISTANCE FOUNDATION - TAJIKISTAN



The State University
of New York



Модуль 2. Роль исполнительной и законодательной власти в разработке, принятии и контроле над исполнением бюджета

Разработка Плана воздействия для осуществления кампании по бюджетной адвокации
Часть 2

Хайдар Уали, РМР

Что такое План воздействия?

- План воздействия (ПВ) – показывает как стратегии или кампании вашей организации будут работать. Он показывает цепочку причин и следствий между стратегиями, используемыми вашей организацией, и конечными результатами, которые вы надеетесь достичь.
- В адвокации предполагается, что такая цепочка связей существует
- ПВ представляет из себя последовательность изменений, которые вы хотите достигнуть ч/з свою работу
- ПВ помогает раскрыть предположения и ожидания, которые связывают эти последовательности
- Четкое понимание и улучшение этих связей поможет в достижении ваших целей





Восемь блоков для разработки плана воздействия



OPEN SOCIETY INSTITUTE
ASSISTANCE FOUNDATION - TAJIKISTAN

www.osiaf.tj

Восемь Блоков для разработки плана воздействия



1. Миссия организации

Очень важно включить главные цели вашей организации в План воздействия, т.к. это будет способствовать выстраиванию соответствия между специфичной адвокаси-кампанией и тем, что пытается достичь ваша организация в целом

Наводящие вопросы:

- Миссия и основные виды деятельности вашей организации?
- Какой вклад вносят цели проекта в достижение видения и миссия вашей организации? Как?
- Насколько другие сотрудники вашей организации разделяют ваше понимание этого?



1. Миссия организации

Пример:

Миссия: Поддержка, развитие и внедрение гражданских инициатив с целью вовлечения населения в процесс улучшения качества жизни и развития сельских территорий.

Основные направления деятельности:

1. Оказание социальной помощи гражданам (включая, но не ограничиваясь следующими категориями: дети, люди с ограниченными возможностями, пенсионеры, участники ВОВ и другие)
2. Пропаганда семейных ценностей и здорового образа жизни.
3. Реализация социальных, культурных, образовательных, благотворительных проектов, направленных на обеспечение общественных благ.
4. Развитие гражданской инициативы граждан.
5. Создание условий для духовного и физического развития детей, подростков и молодежи.



2. Конечная цель вашего эдвокаси

Конечной целью бюджетной эдвокаси не всегда может быть достижение изменений в бюджете, а больше положительные изменения в жизнях людей и сообществ

Применение критерия SMART в формировании конечной цели может помочь

Наводящие вопросы:

- Что ваша эдвокаси-кампания пытается изменить? Если она будет успешной, что произойдет ко времени ее завершения?
- На чье качество жизни вы пытаетесь оказать воздействие? Опишите целевую группу или сектор населения.
- Где вы пытаетесь добиться изменений? Географическое место или какой-либо уровень Правительства?
- В какой форме будет это воздействие? Будет ли это какая-то конкретная выгода, служба, помещение, процедура или структурное решение, которое будет изменено или улучшено для целевой группы.



2. Конечная цель вашего эдвокаси

Пример:

Конечная цель эдвокаси–кампании:

Грамотная и образованная в бюджетных вопросах общественность Илийского района Алматинской обл. осуществляет профессиональный мониторинг и контроль за расходованием средств районного бюджета через своих представителей в Общественном совете при Маслихате районе

Определяем и отмечаем конечную цель вашей эдвокаси кампании:



3. Изменения в гос. органах

Это изменения, которые затрагивают сферу оказания услуг гос. органами, или предоставления информации, или более открытого принятия решений по важным вопросам жизни общества

Здесь применение критерия SMART тоже может помочь!

Наводящие вопросы:

- На какую сферу гос. услуг вы пытаетесь повлиять?
- Сколько, кому и когда должны оказываться гос. услуги?
- Какое гос. учреждение, какую рекомендацию, от какого сообщество когда должно реализовать?
- Какая информация, о какой деятельности гос. учреждения должна быть получена, в каком виде и когда?
- Потребуется ли вам воздействовать на несколько сфер государственной деятельности одновременно для достижения вашей конечной цели?



3. Изменения в гос. органах

Пример:

Основным и главным изменением по результатам проекта должно усиление потенциала членов Общественного совета при Маслихате Илийского района для того, чтобы они могли правильно оценивать и отслеживать бюджеты, создаваемые и реализуемые на районном уровне в социальной сфере.

**Изменения в гос. органах, которые должна вызвать ваша
эдвакаси-кампания:**



4. Бюджетные изменения

Это может быть изменения бюджетного процесса (участие, прозрачность) и/или бюджетной политики (увеличенные ассигнования, улучшенное исполнение, уменьшение коррупции). Здесь важно проследить связь между 3 и 4 блоками.

Наводящие вопросы:

- Какая часть гос. бюджета должна стать доступной общественности? Кем? Когда?
- Кто должен быть включен, в какой части бюджетного процесса и когда?
- Какие ассигнования от какого управления или программы должны быть увеличены? Насколько? Когда?
- Какие части процедур закупок должны быть пересмотрены и улучшены?



4. Бюджетные изменения

Проектом предлагается оказать техническое содействие членам Общественного совета Илийского р-на Алматинской области, проведя обучение по следующим темам:

- бюджетный анализ,
- мониторинг и оценка бюджетных программ и проектов,
- вовлечение населения к участию в этих процессах,
- функционировании системы госзакупок в Республике Казахстан

В результате члены Общественного совета, состоящие из представителей ГО (НПО), депутатов районного Маслихата и гос. служащих будут лучше разбираться в местном бюджете и смогут принимать взвешенные решения по нему во время процесса его рассмотрения и одобрения.

Второй важный компонент проекта – создание веб-сайта Маслихата Илийского р-на, на котором на регулярной основе будут выкладываться материалы о деятельности Маслихата, его взаимодействия с Общественным советом, данные по бюджету району и другие вопросы, касающиеся этой темы. Таким образом будет повышаться доступность граждан к информации о деятельности органов исполнительной и представительской власти на местах и возможность влияния на их решения.

Бюджетные изменения, которых пытается достичь ваша адвокаси-кампания: _____



5. Кто принимает решения?

Это может быть как отдельное лицо, так и организация. Главный риск не в том, что это лицо/орг. определяется неправильно, а в том что либо слишком обще, либо слишком много. Конкретно: кто? что? у кого реальная власть?

Наводящие вопросы:

- Кто должен принять решение, пересмотреть свои взгляды или начать действовать по другому перед тем как желаемые вами бюджетные изменения войдут в силу?
- На кого конкретно вы направляете свое влияние в этой адвокаси-кампании (например, Глава райфинотдела, Рук-ль бюджетного комитета или Рук-ль Парламентской комисси по финансам и т.д.)?
- Имеют ли реальную власть те лица, которых вы выбрали для оказания влияния? Или на их решение кто-то может сильно повлиять?



5. Кто принимает решения?

Пример:

Секретарь Областного маслихата

Секретарь районного маслихата

Кто является целью вашей адвокати-кампания:



6. Что надо сделать, чтобы повлиять на них?

Этот компонент должен показать что вы планируете делать для оказания влияния на выбранных вами лиц или организаций, принимающих решения (исследование, СМИ, протесты и т.д.)

Наводящие вопросы:

- Что является мотивирующим фактором для выбранных вами лиц? Как вы можете замотивировать их принять ваши предложения?
- Почему изменение до сих пор не происходит? Что блокирует его?
- Кто скорее всего может выступить против предлагаемых вами изменений? Как вы можете избежать, дискредитировать или убедить их?



6. Что надо сделать, чтобы повлиять на них?

В проекте предусмотрено несколько встреч с Секретарем областного маслихата Алматинской обл., Секретарем Илийского малсихата и Акимом Илийского р-на, на которых будет предложено повысить потенциал депутатов и членов Общественного совета Илийского р-на в бюджетного процесса и осуществления госзакупок. Они будут заинтересованы в этих вопросах, так как это улучшит деятельность Общественного совета при Маслихате Илийского р-на, что будет способствовать исполнению норм Закона об общественных советах РК, а также повысит транспарентность работы гос. органов и мониторинга за их деятельностью со стороны гражданского общества.

**Деятельность по отношению к принимающим
решения:** _____



7. Стратегические партнеры

Успешные адвокаси-кампании почти всегда осуществляются большими коалициями ОГО, СМИ, законодательными органами, аудиторскими учреждениями, инициативными группами, академической средой и даже симпатизирующими гос. служащими.

Наводящие вопросы:

- Кто из внешних участников бюджетного или политического процесса может помочь вам оказать влияние на принимающих решение (ОГО, СМИ, профсоюзы и др.)? Что они могут сделать чтобы помочь вам воздействовать на политиков?
- Кто из внутренних участников бюджетного и политического процесса может помочь вам оказать влияние на принимающих решение (законодатели, аудиторы или другие гос. служащие)? Что они могут сделать чтобы помочь вам воздействовать на политиков?
- Какие существуют сильные и слабые стороны у этих групп? Как они могут усилить ваши сильные и слабые стороны?



7. Стратегические партнеры

Пример:

- **Донор**
- **Члены Общественного совета Илийского р-на (из числа представителей НПО)**
- **Неравнодушные депутаты районного маслихата**
- **Аким Илийского района**

Стратегические партнеры вашей адвокати-кампании:

(ПРАКТИКА)



8. Деятельность по влиянию и получению поддержки от стратегических партнеров

Здесь нужно указать что вы планируете предпринять для информирования, влияния или получения поддержки от тех стратегических партнеров, которых вы определили для себя *(тренинги, объединение в коалицию, брифинг об исследовании и т.д.)*. Учтите, простое объяснение чего вам нужно не всегда может сработать.

Наводящие вопросы:

- Какие существуют интересы и проблемы у ваших стратегических партнеров?
- Как вы можете апеллировать к их интересам и проблемам?
- Как вы можете представить вашу адвокаси-кампанию так, чтобы она демонстрировала связь между их интересами и вашими?
- У вас одни цели? Или может ли ваша кампания помочь им достичь их целей? Имеются ли какие-то связи между вашей и их работой, о которых они не догадываются?



8. Деятельность по влиянию и получению поддержки от стратегических партнеров

- Письма и встречи с разъяснением цели и задачи проекта
- Ссылка на Закон об общественных советах
- Информация о деятельности Общественного совета Илийского района за 2015 гг.
- Обоснование необходимости веб-сайта Маслихата Илийского района

Как вы будете влиять или заручаться поддержкой от стратегических партнеров: _____

