*Утверждены Советом Общественной палаты Московской области от 06.04.2018*

**Методические рекомендации по рейтингованию Общественных палат**

**муниципальных районов и городских округов Московской области**

**I**. **Общие положения**

Настоящие методические рекомендации  определяют основные показатели и порядок расчета рейтинга Общественных палат муниципальных районов и городских округов Московской области (далее – Общественная палата) как институтов гражданского общества, призванных осуществлять эффективную обратную связь между жителями и органами местного самоуправления, а также как субъектов общественного контроля за деятельностью власти.

**II. Показатели оценки деятельности муниципальных Общественных палат**

Показатели оценки деятельности муниципальных общественных палат представлены в таблице.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **пп** | **Обозначение и название показателя** | **Расчет показателя** |
|  | **N** - **Наличие помещения**, закрепленного за Общественной палатой | **N** = +10 баллов – при наличии помещения  **N**= -100 баллов – при его отсутствии |
|  | **Q – Общее количество мероприятий**, проведенных Общественной палатой, где:  z, k, s, r, t – количество разноплановых мероприятий. | **Q** = 20z + 15k + 30s + 10r +2t |
|  | **U - Участие в мероприятиях Общественной палаты** представителей органов местного самоуправления | **U** = +5 – при участии  **U** = -5 – без участия |
|  | **S - Наличие и P** - **полнота сайта** Общественной палаты или её страницы на официальном сайте администрации муниципального образования, где:  А - наличие документов Общественной палаты;  Б - наличие справочной информации;  В - наличие материалов по деятельности Общественной палаты. | **S** = +10 – при наличии сайта  **S** = -50 – при его отсутствии.  **P** = А + Б + В |
|  | **F - Количество сообщений**, размещенных на сайте Общественной палаты Московской области (ОПМО) | **F** |
|  | **M** - **Медиаактивность** Общественной палаты | **M** |
|  | **L** – **Показатель работы с обращениями граждан**  O - количество всех поступивших обращений;  V - количество решенных проблем по обращениям жителей («решено» или «разъяснено»);  D - количество нерешенных проблем или неподготовленных ответов заявителям | **L** = O + 5V - D |
| **Рейтинг палаты R** = **N + Q + U + S + P + M + F + L** | | |

Кроме того,ежеквартальнопо результатам социологических исследований в материалах рейтингования муниципальных общественных палат будет размещена следующая информация:

а) об узнаваемости Общественной палаты жителями муниципального образования;

б) оценка жителями эффективности работы Общественной па латы.

**Пояснения:**

**1. Наличие помещения,** закрепленного за Общественной палатой (показатель N), предполагает наличие одного и более помещений – только для нужд Общественной палаты. Также предполагается наличие на помещении вывески «Общественная палата муниципального района (городского округа) …», распорядка работы и графика приема граждан.

Оценивается: N= +10 баллов – при наличии помещения, N= -100 баллов – при его отсутствии.

**2.** **Количество мероприятий**, проведенных Общественной палатой (показатель Q) рассчитывается по формуле:

Q = 20z + 15k + 30s + 10r + 2t, где:

z – количество пленарных заседаний;

k - количество заседаний Совета Общественной палаты, заседаний комиссий, «круглых столов» и иных мероприятий подобного рода;

s – количество мероприятий общественного контроля (общественный мониторинг, общественная проверка, общественная экспертиза, общественное обсуждение, общественные слушания);

r - количество мероприятий, проведенных Общественной палатой совместно с администрацией муниципалитета, Советом депутатов, общественными объединениями и иными институтами гражданского общества;

t - количество мероприятий, в которых члены палаты приняли участие (например, совещания у главы, заседание Совета депутатов, выставка детского рисунка, концерт творческих коллективов и др.).

**Важно:** *все мероприятия, включенные в данные показатели, должны быть подтверждены материалами подпункта В) пункта 4. В противном случае, они не будут учтены.*

**3**. **Участие в мероприятиях Общественной палаты представителей органов местного самоуправления**, показатель U. Оценивается единой цифрой за весь квартал: U= +5, если факт такого участия имел место; U= -5 - если такого факта отмечено не было.

**4.** **Наличие и полнота сайта Общественной палаты** (страницы палаты на официальном сайте администрации).

**Наличие автономного сайта** Общественной палаты или страницы на официальном сайте администрации (показатель S):

Оценивается: S = ***+***10 баллов, если сайт (страничка сайта) имеется, S = -50 баллов при его отсутствии.

**Полнота сайта** (P) определяется как сумма показателей, изложенных в пунктах А, Б, и В:

А) *Наличие документов Общественной палаты*:

- Положение об Общественной палате - +2 балла;

- Регламент Общественной палаты - +2 балла;

- Положение о консультантах-экспертах - +2 балла.

- Кодекс этики члена Общественной палаты - + 2 балла

- иные нормативные документы, регламентирующие деятельность Общественной палаты (Федеральный закон от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации», закон Московской области от 22.07.2015 № 130/2015-ОЗ «Об отдельных вопросах осуществления общественного контроля в Московской области» - +2 балла за каждый документ,

Б) *Наличие справочной информации*:

- структура палаты - +2 балла;

- персональный состав комиссий, межкомиссионных рабочих групп и временных рабочих групп при их наличии - +2 балла;

- план работы палаты на текущий год - +2 балла;

- план работы палаты на текущий месяц - +2 балла;

- график приема граждан - +2 балла;

- адрес и контакты Общественной палаты - +2 балла.

В) *Наличие* м*атериалов по деятельности Общественной палаты*:

- повестки и решения, принятые по результатам пленарных заседаний, заседаний Совета Общественной палаты, заседаний комиссий, межкомиссионных и временных рабочих групп с ответственными за выполнение решений и сроками их выполнения.

- резолюции или иные итоговые материалы, принятые по итогам «круглых столов»;

- итоговые материалы, принятые по итогам проведения мероприятий общественного контроля (общественный мониторинг, общественная проверка, общественная экспертиза, общественное обсуждение, общественные слушания). Оценивается по формуле: **В=10n**, где n – количество сообщений по всем мероприятиям о деятельности Общественной палаты за квартал.

Полнота сайта рассчитывается: **P = A + Б + В.**

**5. Количество сообщений**, размещенных на сайте Общественной палаты Московской области (показатель F).

Количество сообщений, размещенных на сайте, рассчитывается как сумма всех новостных сообщений, поступивших и размещенных на сайте Общественной палаты Московской области за квартал.

**6**. **Медиаактивность Общественной палаты**.

Медиаактивность Общественной палаты (показатель M) определяется как сумма количества публикаций в печатных СМИ, количества выступлений на ТВ и радио, количества публикаций о деятельности Общественной палаты в социальных сетях (Facebook • Вконтакте • Instagram)

Обязательное условие при размещении новостей в социальных сетях: использование хэштега #ОП(муниципалитет). Например: #ОПИвантеевка, или #ОПРаменское.

**7**. **Показатель работы с обращениями граждан**.

Показатель работы с обращениями граждан (показатель L) представляет собой сумму количества всех поступивших обращений (O) и количества решенных проблем (V) («решено» или «разъяснено»), умноженного на коэффициент 5, за вычетом количества нерешенных проблем или неподготовленных ответов заявителям (D).

L = O + 5V – D.

**Итоговый рейтинг Общественной палаты рассчитывается по формуле**:

R = N + Q + U + S + P + M + F + L.

**III. Порядок расчета рейтинга**

1. Все показатели рейтинга представляются за прошедший квартал до 4 числа первого месяца следующего квартала.

2. Формирование Рейтинговой таблицы муниципальных общественных палат осуществляется для трех групп палат в зависимости от их численного состава: «малых» палат (численность 21 человек), «средних» (30 человек) и «больших» (45 человек). Первые три палаты в каждой группе выделяются зеленым цветом («лидеры»), последние три палаты – красным цветом («аутсайдеры»).

Муниципальные палаты, не представившие цифровые значения указанных показателей, размещаются в конце рейтинговой таблицы.

Общественная палата Московской оставляет за собой право проверки данных, представленных муниципальными общественными палатами для расчета рейтинга.

*Формализованная таблица сведений, представляемых муниципальными общественными палатами для расчета рейтинга, прилагается.*