ქედის მუნიციპალიტეტის მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის საკომუნიკაციო სტრატეგია

მოკლე მიმოხილვა

ინფორმაცია ქედის მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული მოწყობისა და მოსახლეობის რაოდენობის შესახებ

ინფორმაცია ქედის მუნიციპალიტეტის მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამისა და არეალის შესახებ

SWOT ანალიზი

მიზნები, ამოცანები, განხორციელების გზები

- სამიზნე აუდიტორია
- საკომუნიკაციო არხები
- საინფორმაციო კამპანია მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსის შესახებ
- პირველი საინფორმაციო შეხვედრების მოსამზადებელი სამუშაოები
- პირდაპირი საინფორმაციო შეხვედრები მოსახლეობასთან
- საკონსულტაციო შეხვედრები საინიციატივო ჯგუფებთან
- საინიციატივო ჯგუფების მიერ საპროექტო იდეების წარდგენა და მათ შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირება
- კენჭისყრის პროცედურა

საკომუნიკაციო სტრატეგიით განსაზღვრული საინფორმაციო კამპანიებისა და ღონისძიებების ეფექტიანობის მონიტორინგი

საჭიროებები და რეკომენდაციები

საკომუნიკაციო სტრატეგია მომზადებულია ქედის მუნიციპალიტეტის მონაწილეობითი ბიუჯეტის საკოორდინაციო საბჭოს, ქედის მუნიციპალიტეტის მერიის ადმინისტრაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილებისა და კავშირ „საქართველოს მედია-კლუბის“ (GMC) თანამშრომლობით, გერმანიის ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ფედერალური სამინისტროს (BMZ) დაკვეთით, გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების (GIZ) მიერ მხარდაჭერილი პროექტის - „მოქალაქეთა თანამონაწილეობა ადგილობრივ ბიუჯეტირებაში“ ფარგლებში.

2019

მოკლე მიმოხილვა

წინამდებარე დოკუმენტი წარმოადგენს ქედის მუნიციპალიტეტის მონაწილეობითი ბიუჯეტის საპილპოტე პროგრამის საკომუნიკაციო სტრატეგიას, რომელიც მომზადდა ქედის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს მიერ დამტკიცებული დადგენილების შესაბამისად. სტრატეგია გათვლილია 2020 წლის პერიოდზე.

საკომუნიკაციო სტრატეგიის მომზადებისას შესწავლილ იქნა ქედის მუნიციპალიტეტის წინაშე მდგარი ამოცანები და გამოწვევები, აგრეთვე, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების, მათ შორის, მათი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურების, ძლიერი და სუსტი მხარეები.

შემუშავდა პროგრამის საკომუნიკაციო მიზნები და ამოცანები, ხოლო ამ მიზნების მისაღწევად შეიქმნა სამოქმედო გეგმა.

შემუშავდა, ასევე, სტრატეგიის მონიტორინგისა და შეფასების კრიტერიუმები და პროცედურა, რომელიც სტრატეგიის განხორციელებაზე პასუხისმგებელ პირებს შესაძლებლობას მისცემს, გაზომონ მისი ეფექტიანობა და საჭიროების შემთხვევაში, შეიტანონ კორექტირვები როგორც სტრატეგიაში, ისე სამოქმედო გეგმაში.

საკომუნიკაციო სტრატეგიით განისაზღვრა 3 ძირითადი მიზანი:

სტრატეგიული მიზანი N1: **მონაწილეობითი ბიუჯეტირების არსის შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირებულობის გაზრდა**

სტრატეგიული მიზანი N2: **მოქალაქეების მონაწილეობის გაზრდა მუნიციპალური ბიუჯეტის დაგეგმვისა და პროექტების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში**

სტრატეგიული მიზანი N3: **მუნიციპალიტეტის ორგანოებსა და მოსახლეობას შორის უკეთესი კომუნიკაციის ჩამოყალიბება**

საკომუნიკაციო სტარატეგიასა და სამოქმედო გეგმის შესრულებაზე პასუხისმგებელია მონაწილეობითი ბიუჯეტის საბჭო.

ინფორმაცია ქედის მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული მოწყობისა და მოსახლეობის რაოდენობის შესახებ

ქედის მუნიციპალიტეტი მდებარეობს საქართველოში, აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში. მას ჩრდილო-აღმოსავლეთით ესაზღვრება ქობულეთის მუნიციპალიტეტი, აღმოსავლეთით - შუახევის მუნიციპალიტეტი, დასავლეთით - ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტი, ხოლო სამხრეთით - თურქეთის რესპუბლიკა. მუნიციპალიტეტის საერთო ფართობი 452 კვ კმ-ია.

ქედის მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული ცენტრია დაბა ქედა, თავად მუნიციპალიტეტში კი 65 დასახლება შედის. მუნიციპალიტეტი დაყოფილია 10 ადმინისტრაციულ ერთეულად: 1) დაბა ქედის ადმინისტრაციული ერთეული (საკუთრივ დაბა ქედა და მიმდებარე 11 სოფელი); 2) დანდალოს ადმინისტრაციული ერთეული (7 სოფელი); 3) ზვარეს ადმინისტრაციული ერთეული (5 სოფელი); 4) მახუნცეთის ადმინისტრაციული ერთეული (9 სოფელი). 5) დოლოგნის ადმინისტრაციული ერთეული (3 სოფელი); 6) მერისის ადმინისტრაციული ერთეული (7 სოფელი); 7) ოქტომბრის ადმინისტრაციული ერთეული (5 სოფელი); 8) პირველი მაისის ადმინისტრაციული ერთეული (4 სოფელი); 9) ცხმორისის ადმინისტრაციული ერთეული (6 სოფელი); 10) წონიარისის ადმინისტრაციული ერთეული (7 სოფელი).

ქედის მუნიციპალიტეტის მოსახლეობის საერთო რაოდენობა, მუნიციპალიტეტის მონაცემებით, შეადგენს **18 425** მცხოვრებს, საიდანაც 49.8% ქალია, ხოლო 50.2% – კაცი.

ინფორმაცია ქედის მუნიციპალიტეტის მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამისა და არეალის შესახებ

ქედის მუნიციპალიტეტი 2020 წელს პირველად განახორციელებს მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამას. პროგრამა განხორციელდება ტერიტორიული პრინციპით, ხოლო ბიუჯეტის მოცულობა შეადგენს 300 000 (სამასი ათას) ლარს.

ვინაიდან პროგრამა საპილოტეა, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების - მერიისა და საკრებულოს ურთიერთშეთანხმებით გადაწყდა, რომ ის განხორციელდეს სახელდობრ დაბა ქედაში და დოლოგნის ადმინისტრაციულ ერთეულში, რომელშიც სამი სოფელი - სოფელი დოლოგანი, სოფელი ჭალახმელა, სოფელი ჭინკაძეები შედის.

ადგილობრივი თვითმმართველობის მონაცემებით, იმ დასახლებებში, რომლებშიც მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამა დაინერგება, ჯამში, 2 388 მცხოვრებია (681 კომლი). მათგან დაბა ქედაში 1 640 ადამიანი (460 კომლი) ცხოვრობს, ხოლო დოლოგნის ადმინისტრაციულ ერთეულში - 748 ადამიანი (221 კომლი).

რაც შეეხება დოლოგნის ადმინისტრაციულ ერთეულში შემავალი სოფლების მოსახლეობას, საკუთრივ სოფელ დოლოგანში 369 მცხოვრებია (116 კომლი), სოფელ ჭალახმელაში - 155 მცხოვრები (44 კომლი), ხოლო სოფელ ჭინკაძეებში - 224 მცხოვრები (61 კომლი).

SWOT ანალიზი

ქედის მუნიციპალიტეტის SWOT-ანალიზის შედეგად, მუნიციპალიტეტის ძლიერი და სუსტი მხარეები, აგრეთვე, საფრთხეები და შესაძლებლობები შემდეგნაირად განისაზღვრა:

S - ძლიერი მხარეები	W - სუსტი მხარეები
• *მუნიციპალიტეტის გამოცდილება გარკვეულ სოფლებში მოქალაქეთა მონაწილეობით განხორციელებული პროექტების მიმართულებით* • *ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების მაღალი ცნობადობა საზოგადოებაში* • *ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების ინტერესი და მზაობა პირდაპირი კომუნიკაციისადმი* • *ადგილობრივი თვითმმართველობის თანამშრომლობა დაინტერესებულ მხარეებთან (არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, სამოქალაქო საბჭოებთან, აქტიურ ჯგუფებთან, მედიასთან)* • *გუნდური მუშაობის გამოცდილება* • *სიახლეებისადმი მიმღებლობა* • *საჯაროობა, გამჭვირვალობა*	• *მოქალაქეთა დაბალი ცოდნა ადგილობრივ თვითმმართველობაში მონაწილეობის ფორმების შესახებ* • *მოქალაქეთა დაბალი ინტერესი საჯარო საკითხების ერთობლივად გადაწყვეტის მიმართ* • *მოქალაქეებისა და მუნიციპალიტეტის საჯარო მოხელეების არაინფორმირებულობა მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსისა და მისი განხორციელების მექანიზმების შესახებ* • *პასიური მოქალაქეები და სამოქალაქო ინიციატივათა ნაკლებობა* • *ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების დაბალი სანდოობა* • *საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილების მწირი ადამიანური, ტექნიკური და ფინანსური რესურსი, არასრულად ათვისებული საკომუნიკაციო არხები*
O - შესაძლებლობები	**T - საფრთხეები**
• *თანამშრომლობის გაძლიერება ადგილობრივ არასამთავრობო ორგანიზაციებთან და მედიასთან;* • *მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროექტის დანერგვისას მერიის რესურსების - ახალგაზრდული ცენტრის, ხანდაზმულთა კლუბის, ქალთა ოთახის, ამაგების, სამოქალაქო მრჩეველთა და გენდერული საბჭოების ჩართულობის გაძლიერება და შიდა კომუნიკაციის სისტემატიზაცია* • *ონლაინრესურსების ინტენსიური გამოყენება* • *პირდაპირი კომუნიკაციის გაუმჯობესება* • *მოტივირებული გუნდი*	• *მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის 2020 წლის არჩევნებთან დაკავშირება* • *კენჭისყრის პროცედურის ამომრჩეველთა მოსყიდვასთან დაკავშირება* • *მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის სოფლის მხარდაჭერის პროგრამასთან გაიგივება* • *მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის შეზღუდული არეალი* • *საპროექტო იდეების სიმცირე* • *მოქალაქეთა პასიურობა საპროექტო იდეების შერჩევისას* • *მოუგვარებელ საკითხთა წრე, რომელიც ადგილობრივი თვითმმართველობის კომპეტენციას სცილდება, მაგრამ მოსახლეობა პასუხს მუნიციპალურ ორგანოებს სთხოვს*

ძლიერი მხარეები

- **მუნიციპალიტეტის გამოცდილება გარკვეულ სოფლებში მოქალაქეთა მონაწილეობით განხორციელებული პროექტების მიმართულებით (მათ შორის, საპილოტე თემში შემავალ სოფელში)**

ქედის მუნიციპალიტეტის რამდენიმე სოფელში, ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციების ჩართულობითა და ქედის მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების მხარდაჭერით, მოსახლეობას უკვე აქვს განხორციელებული რამდენიმე პროექტი, რომლითაც ადგილობრივი საჭიროებები (გზა, წყალმომარაგება, გარეგანათება) მოგვარდა. ამ სოფლებიდან ერთ-ერთი დოლოგნის საპილოტე თემში შემავალი სოფელია (ჭინკაძეები). შესაბამისად, მუნიციპალიტეტის მერიას გააჩნია გარკვეული გამოცდილება, თუ მოქალაქეებთან სწორი კომუნიკაციითა და მათი ჩართულობით, როგორ უნდა განხორციელდეს მცირე ინფრასტრუქტურული პროექტები. აგრეთვე, მოსახელობის ნაწილს აქვს მეტ-ნაკლები ცოდნა და გამოცდილება, თუ როგორ უნდა ჩაერთოს ადგილობრივი საკითხების გადაწყვეტაში, როგორ უნდა მოახდინოს პრობლემის იდენტიფიკაცია, შეადგინოს პროექტი და შემდეგ, ადგილობრივი თვითმმართველობის მხარდაჭერით, განახორციელოს ის.

- **ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების მაღალი ცნობადობა საზოგადოებაში**

ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების - მერიისა და საკრებულოს თანამდებობის პირებსა და საჯარო მოხელეებს მოსახლეობაში აქვთ მაღალი ცნობადობა, რაც, პირველ რიგში, მათი მოქალაქეებთან ყოველდღიური კომუნიკაციის შედეგია. ცხადია, მაღალი ცნობადობა მაღალი სანდოობის პირდაპირპროპორციული არ არის, თუმცა, ეს მოცემულობა და მომავალში საკომუნიკაციო არხების ინტენსიური გამოყენება ნდობის გაძლიერების შესაძლებლობებს ზრდის.

- **ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების ინტერესი და მზაობა პირდაპირი კომუნიკაციისადმი**

ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების წარმომადგენლებს, მათ შორის, მუნიციპალიტეტის პოლიტიკური თანამდებობის პირებს - მერს და საკრებულოს თავმჯდომარეს აქვთ პირდაპირი კომუნიკაციის მზაობა, რაც პროგრამის წარმატების ერთ-ერთ ძირითად კომპონენტს და, აგრეთვე, თავად უწყებისადმი პოზიტიური განწყობის ფორმირებისთვის მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს.

- **ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოთა თანამშრომლობა დაინტერესებულ მხარეებთან (არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, სამოქალაქო საბჭოებთან, აქტიურ ჯგუფებთან, მედიასთან)**

ქედის მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებს პარტნიორული ურთიერთობა აქვთ დამყარებული სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფთან (არასამთავრობო ორგანიზაციები, ახალგაზრდულ ჯგუფები, მედია და ა.შ.). მუნიციპალიტეტის მერთან შექმნილია სამოქალაქო მრჩეველთა საბჭო. მუნიციპალიტეტში, ასევე, ფუნქციონირებს ახალგაზრდული ცენტრი, ხანდაზმულთა კლუბი, გენდერული საბჭო, ქალთა ოთახი, ადგილობრივი განვითარების ჯგუფი („ლაგი“), „ამაგი“, რომლებიც აქტიურ კომუნიკაციაში არიან ადგილობრივ თვითმმართველობასთან. მუნიციპალიტეტი აქტიურად თანამშრომლობს ამ ჯგუფებთან და ჩართული ჰყავს გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში.

- **გუნდური მუშაობის გამოცდილება**

მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოებს გუნდური მუშაობის მაღალი გამოცდილება აქვთ - ეს ცოტა განავრცეთ

- **სიახლეებისადმი მიმღებლობა**

მუნიციპალიტეტის მერიას აქვს ახალი იდეებისა და ინიციატივების დანერგვისადმი მაღალი მიმღებლობა. ამას ადასტურებს მუნიციპალიტეტში საერთაშორისო ორგანიზაციების მხარდაჭერით, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან და სამოქალაქო ჯგუფებთან თანამშრომლობით განხორციელებული პროექტებიც, რომლებიც გადაწყვეტილების მიღების პროცესში მოქალაქეთა ჩართულობის გაზრდას უწყობს ხელს. ქედის მუნიციპალიტეტი, ასევე, ერთ-ერთია იმ რამდენიმე მუნიციპალიტეტთან ერთად, რომელმაც მზაობა გამოთქვა, დაენერგა მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროექტი, რაც მოქალაქეთა მონაწილეობით მუნიციპალური ბიუჯეტის დაგეგმვისა და პროექტების განხორციელების საუკეთესო შესაძლებლობაა.

- **საჯაროობა, გამჭვირვალობა**

ქედის მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები ორიენტირებული არიან, საკუთარი საქმიანობა ღიად და გამჭვირვალედ წარმართონ. ის, რომ მუნიციპალიტეტის გამჭვირვალობის ხარისხი უფრო და უფრო იზრდება, ამას ადასტურებს „ღია საზოგადოების ფონდის“ მხარდაჭერით, არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული კვლევაც - „მუნიციპალიტეტების გამჭვირვალობისა და ანგარიშვალდებულების შეფასება“. თუ 2017 წლის კვლევის შედეგებით, ქედის მუნიციპალიტეტი, გამჭვირვალობისა და ანგარიშვალდებულების კუთხით, 64 მუნიციპალიტეტიდან, 23-ე ადგილზე იყო, 2019 წლის კვლევით, მუნიციპალიტეტს შედეგები 11%-ით აქვს გაუმჯობესებული და შესაბამისად, რეიტინგში მე-18 ადგილზე გადაინაცვლა.

სუსტი მხარეები

- **მოქალაქეთა დაბალი ცოდნა ადგილობრივ თვითმმართველობაში მონაწილეობის ფორმების შესახებ**

მიუხედავად ცალკეული გამოცდილებისა, საზოგადოდ, ქედის მუნიციპალიტეტში მცხოვრებლებს აქვთ დაბალი ცოდნა ადგილობრივ თვითმმართველობაში მონაწილეობის იმ ფორმების შესახებ, რომელიც მათ „ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსით“ აქვთ მინიჭებული. თვითმმართველობას მოსახლეობის ცნობიერების ასამაღლებლად, პრაქტიკულად, ახლა იწყებს მუშაობას. შესაბამისად, მას მოუწევს დიდი ძალისხმევა იმისათვის, რომ მოქალაქეებს, ერთი მხრივ, გაიგებინოს მეტი მონაწილეობის ფორმების შესახებ და მეორე მხრივ, გახადოს მეტად აქტიურები ადგილობრივი საკითხების გადაწყვეტისას.

- **მოქალაქეთა დაბალი ინტერესი საჯარო საკითხების ერთობლივად გადაწყვეტის მიმართ**

იმის გამო, რომ დაბალია მოქალაქეთა ცოდნა ადგილობრივ თვითმმართველობაში მონაწილეობის ფორმებისა და შესაძლებლობების შესახებ, ამასთან, მრავალი წლის განმავლობაში არ არსებობდა მათი მონაწილეობით პროექტების განხორციელების

პოზიტიური გამოცდილება, დღესაც ქედის მუნიციპალიტეტში მოქალაქეთა ინტერესი და მზაობა საჯარო საკითხების ერთობლივად გადაწყვეტის მიმართ დაბალია. აღნიშნული პრობლემა ვლინდება ყველა ასაკობრივ ჯგუფში, მათ შორის, ახალგაზრდებშიც, მიუხედავად იმისა, რომ მუნიციპალიტეტში ახალგაზრდული ცენტრი ფუნქციონირებს. აღსანიშნავია, რომ ცენტრი მხოლოდ დაბის ტერიტორიას მოიცავს და მუნიციპალიტეტის სოფლებში მცხოვრები ახალგაზრდები ყოველგვარი აქტივობების მიღმა არიან დარჩენილები. ვითარებას ისიც ართულებს, რომ მაღალია მიგრაცია და ის ახალგაზრდებიც კი, რომლებიც აქტიურობენ და იჩენენ ინტერესს, სკოლის დამთავრების შემდეგ ტოვებენ მუნიციპალიტეტს, რაც ახალგაზრულ ინიციატივებსაც არამდგრადს ხდის. ვითარების გათვალისწინებით, მუნიციპალიტეტს მოუწევს ძალისხმევის გაწევა, რომ, ერთი მხრივ, აამაღლოს მოქალაქეთა ინტერესი და სურვილი, ჩაერთონ საჯარო საკითხების გადაწყვეტაში, მეორე მხრივ კი, მოქალაქეთა მონაწილეობით განხორციელებული პროექტები და პროგრამები მეტად მდგრადი გახადოს.

- **მოქალაქეებისა და მუნიციპალიტეტის საჯარო მოხელეების არაინფორმირებულობა მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსისა და მისი განხორციელების მექანიზმების შესახებ**

იმის გამო, რომ მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამები საქართველოში ახლა იკიდებს ფეხს, ბუნებრივია, ამ პროგრამის არსისა და მისი განხორციელების მექანიზმების შესახებ, როგორც ადგილობრივი თვითმმართველობის მოხელეებს, ისე მოქალაქეებს ინფორმაცია, პრაქტიკულად, არ აქვთ. ეს მოცემულობა, ცხადია, ერთ-ერთ სუსტ მხარედ შეგვიძლია მივიჩნიოთ, ვინაიდან პროგრამის წარმატება, პირველ რიგში, დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად ზუსტად იქნება ინფორმირებული პროგრამაში ჩართული თითოეული აქტორი.

- **პასიური მოქალაქეები და სამოქალაქო ინიციატივათა ნაკლებობა**

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მოქალაქეებს ადგილობრივ თვითმმართველობაში მონაწილეობის ფორმების შესახებ ინფორმაცია, პრაქტიკულად, არ აქვთ. არაინფორმირებულობა, მუნიციპალური ორგანოებისადმი დაბალი სანდოობა, ნაკლები კომუნიკაცია მათთან პასიურობის უმთავრეს მიზეზს წარმოადგენს. გარდა არასამთავრობო ორგანიზაციების დახმარებით განხორციელებული რამდენიმე პროექტისა, მოქალაქეებს რაიმე ინიციატივით ადგილობრივი თვითმმართველობისთვის არ მიუმართავთ, რაც, ბუნებრივად, ზრდის იმის რისკებს, რომ ისინი არც მომავალში გახდებიან აქტიური მოქალაქეები.

- **ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების დაბალი სანდოობა**

მიუხედავად მუნიციპალური ორგანოების მაღალი ცნობადობისა, მათი, როგორც საჯარო უწყებების, სანდოობა, საზოგადოდ, მაინც დაბალია. მოქალაქეებს არ აქვთ განცდა, რომ ადგილობრივი თვითმმართველობა მათი ინტერესების გათვალისწინებით გეგმავს და ახორციელებს პროექტებს. ამასთან, ადგილობრივი თვითმმართველობის უფლებამოსილებების შესახებ დაბალი ცოდნა ხელს უწყობს იმას, რომ ისეთი საკითხების გადაუწყვეტელობაზე პასუხისმგებლობაც კი, რაც თვითმმართველობის კომპეტენციას სცილდება, მაინც მუნიციპალურ ორგანოებს დააკისრონ. თუ ეს მოცემულობა არ შეიცვლება, გართულდება მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროექტის წარმატებით განხორციელება. მოსახლეობამ უნდა ირწმუნოს, რომ სწორედ მათ მიერ ინიცირებული და შემდგომში - შერჩეული პროექტები განხორციელდება და ადმინისტრაცია თავად არ გადაწყვეტს, თუ რომელი პროექტი უნდა განხორციელდეს საპილოტე დასახლებებში. ამასთან, მუნიციპალიტეტს მოუწევს, იმუშაოს ადგილობრივი თვითმმართველობის უფლებამოსილებების შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირებულობის ამაღლებაზეც.

- **საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილების მწირი ადამიანური, ტექნიკური და ფინანსური რესურსი, არასრულად ათვისებული საკომუნიკაციო არხები**

ქედის მუნიციპალიტეტის მერიის საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილება მხოლოდ 2 ადამიანისგან შედგება, საკრებულოს კი ამგვარი სამსახური საერთოდ არ აქვს და მის ფუნქციას აპარატის უფროსი ითავსებს. კადრების არარსებობის გამო, მერიის ამ სამსახურში დასაქმებული პირები ითავსებენ როგორც საზოგადოებასთან ურთიერთობის, ისე პრესსამსახურის ფუნქციას, მართავენ მუნიციპალიტეტის ვებ და ფეისბუქის ოფიციალურ გვერდებს, გეგმავენ და აშუქებენ ღონისძიებებს და ა.შ.

გარდა ამისა, მერიის შესაბამის სამსახურს არ აქვს მინიმალური ტექნიკური აღჭურვილობაც კი (ტელეკამერა, ფოტოაპარატი), რაც საკუთარი მოვალეობების შესრულებისთვის სჭირდება, არ გააჩნია შესაბამისი ფინანსური რესურსი იმისათვის, რომ აწარმოოს კამპანიები, მოამზადოს სარეკლამო რგოლები და ა.შ.

შესაბამისი კვალიფიკაციის თანამშრომლების არარსებობის გამო სამსახურს არასრულად აქვს ათვისებული ის საკომუნიკაციო არხები, რომლის გამოყენებაც მას ეფექტურად შეუძლია, ხოლო ის არხები, რომლებსაც სამსახური, უმეტესად, იყენებს, მოუქნელია, საკომუნიკაციო ენა კი - სტანდარტული და ოფიციალური, რაც ორმხრივი კომუნიკაციისთვის შემაფერხებელი ფაქტორია.

ამასთან, სამსახურს არ აქვს საინფორმაციო კამპანიების წარმოების გამოცდილება, არ ჰყავს დასახლებების მიხედვით გამოვლენილი აქტიური მოქალაქეები, არ აქვს საჯარო შეხვედრების მოდერაციის პრაქტიკა. ყოველივე ამან კი, შესაძლებელია, შეაფერხოს მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის სათანადოდ განხორციელება და მოქალაქეთა მაქსიმალური ჩართვა პროგრამის მიმდინარეობაში.

მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის ეფექტურად განხორციელების უმთავრესი წინაპირობა მოქალაქეებთან სწორი კომუნიკაციის დამყარებაა, ამიტომაც, აუცილებელია, პირველ რიგში, ამაღლდეს თავად მერიის საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილების ეფექტიანობა. ამისათვის საჭიროა, მინიმალურად მაინც გაიზარდოს თანამშრომლეთა რაოდენობა, მკაფიოდ განისაზღვროს მათი უფლება-მოვალეობები, მოხდეს თანამშრომელთა გადამზადება სამუშაო აღწერილობების შესაბამისად, აღიჭურვოს განყოფილება შესაბამისი ტექნიკით და ფინანსებით. გადაიხედოს საზოგადოებასთან კომუნიკაციის მეთოდები, გაიმართოს საკომუნიკაციო არხები, საკომუნიკაციო ენა გახდეს უფრო მარტივი და გასაგები, ხოლო თავად კომუნიკაცია - ინტერაქციული.

შესაძლებლობები

- **თანამშრომლობის გაძლიერება ადგილობრივ არასამთავრობო ორგანიზაციებთან და მედიასთან;**

სხვა მუნიციპალიტეტებთან შედარებით, ქედის მუნიციპალიტეტს არასამთავრობო და დონორი ორგანიზაციების მხრიდან მეტი მხარდაჭერა აქვს. მუნიციპალიტეტში განხორციელებულია და ახლაც მიმდინარეობს არაერთი პროექტი, რომელიც, ადგილობრივ თვითმმართველობასთან თანამშრომლობით ხორციელდება და მოქალაქეთა ინფორმირებულობის გაზრდისა და მათი საჭიროებების გადაწყვეტისკენაა მიმართული. შესაბამისად, ადგილობრივ თვითმმართველობას, ამ ორგანიზაციებთან თანამშრომლობის გაძლიერებით, ეძლევა შესაძლებლობა, ჩართოს ისინი როგორც მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის განხორციელების, ისე მისი მონიტორინგის პროცესში.

ამასთან, ქედა რეგიონში პირველი მუნიციპალიტეტია, რომელიც მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამას დანერგავს. შესაბამისად, მას ეძლევა უფრო მეტი საშუალება, ადგილობრივ მედიასთან უფრო მჭიდრო და საქმიანი ურთიერთობა დაამყაროს, შექმნას მეტი საინტერესო და განსხვავებული საინფორმაციო საბაბი, გაზარდოს მედიის ინტერესი მთლიანად მუნიციპალიტეტისადმი და ამ საკომუნიკაციო არხის მეშვეობით, უკეთ მიიტანოს ინფორმაცია მოქალაქეებამდე.

- **მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროექტის დანერგვისას მერიის რესურსების - ახალგაზრდული ცენტრის, ხანდაზმულთა კლუბის, ქალთა ოთახის, ამაგების, სამოქალაქო მრჩეველთა და გენდერული საბჭოების ჩართულობის გაძლიერება და შიდა კომუნიკაციის სისტემატიზაცია**

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მუნიციპალიტეტში მოქმედებს სამოქალაქო მრჩეველთა და გენდერული საბჭოები, ახალგაზრდული ცენტრი, ხანდაზმულთა კლუბი, ქალთა ოთახი, ლაგები და ამაგები, რომელთაც საკუთარი ადამიანური რესურსი და ბენეფიციარი ჰყავს. ამ რესურსების გათვალისწინებით, მერიას თითოეულ დასახლებაში შეუძლია მობილიზება გაუკეთოს 3-5-კაციან ჯგუფს და პროგრამის მხარდამჭერად აქციოს. გარდა ამისა, მერიას 10 ადმინისტრაციულ ერთეულში ჰყავს მერის წარმომადგენელი, ხოლო საკრებულოს - მაჟორიტარი დეპუტატი. თითოეული ამ აქტორს შორის კომუნიკაციის სისტემატიზაციით, მუნიციპალიტეტს აქვს კარგი შესაძლებლობა, ეს რესურსი აქციოს საუკეთესო გამტარად მოსახლეობასთან და მათი მეშვეობით ჩართოს უფრო მეტი ადამიანი მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესში.

- **ონლაინრესურსების ინტენსიური გამოყენება**

როგორც ცნობილია, მონაწილეობითი ბიუჯეტის საპილოტე პროგრამა მოიცავს დაბა ქედასაც, სადაც ინტერნეტზე წვდომა, სოფლებთან შედარებით, მაღალია. შესაბამისად, მუნიციპალიტეტის მერიის მიერ ონლაინ-რესურსების სწორი გამოყენებით, შესაძლებელია, გაიზარდოს აუდიტორიის დაფარვის ხარისხი, მოხდეს კამპანიის ფარგლებში დაგეგმილი ღონისძიებების ონლაინ გაშუქება, შეიქმნას მოქალაქეებთან უკუკავშირის ეფექტური მექანიზმები, გაძლიერდეს მერიის არსებული სოციალური მედიის რესურსი.

ამასთან, ონლაინრესურსების გამოყენებით შესაძლებელია, შეიქმნას ეფექტური პლატფორმა იმ მოქალაქეებისათვის, რომლებიც მუნიციპალიტეტიდან სასწავლებლად, ან სხვა მიზეზით არიან წასულები და ჩაერთონ ისინი მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესში.

- **პირდაპირი კომუნიკაციის გაუმჯობესება**

პირდაპირი კომუნიკაცია მოქალაქეებთან მერიის ერთ-ერთი ის შესაძლებლობაა, რომელსაც, ამ ეტაპზე, სრულფასოვნად ვერ იყენებს, თუმცა, ამის რესურსი თვითმმართველობას აქვს. შესაბამისად, ამ მიმართულებით გაწეული ძალისხმევა მერიას საშუალებას მისცემს, უფრო ინტენსიური გახადოს საზოგადოებასთან კომუნიკაცია, მიიღოს ადეკვატური უკუკავშირი, ჩართოს რაც შეიძლება მეტი მოქალაქე მონაწილეობითი ბიუჯეტირების პროცესში, რაც პროგრამის წარმატების უმთავრესი პირობაა.

- **მოტივირებული გუნდი**

მერიასა და საკრებულოს ჰყავს მოტივირებული გუნდი, რომელიც მზად არის, მიიღოს ახალი გამოწვევები და აქტიურად ჩაერთოს მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის დანერგვასა და განხორციელებაში.

საფრთხეები

- **მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის 2020 წლის არჩევნებთან დაკავშირება**

ვინაიდან 2020 საპარლამენტო არჩევნების წელია, ხოლო მონაწილეობითი ბიუჯეტი არის ახალი პროგრამა, რომელიც ამ წელს თვითმმართველობამ დაიწყო, ამასთან, პროგრამის წარმატებით განხორციელებისთვის აუცილებელია აქტიური კამპანიის წარმოება, დიდი საფრთხეა, რომ გარკვეულმა პოლიტიკურმა, ან სამოქალაქო ჯგუფებმა აღნიშნული პროგრამა არჩევნებს დაუკავშირონ და განაცხადონ, რომ ეს პროგრამა, რეალურად, წინასაარჩევნო კამპანიის ნაწილია. ამ საფრთხის თავიდან ასაცილებლად მნიშვნელოვანია, კამპანია დაიგეგმოს და წარიმართოს იმგვარად, რომ ის დაცლილი იყოს ყოველგვარი პოლიტიკური ქვეტექსტებისგან. მოსახლეობასთან შეხვედრებს უნდა ესწრებოდნენ მხოლოდ პროგრამასთან დაკავშირებული პირები - საბჭოს, მერიისა და საკრებულოს წარმომადგენლები, ხოლო პროგრამის განხორციელებაში მონაწილეობის შესაძლებლობა თანაბრად უნდა მიეცეს ყველა მოქალაქეს, მიუხედავად მისი პოლიტიკური აფილაციისა. ამასთან, მეტი გამჭვირვალობისა და საჯაროობის მისაღწევად, პროგრამის მონიტორინგში უნდა ჩაერთონ არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და ადგილობრივი მედიის წარმომადგენლები.

- **კენჭისყრის პროცედურის ამომრჩეველთა მოსყიდვასთან დაკავშირება**

ვინაიდან მუნიციპალიტეტმა გადაწყვიტა კენჭისყრის პროცედურა ე.წ. ვაუჩერული სისტემით წარმართოს, მაღალია იმის რისკი, რომ ეს ე.წ. ვაუჩერი აღქმული იყოს ფულად, ან რაიმე მატერიალური სარგებლის მიღების შესაძლებლობად და გარკვეულმა პოლიტიკურმა თუ საზოგადოებრივმა ჯგუფებმა ის ამომრჩევლის მოსყიდვად შეაფასონ. ამ რისკის თავიდან ასაცილებლად აუცილებელია, პროგრამის დასაწყისშივე მკაფიოდ და დეტალურად იყოს განმარტებული კენჭისყრის პროცედურა როგორც საჯარო შეხვედრებისას, ისე მედიასთან ინტერვიუებისა თუ სხვადასხვა ღონისძიებისას, რომელიც პროგრამის ფარგლებში გაიმართება.

- **მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის სოფლის მხარდაჭერის პროგრამასთან გაიგივება**

იმის გამო, რომ მონაწილეობითი ბიუჯეტირებისასაც მოქალაქეები თავად ირჩევენ, თუ რომელი პროექტი უნდა განხორციელდეს, შესაძლებელია, მოსახლეობის ნაწილმა აღნიშნული პროგრამა სოფლის მხარდაჭერის პროგრამასთან გააიგივოს, მიუხედავად იმისა, რომ ამ ორს შორის არსებითი სხვაობაა. ამიტომ, გაუგებრობების თავიდან ასაცილებლად და ასევე, პროგრამის წარმატებით განსახორციელებლად, აუცილებელია, მონაწილეობითი ბიუჯეტის საბჭომ და მუნიციპალიტეტის შესაბამისმა სტრუქტურებმა, კამპანიის პირველივე ეტაპზე, მკაფიოდ აუხსნან მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის არსი და ისიც, თუ რა განასხვავებს მას სოფლის მხარდაჭერის პროგრამისგან.

- **მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის შეზღუდული არეალი**

ვინაიდან პროგრამა საპილოტეა და მისი არეალი შეზღუდულია, შესაძლებელია, ამან სხვა დასახლებებში მცხოვრებთა უკმაყოფილება გამოიწვიოს. ამიტომ აუცილებელია, პროგრამის დაწყებისთანავე მუნიციპალიტეტის მერიამ და საკრებულომ, აგრეთვე, მონაწილეობითი ბიუჯეტის საბჭომ მკაფიოდ გააგებინონ ქედის მუნიციპალიტეტის დანარჩენ მოსახლეობას, თუ რატომ ხორციელდება საპილოტე პროგრამა ამჯერად ამ არეალში და, რომ მომდევნო წლებში პროგრამის განხორციელების ზონა გაიზრდება.

- **პროექტების სიმცირე და მოქალაქეთა პასიურობა**

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მუნიციპალიტეტში მოქალაქეები არ გამოირჩევიან მაღალი აქტიურობით. ამიტომ არსებობს იმის რისკი, რომ პროგრამის განხორციელების პირველ წელს ცოტა იყოს საპროექტო იდეები, ხოლო მოსახლეობის დიდი ნაწილი არ ჩაერთოს ამ პროექტების შერჩევის პროცესში. ამ რისკის თავიდან ასაცილებლად, საბჭომ და თვითმმართველობის წარმომადგენლებმა, შესაბამისი საინფორმაციო კამპანიების, პირდაპირი კომუნიკაციისა თუ სხვა საკომუნიკაციო არხების გამოყენებით, უნდა გასწიონ მაქსიმალური ძალისხმევა, რათა პროგრამის განხორციელების არეალში მაქსიმალურად მეტი ადამიანი დაინტერესონ და ჩართონ ისინი პროგრამის მიმდინარეობაში.

- **მოუგვარებელ საკითხთა წრე, რომელიც ადგილობრივი თვითმმართველობის კომპეტენციას სცილდება, მაგრამ მოსახლეობა პასუხს მუნიციპალურ ორგანოებს სთხოვს**

მუნიციპალიტეტში არსებობს გადაუწვეტელი საკითხები, რომლებიც ადგილობრივი თვითმმართველობის კომპეტენციას სცილდება, თუმცა, მოსახლეობა ამ პრობლემების მოუგვარებლობის გამო პასუხს მუნიციპალურ ორგანოებს სთხოვს. პირველ რიგში, დასახლებების მიხედვით შესასწავლია ყველა ასეთი საკითხი და დასასახია გეგმა, თუ როგორ უნდა მოხდეს ამ საკითხების გადაწყვეტა შესაბამისი უფლებამოსილების მქონე უწყებების ჩართულობით. ამასთან, მოსახლეობას უნდა მიეწოდოს შესაბამისი ინფორმაცია, თუ ვის კომპეტენციას განეკუთვნება ესა თუ ის მოუგვარებელი პრობლემა და რას აკეთებს ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანო იმისათვის, რომ შესაბამისმა უწყებებმა აღნიშნული საკითხები მოაგვარონ.

მიზნები, ამოცანები, განხორციელების გზები

მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის ფარგლებში შედგენილი საკომუნიკაციო სტრატეგიის ფარგლებში განისაზღვრა 3 სტრატეგიული მიზანი:

სტრატეგიული მიზანი N1: **მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსის შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირებულობის გაზრდა**

სტრატეგიული მიზანი N2: **მოქალაქეების მონაწილეობის გაზრდა მუნიციპალური ბიუჯეტის დაგეგმვისა და პროექტების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში**

სტრატეგიული მიზანი N3: **მუნიციპალიტეტის ორგანოებსა და მოსახლეობას შორის უკეთესი კომუნიკაციის ჩამოყალიბება**

განისაზღვრა აღნიშნული სტრატეგიული მიზნების მიღწევის ამოცანები და განხორციელების გზები

სამიზნე აუდიტორია

მონაწილეობითი ბიუჯეტის საპილოტე პროგრამა განხორციელდება დაბა ქედასა და დოლოგნის ადმინისტრაციულ ერთეულში. შესაბამისად, მუნიციპალიტეტისთვის პირველად სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენს ამ დასახლებებში მცხოვრები მოსახლეობა, ხოლო მეორად აუდიტორიას - მუნიციპალიტეტის დანარჩენ დასახლებებში მცხოვრები მოსახლეობა.

მუნიციპალიტეტისთვის საპილოტე პროგრამის განხორციელებისას უმთავრეს სამიზნეს პირველადი აუდიტორია წარმოადგენს, ვინაიდან ამ სამიზნე ჯგუფში შედიან ის მოქალაქეები, ვინც მონაწილეობით ბიუჯეტირებაში უშუალოდ უნდა ჩაერთონ, თუმცა, გამომდინარე იქედან, რომ მომდევნო წლებში პროგრამის არეალი გაიზრდება, აუცილებელია, ინფორმაცია მეორად აუდიტორიასაც აქტიურად მიეწოდოს.

საკრებულოს მიერ მიღებული ნორმატიული აქტით, მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამაში ჩართვა შეუძლიათ 14 წლიდან ზემოთ მოქალაქეებს, ამიტომ მათთან კომუნიკაციისას აუცილებელია, გათვალისწინებული იყოს ასაკობრივი ნიშანი, მათი ინტერესები, ინფორმაციის მიღების არხები.

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მუნიციპალიტეტიდან 18-24 წლის ახალგაზრდების მიგრაცია მაღალია. ისინი სასწავლებლად სხვადასხვა ქალაქში არიან წასულები, თუმცა, მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამაში ჩართვა მათ ისევე შეუძლიათ, როგორც მუნიციპალიტეტში მცხოვრებ სხვა ადამიანებს. ამიტომაც, ამ ჯგუფისთვის ინფორმაციის მისაწოდებლად შესაბამისი საკომუნიკაციო არხები უნდა იყოს გამოყენებული.

საკომუნიკაციო არხები:

- ✓ პირდაპირი შეხვედრები მოსახლეობასთან;
- ✓ „კარდაკარ“ კომუნიკაცია, მოხალისეები;
- ✓ სმს-სერვისი;
- ✓ ოფიციალური ვებგვერდი www.keda.ge;
- ✓ მერიის ფეისბუქის გვერდი;
- ✓ მედია (აჭარის ტელევიზია, TV25, ონლაინგამოცემა „ბათუმელები“, გაზეთი „აჭარა“).

საინფორმაციო კამპანია მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსის შესახებ

ვინაიდან მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამას ადგილობრივი თვითმმართველობა პირველად ახორციელებს, მერიისა და საკონსულტაციო საბჭოს უმთავრესი ამოცანაა, წარმართოს აქტიური საინფორმაციო კამპანია და მოქალაქეებს მკაფიოდ აუხსნას, თუ რას ნიშნავს აღნიშნული პროგრამა და რას მისცემს ამ პროგრამის განხორციელება მოსახლეობას.

აღნიშნული კამპანიის სწორად წარმართვა, ერთი მხრივ, საფუძველი გახდება მოქალაქეთა აქტიურობის გაზრდისა, ხოლო მეორე მხრივ, შეამცირებს იმ საფრთხეებს, რომელიც პროგრამის განხორციელებისას, შესაძლოა, წარმოიშვას (იხ. საფრთხეები).

კამპანიის ფარგლებში მოქალაქეებისთვის მისაწოდებელი ინფორმაცია უნდა შეიცავდეს:

1. მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსს, მის ძირითად პრინციპებსა და პროცედურებს;
2. მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამისთვის მერიის მიერ დადგენილ პრიორიტეტებს;
3. მონაწილეობითი ბიუჯეტის დაგეგმვის ზონებს;
4. პროექტების წარდგენის, განხილვისა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში მოქალაქეთა ჩართულობის ფორმებსა და წესებს;
5. საპროექტო იდეების წარდგენის ვადებს;
6. კენჭისყრის პროცედურას;
7. მონაწილეობითი ბიუჯეტის განხორციელების პროცესში მოქალაქეების მიერ მონიტორინგის შესაძლებლობებს;
8. მუნიციპალიტეტის უფლებამოსილებების შესახებ ინფორმაციას.

კამპანიის დაწყებისას მომზადდება სოციალური რგოლი მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის დაწყების შესახებ, რომელიც, სოციალური რეკლამის სტატუსით განთავსდება ადგილობრივ მედიაში, აგრეთვე, მერიისა და საკრებულოს ფეისბუქის გვერდებზე;

მომზადდება და გავრცელდება მერის ვიდეო-მიმართვა, თუ რა არის მონაწილეობითი ბიუჯეტირება, რა მიზნით დანერგა ის მუნიციპალიტეტმა, რამდენად მნიშვნელოვანია მოქალაქეთა აქტიურობა და რა პოზიტიური მოლოდინები აქვს ახალ პროგრამასთან დაკავშირებით; მერი, აგრეთვე, მოუწოდებს მოქალაქეებს, ადგილობრივ არასამთავრობო და მედიაორგანიზაციების წარმომადგენლებს, რომ აქტიურად ჩაერთონ პროგრამის გაშუქებისა და მონიტორინგის პროცესში იმისათვის, რომ პროცესი მაქსიმალურად ღიად და გამჭვირვალედ წარიმართოს.

ადგილობრივი მედიის მხარდაჭერით, მომზადდება სტატიები, ინტერვიუები და დისკუსიები მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსისა და მისი აუცილებლობის შესახებ.

პირველი საინფორმაციო შეხვედრების მოსამზადებელი სამუშაოები

იმისათვის, რომ პროგრამაში საპილოტე თემებში მცხოვრები მოქალაქეების დიდი ნაწილი ჩაერთოს, საკოორდინაციო საბჭო:

- ✓ მერიის ვებ და ფეისბუქის გვერდებზე განათავსებს ინფორმაციას მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის დაწყების შესახებ;
- ✓ შეიმუშავებს შეხვედრების გრაფიკს;
- ✓ დაბეჭდავს და გაავრცელებს მოსაწვევებს. მოსაწვევები იქნება საინფორმაციო ხასიათის და გარდა საინფორმაციო შეხვედრის ადგილისა და დროისა, დატანილი იქნება ინფორმაცია თავად მონაწილეობითი ბიუჯეტის არსისა და პროცედურების შესახებ;
- ✓ მოსაწვევების გასავრცელებლად ჩამოაყალიბებს მოხალისეთა ჯგუფებს, რომლებშიც შევლენ სამოქალაქო მრჩეველთა და გენდერული საბჭოების, აგრეთვე, ახალგაზრდული ცენტრის წევრები. მოხალისეები „კარდაკარის“ პრინციპით დაარიგებენ მოსაწვევებს და ამასთან, თითოეულ მოქალაქესთან კომუნიკაციისას, პირადად აუხსნიან მონაწილეობითი ბიუჯეტის მნიშვნელობას და მასში მოქალაქეების ჩართულობის აუცილებლობას;
- ✓ თვალსაჩინო ადგილებში (მაღაზიებთან, თავშეყრის ადგილებზე) გამოაკრავს პლაკატებს შეხვედრების შესახებ შესაბამისი ინფორმაციით;
- ✓ გააქტიურებს სმს-სერვისს.

პირდაპირი საინფორმაციო შეხვედრები მოსახლეობასთან

დაბა ქედა დაიყოფა 10 უბნად და თითოეულ უბანში საბჭო ჩაატარებს პირველ საინფორმაციო შეხვედრას.

დოლოგნის თემი დაიყოფა 6 უბნად და თითოეულ უბანში საბჭო ჩაატარებს პირველ საინფორმაციო შეხვედრას.

საბჭოს წევრების გარდა, პირველ საინფორმაციო შეხვედრებს დაესწრებიან მუნიციპალიტეტის მერი, საკრებულოს თავმჯდომარე და საკრებულოს მაჟორიტარი დეპუტატები.

იმისათვის, რომ გაიზარდოს ახალგაზრდებისა და ქალთა მონაწილეობა აღნიშნულ პროგრამაში, მერიის ახალგაზრდული ცენტრი, ქალთა ოთახი და გენდერული საბჭო დამატებით გამართავენ შეხვედრებს დაბა ქედისა და დოლოგნის ტერიტორიულ ერთეულში მცხოვრებ ქალებთან და ახალგაზრდებთან და მიაწვდიან ინფორმაციას პროგრამაში მათი ჩართვის შესაძლებლობის შესახებ.

საინფორმაციო შეხვედრები ონლაინრეჟიმში გადაიცემა მერიის ფეისბუქის გვერდით. შეხვედრები, ასევე, გაშუქდება ადგილობრივი მედიით. შეხვედრებზე, აგრეთვე, დარიგდება

საინფორმაციო ბროშურები შესაბამისი პროცედურებისა (საპროექტო იდეების წარდგენა, კენჭისყრა) და ვადების მითითებით.

საკონსულტაციო შეხვედრები საინიციატივო ჯგუფებთან

პირველი საინფორმაციო შეხვედრიდან საპროექტო იდეების წარდგენამდე პერიოდში, საბჭოს წევრები დამატებით გამართავენ შეხვედრებს მოსახლეობასთან საინიციატივო ჯგუფების გასააქტიურებლად, რის შემდეგაც, ასევე, გაიმართება საკონსულტაციო შეხვედრები თავად საინიციატივო ჯგუფებთან.

საინიციატივო ჯგუფების მიერ საპროექტო იდეების წარდგენა და მათ შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირება

საბჭო მერიის ფეისბუქისა და ვებ გვერდებზე გამოაქვეყნებს ინფორმაციას, რომ საპროექტო იდეების წარდგენა დაიწყო.

ყველა საპროექტო იდეა განთავსდება მერიის ვებგვერდზე სპეციალურად შექმნილ დირექტორიაში, აგრეთვე, მერიის ფეისბუქის ოფიციალურ გვერდზე.

მერიის ფეისბუქის გვერდზე, ასევე, განთავსდება საპროექტო იდეების ავტორთა მცირე ვიდეოები, რომლებშიც თავად მოყვებიან, თუ რა იდეა აქვთ, რატომ არის ამ იდეის განხორციელება აუცილებელი და რას მოუტანს ის იმ დასახლებას, სადაც უნდა განხორციელდეს.

A3-ფორმატზე დაიბეჭდება ყველა შემოსული პროექტის შესახებ ინფორმაცია. ბეჭდვითი პროდუქცია მოსახლეობაში გავრცელდება მოხალისეების მიერ „კარდაკარის“ პრინციპით, შესაბამისი ზონის მიხედვით;

ადგილობრივი მედიასაშუალებებისთვის მომზადდება პრესრელიზები შემოსული პროექტების შესახებ. გარდა ამისა, აჭარის საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემა „თვითმმართველობის მიმართულებით“ მოამზადებს 2 დისკუსიას საპროექტო იდეების ავტორთა, საკოორდინაციო საბჭოს წევრთა და არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენელთა მონაწილეობით.

შემუშავდება მონაწილეობითი ბიუჯეტის დაგეგმვის ზონებში საპროექტო იდეების განხილვის გრაფიკი. სმს-სერვისისა და შესაბამის ტერიტორიულ ერთეულში მერის წარმომადგენლის მეშვეობით გავრცელდება ინფორმაცია საპროექტო იდეების განხილვის შესახებ.

დაბა ქედაში ჩატარდება 10, ხოლო დოლოგნის თემში - 6 საუბნო შეხვედრა. შეხვედრებზე საპროექტო იდეების ავტორები მოსახლეობას თავად წარუდგენენ საკუთარ პროექტებს. შეხვედრები გაშუქდება ადგილობრივი მედიით, ინფორმაცია, ასევე, განთავსდება მერიის ვებ და ფეისბუქის გვერდებზე.

გარდა აღნიშნული შეხვედრებისა, საკოორდონაციო საბჭო დაეხმარება საინიციატივო ჯგუფებს საინფორმაციო კამპანიის ჩატარებაში (შეხვედრების ორგანიზება, საინფორმაციო პროდუქციის ბეჭდვა).

კენჭისყრის პროცედურა

იმისათვის, რომ კენჭისრის პროცედურის შესახებ მოსახლეობა მკაფიოდ ინფორმირებული იყოს, საბჭო მოსახლეობასთან შეხვედრებს ამ პროცედურის განმარტებისთვისაც აქტიურად გამოიყენებს.

კენჭისყრის დღის შესახებ საბჭო:

- ✓ მოხალისეების ჩართულობით, „კარდაკარის“ პრინციპით გაავრცელებს ინფორმაციას, რა დროსაც მოსახლეობას, ასევე, დაურიგდება ე.წ. ვაუჩერები და კიდევ ერთხელ განემარტება კენჭისყრის პროცედურები;
- ✓ უშუალოდ კენჭისყრის წინა დღეს შესაბამის ტერიტორიულ ერთეულში მცხოვრებლებს გაუგზავნის სმს შეტყობინებებს;
- ✓ ინფორმაციას განათავსებს მერიის ვებ და ფეისბუქის გვერდებზე.
- ✓ ტერიტორიულ ერთეულებში თვალსაჩინო ადგილას გამოაკრავს საინფორმაციო პლაკატებს.

თავად კენჭისყრის პროცესის გამჭვირვალედ წარმართვისთვის საბჭო მოიწვევს ადგილობრივ არასამთავრობო და მედია ორგანიზაციებს.

შენიშვნა: *ე.წ. ვაუჩერული წესით კენჭისყრა გულისხმობს პროცედურას, როცა თითოეული მოქალაქეს ეძლევა თავისი <u>ხმის დამადასტურებელი ვაუჩერი</u>. კენჭისყრის დღეს გამარჯვებულად გამოცხადდება საპროექტო იდეა, რომლის წარმდგენი საინიციატივო ჯგუფიც ყველაზე მეტ ვაუჩერს მოაგროვებს.*

გამარჯვებული საპროექტო იდეების შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირება

კენჭისყრით გამოვლენილი გამარჯვებული საპროექტო იდეების შესახებ მოქალაქეთა ინფორმირებისთვის:

- ✓ ინფორმაცია განთავსდება მერიის ვებ და ფეისბუქის გვერდზე;
- ✓ შესაბამის ტერიტორიულ ერთეულებში მცოხვრებლებს გაეგზავნებათ სმს-შეტყობინებები;
- ✓ მომზადდება სატელევიზიო სიუჟეტები როგორც გამარჯვებული საპროექტო იდეების, ისე იმ პროცედურის შესახებ, რომელიც მერიამ და საკრებულომ უნდა ჩაატარონ (პროექტის მომზადება, ბიუჯეტში ასახვა, ტენდერის გამოცხადება, განხორციელება).

საკომუნიკაციო სტრატეგიით განსაზღვრული საინფორმაციო კამპანიებისა და ღონისძიებების ეფექტიანობის მონიტორიგნი

იმისათვის, რომ გაიზომოს მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის საკომუნიკაციო სტრატეგიით დაგეგმილი კამპანიებისა და ღონისძიებების ეფექტიანობა, თითოეული საინფორმაციო კამპანიის დასრულების შემდეგ ჩატარდება ონლაინ და სატელეფონო გამოკითხვა.

მონიტორინგი იქნება სამფაზიანი და გამოავლენს:

1. მოსახლეობის ინფორმირების დონეს მონაწილეობითი ბიუჯეტირების არსისა და მუნიციპალიტეტის მიერ პროგრამის დაწყების შესახებ;
2. საპროექტო იდეებისა და პროექტების წარდგენის შემდეგ მოსახლეობის ინფორმირების დონეს;
3. კენჭისყრის პროცესში მოქალაქეთა აქტიურობის ხარისხს.

მონიტორინგი დაეხმარება მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის საკოორდინაციო საბჭოს, განსაზღვროს, რამდენად მოხერხდა სტრატეგიით განსაზღვრული მიზნების მიღწევა და შეიტანოს შესაბამისი კორექტივები მომდევნო წელს განსახორციელებელი პროგრამის საკომუნიკაციო სტრატეგიაში.

საჭიროებები და რეკომენდაციები

იმისათვის, რომ საკომუნიკაციო სტრატეგიით დაგეგმილი კამპანიებისა და ღონისძიებების ეფექტიანად განხორციელება შესაძლებელი გახდეს, აუცილებლად უნდა გადამზადდნენ მონაწილეობითი ბიუჯეტის პროგრამის საკოორდინაციო საბჭოს წევრები;

ვინაიდან საკომუნიკაციო სტრატეგიის აღსრულება, ძირითადად, მერიის საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილებას მოუწევს, უნდა გაიზარდოს მისი ადამიანური რესურსი (ჟურნალისტი/ქოფირაითერი, ფოტოგრაფი/ოპერატორი, სოციალური მედიის მენეჯერი), ტექნიკური (ფოტოაპარატი, ვიდეოკამერა) და ფინანსური (კამპანიების წარმოებისა და სოციალური რეკლამისთვის საჭირო თანხა) შესაძლებლობები. შეძლებისდაგვარად, გადამზადდნენ თანამშრომლები იმისათვის, რომ სწორად და ეფექტურად წარმართონ საინფორმაციო კამპანიები.

საბჭომ, საკომუნიკაციო სტრატეგიის შესაბამისად, უნდა შეიმუშაოს დროში გაწერილი სამოქმედო გეგმა, შესაბამისი ვადებისა და პასუხისმგებელი პირების მითითებით.