

МЕТОДОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

(ПРОЕКТ)



Підготовка Методології проведення соціального аудиту є частиною проекту «ЛОКУС: Лідери громад на півдні України», що виконується Лабораторією законодавчих ініціатив за підтримки Програми Матра (Посольство Королівства Нідерланди).



ЛАБОРАТОРІЯ
ЗАКОНОДАВЧИХ
ІНІЦІАТИВ
www.parlament.org.ua



Kingdom of the Netherlands

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

- 1.1. Що таке соціальний аудит
- 1.2. Переваги соціального аудиту
- 1.3. Принципи соціального аудиту
- 1.4. Передумови проведення – додаток. Чек-лист передумов
- 1.5. Цілі соціального аудиту

РОЗДІЛ 2. ЦИКЛ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

РОЗДІЛ 3. ПІДГОТОВКА

- 3.1. Вибір теми соціального аудиту
- 3.2. Попередній аналіз
- 3.3. Побудова альянсу
- 3.4. Вибір методології
- 3.5. Створення команди

РОЗДІЛ 4. МЕТОДИ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

- 4.1. Фактичні перевірки
- 4.2. Оцінювання послуг громадою (Community report card)
- 4.3. Учасницькі опитування громади (Citizen report card)
- 4.4. Додаткові методи

РОЗДІЛ 5. ФІНАЛЬНІ ЕТАПИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

- 5.1. Підготовка фінального звіту за результатами соціального аудиту
- 5.2. Адвокаційна діяльність
- 5.3. Інституалізація соціального аудиту

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

1.1. ЩО ТАКЕ СОЦІАЛЬНИЙ АУДИТ

Соціальний аудит – засіб забезпечення підзвітності влади через вивчення думки кінцевих отримувачів послуги чи публічної політики.

Соціальний аудит, у разі його успіху, інституціоналізується і перетворюється з одноразового інструменту забезпечення підзвітності влади щодо певної соціальної послуги (чи публічної політики) на процес забезпечення постійної підзвітності влади через активне залучення громадян до процесу моніторингу та оцінки політики. У цьому сенсі соціальний аудит сприяє розвитку демократичних інститутів та поширенню партисипативних¹ практик.

Основною ціллю соціального аудиту є покращення врядування, посилення демократії, покращення моніторингу політики, оцінка наслідків певної політики, перевірка використання публічних ресурсів. Окремо можна відзначити те, що соціальний аудит має на меті (серед іншого) – навчити громадян контролювати дії влади, забезпечити її підзвітність і підвищити рівень знань державних службовців про політику, яку вони впроваджують.

Основний спосіб проведення соціального аудиту полягає у дослідженні відповідності декларацій влади реальному стану справ. Декларування намірів та зобов'язань влади здійснюється у формі визначених завдань, цілей певної стратегії чи політики або у формі звітів за результатами реалізації політики. Реальний же стан справ оцінюється через вивчення «матеріальних наслідків» політики чи надання послуги.

Соціальний аудит може мати різні назви і приймати різні форми залежно від методів, що використовуються при його проведенні (детальніше – в Розділі 4). У цих методичних рекомендаціях ми пропонуємо ознайомитися **з трьома різновидами соціального аудиту:**

- Фактичні перевірки,
- Учасницькі опитування громади,
- Оцінювання послуг громадою.

Основними (спільними) характеристиками будь-якого соціального аудиту є:

¹Партисипативна практика - така практика, що передбачає залучення багатьох учасників до її управління, коли учасники замість делегування повноважень, самі їх здійснюють.

- поєднання певного набору дослідницьких методів вивчення думки зацікавлених сторін (наприклад, отримувачів послуги) з недослідницькими методами забезпечення підзвітності,
- залучення до проведення соціального аудиту широкої громадськості,
- проведення адвокаційної та інформаційної кампанії.

Важливо зауважити, що соціальний аудит може доповнювати урядову звітність та (або) фінансовий аудит. У той час, як інші види аудиту здійснюються, в основному, через перевірку документації, соціальний аудит відбувається через перевірку реальної діяльності. Саме тому соціальний аудит може доповнити інші види аудиту та оцінок, розкривши не висвітлені в інших форматах питання та нюанси.

Соціальний аудит може бути ініційований багатьма акторами: і громадянами, і організаціями громадянського суспільства, і навіть органами державної влади або органами місцевого самоврядування.

1.2. ПЕРЕВАГИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Розвинена практика проведення соціального аудиту впливає на цілу низку суспільних процесів.

Соціальний аудит зменшує рівень корупції та запобігає її виникненню. Крім того, що соціальний аудит зазвичай викриває низову корупцію під час самого процесу проведення, він також допомагає залученим громадянам зрозуміти механізми забезпечення підзвітності уряду та виявлення і запобігання корупції. Соціальний аудит допомагає сформувати у залучених до процесу проведення осіб громадянську антикорупційну позицію.

Соціальний аудит викриває неефективні практики та призводить до покращення якості врядування та надання послуг. Звіт за результатами соціального аудиту вказує на проблемні моменти надання послуги та містить рекомендації щодо їх усунення, а також збільшення ефективності. Навіть сам процес соціального аудиту сприяє покращенню врядування. З одного боку, представники влади чи постачальники послуг бачать, що їх контролюють, а з іншого боку – між постачальниками та отримувачами послуг зникають комунікаційні прогалини, що є хорошим фундаментом для подальшого процесу спільного здійснення політики. Як наслідок, влада починає більше уваги звертати на покращення своєї ефективності.

Для представників влади (постачальників послуги), **соціальний аудит є хорошою можливістю дізнатись думку отримувачів послуги, їх бажання, оцінку послуги тощо.** Володіючи такою інформацією, виробники політики мають можливість приймати більш виважені, узгоджені та продумані рішення. Один з головних принципів демократичного врядування полягає в тому, що владні інституції мають використовувати владу в інтересах людей. А **соціальний аудит показує саме інтереси людей, тобто він допомагає здійснювати демократичне врядування.** Покращення ж демократичного врядування, разом з іншими перевагами соціального аудиту (наприклад, зміцнення довіри між громадянами та суб'єктами ухвалення і впровадження рішень) означає посилення самого демократичного режиму.

Соціальний аудит робить публічний сектор більш прозорим та відкритим. Однією з ключових складових соціального аудиту є вивчення урядових документів – тобто реалізація права доступу до публічної інформації, що підвищує прозорість, відкритість та підзвітність. Ці три принципи є одними з найважливіших опор демократичного врядування.

Соціальний аудит сприяє підвищенню рівня громадянської участі. Цей механізм може підштовхнути громадян до активних, але конструктивних суспільних дій (а не обмежуватися протестами чи, навпаки, апатією). Соціальний аудит пропонує процес взаємодії з чиновниками у більш інформативний, організований та системний спосіб, що підвищує шанси ефективних та позитивних змін.

Соціальний аудит дає громадянам знання. Крім безпосередньо знань, отриманих внаслідок ознайомлення зі звітом за результатами соціального аудиту, громадяни, що здійснюють соціальний аудит, набувають навичок контролю за владою та навичок об'єднання заради вирішення спільних проблем. Водночас часто чиновники отримують нові знання про політику, яку вони мають впроваджувати, але про яку мало що знають.

Соціальний аудит сприяє участі вразливих груп населення (пенсіонери, люди з інвалідністю, нарко- та алкозалежні, люди з малозабезпечених сімей, діти-сироти, особи без постійного місця проживання) **у виробленні рішень.** Часто трапляється так, що думка вразливих груп не враховується під час прийняття рішень місцевою владою. Вразливі групи, в багатьох випадках, не мають можливості артикулювати свої потреби через такі конвенційні способи, як, наприклад, вибори. Соціальний аудит є процесом, що дозволяє залучити вразливі групи до вироблення рішень і включити їх у політичний процес.

Інституціоналізація соціального аудиту призводить до появи **ефективного інструменту моніторингу політики**.

Окремо можна виділити **переваги проведення соціального аудиту для державних службовців**:

- Покращує репутацію – соціальний аудит допомагає в ідентифікації проблем та надає можливість зайняти проактивну позицію щодо їх вирішення.
- Інформує виробників політики про тенденції (інтереси, занепокоєння, очікування) серед стейкхолдерів та сприяє взаємозалежності, що існує між органами влади та суспільством.
- Впливає на позитивні організаційні зміни – соціальний аудит ідентифікує цілі з конкретного організаційного покращення та наголошує на прогресі в їх імплементації.
- Підвищує підзвітність.
- Допомагає в переорієнтації пріоритетів департаменту (іншої одиниці в системі органів влади) відповідно до очікувань громадян.
- Підвищує довіру – соціальний аудит може дозволити інституціям діяти більш вільно (в тому числі для забезпечення «болючих», але вкрай важливих реформ) саме завдяки здобутому кредиту довіру в результаті адекватних дій у відповідь на результати соціального аудиту.

1.3. ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Соціальний аудит може бути здійснений за допомогою багатьох методів, з різними формами залучення влади, мобілізації активістів та забезпечення інституціоналізації. Відповідно до того, яка комбінація вищенаведених складових соціального аудиту обрана, залежить і те, яких принципів мають дотримуватися учасники. Тим не менш, є деякі загальні принципи соціального аудиту, яких потрібно дотримуватися незалежно від обраних методів та підходів проведення соціального аудиту.

- **Незаангажованість**: «політична чистота» соціального аудиту має постійно підтримуватися. Він не має бути політизованим у сенсі використання соціального аудиту як інструменту боротьби влади та опозиційних до неї політичних сил.
- **Неупередженість**: особисті думки, вподобання чи негативні упередження соціального аудитора не мають впливати на процес та результати соціального аудиту.
- **Рівність**: всі особи мають рівні права та можливості зробити свій внесок у процес соціального аудиту незалежно від займаної посади чи соціального статусу.

- **Достовірність:** усі порушені питання та твердження мають супроводжуватися фактами і підтверджуватися надійними джерелами інформації.
- **Підзвітність:** посадовці мають забезпечувати соціальних аудиторів документами для інформованої дискусії.
- **Багатоперспективність:** соціальний аудит має відображати позиції всіх стейкхолдерів.
- **Загальне охоплення:** соціальний аудит має намагатися охопити всі аспекти політики, яка була впроваджена.
- **Партисипативність:** соціальний аудит має заохочувати участь в ньому стейкхолдерів (у першу чергу, цільову аудиторію та бенефіціарів політики). Потрібно залучати якомога більше громадян до проведення соціального аудиту. Багато в чому успіх соціального аудиту залежить саме від того, наскільки процес його проведення став масовим та інклюзивним.
- **Регулярність:** соціальний аудит має проводитися на регулярній основі для того, щоб практика моніторингу вбудувалася в структуру роботи як ініціаторів (групи або організації), так і самих органів влади.
- **Порівнюваність:** соціальний аудит є засобом, завдяки якому відповідальні органи влади можуть порівнювати свою діяльність в часовій перспективі, з діяльністю інших органів чи зі стандартами.
- **Прозорість:** всі записи, зроблені під час проведення соціального аудиту, мають бути відкритими для стейкхолдерів та широкої громадськості для забезпечення прозорості і високого рівня довіри до результатів соціального аудиту.

1.4. ПЕРЕДУМОВИ ПРОВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Соціальний аудит може бути проведений у багатьох випадках. Його успіх, а також вибір конкретних методів проведення соціального аудиту залежить від обраної теми та наявних передумов.

Успішне проведення соціального аудиту вимагає **наявності громадянського суспільства та відповідної політичної культури**. Якщо громадяни не будуть вважати публічну владу такою, що має задовольняти інтереси громадян, якщо стейкхолдери не будуть погоджуватися з ідеями підзвітності, відкритості та прозорості влади, з ідеєю, що громадяни можуть (і мають) перевіряти діяльність владних структур, тоді соціальний аудит, зроблений зусиллями декількох осіб, не буде мати успіху та провалиться ще на стадії планування і консультацій зі стейкхолдерами.

Головний фактор, який потрібно враховувати при обранні методів соціального аудиту, – це фактичний (або перспективний) рівень залучення представників влади. Якщо влада проти соціального аудиту і не йде на співпрацю, тоді вибір методів соціального аудиту значно скорочується. Доступними

залишаються лише аналіз наявних документів, обмежені опитування та фізичні інспекції. Тобто **необхідною передумовою зі сторони влади є наявність в неї політичної волі на проведення соціального аудиту.**

Проведення соціального аудиту може відбуватися за допомогою різних методів. Деякі з них можуть бути застосовані без участі влади та бути націленими на зібрання доказів, що допоможуть мобілізувати майбутніх членів суспільно-політичного руху. Водночас інші методи націлені на побудову ефективної комунікації з владою.

Передумовою використання методів, що передбачають комунікацію з владою (наприклад, оцінювання послуг громадою), є наявність осіб, що можуть налагодити таку комунікацію. Необхідністю для оцінювання послуг громадою є наявність хорошого фасилітатора, який зможе запобігати конфліктам під час комунікації.

Налагодження комунікації з владою пов'язане зі ще однією важливою передумовою – **законними підставами**. Законодавство деяких (в першу чергу авторитарних) держав може прямо забороняти непогоджені перевірки діяльності владних структур. Іншою проблемою може бути відсутність законних підстав дізнаватися інформацію та отримувати документи. Навіть якщо закони дозволяють отримувати документи від державних органів, частину документів може бути складно знайти. Тому налагодження співробітництва з владою дозволяє певною мірою нівелювати законодавчі та технічні обмеження проведення соціального аудиту.

Очевидною передумовою проведення соціального аудиту є **наявність необхідних ресурсів та навичок у його ініціатора**. Соціальний аудит не може проводитися однією людиною (чи навіть організацією), тому ініціатор повинен мати навички, необхідні для створення альянсу, пошуку партнерів та мобілізації громадян. Не варто забувати і про фінансові витрати – транспорт, канцелярія, роздаткові матеріали тощо.

Соціальний аудит так чи інакше спрямований на зміни в політиці. Тому ще однією передумовою є **здатність уряду втілювати політику**. Якщо уряд не контролює території або не здатний здійснювати політику, тоді соціальний аудит не буде мати позитивних наслідків у вигляді зміни політики.

Важливою передумовою соціального аудиту є і **політична незаангажованість та рівність представництва**. Соціальний аудит врешті-решт (у разі успішного проведення) призводить до перерозподілу ресурсів між стейкхолдерами. Стейкхолдери, які ймовірно втратять частину ресурсів, можуть спробувати дискредитувати соціальний аудит. Дискредитація можлива на базі політичної упередженості ініціатора соціального аудиту. Якщо політична опозиція проводить соціальний аудит діяльності влади, то це виглядає як чергова політична акція, а не незалежний аудит. Крім цього, влада не буде співпрацювати з командою по проведенню соціального аудиту, якщо вважатиме процес соціального аудиту політичними «хитрощами» опозиції. Може виникнути логічне питання: якщо до

процесу соціального аудиту потрібно залучати всіх стейкхолдерів, а опозиційні групи також є стейкхолдерами, тоді як досягти політичної неупередженості? Єдиною відповіддю на це питання може бути лише рівність представництва. **Команди з проведення соціального аудиту повинні складатися з різних стейкхолдерів.** Якщо опозиційні групи будуть становити лише невелику частину команди соціального аудиту, на рівні з владою та іншими учасниками, тоді процес соціального аудиту складно буде звинуватити в політичній заангажованості. Варто враховувати, що «ядро» команди проведення соціального аудиту, тобто та група, яка координує весь процес і організовує команди соціального аудиту, має мінімізувати наявність в своєму складі представників політичної опозиції.

1.5. ЦІЛІ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Основною ціллю соціального аудиту є покращення врядування, посилення демократичних інститутів та процесів, покращення механізмів моніторингу політики, оцінка наслідків певної політики, перевірка доцільності та ефективності витрачання публічних ресурсів. Окремо можна відзначити те, що соціальний аудит має на меті (серед іншого) навчити громадян способів контролю дій влади, забезпечити її підзвітність і підвищити рівень знань державних службовців про політику, яку вони впроваджують.

Ціллю соціального аудиту не є створення конфлікту, вказання на винного чиновника чи поширення розчарування щодо урядової політики. Натомість, ціллю є посилення урядової спроможності через надання конструктивного зворотного зв'язку.

Головною ціллю дослідження, яке відбувається під час соціального аудиту, є **оцінка відповідності урядової декларації реальному стану справ.**

У кожному конкретному випадку будуть свої підцілі, які важливо чітко окреслити на стадії планування.

Наприклад, якщо **соціальний аудит сконцентрований навколо місцевої спільноти, то такими підцілями можуть бути:**

1. Оцінка фізичних та фінансових розривів між потребами та доступними ресурсами для розвитку спільноти;
2. Налагодження взаєморозуміння між отримувачами та постачальниками місцевих соціальних послуг;
3. Підвищення ефективності місцевих програм розвитку;

4. Перевірка різних політичних рішень на відповідність інтересам всіх стейкхолдерів, особливо вразливих груп;
5. Оцінка можливих втрат від неотримання публічної послуги.

Соціальний аудит, що сконцентрований навколо перевірки певного фонду, може мати такі підцілі:

1. Забезпечення прозорості імплементації проекту;
2. Підвищення рівня участі громадян на всіх стадіях проекту;
3. Поліпшення підзвітності;
4. Забезпечення завершення проекту (наприклад, добудова якогось об'єкту);
5. Ідентифікація, контроль та повідомлення про порушення;
6. Запобігання корупції та зловживанням;
7. Вимірювання впливу проекту;
8. Забезпечення людей можливостями реалізувати свої права.

З цілями соціального аудиту пов'язані питання, які можуть бути поставлені під час проведення соціального аудиту:

- Чи кошти, виділені на певний проект, дійсно були витрачені на цей проект?
- Які технічні вимоги (технічні характеристики) проекту? Чи були вони дотримані?
- Чи відповідають кількість та якість матеріалів тим, що повинні бути згідно технічних вимог?
- Чи всі робітники отримували зарплатню так, як відзвітовано?
- Чи був проект завершений у визначений час?
- Хто є менеджерами проекту?
- Чи були кошти, виділені на проект, витрачені за призначенням?
- Чи була спільнота суттєво залучена до імплементації проекту?
- Чи вели менеджери проекту належні записи (бухгалтерія, звіти, інша документація)?
- Чи надавалася громадськості затребувана інформація задля допомоги в проведенні моніторингу?

РОЗДІЛ 2. ЦИКЛ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Цикл соціального аудиту є інструментом для моніторингу та оцінки політик/и та адвокації необхідних змін в ситуації невідповідності між задекларованим та реалізованим владою. **За результатами соціального аудиту формується звіт, який можна назвати його кінцевим продуктом, але не метою – жоден соціальний аудит не може обмежуватися написанням звіту.**

Запропонована структура циклу соціального аудиту може бути адаптована під вимоги кожного конкретного дослідження. Незмінною лишається орієнтація на головну мету аудиту та забезпечення регулярності його проведення. На всіх кроках важливо пам'ятати про основну мету соціального аудиту та мати на увазі, що соціальний аудит в подальшому має проводитись на постійній основі (як спосіб постійного залучення зацікавлених сторін та як спосіб відслідковування змін у реалізації політики).

Крок 1. Підготовча робота, формування/обрання теми

На цьому етапі формується ініціативна група. Для ініціативної групи на цьому етапі важливо зрозуміти суть та принципи соціального аудиту, які вони повинні впроваджувати на кожному етапі своєї діяльності, а також зрозуміти, які є методологічні опції проведення соціального аудиту. Ініціативна група:

- перевіряє наявність необхідних передумов (див. Розділ 1.4);
- обирає сферу, в якій проводитиметься соціальний аудит (охорона здоров'я, соціальний захист, містобудування тощо);
- формує приблизну тему соціального аудиту (може бути змінена в подальшому).

За результатами може бути створений короткий документ (concept note), в якому буде зазначена тема майбутнього аудиту з коротким описом проблеми, а також описана особиста мотивація ініціативної групи щодо проведення соціального аудиту. Це може бути корисним, оскільки організація та проведення соціального аудиту може зайняти значну кількість часу (до 1 року).

Крок 2. Аналіз документів та збір вхідної інформації

На цьому етапі ініціативна група:

- аналізує наявні документи щодо теми;
- вивчає правове регулювання теми;
- формулює проблему;
- збирає основні дані щодо послуги (політики), що є предметом соціального аудиту;

- залучає експертів для глибшого занурення в тему (опціонально);
- вивчає рівень поінформованості громади щодо надання послуги або реалізації політики (опціонально);
- визначає, який орган (установа, підприємство тощо) є відповідальним за реалізацію політики або надання послуги, за необхідності залучаючи експертів;
- визначає групи споживачів послуги або бенефіціарів реалізації політики.

За результатами цього етапу готується документ, в якому буде коротко описана проблема, правове регулювання, отримані дані та ціль проведення соціального аудиту, а також відповідальний орган (установа, підприємство тощо). Такий документ можна назвати concept paper.

Наступні два кроки (побудова альянсу, розробка методології) взаємозалежні, і можуть проводитись в різній послідовності або паралельно один одному. Від того, який альянс Ви побудуєте, буде залежати можливість проведення того чи іншого методу аудиту. І навпаки – обраний метод соціального аудиту впливає на побудову альянсу. Від обраної методології залежатиме склад вашої команди. На якомусь з цих етапів або й раніше ініціативна група має затвердити склад команди соціального аудиту та закріпити за кожним_ою членом_кинею обов'язки.

Крок 3. Побудова альянсу

Ініціативна група або команда соціального аудиту, якщо вона вже сформована:

- створює перелік зацікавлених сторін (лідерів громад, НУО, органів влади, установ тощо);
- налагоджує комунікацію з зацікавленими сторонами;
- вивчає та узагальнює погляди зацікавлених сторін на стан реалізації політики або надання послуги;
- затверджує необхідні домовленості.

За результатами цього етапу може бути сформований документ, в якому зазначаються зацікавлені сторони та їх контакти, ступінь їх готовності бути залученими до проведення соціального аудиту, а також їх можливості щодо залучення громади до процесу соціального аудиту. Також в документі може бути тезисно занотовані погляди зацікавлених сторін на стан реалізації політики або надання послуги.

Крок 4. Розробка методології

Ініціативна група або команда соціального аудиту, якщо вона вже сформована:

- оцінює наявні ресурси для проведення соціального аудиту;

- обирає метод дослідження реалізації політики або надання послуги (фактичні перевірки, учасницькі опитування громади, оцінювання послуг громадою тощо), в тому числі, враховуючи результати побудови альянсу;
- розробляє план проведення соціального аудиту (враховуючи адвокаційну частину);

За результатами створюється документ з детальним описом методології та план проведення соціального аудиту. Окремо або ж в цьому документі рекомендується зазначити опис команди з зазначенням обов'язків кожного її члена.

Крок 5. Створення команди волонтерів та їх тренування (опціонально)

Команда соціального аудиту:

- за необхідності набирає волонтерів;
- розробляє методологію навчання (тренінги, методичні рекомендації);
- проводить необхідні навчання;
- підписує з волонтерами меморандум про взаєморозуміння.

За результатами цього етапу формується список волонтерів з їхніми контактними даними та узгодженими обов'язками.

Крок 6. Проведення дослідження щодо реалізації політики або процесу надання послуги на основі вивчення думки громади та аналіз його результатів

Команда соціального аудиту:

- проводить дослідження, дотримуючись окреслених методологічних меж;
- опціонально розробляє та погоджує план дій для надавачів послуг (виконавців політики);
- готує рекомендації щодо покращення впровадження політики або надання послуг.

Наприкінці цього етапу створюється фінальний звіт за результатами дослідження.

Крок 7. Адвокація

Команда соціального аудиту за підтримки зацікавлених сторін:

- розробляє адвокаційну кампанію результатів дослідження;
- створює відповідні матеріали, які сприяють поширенню результатів дослідження;
- формує перелік медіа та домовляється з ними про співпрацю;
- організовує публічну презентацію, слухання тощо.

За результатами цього етапу створюється документ, який містить опис адвокаційної кампанії зі строками її реалізації.

Крок 8. Моніторинг реалізації плану дій

Команда соціального аудиту за підтримки зацікавлених сторін:

- слідує за впровадженням узгодженого плану дій або наданих рекомендацій на підставі результатів дослідження;
- підтримує активне висвітлення змін у медіа.

За результатами цього етапу може бути створений документ, в якому висвітлені всі зміни.

Крок 9. Проведення соціального аудиту на постійній основі

Команда соціального аудиту та зацікавлені сторони інституціалізують проведення соціального аудиту на постійній основі (щорічно або щопівроку).

РОЗДІЛ 3. ПІДГОТОВКА

3.1. ОБРАННЯ ТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Найпершим кроком у процесі проведення соціального аудиту є обрання теми. Від чіткості і конкретності теми великою мірою залежить успіх всього процесу. Перш за все, ініціатору соціального аудиту під час вибору теми **рекомендується сфокусуватися на тих темах, в яких ініціатор має певну компетентність.**

Соціальний аудит може вважатися політичним інструментом, тому що він має призвести до перерозподілу публічних благ. Якщо тема соціального аудиту є предметом дебатів на вищому політичному рівні, тоді соціальний аудит буде сприйматися як політично заангажований процес, і його результати навряд призведуть до бажаних змін. Для прикладу, соціальний аудит щодо ціни на газ ймовірно введе Вас на рівень державної політики в сфері газовидобування чи газових перемовин з Росією. Ймовірність того, що результатом такого соціального аудиту буде зниження ціни на газ є низькою. Малоімовірним є і те, що соціальний аудит зможе виправити проблему, викликану корупційною схемою, яка узгоджена на найвищому політичному рівні. Для прикладу, якщо соціальний аудит введе Вас на схему «Роттердам+», яку часто називають корупційною, тоді навряд результатом такого аудиту стане зміна політики. Такі теми краще залишити національним аналітичним центрам, журналістам-розслідувачам_кам, великим громадським організаціям.

Якщо більшість стейкхолдерів негативно ставляться до теми соціального аудиту, то його проведення навряд чи щось змінить. Тому не варто розраховувати, що за результатами проведення соціального аудиту буде легалізована проституція, чи дозволено використання канабісу тощо.

Які ж проблеми може виправити соціальний аудит? Приклади проведення соціального аудиту в багатьох інших країнах показують, що **він є найбільш ефективним в тих випадках, коли більшість стейкхолдерів мають консенсус щодо теми соціального аудиту, який задекларовано в конкретних документах.** Наприклад, в декларації уряду, у формі визначеної мети або завдань чи у формі звітної інформації. Незважаючи на консенсус стейкхолдерів та закріплення його у формі декларації, адміністративні недоліки механізму імплементації політики або низова корупція не дозволяють досягти того, що визначено в декларації влади.

Нижче представлені деякі теми вже проведених соціальних аудитів.

1. **Програма соціального працевлаштування.** Держава гарантувала селянам 100 днів оплачуваної роботи на рік. Проте місцеві підрядники та менеджери проекту часто недоплачували робітникам, норма щодо 100 днів не застосовувалась, а

замість реальних людей на роботу часто брали «мертві душі», «привидів», які отримували зарплатню, що насправді йшла в кишеню підряднику.

2. **Шкільне обладнання.** Відповідно до затверджених норм кожна школа повинна була мати певну кількість обладнання для уроків хімії та фізики, спортивне обладнання, інтернет, певну якість технічного оснащення класних кімнат тощо. Насправді більшість цих стандартів не дотримувалась через місцеву корупцію та адміністративну неефективність розподілу бюджетних коштів.
3. **Постачання води вантажівками.** В деяких поселеннях відсутнє централізоване водопостачання або ж відсутня питна вода взагалі. Уряд найняв приватну компанію, яка мала привозити певну кількість бочок питної води відповідно до певного графіку і доставляти її у певні міста. Насправді воду привозили, проте кількість бочок була менша, іноді якість води була гірша, порушувався графік, воду привозили не в усі заплановані місця тощо.
4. **Вивіз сміття.** Уряд винайняв підрядника, який мав придбати певну кількість сміттєвих баків, згідно з визначеним графіком вивозити сміття, прибирати територію навколо сміттєвих баків. У дійсності баки часто купували самі місцеві мешканці, сміття вивозилося нерегулярно, жителі віддалених будинків мусили носити сміття на сусідню вулицю, бо до їхньої вулиці сміттєвоз не доїжджав, а територія навколо сміттєвих баків ніколи не прибиралася.
5. **Державні послуги реєстрації власності.** Центри надання послуг не були оснащені необхідним обладнанням, звичайною практикою були хабарі, якість обслуговування була низькою.
6. **Програма побудови доріг.** Підрядник мав побудувати дорогу визначеної якості, залучити до будівництва місцевих жителів і побудувати дорогу у визначений термін. В реальності використовувалися погані будівельні матеріали, терміни порушувалися, до будівництва не залучали місцевих жителів, а технології будівництва не було дотримано.
7. **Медичні субсидії.** Місцевий уряд мав виплачувати визначену кількість грошей людям, що захворіли, на лікування. Насправді ж багато людей не отримали такі субсидії, виплати затягувалися, часто субсидії платили неіснуючим людям.
8. **Програма шкільного харчування.** Уряд мав забезпечувати кожного школяра безкоштовним поживним обідом щодня. Для цього уряд мав закуповувати певну кількість продуктів у місцевих фермерів. А насправді вийшло так, що частина шкіл не запровадила таку програму, частина шкіл готувала обіди нерегулярно, якість обідів часто не відповідала визначеному стандарту, а продукти здебільшого закуповували не у місцевих фермерів.
9. **Програма підвищення якості освіти.** Уряд запровадив програму, в межах якої планувалося покращити технічне оснащення шкіл, зробити там ремонти тощо. У дійсності лише близько 15% коштів, виділених на програму, йшли на витрати, пов'язані з освітою, а інші 85% були витрачені на речі, непов'язані з освітою, – переважно на оплату праці місцевих чиновників.
10. **Фонди розвитку округів.** Кожен депутат отримував кошти на розвиток свого округу для побудови різних інфраструктурних проектів. Насправді частина грошей розкрадалась, частина коштів не витрачалася, будівельні матеріали були неналежної якості тощо.

Можна помітити, що описані вище приклади об'єднані тим, що це соціально орієнтовані програми, щодо яких є чітка декларація уряду та наявні задокументовані критерії декларованого стану (наприклад, графік підвозу води, місця її підвозу, кількість бочок, якість води тощо). Якщо частина місцевих стейкхолдерів (корумповані місцеві чиновники, неефективні підрядники) і отримують вигоди від нинішнього стану справ, то більшість стейкхолдерів прямо зазнають збитків від таких послуг. Ймовірність того, що певний державний службовець чи політик має вигоду від такого стану справ, зменшується, якщо службовець обіймає посаду на високому рівні. Тобто можна припустити, що службовець районної влади пов'язаний з місцевою корупцією або через низький рівень компетентності байдуже ставиться до неефективного розподілу коштів. Але профільний міністр навряд отримуватиме вигоду від місцевої корупції та буде прямо зацікавлений у тому, щоб державні службовці під його управлінням працювали щонайкраще. Відповідно – за такої ситуації можна побудувати чітку та зрозумілу аргументацію потреби змін державної політики та сформувати великий альянс із стейкхолдерів, що зацікавлені у зміні державної політики та посиленні контролю за її реалізацією.

Описані вище аспекти стосуються того, як обрати тему, щоб проведення соціального аудиту призвело до змін. Проте є й інші важливі нюанси.

Тема соціального аудиту має бути важливою. Якщо люди мають низький рівень освіти, медицини чи постійно платять хабарі, тоді обрання теми соціального аудиту, пов'язаної саме з такою важливою проблемою, полегшить мобілізацію людей як на проведення соціального аудиту, так і на подальші дії для адвокації змін. Отримання приватних благ, як-от субсидії, освіта, медицина, зазвичай викликають у людей більший «відгук», аніж такі публічні блага, як, наприклад, інфраструктурні проекти.

Залучення людей, які мають прямий інтерес в покращенні блага, що є предметом аудиту, може відбуватись на безоплатній основі. Відповідно, чим ширше коло зацікавлених осіб та чим більший інтерес такі особи мають, тим більше людських ресурсів буде доступно для проведення соціального аудиту.

Ось перелік деяких можливих предметів соціального аудиту:

- Політики/закони/програми/плани.
- Інфраструктурні та публічні роботи.
- Публічні послуги.

Серед різних тем **рекомендується обирати ті, перевірка яких є найбільш простою.** «Видиме», тобто те, що можна перевірити через наявність/відсутність простих характеристик. Наприклад, пандуси. Можна легко перевірити наявність пандусів, кут їхнього нахилу та наявність поручнів. Обрання таких тем полегшить методологію соціального аудиту, зробить його результати більш очевидними та відкине можливі звинувачення в непрофесійності команди соціального аудиту.

На етапі обрання теми необхідно вивчити, як працює та чи інша політика, в рамках якої буде здійснюватися соціальний аудит. Важливо зрозуміти, як відбувається загальний процес прийняття рішень та в чому особливості процесу прийняття рішень в контексті вашої теми. Для цього можна проконсультуватися з профільними громадськими організаціями, аналітичним центрами, юристами або людьми, які безпосередньо працюють у цій сфері.

Якщо ініціатор проведення соціального аудиту не знає, яка тема більше всього турбує людей або таких тем багато, то в пригоді можуть стати критерії, розроблені організацією, що проводила соціальний аудит в Перу.

Вищі корупційні ризики	
1.	Муніципалітети, публічні інституції чи сектори, що є більш корумпованими за інші (для визначення цього можна використовувати різні індекси корупції чи новини про корупційні скандали).
2.	Вищий рівень публічності (наприклад, про цю інституцію частіше говорять в медіа).
Рівень відкритості публічного сектору	
3.	Заходи, вже зроблені для покращення антикорупційної діяльності інституції.
4.	Рівень прозорості інституції (наприклад, наявність порталів відкритих даних).
5.	Відкритість влади для взаємодії з громадянським суспільством (наприклад, наявність впливових реформаторів у публічному секторі).
Потенціал для громадської участі	
6.	Кількість місцевих ГО чи груп громадянського суспільства, що можуть бути союзниками у проведенні соціального аудиту.
7.	Попередній досвід місцевих організацій у мобілізації спільноти.
8.	Рівень залученості громадян у публічні справи і доступність волонтерів.
Логістичні/фінансові міркування	
9.	Фізична відстань (доступність, близькість) до місця проведення аудиту та до локальних партнерів.
10.	Доступний бюджет.

Якщо ініціатор соціального аудиту орієнтується не на теми аудиту, а на спільноту, яку потрібно мобілізувати (наприклад, ініціатор аудиту хоче підвищити громадянську активність спільноти, жителів певного містечка чи району), тоді на етапі вибору теми потрібно зробити попереднє дослідження. Воно має покрити такі теми, як демографічні дані про спільноту, дані про найбільш затребувані в

спільноті послуги, дані про рівень заробітку, найбільших роботодавців спільноти, рівень доходу тощо. **У випадку орієнтації саме на спільноту першим етапом соціального аудиту має стати не обрання теми, а встановлення зв'язків з лідерами спільноти**, тобто дії описані у підрозділі «Побудова альянсу». Тема соціального аудиту, у такому разі, обирається спільно з лідерами спільноти, у тісній комунікації з ними. Ця комунікація може відбуватися, наприклад, у формі великих зібрань спільноти або у формі декількох фокус-груп. Залучення членів спільноти до обрання теми соціального аудиту, серед іншого, допоможе ефективно їх мобілізувати на проведення дослідження. Якщо спільнота раніше вже намагалась вирішити певну проблему і здійснювала попередні акції чи мобілізацію, тоді така проблема буде гарною темою для проведення соціального аудиту, оскільки вона є важливою і здатною об'єднати громадян.

3.2. ПОПЕРЕДНІЙ АНАЛІЗ

Обов'язковою стадією соціального аудиту є аналіз документів. Саме він відіграє головну роль у визначенні декларованого стану речей. Це означає, що в результаті аналізу документів аудитор_ка має визначити критерії та індикатори, на які потрібно звертати увагу при проведенні аудиту.

Види документів, які можуть бути проаналізовані під час соціального аудиту:

- закони, регуляції;
- державні та місцеві програми;
- ліцензії;
- дозволи на виконання робіт;
- договори, що були укладені державним органом або органом місцевого самоврядування;
- звіти державних органів або державних/комунальних підприємств/установ;
- документи, пов'язані з закупівлями;
- рішення органів місцевого самоврядування.

Для початку необхідно перевірити, чи є необхідна інформація у відкритому доступі. Закони та інші нормативно-правові акти зазвичай можна знайти на сайті Верховної Ради або відповідного органу. Уважно ознайомтеся з сайтами державних або місцевих органів, що вас цікавлять. Якщо якась інформація повинна бути у відкритому доступі відповідно до закону, а її не має, обов'язково зазначте це у звіті та прокомунікуйте це питання з зацікавленими сторонами на етапі презентації результатів або проведення соціального аудиту, якщо це доречно.

Інформація може бути також отримана на запит про публічну інформацію.

Проблеми, пов'язані зі збором документів, та способи мінімізації ризиків

Чиновники можуть відмовитись надавати такі документи чи створити різні технічні перешкоди для їх отримання. Отримання деяких документів може потребувати ухвали суду. Для того, щоб отримати певний документ, який недоступний у публічному доступі, потрібно розуміти, хто є розпорядником інформації, тобто в кого такий документ можна отримати. Ця проблема повертає до розуміння особливостей певної публічної політики. Якщо організатор соціального аудиту не є компетентним в певній темі, то він не буде знати не лише розпорядника інформації, але і те, які саме документи йому потрібні. Якщо компетенція організатора соціального аудиту недостатня – рекомендується звернутися до експерта в певній галузі політики. Організаторам соціального аудиту рекомендується детально ознайомитися з законом про публічну інформацію.

Інші проблеми, які можуть виникнути в процесі отримання документів: неправильна назва документу, отримання документів від різних структурних підрозділів, документи можуть бути розбиті на декілька частин, необхідна інформація може міститися не в самому документі, а в його додатку тощо.

Якщо передбачається, що під час соціального аудиту можуть знадобитися інші документи, доступ до яких може бути ускладненим, тоді рекомендується перед початком аудиту підписати меморандум про взаєморозуміння чи співпрацю з органами влади. У цьому меморандумі слід закріпити наміри органів влади про сприяння в отриманні документів у процесі проведення соціального аудиту.

Не рекомендується починати тренування основної команди соціального аудиту та здійснювати детальне часове планування до отримання всіх необхідних документів, адже цей процес може бути довгим.

Також на цьому етапі необхідно зібрати додаткові дані щодо послуги (політики). Це такі дані, як:

- дані про населення,
- дані щодо наданих послуг,
- статистику використання послуг,
- дані про рівень бідності,
- перелік прав споживачів тощо.

На що необхідно звертати увагу під час збору інформації:

- показники, які можуть бути взяті за основу соціального аудиту;
- хто є зацікавленими сторонами.

На цьому етапі ви можете проводити експертні інтерв'ю з метою заглиблення у тему та отримання необхідної інформації (див. розділ 4.4).

За результатами попереднього аналізу радимо скласти невеликий документ з описом ситуації, який би містив:

- формулювання теми соціального аудиту;
- інформацію про документ, де влада задекларувала стандарт надання послуги (реалізації політики);
- опис поточного стану надання послуги (реалізації політики);
- орієнтовний перелік стейкхолдерів, яких зачіпає проблема;
- ціль проведення соціального аудиту;
- інформацію про ініціативну групу;

Цей документ можна використовувати для мобілізації зацікавлених сторін та побудови альянсу. Крім цього, його можна поширювати в соціальних мережах та медіа, що є частиною інформаційної та адвокаційної кампанії.

3.3. ПОБУДОВА АЛЬЯНСУ

Складність проведення соціального аудиту (здійснення дослідницьких методів) та успішність подальшої корекції політики (імплементація рекомендацій за результатами проведення соціального аудиту) залежить від рівня залученості стейкхолдерів. Більш конкретно – від того, наскільки влада буде підтримувати проведення соціального аудиту.

Оскільки результатом соціального аудиту, у разі його успіху, стає перерозподіл суспільних благ, при якому корумповані та неефективні місцеві чиновники втрачають ресурси, вони можуть чинити опір проведенню соціального аудиту.

Рекомендується створити альянс реформаторів з влади та громадянського суспільства, щоб виявити неефективних та корумпованих чиновників. Прикладом найбільш успішного соціального аудиту вважається дослідження програми соціального працевлаштування в Індії (MGNREGA – Mahatma Gandhi National Rural Employment Guarantee Act – Національний гарантійний акт сільського працевлаштування імені Махатми Ганді). Ключовим же фактором його успіху є всебічна підтримка влади, а саме – вищого політичного керівництва. Політична підтримка на рівні керівництва уряду дозволила подолати будь-яку місцеву політичну опозицію. Крім того, урядова підтримка соціального аудиту надає його результатам більшої авторитетності та легітимності.

Рекомендується залучати щонайширше коло владних акторів. Пошук можливих союзників від влади рекомендується починати з реформаторів та органів нагляду (профільні омбудсмени, контрольно-ревізійні органи тощо).

На цьому етапі ініціатор соціального аудиту має не лише залучити представників влади, але вже мати розуміння та попередні домовленості з усіма партнерами. Це

стосується партнерів від громадянського суспільства. Потрібно сформувати координаційний центр, який зможе здійснити планування соціального аудиту та координувати процес його проведення.

До соціального аудиту варто залучити щонайбільшу кількість стейкхолдерів. Для цього потрібно зрозуміти, хто є ці стейкхолдери, якими є їхні ролі та обов'язки.

Під час обрання стейкхолдерів особливу увагу варто звертати на маргіналізовані та слабкі групи. Це ті групи, які не мають можливості брати участь у врядуванні у звичайний спосіб або чий доступ до прийняття політичних рішень є ускладненим.

Стейкхолдерами є ті групи осіб чи організації, які мають стосунок до певної політики чи послуги. Стейкхолдери отримують певні вигоди або несуть певні втрати (збитки) від чинної політики. У разі зміни способу здійснення чинної політики вигоди або втрати стейкхолдерів також зміняться. Потенційними союзниками у процесі соціального аудиту є ті стейкхолдери, що несуть втрати від чинної політики та/або чії вигоди після її зміни зростуть. Ті стейкхолдери, яким чинна політика вигідна найбільше та/або ті, які понесуть найбільші втрати від її зміни, ймовірно, будуть опиратися проведенню соціального аудиту.

Більш просте визначення стейкхолдерів: Стейкхолдери – це або 1) ті, чії інтереси, зачіпаються певною темою, або 2) ті, хто володіють ресурсами, інформацією чи експертизою, потрібною для створення програми та її імплементації, або 3) ті, хто контролює впровадження.

Стейкхолдери (їхні типи, групи) визначаються на основі тих функціональних ролей, обов'язків та потреб, які вони мають. Під час проведення соціального аудиту, наприклад, програми шкільного харчування в Індії, є сенс поділити стейкхолдерів на учнів та вчителів, оскільки вони мають різні ролі та різні обов'язки. Водночас у наведеному прикладі немає сенсу ділити вчителів на різні групи за критерієм того, який саме ВНЗ закінчив той чи інший вчитель. Натомість, вчителів можна поділити на вчителів, що є мусульманами, та вчителів, що є індуїстами (дотримуються іншого віросповідання чи є атеїстами), адже мусульмани та індуїсти мають особливі дієти.

Якщо частина стейкхолдерів ставиться з недовірою до соціального аудиту, рекомендується провести попередню роботу зі створення довіри. Це може бути як непублічна комунікація та зустрічі, так і публічна масова кампанія, яка, з одного боку, створить додаткові стимули для приєднання організацій громадянського суспільства, а з іншого боку – змусить владу піддатися тиску медіа та погодитися на соціальний аудит.

Для прикладу, можна розглянути перелік стейкхолдерів соціального аудиту лікарні (отримання лікарської допомоги в певному районі). До стейкхолдерів такого соціального аудиту будуть належати: пацієнти (яких можна розбити на декілька груп – пенсіонери, молодь, вагітні жінки, особи з інвалідністю тощо), лікарі, медсестри, технічний персонал лікарні, керівництво лікарні, місцева профільна влада (наприклад, члени профільного департаменту РДА), центральна профільна

влада (представники МОЗ), депутати, постачальники ліків, обладнання, їжі, інші місцеві заклади охорони здоров'я, організації пацієнтів, профспілки, місцеві організації.

Особливу увагу варто приділити обранню представників стейкхолдерів. Доволі легко визначити представників влади чи представників певної організації громадянського суспільства. У такому випадку можна послуговуватися їхньою організаційно-ієрархічною структурою. Ситуація більш складна з представниками не інституціоналізованих стейкхолдерів (для прикладу, пацієнти лікарні чи місцеві жителі певного району). Обрати представників не інституціоналізованих стейкхолдерів можна на загальних зборах. Інший варіант – використовувати вже наявні організаційні структури. Це можуть бути профільні громадські організації (наприклад, об'єднання пацієнтів) або непрофільні репрезентативні організації (наприклад, правління житлового кооперативу або батьківський комітет).

Важливо, щоб представники стейкхолдерів, які будуть проводити соціальний аудит (тобто члени команд проведення соціального аудиту, соціальні аудитори), були поважними та чесними особами, не пов'язаними з політичною діяльністю (принаймні більшість представників стейкхолдерів не має бути пов'язаною з політичною діяльністю). Якщо цієї норми не буде дотримано, соціальний аудит може бути дискредитованим.

Якщо ініціатор аудиту не є місцевою організацією, особливу роль рекомендується приділити пошуку місцевих партнерів. Участь місцевих партнерів допоможе вирішити багато технічних та логістичних проблем. Крім цього, їхня участь підвищить авторитетність соціального аудиту.

Гарною ідеєю буде також залучення медіа. Особливо це стосується випадків, коли влада не йде на контакт. Медіа будуть привертати увагу до процесу проведення соціального аудиту, що посилить його значущість і зробить корекції політики більш ймовірними, оскільки створить додаткові стимули для представників влади.

Окремо розглянемо ситуацію, коли соціальний аудит орієнтується не на тему, а на спільноту. Як вже зазначалося, в такому разі першим етапом є не обрання теми, а налагодження зв'язків з лідерами спільноти. Тема, в такому разі, обирається спільно з лідерами спільноти. Якщо спільнота не має явних лідерів чи організацій, тоді можна вести комунікацію просто з активними громадянами, які мають час та бажання займатися соціальним аудитом. Процес же аудиту може зробити з таких громадян майбутніх лідерів спільноти. Організатор соціального аудиту має вибудовувати та демонструвати культуру інклюзивності та партисипативної демократії через сприяння процесу консультацій, консенсусу та публічних обговорень. Особливу увагу варто приділяти участі жінок, молоді, осіб похилого віку та людей з інвалідністю.

Як побудувати коаліцію з надавачами послуг?

Важливо правильно вибрати суб'єктів, з якими вести переговори. Інколи для проведення оцінки потрібна формальна згода надавача послуг, тож важливо правильно ідентифікувати суб'єкта, який має повноваження на надання такої згоди. Це може бути керівник. В окремих випадках необхідно буде отримати згоду державних органів, яким підпорядкований надавач послуг.

Для покращення комунікації підготуйте окремий документ для надавачів послуг з описом мети та цілей соціального аудиту, як саме проводитиметься соціальний аудит та якої участі від надавачів послуг ви очікуєте.

У комунікації з надавачами послуг важливо пояснити мету оцінки. Добре, якщо ви зможете зрозуміти причини, через які надавач послуг не хоче долучитися до проведення оцінки. Тоді ви зможете пояснити, чому побоювання надавача послуг безпідставні.

Поширені причини відмови від співпраці:

У надавача послуг немає часових ресурсів для участі у проведенні оцінки. Поясніть, що в оцінці не займає багато часу. У середньому це – 6-10 годин безпосередньої участі за весь час проведення соціального аудиту.

«Соціальний аудит – це розслідування». Надавачам послуг може здатися, що мета соціального аудиту дискредитувати їхню діяльність. Тут важливо пояснити мету дослідження та дійти згоди, що ініціатори соціального аудиту зацікавлені в покращенні ситуації, а не в звинуваченнях. Розкажіть представникам надавача послуг, як буде проводитися адвокаційна кампанія, переконайте, що ви будете пильно стежити за тим, як інформація буде висвітлена в ЗМІ. Можете домовитися про те, що драфт фінального звіту буде наданий надавачу послуг до його офіційного опублікування. Узгодьте, що презентація звіту буде проводитися за участі надавача послуг.

Надавач послуг може вважати, що соціальний аудит погано вплине на його репутацію. У цьому випадку нагадайте, що співпраця з громадським сектором позитивно впливає на репутацію органу, оскільки робить його діяльність прозорішою. Запевніть надавача послуг, що будете вести постійну комунікацію з ним на всіх етапах соціального аудиту, а також що команда соціального аудиту не буде робити заяв, які мають на меті дискредитувати надавача послуг.

Навіть якщо соціальний аудит пройде успішно, у надавача послуг немає наразі ресурсів для того, щоб покращити надання послуг. Сам факт участі надавача послуги не зобов'язує його впроваджувати якісь зміни одразу після соціального аудиту. Соціальний аудит дасть змогу подивитися на проблему і на те, як її бачать отримувачі послуг. Утім, одна з неочікуваних переваг соціального аудиту в тому, що він може запропонувати неочікувані та легкі рішення, які не потребуватимуть значних ресурсів на їх втілення (так, наприклад, може з'ясуватися, що варто просто змінити робочі години або розширити канали комунікації).

Розкажіть надавачам послуги про переваги соціального аудиту:

Соціальний аудит може стати однією з форм звітності.

Соціальний аудит допоможе краще розуміти своїх споживачів.

Соціальний аудит – це інноваційний спосіб залучення громадськості.

Соціальний аудит може запропонувати неочікувані рішення проблеми.

Соціальний аудит забезпечує збільшення медійної популярності надавача послуг.

Соціальний аудит збільшує ймовірність залучення додаткових ресурсів, як-от гранти.

Соціальний аудит збільшує рівень довіри до надавача послуг та рівень його прозорості.

Результати соціального аудиту можуть використовуватися як спосіб мотивації співробітників (своєрідний ККД).

3.4. ВИБІР МЕТОДОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ

У межах цього посібника ми пропонуємо три методи проведення дослідження відповідності декларованого та реального стану реалізації політики або надання послуги. У цьому розділі ми коротко виклали суть, переваги та недоліки кожного з методів. Важливо, що під час проведення дослідження ці методи можна поєднувати. Детальніше з кроками та рекомендаціями щодо проведення дослідження ви можете ознайомитися в наступному розділі.

Метод 1. Фактичні перевірки

Фактичні перевірки полягають у перевірці об'єктів на відповідність за певною методологією.

Вони найбільш ефективні у випадках:

- реалізації політики у сфері містобудування та інфраструктури;
- реалізації політики у галузі соціального забезпечення (соціальне житло, виплати тощо);
- перевірки матеріального забезпечення закладів охорони здоров'я, освіти тощо;
- перевірки цільової витрати коштів;

- боротьби з корупцією, коли витрати можна перевірити фактично (наприклад, будівництва або ремонт закладів);

Фактичні перевірки менш ефективні щодо оцінки якості надання послуг.

Переваги:

- суб'єктивно можуть сприйматися громадою як найбільш ефективні, оскільки результати фактичних перевірок зазвичай красномовні;
- з цієї ж причини результати фактичних перевірок легше медійно просувати (утім, це не означає, досягнення результату у вигляді зміни політики буде так само успішним);
- можуть реалізовуватися без специфічного сприяння органів державної влади (це не означає, що комунікацією з органами влади можна знехтувати!).

Недоліки:

- необхідна достатня кількість волонтерів для проведення фактичних перевірок;
- додаткові витрати на логістику;
- великий ризик того, що результати такого соціального аудиту будуть висвітлюватися в медіа як звинувачення органів влади, що в окремих випадках може сильно нашкодити цілям соціального аудиту;
- зазвичай фактичні перевірки також потребують проведення інформаційної кампанії;
- результати фактичних перевірок може бути важче адвокатувати, оскільки органи державної влади напряду не залучені до проведення соціального аудиту.

Метод 2. Оцінювання послуг громадою (Community score card)

Метод оцінювання послуг громадою складається з трьох елементів: оцінка надання послуги споживачами, оцінка надання послуги надавачами послуги та спільна зустріч, на якій узгоджується план дій щодо можливих способів покращення надання послуги.

Оціночні картки громади ефективні в таких випадках:

- для оцінки якості надання послуг;
- якщо необхідно з'ясувати проблемні аспекти надання послуг;
- надавач послуг готовий бути безпосередньо залученим до проведення соціального аудиту;
- соціальний аудит охоплює невелику спільноту (лікарня, школа).

Переваги:

- оціночні картки громади дозволяють забезпечити високий ступінь залученості зацікавлених сторін;
- це відносно простий спосіб проведення соціального аудиту, який легко організувати;
- це найпростіший спосіб у сенсі адвокації, оскільки передбачає залученість органів влади від самого початку;
- не потребують великої кількості осіб для організації процесу.

Недоліки:

- для великої громади важко організувати;
- необхідність залучення професійних фасилітаторів, оскільки існує висока ймовірність виникнення конфліктів під час спільного обговорення (особливо чутливих тем);
- значну кількість часу може зайняти процес налагодження комунікації з надавачем послуги;
- може бути важко домогтися повторного проведення соціального аудиту, оскільки можуть змінитися відповідальні особи з надання послуг.

Метод 3. Учасницькі опитування громади (Citizen report card)

Цей метод полягає в проведенні опитування громади щодо надання послуги, рідше – реалізації політики.

Найбільш ефективний:

- для проведення соціального аудиту у великих громадах;
- якщо необхідно провести порівняльний аналіз у декількох територіальних одиницях;
- якщо необхідно оцінити велику кількість послуг, які здійснюють різні надавачі послуг;
- якщо не вдається отримати активної підтримки органів влади або надавачів послуг.

Переваги:

- цей метод легко інституалізувати;
- не сильно залежить від змін в структурі надавача послуг;
- за умови проведення на постійній основі чудово ілюструє динаміку змін;
- можливість порівнювати діяльність різних надавачів послуг у різних територіальних одиницях.

Недоліки:

- потребує великої кількості волонтерів;
- значно ефективніший, якщо було проведено як мінімум два таких соціальних аудити;
- можуть виникнути складнощі з імплементацією рекомендацій;

- результати дослідження можуть критикуватися з позиції репрезентативності даних, через що виникає необхідність залучення професійного соціолога до розробки методології.

3.5. СТВОРЕННЯ КОМАНДИ

Склад команди залежить від обраного методу. У таблиці нижче поданий орієнтовний перелік осіб, яких ми рекомендуємо включити в команду соціального аудиту.

Метод	Ключові особи
Фактичні перевірки	Менеджер Правник Куратор волонтерів Логіст Відповідальний за обробку даних Відповідальний за комунікацію
Оцінювання послуг громадою	Менеджер Фасилітатори (2 та більше, залежно від кількості осіб) Логіст Відповідальний за обробку даних Відповідальний за комунікацію
Учасницькі опитування громади	Менеджер Соціолог Куратор волонтерів Логіст Відповідальний за обробку даних Відповідальний за комунікацію

РОЗДІЛ 4. МЕТОДИ ПРОВЕДЕННЯ

4.1. ФАКТИЧНІ ПЕРЕВІРКИ

Фактичні перевірки як складова соціального аудиту полягають у перевірці відповідності інформації, що міститься в документах (які аналізувалися в межах соціального аудиту), реальному стану речей.

Фактична перевірка може включати:

1. виїзди на місце для перевірки наявності чи відсутності об'єктів (наприклад, чи була побудована нова школа відповідно до звіту щодо діяльності органів місцевого самоврядування);
2. виїзди на місце для перевірки наявності матеріального забезпечення закладів охорони здоров'я, освіти тощо;
3. перевірку наявності чи відсутності інформації на відповідних сайтах (наприклад, наявність звітів органів державної влади, які обов'язкові для публікації).

Виїзди на місце підвищують ретельність контролю соціальних аудитів. Вони мають на меті виявити будь-яку фальшиву, перебільшену чи неточну інформацію. Волонтери можуть проводити польові спостереження, щоб оцінити, чи є надана інформація точною.

Наприклад, якщо відповідний орган витратив гроші на будівництво дороги, волонтери можуть перевірити, чи будується дорога. Волонтери також можуть отримувати інформацію від бенефіціарів громадських проектів. Наприклад, вони можуть перевірити, чи було оновлено медичну клініку, запитавши пацієнтів чи медичний персонал. Якщо в одному документі зазначається, що певна сума грошей була перерахована приватному підряднику, волонтери можуть підтвердити точність цієї суми безпосередньо у підрядника.

Волонтери мають пройти відповідний тренінг перед тим, як виїжджати на місця з перевіркою. Волонтерам повинні розуміти, що саме вони перевіряють, за якими критеріями. Головна команда має розробити спеціальну форму, яку волонтери мають заповнити на місці.

Прозорість важлива для соціальних аудитів. Якщо інформація наявна на відповідних сайтах, ймовірно, не потрібно буде надсилати інформаційні запити. Це заощадить час. Таким чином, волонтери можуть оцінити комплексність порталів прозорості. Це необов'язково, оскільки таке завдання виходить за межі процесу соціального аудиту, але сприяє досягненню мети щодо більш прозорого та відповідального уряду.

Фактичні перевірки вимагають розробки інших форм, ніж ті, що використовуються для аудиту публічних документів. Якщо у вас достатньо волонтерів, ви можете виділити окрему команду добровольців для цієї діяльності і підготувати їх. Обов'язком цієї частини команди може бути перевірка того, чи містять, наприклад, веб-сторінки органів влади всі документи, які повинні бути там розміщені відповідно до закону. Результати цієї діяльності пізніше можуть бути включені до самого звіту про соціальний аудит або до окремого звіту.

Успішний кейс:

У південному районі Гани, що знаходиться в Акаті, клуб соціального аудиту проводив моніторинг будівництва будівлі в приміщенні коледжу Акаті. Будівництво проводилося, щоб забезпечити житлом студентів, які навчаються у закладі. У цьому будинку мали б мешкати 700 студентів. Однак клуб встановив, що на рівні фундаменту якість використовуваних матеріалів була настільки поганою, що будівельні блоки буквально розсипалися при найменшому дотику. Якби ця будівля була побудована, це поставило б під загрозу життя студентів, які там проживають. Клуб чинив тиск на районні ради, які зупинили будівництво. Наразі триває пошук фінансування для знесення споруди та відновлення будівництва.

4.2. ОЦІНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГРОМАДОЮ

Оцінювання послуг громадою (або **Community Score Card**) – це потужний інструмент для моніторингу послуг, розширення можливостей громадян та покращення підзвітності постачальників послуг. Процес оцінювання надає громадянам можливість аналізувати, наприклад, медичні чи освітні послуги, виходячи з їхніх особистих уявлень про якісні послуги. Громадяни можуть своїми оцінками надати заохочення за професійну роботу або висловити незадоволення. Співпраця отримувачів послуг та надавачів послуг закономірно покращує якість послуг, що надаються.

Яка мета оцінювання?

Метою є підвищення якості, ефективності та підзвітності послуг на рівні громади. Це двосторонній і постійний процес участі, який спрямований на зміцнення взаєморозуміння між надавачами послуг та користувачами послуг, щоб забезпечити спільні дії та подолати прогалини. Такий метод оцінювання корисний як для громади, так і для установ, що надають послуги.

Загальна характеристика методу

Метод передбачає оцінювання послуг, що надаються, як отримувачами послуг, так і їх надавачами. Хоча процес оцінювання може бути здійснений навіть на одній публічній зустрічі, однак ціль методу полягає не просто у створенні таблиць з оцінками послуг. Основна мета – це ефективне використання задокументованого сприйняття та створення зворотного зв'язку громади щодо якоїсь послуги задля її фактичного покращення.

З цієї причини реалізація оцінки не зупиняється лише на створенні документу, який узагальнює уявлення користувачів та надавачів про послугу. Натомість процес оцінювання включає чотири компоненти:

- (i) документування вхідних показників щодо послуги,
- (ii) оцінка показників ефективності надання послуги (показники створюються громадою),
- (iii) оцінка надавачів послуг за розробленими спільнотою показниками ефективності,
- (iv) зустріч між користувачами та надавачами для забезпечення відповідного зворотнього зв'язку та створення взаємоузгодженої програми покращення сервісу.

Отже, метод оцінювання допомагає:

- Визначити, як користувачі та постачальники послуг сприймають послуги.
- Встановити механізм зворотного зв'язку між користувачами та постачальниками.
- Забезпечити усвідомлене прийняття рішень та діалог між постачальниками послуг та користувачами.
- Слідкувати за тим, щоб сервіси та програми покращувалися.
- Порівнювати ефективність послуг у різних установах.
- Звітувати про якість послуг до виконавчих органів чи органів місцевого самоврядування.
- Посилювати розширення прав та можливостей громади та окремих громадян.

Метод оцінювання послуг громадою не є способом звинувачення надавачів послуг, а також не може бути використаний для створення конфліктів.

Як ми можемо застосовувати метод оцінювання послуг громадою?

Метод оцінювання послуг громадою може бути вбудований у будь-який вид державних політик. Він може бути актуальним для оцінки служб охорони здоров'я, шкіл, комунальних служб або навіть загальнодоступних схем стоків. Оціночні картки можуть використовуватися для оцінки послуг, що реалізуються державними, а також приватними постачальниками послуг, включаючи послуги, що надаються неурядовими організаціями.

Метод оціночних карток може застосовуватися як частина системи моніторингу різних програм чи проектів як державними службами, так і неурядовими організаціями. **Для оцінки змін потрібно провести як мінімум два кола оцінювання.**

Проблеми, з якими можна зіштовхнутися під час проведення оцінки

Недостатній рівень розуміння системи управління на локальному рівні. Треба добре розуміти, хто є надавачами послуг, як організовується система прийняття рішень, хто фінансує цю послугу, а також кому звітує надавач послуг. Ця інформація допоможе під час комунікації з надавачами послуг, а також при адвокації результатів оцінки. Найкращий спосіб мінімізації ризиків – це консультація з юристом. За відсутності додаткових ресурсів організатори соціального аудиту можуть звернутися до безоплатної правової допомоги або в юридичні клініки при університетах.

Надавачі послуг можуть відмовлятися від проведення оцінки. На налагодження комунікації з надавачами послуг та залучення їх до процесу оцінки може піти велика кількість часу.

Громадяни можуть не володіти достатньою інформацією щодо послуги. В ідеалі громадяни повинні мати певний рівень поінформованості про послуги. Але інколи необхідно провести додаткову інформаційну кампанію для громадськості. При цьому розповсюдження інформації проводиться до або паралельно з оцінюванням. Кампанія, як мінімум, має розкривати зміст послуг, права споживачів послуг, а також інформацію про затверджений стандарт її надання.

Складність розрахунку часу необхідного для проведення соціального аудиту – впровадження методу оціночних карток займає багато часу. Виконання одного повного циклу може зайняти рік або більше. Витрачений час може суттєво відрізнятись залежно від того, наскільки швидко вдасться залучити до процесу громадськість та групи постачальників. Для мінімізації ризиків плануйте трохи більше часу на проведення аудиту. Допоможе визначити час проведення аудиту також наявність попередніх домовленостей з надавачами послуг.

Необхідність високо рівня навичок фасилітації – цей процес вимагає від організаторів соціального аудиту сильних навичок вирішення конфліктів у групі. Процес покликаний визначити та обговорити проблеми з наданням послуг, що може призвести до конфлікту серед учасників. Це також може створити очікування, що проблеми, які були озвучені учасниками, будуть вирішені, однак це не завжди є досяжним. Для мінімізації ризиків радимо скористатися професійною допомогою фасилітаторів-медіаторів. Дуже уважно підійдіть до процесу підготовки волонтерів-фасилітаторів.

КРОКИ ПРОВЕДЕННЯ

Крок 1. Сплануйте та підготуйтеся

Встановіть основу для процесу оцінки

Ретельна підготовка до процесу Community Score Card є надзвичайно важливим етапом та повинна розпочатися бажано за місяць до початку мобілізації громади / постачальника послуг.

Визначте сферу оцінювання та передбачувані географічні межі надання послуг, як, наприклад, медичне забезпечення вагітних жінок у певному районі.

Визначте права споживачів послуги. Необхідна інформація може міститися в картці публічної послуги або ж в підзаконних нормативно-правових актах. Інколи в законодавстві може не бути визначених прав, але пам'ятайте, що навіть у цьому випадку користувачі завжди можуть надавати відгуки щодо надання послуги.

Зберіть основні вихідні дані щодо послуги: дані про населення, дані щодо наданих послуг, статистику використання послуг, дані про рівень бідності, перелік прав тощо.

Створіть команду з проведення соціального аудиту методом оцінювання послуг громадою.

Підвищіть рівень поінформованості щодо методу оцінювання послуг громадою серед місцевої громади та її лідерів. Проведіть зустріч з лідерами, використовуйте соціальні мережі тощо.

Визначте головного фасилітатора та людей у громаді – наприклад, лідерів, представників громадських організацій та посадових осіб місцевих органів влади, які можуть сприяти у проведенні соціального аудиту. Цільова орієнтація та якість сприяння мають вирішальне значення для успіху.

Визначення учасників

1. Визначте основні групи користувачів у громадах, які обслуговуються в межах певної громади.

2. Уточніть у членів громади, кого потрібно запросити від постачальників послуг та які рівні влади потрібно представляти. На наступному засіданні повинні бути присутні люди, які можуть приймати рішення щодо порушених питань.

Важливо переконатися, що вразливі групи населення (особи з інвалідністю, пенсіонери, особи з невеликим достатком) також представлені. За можливості, заздалегідь проведіть фокус-групу (обговорення) з вразливими групами.

Збори спільноти в ідеалі мають бути організовані на рівні одного закладу (наприклад, одна лікарня, одна школа тощо).

Виходячи із зібраних даних, інформації про послуги та розмов з лідерами громади, зробіть драфтову версію показників ефективності. Важливо не прив'язуватися до них, але мати їх на випадок відсутності ініціативи з боку споживачів при обговоренні.

Крок 2. Громада (день 1)

Учасники першого дня є членами громади, які мають право на послуги. Вибір груп або учасників залежить від послуг. Наприклад, для питань охорони здоров'я жінок важливо запросити представників групи вагітних та годуючих мам.

На рівні громади проводиться оцінка пріоритетних питань щодо надання послуги. Розмову можна почати з питання: які бар'єри для надання якісних послуг? При цьому важливо враховувати географічні межі проекту.

Далі громада обирає вхідні показники та показники ефективності.

Менша кількість чітких і вимірюваних показників допомагає тримати дискусію в фокусі. В ідеалі має бути не більше 8 показників. Вхідний показник – це власне

послуга або частина послуги. Показники ефективності – це такі показники, які характеризують послугу.

В різних громадах можуть виникати різні проблеми, а отже, і будуть формуватися різні показники. Якщо ви проводите аудит в декількох місцях, бажано, щоб якась частина базових показників збігалася, оскільки це допоможе провести порівняльний аналіз щодо надання послуг.

Важливо присвоїти бали для кожного показника ефективності та вказати причини цих балів.

Учасникам рекомендується розробити перші рекомендації щодо покращення ситуації щодо певних показників ефективності.

Щоб уникнути створення нереальних очікувань, важливо допомогти членам громади зрозуміти обмеження, з якими зіштовхуються постачальники послуг.

Крок 3. Надавачі послуг (2 день)

Учасники другого дня – представники надавачів послуг.

Загальна оцінка / мозковий штурм щодо надання послуг зосереджується на питанні: які бар'єри для надання якісних послуг?

На наступному кроці розробляються показники самооцінки.

Потім учасники ставлять бали за кожним показником та пояснюють причини своєї оцінки.

День 2 закінчується згенерованими пропозиціями щодо вдосконалення послуг.

Крок 4: Інтерфейсна зустріч (3 день: громада та надавачі послуг)

Перелік осіб, що беруть участь:

- споживачі послуг,
- надавачі послуг (ті, що надають послуги безпосередньо, а також керівництво, яке може приймати рішення),
- представники від влади та органів місцевого самоврядування,
- лідери громад.

На третій день обидві групи збираються разом. Група учасників складається з членів громади, які мають право на послуги, інших членів громади, лідерів, представників виконавчих органів влади та органів місцевого самоврядування, а також співробітників постачальників послуг на різних рівнях, членів місцевих адміністрацій та фасилітаторів.

Громада та постачальник послуг представляють свої висновки після проведення оцінки (на основі плакатів або підготовленої презентації).

Громада та постачальник послуг представляють визначені пріоритетні проблеми (на основі плакатів або підготовленої презентації).

Усі учасники визначають пріоритетні питання разом (за допомогою переговорів) та домовляються про можливі варіанти їх вирішення. Обговорювати можна всім спільно за участі фасилітаторів або ж розбитися на менші міксовані групи (у цьому випадку необхідна більша кількість фасилітаторів).

Важливо створити «сприятливе середовище» для користувачів / спільноти для надання зворотного зв'язку постачальникам послуг та подальших переговорів щодо удосконалення послуг разом із відповідними зацікавленими сторонами.

Однак не гарантується, що постачальники послуг / державні службовці сприйматимуть проблеми, визначені «простими» людьми, та їхні пропозиції щодо змін. Деякі стратегії пом'якшення цієї проблеми: виокремлення як сильних, так і слабких сторін, що впливають із результатів оцінки; належна підготовка та намагання зробити інтерфейсні зустрічі швидше конструктивними, ніж конфронтаційними; і зосередження уваги не лише на проблемах, а й на рішеннях та пропозиціях.

Постачальники послуг на місцевому рівні не завжди мають потенціал або важелі впливу для прийняття рішень або впровадження змін. Тому важливо, щоб вищі посадові особи та особи, які приймають рішення, також були залучені до циклу зворотного зв'язку та брали участь в інтерфейсних зустрічах.

Крок 5: Впровадження та моніторинг

Процес оцінювання не зупиняється після отримання балів! Наступні кроки:

1. Складіть звіт, який включав би спільний план дій.
2. Використовуйте результати та план дій, щоб повідомити та впливати на будь-які поточні плани, пов'язані з наданням відповідних послуг, наприклад, на процес бюджетування.
3. Контролюйте виконання плану дій.
4. Поширюйте результати через засоби масової інформації та громади.
5. Вживайте заходів щодо інституціоналізації цього процесу, наприклад, підтримуючи організації або постачальників послуг, щоб повторювати оцінку щорічно або два рази на рік.

Існує ризик, що оцінювання послуг громадою може призвести до розчарування членів громади та постачальників послуг у випадку, якщо запропоновані рішення не будуть втілені в життя або якщо наступні оцінки не покажуть позитивних змін.

4.3. УЧАСНИЦЬКІ ОПИТУВАННЯ ГРОМАДИ

Метод **учасницьких опитувань громади** (або **Citizen Report Card**) полягає у вивченні відгуку користувачів/клієнтів на послугу, яку вони отримують через проведення опитування. **Учасницькі опитування громади можуть дати відповідь, наскільки послуга, яка надається користувачам, є якісною, доступною чи надійною.** Такий метод дає змогу згенерувати дані щодо рівня задоволення послугою. Ці дані пізніше мають бути донесені до представників влади для того, щоб влада провела зміни, які підвищать рівень задоволення послугою.

Провести опитування складніше, ніж використати інші методи соціального аудиту. **Метод учасницьких опитувань громади є більш науковим, він потребує визначення масштабу послуги, визначення репрезентативної вибірки, розробки питань, збору даних, їх аналізу і написання звіту.**

Визначення масштабу послуги має бути здійснене ще на підготовчому етапі.

Крок 1. Формування вибірки

Найскладнішим кроком у здійсненні цього виду опитування є забезпечення репрезентативності вибірки. Для цього рекомендується залучити експертів-соціологів, адже якщо команда соціального аудиту неправильно визначить вибірку, то вона буде нерепрезентативною, а це призведе до викривлення результатів дослідження та знецінення проведеної роботи.

Навряд чи команда соціального аудиту зможе опитати всіх користувачів послуги. Опитування пройдуть лише деякі з них – це і буде вибірка.

Що ж може забезпечити репрезентативність? **Це має бути така вибірка (сукупність опитаних користувачів послуги), яка дасть приблизно таку ж оцінку, яка б була отримана, якби опитали всіх користувачів послуги.** Тобто команда соціального аудиту опитує лише деяких користувачів, але отримує приблизно такий же результат якби опитали всіх користувачів послуги.

Як же отримати репрезентативну вибірку? Потрібно, щоб в опитування брали участь особи, які відповідають характеристикам усіх користувачів: якщо послугою всього користується 5000 жінок та 5000 чоловіків, то для того, щоб вибірка була репрезентативною, потрібно опитати рівну кількість чоловіків та жінок. Якщо послугою користується 700 пенсіонерів та 300 студентів, то і співвідношення пенсіонерів та студентів має бути 7 до 3. Показники, які варто брати до уваги, – це стать, вік, соціальний статус тощо. Звичайно, це не всі аспекти, які потрібно враховувати при формуванні вибірки, адже це доволі складний процес. Тому, щоб

не помилитися, варто звернутися до спеціалістів-соціологів. Також варто подумати про залучення неурядових організацій, що проводять соціологічні опитування, або про залучення до команди представників академічної спільноти.

Крок 2. Розробка опитувальника

Після формування вибірки варто скласти перелік питань. Це завдання також може бути складним. Потрібно уникати маніпулятивних та подвійних питань. Питання не мають підштовхувати до певного варіанту відповіді. Загалом, **рекомендується використовувати закриті запитання, коли респондент обирає один з варіантів відповіді**. У випадку учасницького опитування громади значна частина таких питань виглядає як: «Оцініть певний параметр по шкалі від 1 до 10». Водночас рекомендується зробити два-три відкритих питання, щоб отримати розгорнутий відгук користувачів. Рекомендується розташовувати питання від більш важливих до менш важливих. Якщо питання об'єднані у групи, їх варто розмістити у такому порядку: чому, хто, як, що. Отже, підготовка питань може бути складним завданням, тому краще звернутися до спеціалістів, в яких є досвід підготовки анкет для соціологічних опитувань.

Питання, які будуть ставитися респондентам, мають бути засновані на критеріях та індикаторах, які команда соціального аудиту визначила після аналізу документів. Якісно розроблені індикатори та питання на їхній основі можуть стати базою для створення стандартів, за допомогою яких уряд буде оцінювати те, як надаються публічні послуги. Зокрема, у Руанді учасницькі опитування громади (Citizen Report Card) використовуються як стандарт оцінки надання послуг ще з 2010 року.

Окрім підготовки питань та визначення вибірки, перед збором даних рекомендовано здійснити кодування даних, тобто надати кожному варіанту відповіді свій код (наприклад при кодуванні рівня доходу: респонденти з низьким доходом кодуються як «1», з середнім доходом як «2», а з високим доходом як «3»). Кодування потрібне для зручної роботи з даними після їх збору.

Перед тим, як здійснювати повноцінний збір даних, складений опитувальник рекомендується протестувати, щоб виявити можливі проблеми. Тестування опитувальника може бути здійснене за допомогою фокус-групи.

Крок 3. Збір даних

Наступним етапом є збір даних. Його можуть проводити волонтерами, яких мобілізувала основна команда проведення соціального аудиту. Для цього волонтери мають пройти відповідне навчання. **Оскільки учасницькі опитування громади стосуються переважно оцінки послуги, рекомендовано збирати дані максимально наближено до послуги**. Тобто якщо команда соціального аудиту хоче дослідити якість надання лікарських послуг, рекомендується збирати дані

біля лікарні. Якщо оцінюється якість надання адміністративної послуги, то дані варто збирати біля ЦНАПу, де такі послуги надаються.

Дані про послуги збираються саме у користувачів послуг, тобто учасницькі опитування громади не є опитуванням думки всіх громадян щодо якоїсь послуги, а лише тих, хто дійсно користувався послугою.

Важливим етапом соціального аудиту є адвокаційна кампанія. **Спосіб її проведення буде залежати від рівня залучення представників влади.** Якщо ще на підготовчих етапах команда соціального аудиту розуміє, що представники влади не бажають співпрацювати, тоді фокус адвокаційної кампанії має бути спрямований на мобілізацію активістів. Гарною нагодою мобілізувати активістів є власне етап збору даних під час здійснення опитування. Після того, як користувач певної послуги відповів інтерв'юєру на запитання, інтерв'юєр може пояснити, навіщо він поставив ці запитання, розповісти про мету проведення соціального аудиту та спробувати залучити користувача послуги (респондента) до подальшої адвокаційної кампанії вже як активіста.

Крок 4. Аналіз даних та написання звіту

Аналіз даних та написання звіту є останніми кроками здійснення опитування. **Аналіз даних має, серед іншого, виявити, наскільки зібрані дані є надійними, тобто наскільки волонтери дотримувалися правильної методології.** Якщо з якістю зібраних даних все добре, варто перевірити, наскільки ці дані допомагають досягти мети соціального аудиту. Якщо зібрані дані свідчать про те, що послуга є більш доступною, більш якісною, а споживачі цієї послуги задоволені нею більше, ніж в середньому по країні, тоді команді соціального аудиту складно буде провести адвокаційну кампанію, засновуючись на таких даних. За можливості рекомендується здійснити перевірку зібраних даних та перевірити їх з даними інших організацій. Якщо зібрані командою соціального аудиту дані значно відрізняються від даних з інших джерел (за схожої методології), це сигналізує, що або в процесі збору даних команда соціального аудиту припустилася методологічних помилок, або дані іншої організації є викривленими. **Хороший аналіз даних потребує знання статистичних інструментів аналізу даних.**

Звіт, написаний на основі зібраних даних, має стати основним аргументом під час проведення адвокаційної кампанії. Для того, щоб цей аргумент добре сприймався, він має показати, що зібрані командою соціального аудиту дані є достовірними та репрезентують реальну ситуацію, а ця реальна ситуація є такою, що потребує змін. Рекомендується використовувати ілюстративні матеріали, як-от графіки, таблиці та діаграми. Також варто враховувати: **якщо основні зусилля з адвокації будуть спрямовані на мобілізацію громадян для акцій та демонстрацій, то особливу увагу варто приділити доступності та зрозумілості отриманих результатів для широкого кола читачів.** Можливим шляхом є

підготовка двох версій звіту – розширеного та спрощеного, який буде поширюватися для мобілізації громадян.

Звіт за результатами проведення учасницького опитування громади може мати таку структуру: резюме (короткий виклад матеріалу), цілі дослідження, методологія, головні результати дослідження, наслідки та рекомендації.

4.4. МЕТОДИ, ЯКІ МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ ДЛЯ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ДОДАТКОВІ

Серед додаткових методів, які можуть бути корисними під час проведення соціального аудиту, можна назвати:

- експертні інтерв'ю
- глибинні інтерв'ю
- фокус-групи.

Жоден з цих методів не може бути основним методом проведення соціального аудиту, оскільки вони не достатньо виконують функцію партисипативності (тобто залучення великої кількості зацікавлених сторін). Утім, ці методи можуть бути важливим джерелом отримання інформації, інтерпретації результатів та допоможуть уникнути помилок при проведенні самого соціального аудиту.

Метод	Експертні інтерв'ю	Глибинні інтерв'ю	Фокус-групи
Мета	Отримати експертну думку щодо політики (послуги)	Отримати суб'єктивну інформацію від бенефіціарів реалізації політики (послуги)	Знайти цікаві ідеї та погляди щодо соціального аудиту, прослідкувати взаємодію всередині громади
Фактичні перевірки	На етапі аналізу документів	–	
Оцінювання послуг громадою	На етапі аналізу документів та інтерпретації результатів	На етапі вибору учасників, а також окремо для представників	(цей метод по суті і є специфічним видом фокус груп)

		маргіналізованих груп	
Учасницькі опитування громади	На етапі аналізу документів	На етапі формування питальника, а також як спосіб тестування питальника	На етапі формування питальника, а також як спосіб тестування питальника

ГЛИБИННІ ІНТЕРВ'Ю

Глибинне дослідницьке інтерв'ю – вид взаємодії між дослідником і об'єктом дослідження, що базується на розмові, але є професійною бесідою (має визначену структуру та мету) для вивчення, опису та інтерпретації смислів, феноменів, мотивів.

У контексті соціального аудиту глибинні інтерв'ю допомагають команді краще зрозуміти тему та виявити чутливі та неоднозначні моменти в сприйнятті громади (зацікавлених сторін).

У соціальних науках метод глибинних інтерв'ю може використовуватися як самостійний, але соціальний аудит не може складатися лише з проведення глибинних інтерв'ю. З одного боку, тому, що проведення та аналіз глибинних інтерв'ю потребує певної теоретичної бази, якою має володіти команда дослідників, а з іншого – глибинні інтерв'ю (навіть якщо було проведено багато таких інтерв'ю) не забезпечують достатньої мобілізації громади. Проте декілька проведених глибинних інтерв'ю допоможе вам якісніше розробити методологію конкретного соціального аудиту, який проводить ваша команда.

Ми радимо проводити глибинні інтерв'ю після аналізу документів, коли у команди соціального аудиту є вже достатньо інформації щодо теми аудиту, і ви можете сформулювати запит щодо необхідної додаткової інформації від респондентів.

Використовуйте глибинні інтерв'ю для того, щоб зрозуміти, як респонденти сприймають процес отримання тієї чи іншої послуги, на що вони звертають увагу.

Чутливі теми та вразливі групи. Використання глибинних інтерв'ю, щоб дослідити чутливі теми, – чудовий спосіб уникнути ускладнень та неправильного тлумачення даних соціального аудиту. Про чутливі теми не завжди зручно говорити у великих групах. Наприклад, це питання ВІЛ-СНІД, репродуктивного здоров'я тощо. Крім того, проведення глибинних інтерв'ю з представниками маргіналізованих груп, голос яких зазвичай відсутній, допоможе комплексно підійти до проблеми надання послуг. Деякі речі можуть бути прості, але не очевидні. У зв'язку з цим інтерв'ю з особами з інвалідністю, з матерями, що годують, пенсіонерами допоможе вам

поглянути на процес надання послуги їхніми очима та врахувати це, наприклад, в анкеті для учасницького опитування громади. Окремі аспекти за результатами глибинних інтерв'ю можна включити до фінального звіту.

Процес проведення глибинних інтерв'ю

Виберіть респондентів. Оскільки в контексті соціального аудиту інтерв'ю – це додатковий інструмент, то гнатися за великою кількістю інтерв'ю не варто. Зосередьте свою увагу на 4-6 інтерв'ю, хоча кількість інтерв'ю можна залишити на розсуд команди соціального аудиту. Обов'язково включіть в число респондентів представників маргіналізованих груп!

Визначте мету інтерв'ю, на чому саме ви хочете сконцентрувати увагу.

Під час глибинних інтерв'ю вивчається три структури досвіду:

- практичну (дії та взаємодії),
- афективну (переживання та відчуття),
- когнітивну (осмислення дій, взаємодій та своїх реакцій на них).

Починайте інтерв'ю з загальних питань, щоб зрозуміти, який досвід має респондент щодо отримання тієї чи іншої послуги. **Ставте уточнюючі питання.**

Питання, які ви підготували до інтерв'ю, – це питальник або гайд інтерв'ю. **Питання не обов'язково ставити суто по питальнику.** Під час інтерв'ю ви можете змінювати послідовність, додавати інші питання, прибирати питання, які вам здалися недоречними.

Організація інтерв'ю

Домовтеся про інтерв'ю з респондентами.

Виберіть місце проведення інтерв'ю. Уникайте місць, де є багато людей і може бути занадто гучно. Переконайтеся, що особі, яка відповідає на питання, комфортно (ви можете про це прямо запитати) тощо. Часто респонденти почувають себе комфортніше на робочому місці чи вдома.

Поясніть мету інтерв'ю.

Поясніть умови конфіденційності. Визначте, чи це конфіденційне інтерв'ю. Ми радимо проводити інтерв'ю на засадах конфіденційності. Поясніть, хто отримає доступ до їхніх відповідей (наприклад, член команди, який відповідає за розшифровку чи аналіз) і як будуть аналізуватися їхні відповіді. Чи будуть використовуватися коментарі, як цитати у тексті.

Поясніть формат інтерв'ю. Поясніть тип інтерв'ю, яке ви проводите, та його характер. Якщо ви хочете, щоб респондент ставив питання, уточнюйте, чи може респондент робити це під час інтерв'ю.

Вкажіть, скільки часу займає інтерв'ю (інтерв'ю можуть тривати по-різному, але орієнтуйтеся на те, що 90 хвилин – це максимум).

Розкажіть респонденту, як пізніше можна зв'язатися з вами, якщо виникне потреба.

Запитайте, чи є якісь питання, перш ніж почнеться інтерв'ю.

Не розраховуйте на свою пам'ять, щоб згадати відповіді. Попросіть дозволу зробити аудіозапис інтерв'ю або привести когось, щоб він робив нотатки. Робити самостійно нотатки ми не радимо, оскільки це сильно вас відволікатиме. Водночас інтерв'юєру корисно робити відповідні позначки в гайді.

ЕКСПЕРТНІ ІНТЕРВ'Ю

Експертні інтерв'ю – це інтерв'ю з фахівцями певної галузі щодо тих питань, у яких вони є спеціалістами високого рівня (тобто експертами).

Зазвичай, **практично важливим результатом експертних інтерв'ю є розуміння різноманіття можливих шляхів розв'язання проблеми та аргументації щодо кожного з них.** У випадку проведення соціального аудиту експертне інтерв'ю також може допомогти зібрати повний та вичерпний перелік для аналізу документів, сформувані індикатори та критерії оцінки. Крім того, експертні інтерв'ю можуть допомогти інтерпретувати результати соціального аудиту (наприклад, оцінювання послуг громадою – оцінити реалістичність запропонованих шляхів вирішення проблеми).

Для оцінювання послуг громадою такі інтерв'ю також можуть бути способом зменшити рівень напруги під час загального обговорення споживачів та надавачів послуг, якщо ці експерти (з числа надавачів або споживачів) потім будуть запрошені на загальну зустріч. Попереднє інтерв'ю з ними може допомогти у тому, щоб обговорення стало більш конструктивним.

Зазвичай точка насичення інформацією (коли інформація починає повторюватись) настає через 4-5 інтерв'ю. Ми рекомендуємо проводити мінімум 2 експертних інтерв'ю. При цьому буде добре, якщо один з експертів буде з приватної сфери, а інший з публічної (державні органи влади). **До речі, експертні інтерв'ю можна використовувати як метод налагодження контакту з представниками надавачів послуг при проведенні оцінювання послуг громадою або учасницького опитування громади.** У випадку оцінювання послуг громадою – домовленості про експертні інтерв'ю з працівниками надавача послуг можуть допомогти налагодити початкову співпрацю.

Для того, щоб експертне інтерв'ю було максимально корисним, треба проаналізувати наявні документи та скласти приблизне уявлення про поточну ситуації в обраній сфері. Радимо мати перелік питань. У питальник можна включати будь-які питання, які стосуються галузі. Можете включити питання для верифікації вихідних даних, про які ми зазначали в розділі про підготовку соціального аудиту (хто є споживачами послуги, який обсяг надання, суть послуги). Почати ми радимо з загальних питань:

Опишіть будь-ласка систему надання X послуги (Як ви організовуєте реалізацію надання X послуги?)

Якими НПА регулюється надання послуги?

Які проблеми в наданні X послуги Ви можете назвати?

Як може бути покращена система?

Чи є якась специфіка надання X послуги у вашому регіоні?

Як, на вашу думку, можна виміряти активність та рівень задоволеності послугою?

Якщо ваш соціальний аудит спрямований не на аналіз надання послуги, а на реалізацію іншого виду політики, то питання можуть відрізнятися.

ФОКУС-ГРУПИ

Фокус-група – це неформальне обговорення на задану тему групою заздалегідь обраних людей.

Фокус-групи проводяться, щоб зібрати уявлення, відчуття, інтерпретації певних явищ та процесів. Що люди думають? Як вони думають? Чому вони так думають?

Переваги фокус-групи:

1. Доступ до ідей, вірувань, поглядів, потреб людей.
2. Можливість збирати інформацію під час групової динаміки: жарти, суперечки, самоцензура тощо – це все дані.
3. Певним людям легше висловлюватися в групі серед таких самих учасників, аніж під час глибинного інтерв'ю з дослідниками тет-а-тет.
4. Можливість зануритися у прірву між тим, що люди роблять і що вони говорять.
5. Можливість відразу поставити додаткові/уточнюючі запитання, зробити перехресну звірку між учасниками.
6. З'являється можливість висловитися для маргіналізованих груп.

«Підводні камені» проведення фокус-груп

1. Складність обговорення сенситивних та особистих тем (наприклад, життя з ВІЛ/СНІД, насильство, випадки расизму, аборти тощо). Інколи такі теми краще обговорювати на особистому глибинному інтерв'ю.

2. Недостатній рівень комфорту або довіри серед учасників може негативно відобразитися на груповій динаміці – наприклад, якщо учасники знайомі поза межами ФГ.

3. У ФГ може проявитися пасивність, страх висловитися чи конформність до ідей, які домінують у групі через:

А. виявлення «лідера/ки», який/а задає тон дискусії;

В. певні інституційні умови (наприклад, ФГ проводиться серед співробітників однієї компанії чи дослідник/ця представляє певну установу);

С. загальний соціальний контекст групи: клас, гендер, вік, культурний капітал тощо.

Кількість осіб в ФГ може коливатися від 6 до 15 осіб. Конкретно число учасників обирайте з таким розрахунком, щоб кожен учасник міг висловитися щодо кожного питання. **6-10 учасників зазвичай достатньо.**

Час проведення ФГ: 120-180 хвилин.

Складіть сценарій ФГ, в якому буде міститися до 6 питань. Невелика кількість питань пов'язана з тим, що кожен з учасників має встигнути висловитись.

ФГ як спосіб тестування анкети. Можна провести ФГ для тестування анкети, яка готується в межах учасницьких опитувань громади. Ви можете тестувати усю анкет або її певну частину, якщо у вас виникають питання щодо неї.

РОЗДІЛ 5. ФІНАЛЬНІ ЕТАПИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

5.1. ПІДГОТОВКА ФІНАЛЬНОГО ЗВІТУ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Структура фінального звіту за результатами соціального аудиту може бути різною і залежить від специфіки кожного конкретного соціального аудиту. Утім, **певні частини звіту є обов'язковими.**

Опис методології проведення соціального аудиту. У цій частині важливо писати, як саме проводився соціальний аудит. Опис має бути сконструйований так, щоб ваш соціальний аудит могла провести будь-яка особа. Не забудьте описати:

- час проведення соціального аудиту;
- короткий опис команди соціального аудиту;
- скільки було залучено волонтерів (як проводились тренінги волонтерів);
- скільки осіб було залучено до соціального аудиту (скільки осіб було опитано, скільки осіб взяли участь в зустрічах);
- як обирались люди, яких було опитано.

Опис поточної ситуації з наданням послуги (реалізації політики). У цій частині дайте посилання на нормативно-правові акти, які стосуються процесу надання послуги (реалізації політики), а також опишіть поточний стан справ. За наявності включіть вхідні дані. По суті, це той документ, який ваша команда має підготувати вже на етапі аналізу документів.

Опис стейкхолдерів. Надайте перелік з коротким описом зацікавлених сторін, за бажанням можна додати інформацію щодо вашої комунікації з цими зацікавленими сторонами.

Опис результатів дослідження. В цій частині опишіть основні здобутки дослідження.

Для учасницького опитування громади: узагальніть відповіді респондентів. Для окремих оцінок можете надати тлумачення. У додатку обов'язково розмістіть опитувальник.

Для оцінювання послуг громадою: надайте бали карток, опишіть індикатори. У додатках розмістіть отримані за результатами зустрічей картки.

Для фактичних перевірок: опишіть, скільки об'єктів пройшло перевірку успішно, скільки – неуспішно, які були основні види порушень. У додатках обов'язково розмістіть форму, відповідно до якої здійснювалась оцінка.

Опис рекомендацій щодо покращення надання послуг (реалізації політики).

5.2. АДВОКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Адвокаційна діяльність, як складова соціального аудиту, має на меті провадження змін в процес реалізації політики або надання послуг. Тож основні комунікації мають вестися саме органом державної влади або надавачем послуг. Адвокаційна кампанія може вестися на всіх етапах соціального аудиту. Засобам масової інформації можна надати інформацію про початок соціального аудиту, проведені перемовини з органами державної влади або зустрічі зі стейкхолдерами.

Адвокаційна кампанія може бути і невідкладною. Але **рекомендуємо вам створити в соціальних мережах сторінку соціального аудиту.**

Заходи у межах адвокаційної кампанії:

1. Надайте органу державної влади або надавачу послуг попередню версію звіту.

Попросіть орган державної влади або надавача послуг звернути вашу увагу на будь-які фактичні помилки та надати загальний відгук щодо звіту. Запропонуйте провести нараду для обговорення результатів та рекомендацій. Обговоріть з ними дедлайн, щоб вони встигли сформулювати свої зауваження. Якщо органи державної влади або надавачі послуг надають зауваження, підтверджені доказами, не бійтесь вносити відповідні правки до тексту звіту.

Існує низка переваг спільної підготовки звіту з органом влади (надавачем послуг).

По-перше, це показує реальний інтерес команди соціального аудиту до співпраці.

По-друге, в такому випадку після публікації звіту орган влади (надавач послуг) не зможе стверджувати, що висновки у звіті містять фактичні помилки.

По-третє, це може допомогти у вашому наступному кроці, а саме в організації громадських слухань.

Нарешті, це може допомогти побудувати довгострокове співробітництво для збільшення рівня прозорості та підзвітності державного органу (надавача послуг).

2. Влаштуйте публічну презентацію звіту.

Для цього необхідно розіслати прес-реліз у ЗМІ щодо проведення заходу. Запросіть на цю подію зацікавлених сторін, а також представників влади. Бажано, щоб органи влади (надавач послуг), щодо якого проходив соціальний аудит, також представляв звіт. Однак намагайтеся уникати прямих конфліктів, які можуть виникнути під час частини питання-відповіді. Для цього на початку презентації розкажіть про мету соціального аудиту і підкресліть, що він не є методом пошуку

винних, а є, скоріше, початком спільної довгострокової співпраці. Подякуйте органу влади (надавачу послуг) за співпрацю.

3. Влаштуйте громадські слухання.

Громадські слухання є одним з законодавчо затверджених механізмів громадської участі у прийнятті владних рішень. Територіальна громада має право проводити громадські слухання не рідше одного разу на рік. Пропозиції, які вносяться за результатами громадських слухань, підлягають обов'язковому розгляду органами місцевого самоврядування. Порядок ініціювання громадських слухань та їх проведення закріплені в статуті конкретної територіальної громади.

Запросіть на громадські слухання зацікавлених сторін. Можливо, вам доведеться кооперуватися з іншими громадськими організаціями, щоб стимулювати проведення громадських слухань.

4. Проводьте семінари, конференції, круглі столи тощо.

Цікавим способом адвокації є проведення семінарів, тренінгів та круглих столів, на яких можна поділитися здобутками проведеного дослідження, вислухати критику та заручитися необхідною підтримкою. Крім цього, така форма адвокації сприяє поширенню інформації та збільшує потенціал соціального аудиту, як засобу збільшення рівня прозорості та підзвітності органів державної влади та надавачів послуг.

5. Підпишіть з органом влади (надавачем послуг) меморандум про виконання плану дій.

Підписати такий меморандум можна і раніше, якщо орган влади (надавач послуг) активно залучений в процес проведення соціального аудиту. Така ситуація відбувається за ідеальних умов, але це також можливо.

6. Якщо орган державної влади відмовляється від співпраці, можна спробувати класичні засоби адвокаційних кампаній.

Якщо орган влади (надавач послуг) змінив свою позицію (оскільки ми пам'ятаємо, що необхідною умовою для проведення соціального аудиту є сприяння органу влади), то можна застосовувати агресивніші методи адвокаційної кампанії, які, в першу чергу, спрямовані на створення медійного та адміністративного тиску. Проте, враховуючи необхідність подальшої співпраці, доцільніше **спробувати з'ясувати причини зміни позиції органу та фасилітувати конфлікт.**

Методи створення тиску:

- пікетування;
- судові позови;
- мистецькі акції;
- кампанії зовнішньої агітації;
- звернення громадян;
- звернення до органів, яким підпорядкований орган (надавач послуг).

ДОДАТКИ

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

- Agarwal, S., Post, D., & Venugopal, V. (2013). *Citizen Report Cards: Monitoring Citizen Perspectives to Improve Service Delivery*. Washington, D.C: Social Development how to series World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/993711468149676855/Citizen-report-cards-monitoring-citizen-perspectives-to-improve-service-delivery>
- Berthin, G. (2011). *A practical guide to social audit as a participatory tool to strengthen democratic governance, transparency, and accountability*. New York: UNDP Regional Bureau For Latin America And The Caribbean. <https://www.local2030.org/library/112/A-practical-guide-to-Social-Audit-as-a-Participatory-Tool-to-Strengthen-Democratic-Governance,-Transparency,-and-Accountability.pdf>
- Centre for Good Governance. (2005). *Social Audit: A Toolkit A Guide for Performance Improvement and Outcome Measurement*. Hyderabad: Centre for Good Governance. <https://namati.org/resources/social-audit-a-toolkit-a-guide-for-performance-improvement-and-outcome-measurement/>
- Cooperative for Assistance and Relief Everywhere. (2013). *The Community Score Card (CSC): A generic guide for implementing CARE's CSC process to improve quality*. Lilongwe: Cooperative for Assistance and Relief Everywhere. https://slidelegend.com/download/the-community-score-card-csc-a-generic-guide-for-care_5a56b7ae1723dd114f82459d.html
- Deepti, B., Dewan, A., Magui, M., & Kanungo, P. (2003). *Ukraine - People's Voice Project*. Washington, D.C.: Empowerment case studies. World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/306361468319488419/Ukraine-Peoples-Voice-Project>
- Dwivedi, R. (2010). *Social Audit and its Methodology*. <https://www.researchgate.net/>: https://www.researchgate.net/publication/290899588_Social_Audit_and_its_Methodology
- Escher, J. (2018). *Community Score Cards - a powerful tool to improve public services*. <https://www.civilsocietyacademy.org/>: <https://www.civilsocietyacademy.org/post/community-score-cards-a-powerful-tool>

- Farag, M. (2018). *Social Audit In 20 Steps*. Berlin: Transparency International. https://images.transparencycdn.org/images/2018_Guide_SocialAudit20Steps_English.pdf
- Gikonyo, W. (2008). *The CDF Social Audit Guide*. Nairobi: Open Society Initiative of East Africa. https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/8a612b41-c4b2-4d21-af87-9142509d5a47/resource_20080808_0.pdf
- Hussain, Z. (2015). Social audit - a new horizon. *International Journal of Management, Issue 1 (Volume 6)*, 551-559. <http://www.iaeme.com/MasterAdmin/UploadFolder/SOCIAL%20AUDIT%20A%20NEW%20HORIZON-2/SOCIAL%20AUDIT%20A%20NEW%20HORIZON-2.pdf>
- Mahajan, P. (2011). *Social Audit - A Silver Lining in the Augmenting of Public Policy: A Case Study of Nrega*. https://papers.ssrn.com/https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2843682
- Ministry of Rural Development India. (2017). *VRM Training manual for social audit of MGNREGS*. Ministry of Rural Development India. https://nrega.nic.in/Netnrega/WriteReaddata/Circulars/VRP_TrainingManual.pdf
- Pekkonen, A. (б.д.). *Citizen Report Cards*. https://www.civicus.org/https://www.civicus.org/documents/toolkits/PGX_H_Citizen%20Report%20Cards.pdf
- Puri, M., & Lahariya, C. (2011). Social Audit in Health Sector Planning and Program Implementation in India. *Indian Journal of Community Medicine*, 3(36), 174–177. doi:10.4103/0970-0218.86515 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3214439/>
- Schall, N., & Becker, M. (б.д.). *Practitioner's Guide: Citizens Report Cards - CiReCa*. [www.methodfinder.net: http://www.methodfinder.net/download_all.html?file=files/documents/methods_examples/0046%20-%20Citizens%20Report%20Cards%20\(CiReCa\)%20-%20Method.pdf](http://www.methodfinder.net/https://www.methodfinder.net/download_all.html?file=files/documents/methods_examples/0046%20-%20Citizens%20Report%20Cards%20(CiReCa)%20-%20Method.pdf)
- The Social Audit Network. (2015). *A Guide to Conducting SOCIAL AUDITS in South Africa*. Cape Town: Tandym Print. <https://www.internationalbudget.org/wp-content/uploads/social-audits-in-south-africa-guide-2015.pdf>
- Юрчишин, Я. (2017). *Адвокаційна діяльність та її особливості в роботі з парламентом*. Київ: Лабораторія Законодавчих Ініціатив. <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2017/09/Advocasi.pdf>

КЕЙС-СТАДІ

- Abu, A., & Quaye, W. (2019). *Turning Challenges into Change: How Social Audits are Improving School Feeding in Sissala East*. <https://gatesopenresearch.org/>:
<https://gatesopenresearch.org/documents/3-415>
- ActionAid. (2018). *Mining In South Africa. Social Audit Baseline Report Whose Benefit and Whose Burden?* ActionAid. https://www.osf.org.za/wp-content/uploads/2019/02/sar-5.3_online.pdf
- Andersson, N., Martinez, E., Cerrato, F., Morales, E., & Ledogar, R. (1989). The use of community-based data in health planning in Mexico and Central America. *Health Policy and Planning, Issue 3*(Volume 4), 197–206. <https://academic.oup.com/heapol/article-abstract/4/3/197/602853?redirectedFrom=fulltext>
- Arosteguí, J., Hernandez, C., Suazo, H., Cárcamo, A., Reyes, R., Andersson, N., & Ledogar, R. (2011). Auditing Nicaragua's anti-corruption struggle, 1998 to 2009. *BMC Health Services Research*, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1186/1472-6963-11-S2-S3>
- Cejudo, G. (2013). *Evidence for Change: The Case of Subsidios al Campo in Mexico*. International Budget Partnership. https://www.internationalbudget.org/wp-content/uploads/Final-updated-full-Subsidios-al-Campo-case-study_final.pdf
- Centre for Enhancing Democracy and Good governance. (2011). The CDF Social Audit Report. *A Community's Verdict*(Volume 2), 1-42. <https://cedgg.org/wp-content/uploads/2018/10/CEDGG-CDF-Social-Audit-Publication.-Vol-2.pdf-Nakuru-and-Rongai-Constituency..pdf>
- Cockcroft, A., Andersson, N., Omer, K., Ansari, N., Khan, A., Chaudhry, U., & Saeed, S. (2005). *Social audit of governance and delivery of public services*. Islamabad: CIET. https://www.researchgate.net/publication/242587472_Social_audit_of_governance_and_delivery_of_public_services
- Cockcroft, A., Andersson, N., Paredes-Solís, S., Caldwell, D., Mitchell, S., Milne, D., . . . Ledogar, R. (2008). An inter-country comparison of unofficial payments: results of a health sector social audit in the Baltic States. *BMC Health Services Research*, 1-12. doi:<https://doi.org/10.1186/1472-6963-8-15>

- Dladla, S. (2018). *Mpukunyoni Social Audit Report Tendele Coal Mining*. ActionAid. <https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/09/mpukunyoni-social-audit.pdf>
- Dogbe, T., & Kwabena-Adade, J. (2012). *Ghana: Budget Monitoring by SEND-Ghana and its Partners Helps Improve Nutrition for Children and Support Local Farmers*. International Budget Partnership. <https://www.internationalbudget.org/wp-content/uploads/Long-Final-SEND-case-study-English.pdf>
- Gauteng Education Crisis Coalition. (2015). *Gauteng Schools Social Audit Report*. Gauteng Education Crisis Coalition. https://equaleducation.org.za/wp-content/uploads/2016/07/Equal-Education_Gauteng-Schools-Social-Audit-Report_Full-Version.pdf
- Hakikazi Catalyst. (2004). *Participatory Monitoring Of Prs And Pro-Poor Expenditure In Selected Districts And Areas Of Arusha Region, Tanzania*. Arusha: Hakikazi Catalyst. <http://www.hakikazi.org/papers/Hakikazi-Participatory-Monitoring-of-PRS-2004.pdf>
- Masud, M. O. (2015). *Calling Citizens, Improving the State: Pakistan's Citizen Feedback Monitoring Program, 2008 – 2014*. Princeton: Trustees of Princeton University. https://successfulsocieties.princeton.edu/sites/successfulsocieties/files/Pakistan%20Calling%20Citizens_ToU_1.pdf
- Omagor, N. (2012). *Uganda - Second Environmental Management and Capacity Building Project : environmental assessment*. Kampala: National Environment Management Authority. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/752011468318875889/pdf/NonAsciiFileName0.pdf>
- PLANACT. (2016). *Report on the Spring Valley social audit water service provision by trucks*. <https://socialaudits.org.za/>: https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/01/spring-valley_social-audit-report.pdf
- Planact. (2018). *Scaled-Up Sanitation Social Audit City Of Ekurhuleni - 2018*. Planact. <https://planact.org.za/wp-content/uploads/2019/11/Ekurhuleni-Scaled-up-Social-Audit-Report-Web-small-07022019-1.pdf>
- Planact. (2018). *Thembelihle Social Audit Report*. Planact. https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/01/thembelihle-social-audit-report_20180202.pdf
- Planact. (2020). *Wattville Social Audit Report*. Planact. https://issuu.com/epixeldesigns/docs/wattville_social_audit_report

- Social Audit Network. (2015). *Wolwerivier Social Audit Report*. Ndifuna Ukwazi. <https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/01/wolwerivier-social-audit-report.pdf>
- Social Audit Network. (2018). *Social Audit Report Glenmore Ngqushwa municipality*. Social Audit Network. <https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/06/glenmore-sports-facility-social-audit.pdf>
- Social Justice Coalition. (2013). *Report Of The Khayelitsha 'Mshengu' Toilet Social Audit*. Cape Town: Social Justice Coalition. <https://www.internationalbudget.org/wp-content/uploads/Social-Justice-Coalition-Report-of-the-Khayelitsha-Mshengu-Toilet-Social-Audit.pdf>
- Social Justice Coalition. (2013). *Wasteful Expenditure: Report Of The Khayelitsha Refuse Removal And Area Cleaning Social Audit*. Social Justice Coalition. https://d3n8a8pro7vhmx.cloudfront.net/socialjusticecoalition/pages/225/attachments/original/1451457787/social_audit_2_wasteful_expenditure_report_of_the_khayelitsha_refuse_removal_and_area_cleaning_social_audit.pdf?1451457787
- Social Justice Coalition. (2016). *Monwabisi Park (Endlovini) Social Audit*. Social Justice Coalition. <https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/01/monwabisi-park-social-audit-report-07-10-2016.pdf>
- Tan, M. G. (2019). *Citizen Participatory Audit In The Philippines— Pilot Phase I (2012–2014)*. Washington DC: World Bank Group. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/995101557837621617/pdf/Citizen-Participatory-Audit-in-the-Philippines-Pilot-Phase-I-2012-2014.pdf>
- Ubuchule Design Studio. (2017). *Assessment Report Of The Glenmore Sports Facility*. Ubuchule Design Studio. https://socialaudits.org.za/wp-content/uploads/2018/06/glenmore-sports-facility_technical-report.pdf

МОЖЛИВА СТРУКТУРА ПЛАНУ ПРОВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

Тема	<p>Визначте тему соціального аудиту. Тема має стосуватися конкретного проекту/програми/послуги.</p> <p>Обґрунтуйте, чому обрана Вами тема є важливою.</p> <p>Обґрунтуйте, чому саме соціальний аудит дозволить виправити проблемний проект/програму/послугу.</p>
Межі аудиту	<p>Визначте територіальний обсяг соціального аудиту. Це може бути певний район або декілька конкретних установ.</p>
Питання	<p>Визначте орієнтовний перелік питань, які Ви будете вивчати під час проведення соціального аудиту.</p>
Стейкхолдери	<p>Визначте, хто є стейкхолдерами/зацікавленими сторонами в обраній темі.</p>
Партнери соціальному аудиту	<p>Визначте, хто буде Вашими партнерами по соціальному аудиту.</p> <p>Обґрунтуйте, чому кожен з партнерів буде співпрацювати з Вами під час соціального аудиту.</p> <p>Визначте функції кожного з партнерів у проведенні соціального аудиту.</p>
Співпраця з органами влади	<p>Визначте, з якими конкретно органами влади, державними/комунальними підприємствами, установами, організаціями Ви будете співпрацювати під час проведення соціального аудиту.</p> <p>Визначте форму співпраці з кожним з органів влади.</p>
Метод	<p>Визначте метод або набір методів здійснення соціального аудиту.</p> <p>Обґрунтуйте, чому саме цей метод найкраще підходить до обраного Вами дизайну аудиту (тема аудиту, партнери по здійсненню аудиту, їхні функції, форма співпраці з органами влади).</p>
Адвокаційні заходи	<p>Опишіть, яким чином планується здійснювати кампанію (опишіть основні її заходи) з просування результатів дослідження, що виконане в межах соціального аудиту.</p>

Бюджет	<i>Визначте бюджет, потрібний для здійснення соціального аудиту.</i> <i>Визначте можливі джерела фінансування соціального аудиту.</i>
Ризики	<i>Визначте можливі ризики Вашого плану та способи їх подолання.</i>

ПРИКЛАД ФОРМ ДЛЯ МЕТОДУ «ОЦІНЮВАННЯ ПОСЛУГ ГРОМАДОЮ» (COMMUNITY SCORE CARDS)

Приклад картки за темою надання послуг працівниками Центру охорони здоров'я.

Група – Жінки з села №1			
Індикатор		Оцінка	Обґрунтування
1	Пунктуальність	50	Працівники іноді запізнюються на роботу.
2	Загальна доброзичливість	65	Деякі працівники ввічливі, але частина з них поводить себе грубо. Іноді працівники ігнорують пацієнтів, спілкуючись між собою.
3	Дотримання офіційного робочого графіку	40	Центр відкритий в усі офіційні робочі дні, але робочі години час від часу порушуються, особливо після обіду.
4	Увага до проблем пацієнтів	80	Іноді працівники роблять записи у медичну карту пацієнта та віддають її пацієнтові до того, як він закінчив розповідати, що його турбує.
5	Повага приватності пацієнтів	90	Загалом приватність пацієнтів поважається, але є поодинокі випадки неповаги до приватності.

Індикатор	Оцінка (максимум – 100)								Консолідова на оцінка	
	Село №1		Село №2		Село №3		Село №4			
	Ч	Ж	Ч	Ж	Ч	Ж	Ч	Ж		
1	Пунктуальність	50	50	80	30	50	40	40	60	50
2	Загальна доброзичливість	70	65	50	30	50	20	40	75	50
3	Дотримання офіційного робочого графіку	80	40	50	40	80	30	40	80	55
4	Увага до проблем пацієнтів	100	80	95	75	70	30	60	50	70
5	Повага приватності пацієнтів	100	90	100	100	100	80	70	85	90

Консолідована оцінка	80	65	75	55	70	40	50	70	
----------------------	----	----	----	----	----	----	----	----	--

* Приклад на основі - Cooperative for Assistance and Relief Everywhere. (2013). The Community Score Card (CSC): A generic guide for implementing CARE's CSC process to improve quality. Lilongwe: Cooperative for Assistance and Relief Everywhere. https://slidelegend.com/download/the-community-score-card-csc-a-generic-guide-for-care_5a56b7ae1723dd114f82459d.html.

ПРИКЛАД ФОРМ ДЛЯ МЕТОДУ «УЧАСНИЦЬКІ ОПИТУВАННЯ ГРОМАДИ» (CITIZEN REPORT CARDS)

Приклад питальника для батьків – отримувачів послуги Соціальної школи-інтернату від програми Підтримки освіти, що надається Департаментом соціального забезпечення Уряду штату Андхра-Прадеш, Індія.

Ім'я _____

№	Питання	Відповідь	Код	
1	Назва села			
2	Назва району			
3	Назва області			
4	Назва та адреса навчального закладу студента			
5	Тип школи-інтернату	Чоловічий	1	
		Жіночий	2	
		Спільний	3	
6	Ім'я доньки/сина респондента			
7	Скільки років Ваша дитина користується школою-інтернатом від Департаменту соціального забезпечення?	Заявлена кількість років:		
8	З якого класу Ваша дитина почала користуватися школою-інтернатом? (Запис класу)			
9	В якому класі Ваша дитина наразі навчається?			
10	Якою була причина проживання дитини у школі-інтернаті?		Згода	Незгода
		Ми не могли дозволити собі освітні витрати	1	2
		Дитині довго добиратися до школи	1	2
		У нашій місцевості немає школи	1	2

		Будучи вдома, дитина мала б працювати і заробляти гроші	1	2		
		Інші (уточнити)	1	2		
11	На Вашу думку, чи були подолані вищевказані причини з переїздом до школи-інтернату? (Уточнити, як і чому)					
12	Чи питали Ви у дитини про послуги, що надає школа-інтернат? Яка Ваша думка про умови, що забезпечуються в школі-інтернаті? (Обведіть потрібний варіант)	Так	1			
		Ні	2			
			Відмінно	Добре	Середньо	Погано
		Житлові умови	1	2	3	4
		Освіта	1	2	3	4
		Харчування	1	2	3	4
		Спорт	1	2	3	4
13	Які причини для такої думки?	Житлові умови				
		Освіта				
		Харчування				
		Спорт				
14	Як часто Ви їздите до дитини в школу-інтернат?	Раз на тиждень		1		
		Раз на місяць		2		
		Раз у три місяці		3		
		Раз у півроку		4		
		Раз на рік		5		
		Ніколи		6		
15	Коли Ви приїжджаєте до дитини, чи контактуєте Ви з персоналом школи-інтернату?	Так		1		
		Ні		2		
16	Якщо так, то з ким та з якою метою?					
17	Чи отримуєте Ви якийсь фідбек про успіхи Вашої дитини у навчанні?	Так		1		
		Ні		2		
18	Чи має він/вона особливі досягнення в класі?	Так		1		
		Ні		2		
		Не знаю		3		

19	На Вашу думку, чи покращилась успішність Вашої дитини з переселенням до школи-інтернату?			
20	У чому, на Вашу думку, причини цього?			
21	Як, на Вашу думку, школа-інтернат допомогла дитині?		Згода	Незгода
		Дає їй/йому більше часу на навчання	1	2
		Зменшує час на дорогу до навчального закладу	1	2
		Краще середовище для навчання	1	2
		Можливість взаємодіяти з людьми з іншим досвідом	1	2
		Інше (уточнити)		
22	Чи подобається Вашій дитині навчання в школі-інтернаті?	Так	1	
		Ні	2	
		Не можу сказати	3	
	Чому?			
23	Зараз я хочу зрозуміти, які переваги є в урядовій школі-інтернаті і чи допомогли ці заклади Вашій дитині та Вашій сім'ї?			
24	Які переваги отримує Ваша дитина від того, що навчається в школі-інтернаті?		Згода	Незгода
		Продовжує навчання	1	2
		Хороші інфраструктурні умови	1	2
		Покращує успішність	1	2
		Покращує можливості для загального розвитку	1	2
		Допомога у досягненні її/його амбіцій в житті	1	2
		Інше (уточнити)	1	2
		Не можу сказати	1	2
25	Як Ви оцінюєте піклування, яке надається працівниками школи-інтернату?		Згода	Незгода
		Працівники інтернату дуже тепло та сердечно відносяться до дітей	1	2
		Працівники добре піклуються про учнів	1	2
		Працівники задовольняють потреби всіх дітей	1	2
		Працівникам байдуже до дітей	1	2

		Працівники інтернату дискримінують дітей	1	2
		Не можу сказати	1	2
		Щось інше (уточнити)		
26	У випадку байдужості чи дискримінації уточніть, про які саме випадки йдеться, попросіть респондента поділитися своїм досвідом.			
27	Чи Ваша дитина ділиться своїм досвідом перебування в школі-інтернаті?	Так	1	
		Ні	2	
28	Що розповідала Ваша дитина про взаємодію з іншими учнями? Чи згадувала дитина щось з такого:		Згода	Незгода
		Інші учні дружні до нього/неї	1	2
		Інші учні допомагають йому/їй у навчанні	1	2
		Інші учні зневажливо ставляться до неї/нього	1	2
		Інші учні створюють перешкоди в навчанні	1	2
		Не можу сказати	1	2
		Щось інше (уточнити)		
29	Як Ви вважаєте, які умови, створені в школі-інтернаті, задовольняють Вашу дитину?		Згода	Незгода
		Умови інтернату забезпечують всі її потреби	1	2
		Їжа в інтернаті дуже хороша	1	2
		Їй/йому подобається персонал інтернату	1	2
		Їй/йому подобається більше в інтернаті ніж вдома	1	2
		Інтернат дозволяє їй/йому концентруватися на навчанні	1	2
		Не можу сказати	1	2
		Щось інше (уточнити)		
30	У довгостроковій перспективі, які, на Вашу думку, переваги навчання для сільських учнів та громад?		Згода	Незгода
		Дешевше навчання	1	2
		Піднімає зарплати	1	2
		Марнує дитинство	1	2
		Не можу сказати	1	2

		Щось інше (уточнити)		
31	У довгостроковій перспективі, які, на Вашу думку, переваги навчання для сільських учнів та громад?		Згода	Незгода
		Покращує загальні стандарти життя	1	2
		Сільська громада отримує можливість доєднатися до іншого суспільства	1	2
		Підвищує обізнаність про можливості навчання через учнів, що мають досягнення	1	2
		Підвищує впевненість учнів	1	2
		Підвищує рівність сільської громади з іншими		
		Щось інше (уточнити)		
32	На Вашу думку, чи послуги, що надаються школами-інтернатами останні 20-30 років, допомогли розвитку сільських громад?		Згода	Незгода
			1	2
33	Якщо так, чому? Якщо ні, чому?			

* На основі Centre for Good Governance. (2005). Social Audit: A Toolkit A Guide for Performance Improvement and Outcome Measurement. Hyderabad: Centre for Good Governance. <https://namati.org/resources/social-audit-a-toolkit-a-guide-for-performance-improvement-and-outcome-measurement/>

ПРИКЛАД ФОРМ ДЛЯ МЕТОДУ «ФАКТИЧНІ ПЕРЕВІРКИ»

З соціального аудиту надання послуги вивозу сміття

Назва населеного пункту

Номер команди з проведення соціального аудиту

№	Предмет перевірки	Результати перевірки
1	Сміттєвий контейнер №	
2	Чи має контейнер розміри 3 на 6 метрів?	
3	Чи є контейнер замкнутим/відкритим?	
4	Хто має ключ від контейнеру?	
5	Яким є контейнер – пустим / наполовину повним / повним / переповненим (перевірити, якщо контейнер відкритий)?	
6	Навколо контейнеру – чисто / брудно (зробіть фото, якщо можливо)?	
7	Чи знаходиться контейнер у місці, що має доступ до дороги?	
8	Чи є пошкодження на контейнері?	
9	Додаткові коментарі	