

Звіт про проведення опитування
мешканців м. Кремінна Луганської області
“Оцінка прозорості діяльності й
відкритості місцевої влади”

м. Кремінна
Програма ПРООН в Україні
2020

У період з 15 по 30 квітня 2020 р. консультантами з розробки антикорупційної стратегії від ПРООН в Україні було організовано та опитано мешканців м. Кремінна Луганської області.

Мета дослідження – визначення рівня інформаційної відкритості й прозорості діяльності місцевої влади мешканцями м. Кремінна.

Завдання:

1. виявити рівень задоволеності мешканців громади станом справ та якістю послуг, що надаються місцевою владою;
2. виявити рівень обізнаності про сервіси місцевої влади (баланс недостачі та надмірності інформації);
3. виявити рівень інформаційної відкритості місцевої влади (зручність умов спілкування та наявність зворотнього зв'язку);
4. виявити обізнаність громадян про тендери, співпрацю з громадськими організаціями,
5. виявити інформаційні канали, які використовують для отримання інформації місцеві жителі.

Об'єкт дослідження – мешканці м. Кремінна Луганської області старші 18 років.

Під час дослідження методом онлайн-анкетування було опитано 436 мешканців м. Кремінна.

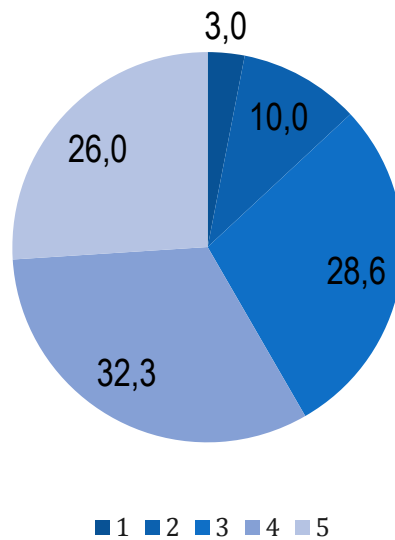
Відповідно до квот за статтю, віком та районом проживання у громаді, що репрезентують наявні дані про соціально-демографічну структуру населення у громаді на кінець 2019 року, було здійснено процедури ремонту вибірки, зважування масиву й контролю. Отриманий репрезентативний масив даних склав 400 анкет (N=400). Статистична похибка відповідно становить $\pm 4,8\%$.

Представлений звіт описує одномірні розподіли за відповідями. Анкета поширювалася онлайн серед мешканців м. Кремінна. Польові роботи координували консультант ПРООН Олексій Солдатенко та учасник робочої групи з розробки антикорупційної стратегії ОТГ Георгій Дзивульський та Наталя Макогон, заступниця міського голови з фінансово-економічних питань.

1. Задоволеність мешканців громади станом справ та якістю послуг, що надаються місцевою владою

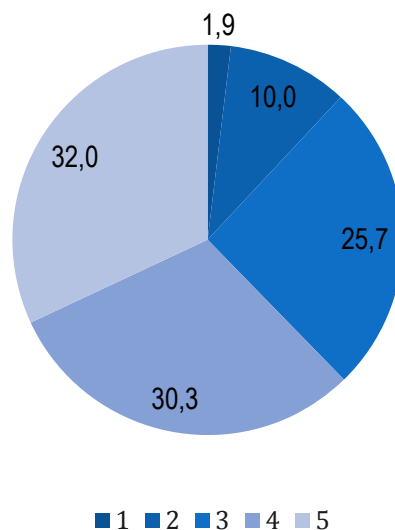
Мешканці оцінювали стан справ та якість послуг за 5-бальною системою, де 1 — абсолютно не задоволені, а 5 — повністю задоволені

Q1. Чи задоволені Ви станом справ у Вашому районі / територіальній громаді?, %



За результатами опитування половина респондентів – 58,3% – **задоволені станом справ** в у місті.

Q2. Чи задоволені Ви в цілому якістю послуг, що надаються місцевою радою?, %



Якістю послуг задоволені (оцінили на 4 та 5 балів) 62,3% мешканців громади

2. Рівень обізнаності про сервіси місцевої влади

Q 3. Якої інформації про діяльність місцевої влади Вам не вистачає?, %

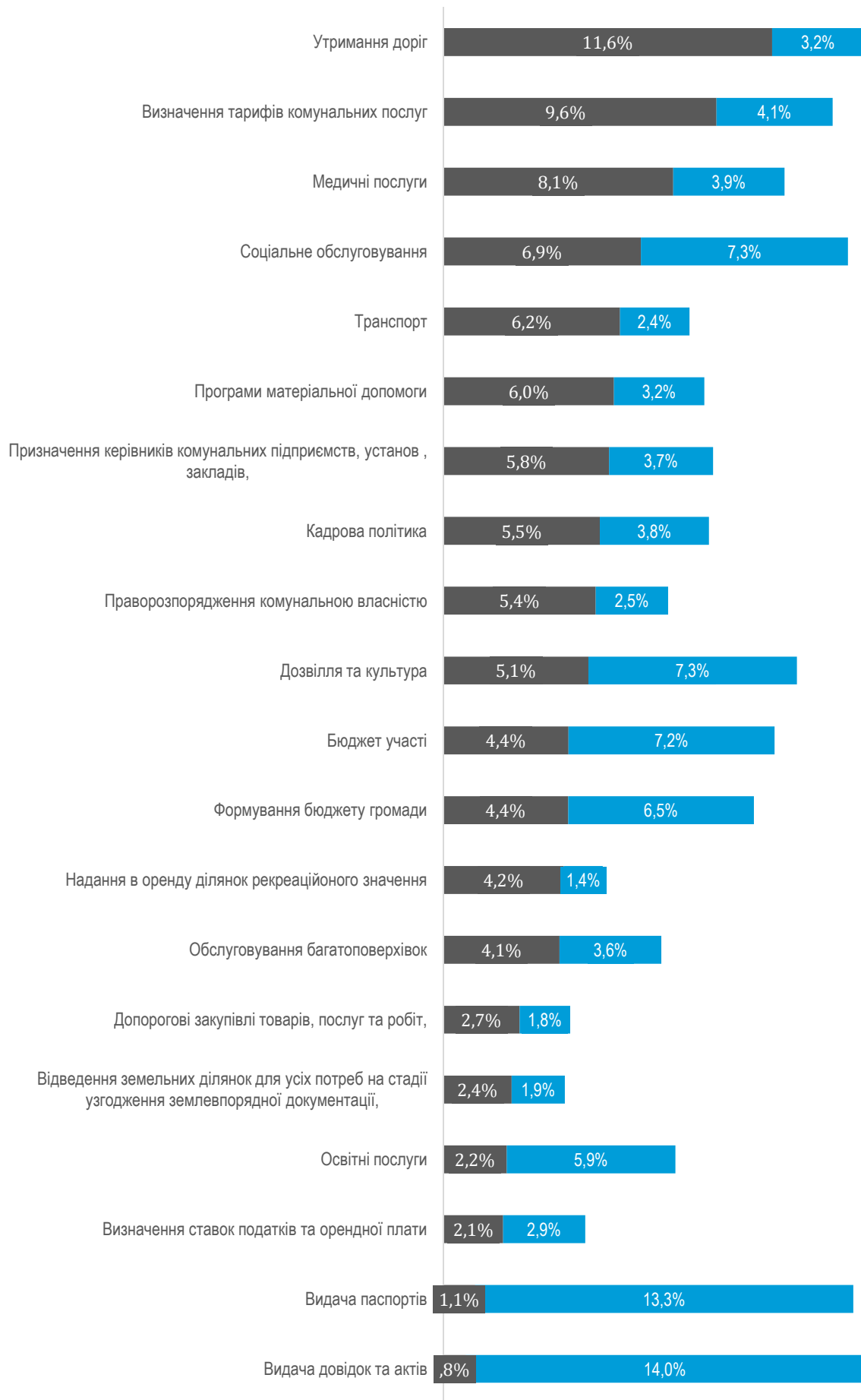
За результатами опитування ми склали ТОП-6 сервісів, які зазнають інформаційного дефіциту за думкою мешканців м. Кременна:

| Сервіс | % |
|--|------|
| 1. Утримання доріг | 11,6 |
| 2. Визначення тарифів комунальних послуг | 9,6 |
| 3. Медичні послуги | 8,1 |
| 4. Соціальне обслуговування | 6,9 |
| 5. Транспорт | 6,2 |
| 6. Програми матеріальної допомоги | 6 |

Q4. А якої інформації про діяльність місцевої влади достатньо / у повній мірі? , %

Також відзначимо ТОП-6 сервісів, щодо яких мешканці достатньо поінформовані:

| Сервіс | % |
|-------------------------------|------|
| 1. Видача довідок та актів | 14 |
| 2. Видача паспортів | 13,3 |
| 3. Дозвілля та культура | 7,3 |
| 4. Соціальне обслуговування | 7,3 |
| 5. Бюджет участі | 7,2 |
| 6. Формування бюджету громади | 6,5 |

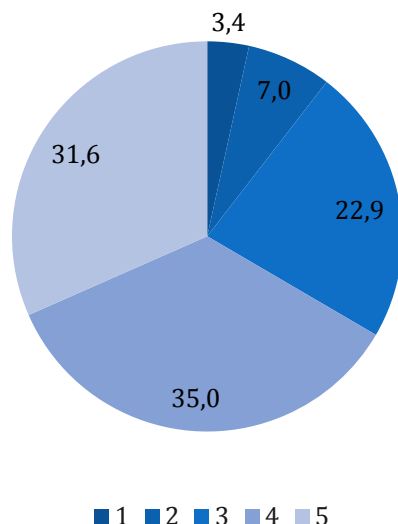


■ Інформації не вистачає ■ Інформації достатньо

3. Рівень інформаційної відкритості місцевої влади (зручність умов спілкування та наявність зворотнього зв'язку)

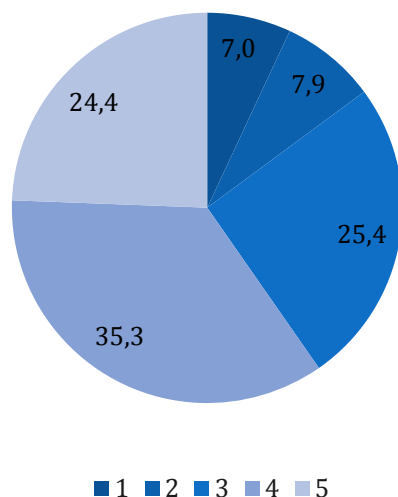
Мешканці оцінювали рівень задоволеності за 5-бальною системою, де 1 — абсолютно не задоволені, а 5 — повністю задоволені

Q5. Чи задоволені Ви інформаційною відкритістю місцевої ради (можливістю отримувати всю необхідну інформацію про її діяльність та рішення)? , %



За результатами опитування більше половини респондентів – 66,6% – задоволені інформаційною відкритістю місцевої влади.

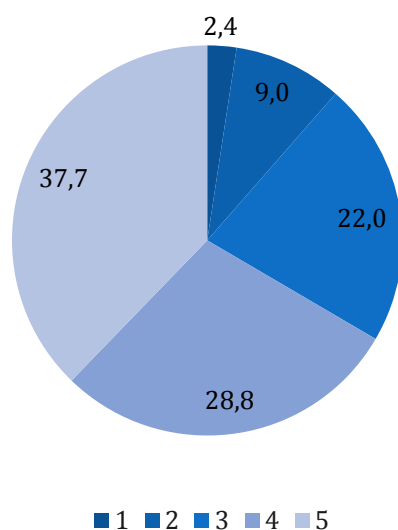
Q10. Чи задоволені ви тим, як місцева влада реагує на звернення громадян (строки, увага до проблеми, зворотній зв'язок)? , %



Більше половини респондентів – 59,7 % - задоволені тим, як місцева влада реагує на звернення громадян місцевої влади.

Q11. Чи створені місцевою владою зручні умови для спілкування керівників місцевої влади із мешканцями (часи прийому, можливість особистого спілкування)? , %

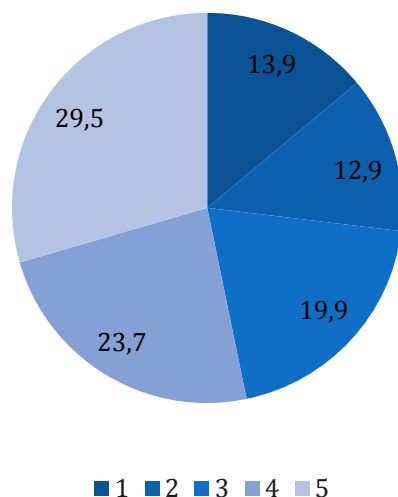
Мешканці оцінювали за 5-бальною системою, де 1 — не створені зручні умови, а 5 — умови створені.



За результатами опитування 66,5% респондентів вважають, що зручні умови для спілкування керівників з мешканцями створені.

Q12. Чи налаштований зворотній зв'язок щодо оцінки якості послуг між місцевою владою та громадськістю, %

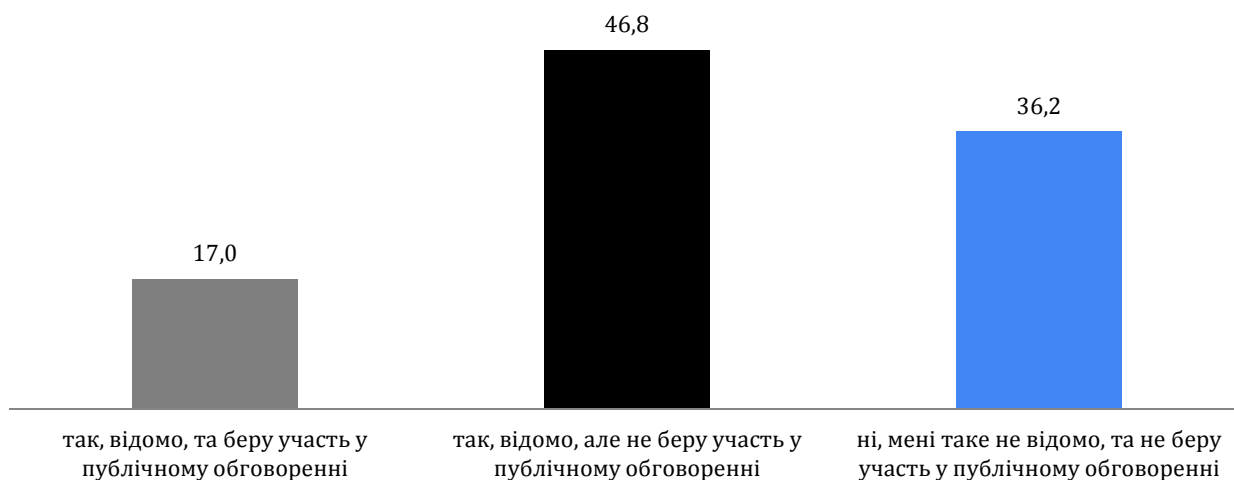
Мешканці оцінювали за 5-бальною системою, де 1 — не налаштований, а 5 — зв'язок налаштований.



Половина респондентів – 53,2% – вважає, що влада налаштувала **постійний зворотній зв'язок** із громадськістю щодо оцінки якості послуг у вигляді анкетувань, книг відгуків та пропозицій, тощо.

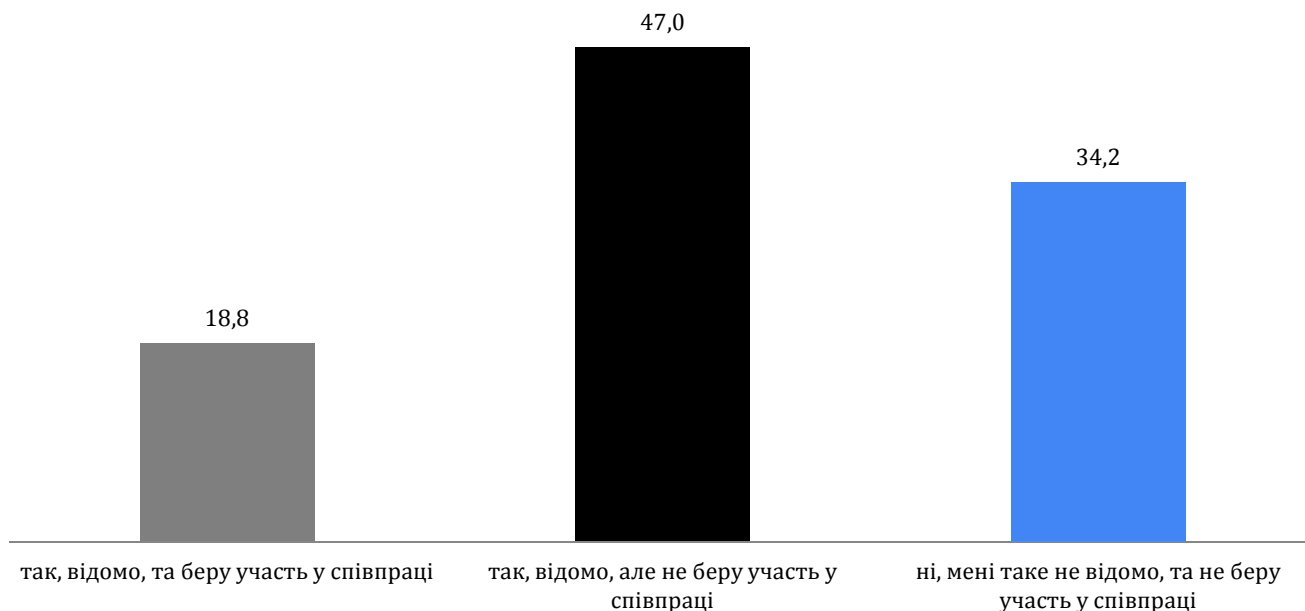
4. Обізнаність громадян про тендери, співпрацю з громадським організаціями

Q 7. Чи відомо Вам, чи залучаються мешканці до публічного обговорення питань щодо розподілу бюджету та вирішення важливих для громади питань?, %



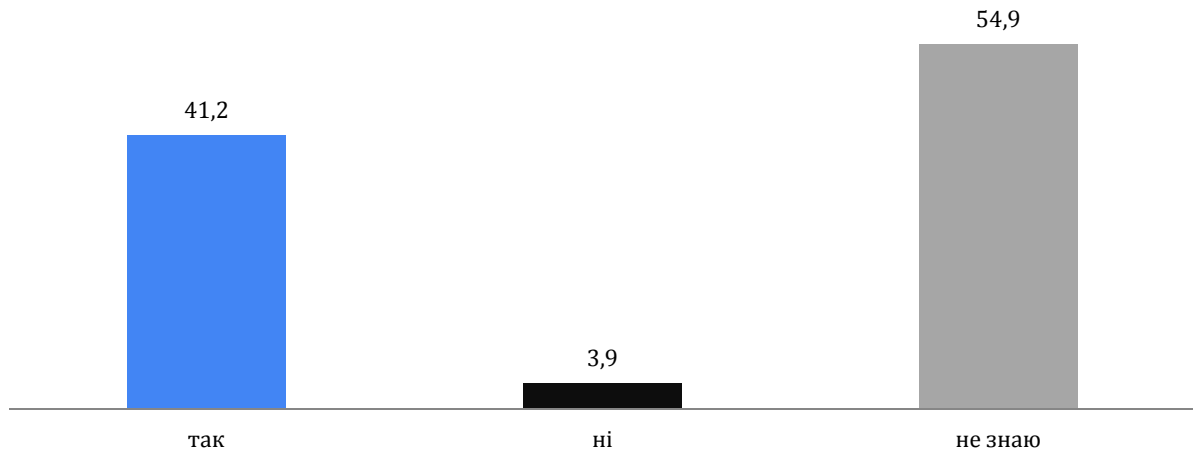
Щодо залучення громадян до публічного обговорення питань – високий рівень таких, що не залучені до публічного обговорення важливих питань з організації життя громади (46,8% тих, що знає про тендери, але не бере участь у обговоренні та 36,2% тих, хто про таке не чув).

Q 8. Чи відомо Вам, чи співпрацюють місцеві громадські організації з місцевою Радою територіальної громади?, %



Майже третина респондентів (34,2%) не знають про співпрацю влади та громадських організацій, що говорить або про незацікавленість темою такої співпраці, або поганою інформаційною кампанією з боку вдали і місцевих ГО про результати співпраці.

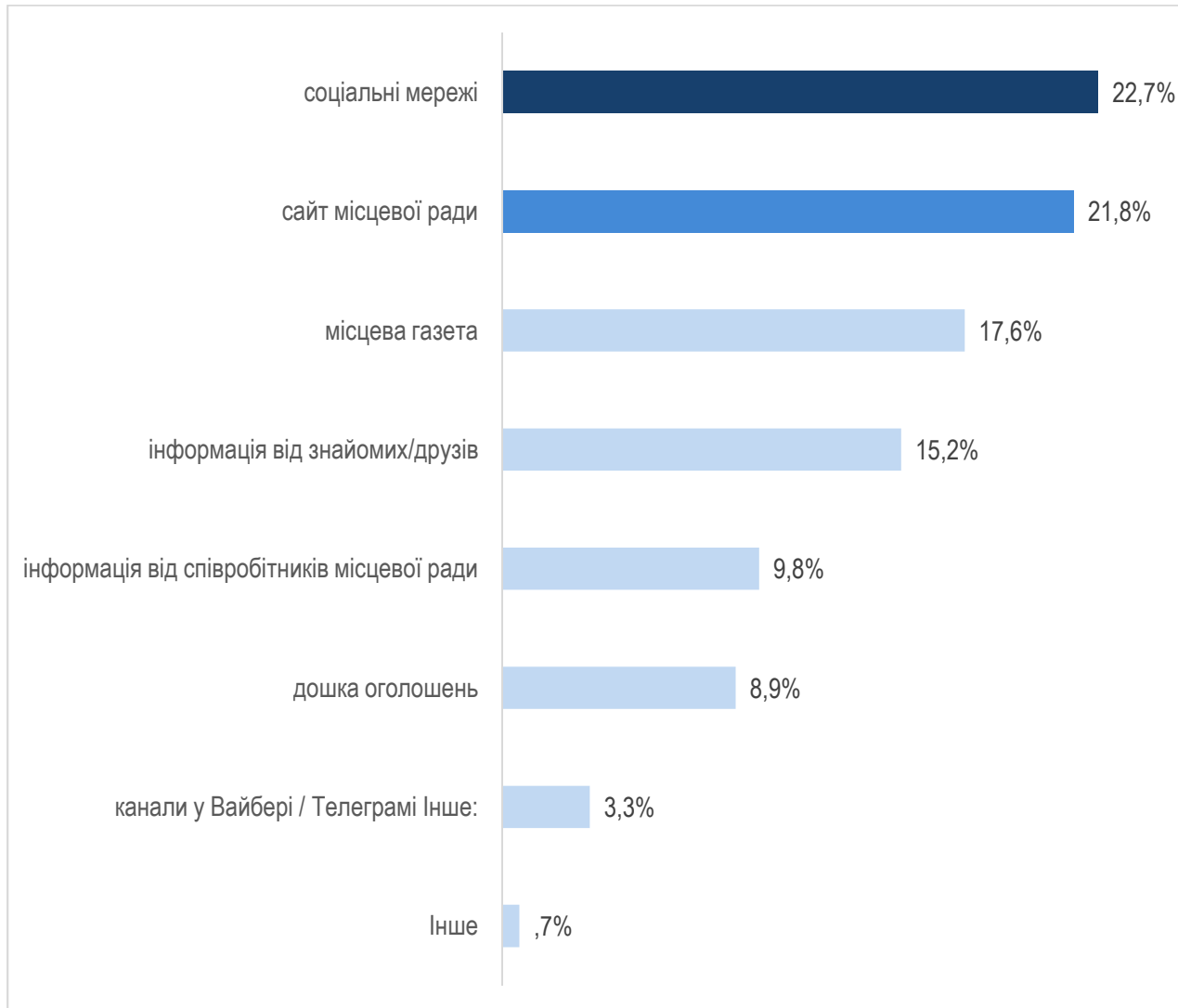
**Q 9. Чи проводяться публічно місцевою Радою тендери на реалізацію госпдоговірних проектів? ,
%**



Число таких, що **не знають** про те, чи проводяться публічно місцевою Радою тендери на реалізацію госпдоговірних проектів (54,9%) може свідчити як про закритість цієї інформації або ж про незацікавленість місцевих жителів в отриманні цієї інформації у разі, якщо вона була опублікована.

5. Інформаційні канали, які використовують місцеві жителі

Q6. Якими каналами отримання інформації про діяльність місцевої влади Ви користуєтесь?



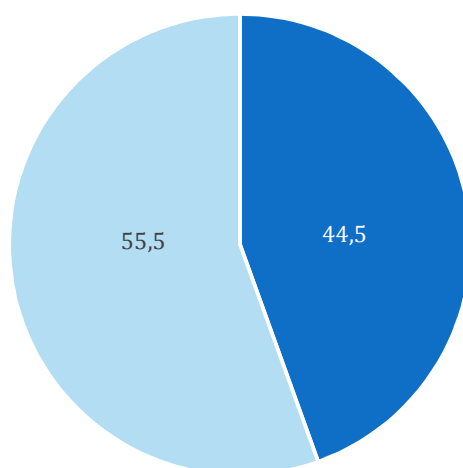
На сьогодні лише 21,8 % отримують інформацію про діяльність місцевої влади на офіційному сайті. Існує декілька альтернативних каналів, проте відсутність одного авторитетного джерела обмежує можливості для розгорнутої інформаційної кампанії щодо актуальних сервісів місцевої влади, які недостатньо висвітлені за думкою мешканців (див. розподіл для п.2 цього звіту).

6. Соціально-демографічні характеристики учасників опитування

Соціально-демографічні характеристики респондентів відображені у питаннях 13-20 анкети.

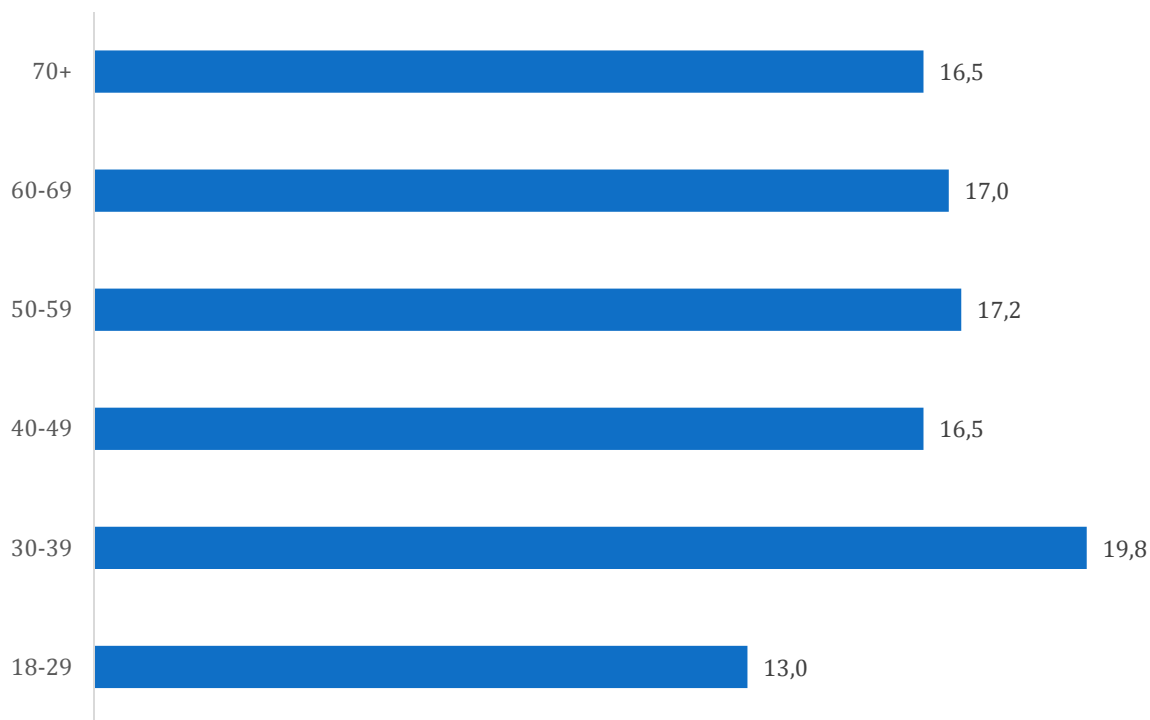
Після процедур ремонту вибірки, гендерний розподіл опитаних складає 55,5% жінок та 44,5 % чоловіків. Віковий розподіл представлено у графіку Q14. 27,95% складають пенсіонери та 20,6% соціально-гуманітарна інтелігенція (працівники освіти, бібліотек та культурних закладів), решта - представники широкого спектру різних професій (див. таблицю Q16). 47,9 % опитаних з вищою та незакінченою вищою освітою, решта – з середньою, середньою професійною та незакінченою середньою освітою.

Q13. Стать, %

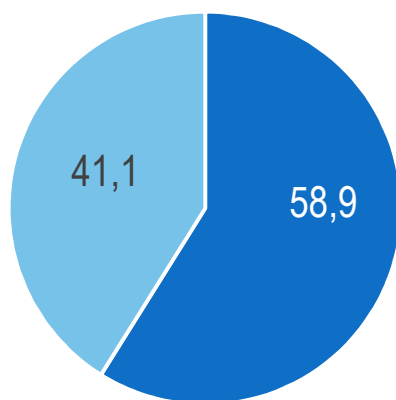


■ Чоловіча ■ Жіноча

Q14. Вік, %



Q15. Чи працюєте ви на даний час? , %

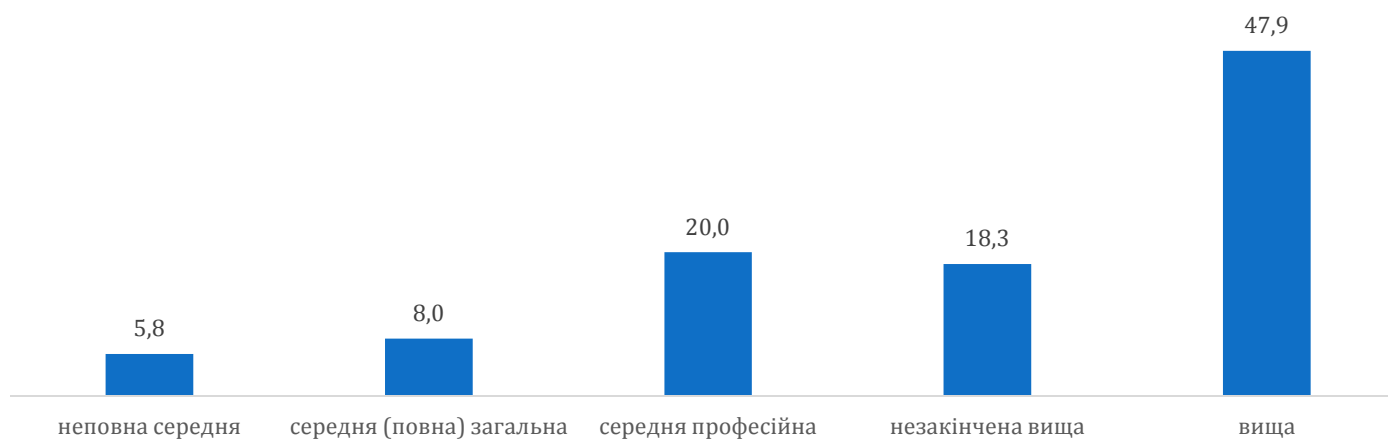


■ працюю ■ не працюю

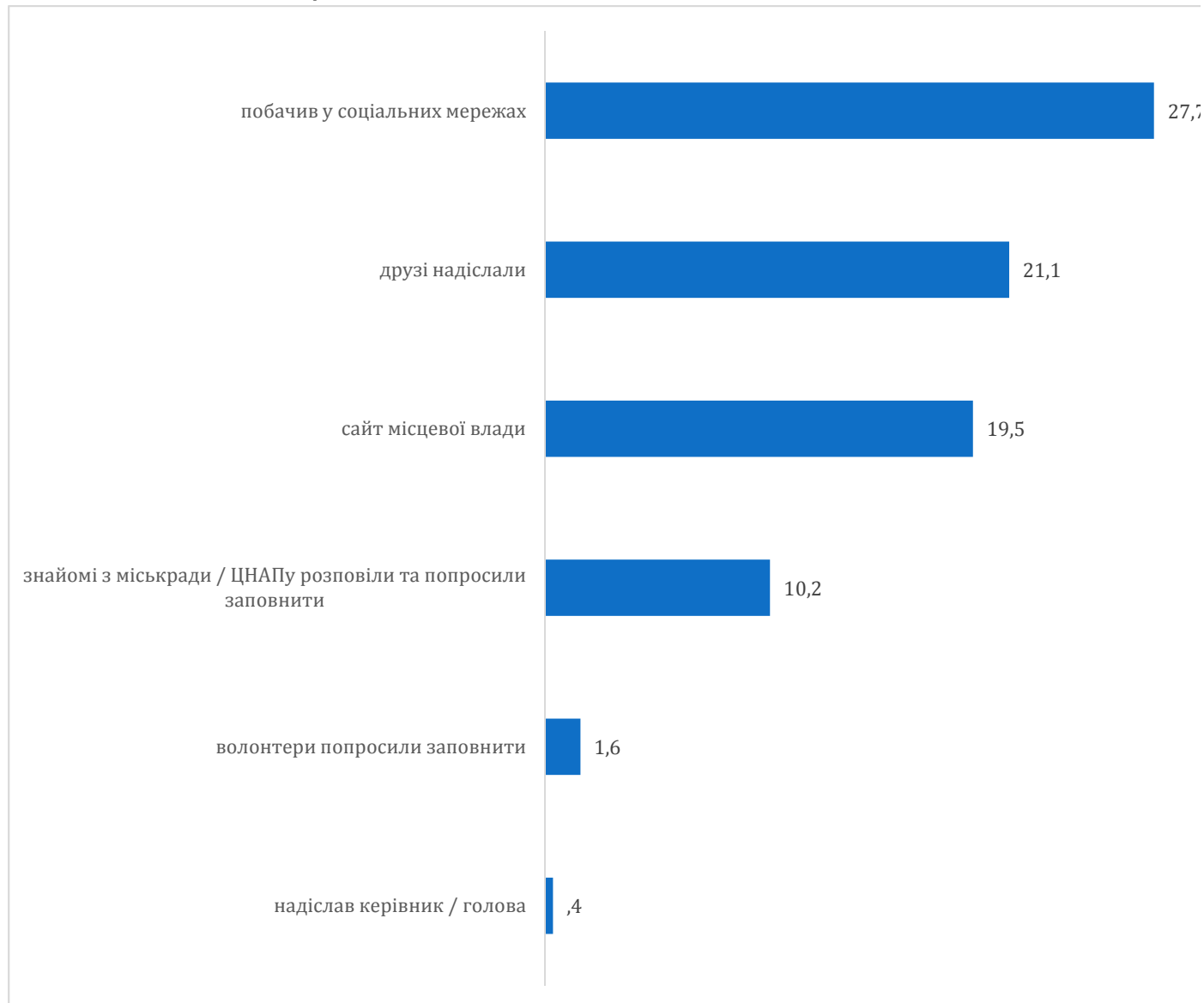
Q16. До якої групи зайнятості ви себе можете віднести?

| | кіль-ть опитаних | % |
|--|------------------|--------|
| пенсіонери | 112 | 27,90% |
| соціально-гуманітарна інтелігенція | 82 | 20,60% |
| робочі (крім сільськогосподарських робітників) | 52 | 12,90% |
| фермери та сільськогосподарські робітники | 34 | 8,60% |
| інші службовці | 28 | 6,90% |
| безробітні | 21 | 5,40% |
| працівники органів державної влади і управління | 14 | 3,50% |
| керівники підприємств, організацій та їх структурних підрозділів | 11 | 2,70% |
| у підсобному господарстві | 10 | 2,50% |
| студенти вузів і технікумів | 10 | 2,50% |
| працівники обліку, планування та діловодства | 8 | 2,10% |
| підприємці | 8 | 2,10% |
| працівники торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування, житлово-комунального господарства | 7 | 1,70% |
| інваліди | 7 | 1,70% |
| інженерно-технічні працівники | 6 | 1,40% |
| агрономи, зоотехніки тощо | 5 | 1,10% |
| домогосподарки | 4 | 1,10% |
| військовослужбовці | 2 | 0,60% |

Q17. Яка Ваша освіта?, %



Q18. Звідки Ви дізналися про дослідження?, %



7. Географія опитування покриває усі райони міста та представлена у розподілі нижче

Для контролю географічного поширення по всіх районах міста анкети разом з заступником мера, паном Георгієм Дзивульським було розроблене умовне районування міста, що дозволило представити думку усіх мешканців міста:



Q19. Найменування району, у якому мешкаєте?

| Назва р-ну | кількість респондентів |
|------------------|------------------------|
| Центр | 140 |
| Перша Шахта | 73 |
| Підвільхи | 35 |
| Лісхоз | 34 |
| Хімавтоматика | 34 |
| Площа Петровська | 26 |
| Спутник | 26 |
| Мєблевий | 23 |
| Восточна | 9 |

ВИСНОВКИ

Результати проведеного анкетування демонструють загальне позитивне сприйняття мешканцями м. Кременна роботи органів місцевої влади, задоволення станом справ. За результатами опитування більше половини респондентів – 66,6% – **задоволені інформаційною відкритістю** місцевої влади.

Пріоритетність соціальних мереж (див. розподіл Q6) як каналу отримання інформації про діяльність місцевої влади (що доведене навіть поширенням онлайн-анкети саме через соціальні мережі, див. розподіл Q18) несе певні можливості та ризики. З одного боку, соціальні мережі – це умовно вільний простір для поширення думок та не контролюється місцевою владою, як, наприклад сайт чи місцева газета, що знаходиться у комунальній власності. З іншого – сам характер соціальних мереж (відкритість та відсутність цензури) може підвищити довіру до поширюваної інформації. Саме тому, у розробці антикорупційної стратегії слід особливу увагу приділити моніторингу соціальних мереж та аналізу балансу негативних та позитивних повідомлень навколо подій та керівництва громади.

Лише половина респондентів – 53,2% – вважає, що влада налаштувала **постійний зворотній зв'язок** із громадськістю щодо оцінки якості послуг у вигляді анкетувань та книг відгуків та пропозицій, тощо. Саме соціальні мережі роблять можливим поширення таких опитувань та відкривають більше можливостей для місцевої влади у розширенні меж інформаційної відкритості.

Наявні результати, ТОП-6 інформаційно відкритих та ТОП-6 малопоінформованих сервісів дозволить сформулювати конкретні напрямки роботи для антикорупційної стратегії перспективної Кременської ОТГ. Слід звернути увагу на інформування щодо наступних послуг місцевої влади: утримання доріг, визначення тарифів комунальних послуг, медичні послуги, соціальне обслуговування, транспорт, програми матеріальної допомоги.