

конференції та ін.), потрібно оприлюднити підсумкові протоколи та виступи або презентації, надані під час заходу, на веб-сторінці консультації.

Згідно з відповідними правилами захисту даних³⁸, у розпорядженні респондентів наступні опції:

- Публікація відповідей з персональною інформацією;
- Анонімне оприлюднення відповідей (без прізвища / назви організації);
- Без публікації, але з можливістю використання відповідей у статистичних та аналітичних цілях.

Надання інформації щодо основних питань в рамках матеріалів

Гарною практикою є підготовка та публікація на веб-сайті консультації короткого документу, у якому підсумовуються основні питання, що виникають під час кожної з окремих консультацій зі стейкхолдерами, передбачені стратегією консультації (наприклад, неофіційний звіт, протоколи засідання стейкхолдерів, перелік або таблиця матеріалів, що надаються). Особливо рекомендується це робити, коли консультаційні заходи тривають довший період часу, оскільки цей крок полегшить підготовку остаточного зведеного звіту, у якому мають бути узагальнені результати всіх проведених консультацій.

Підсумкові документи за консультаційними заходами сприяють підвищенню прозорості та надають основу для подальшого аналізу та отримання зворотного зв'язку від стейкхолдерів щодо того, яким чином консультація робить формування політики більш інформованим процесом.

Підсумувати отримані матеріали	
Забезпечте стислий та пропорційний огляд матеріалів, отриманих у ході конкретного консультаційного заходу	
Надайте фактичну інформацію щодо отриманих даних	<ul style="list-style-type: none"> • Хто надав матеріали? • Кого вони представляють? • Які аспекти розглядаються? • Якими є їхні погляди та проблемні питання? • Які канали комунікації використовувались для надання матеріалів?
Займіть нейтральну позицію	<ul style="list-style-type: none"> • Підтвердити дані як отримані: Уникайте їх оцінювання, займання позиції та надання відгуку
Зберіть вседино на відповідному рівні	<ul style="list-style-type: none"> • Інформаційні блоки
Надайте інформацію щодо процесу	<ul style="list-style-type: none"> • Надати інформацію стосовно того, що було зроблено до цих пір в рамках консультаційних заходів, і щодо наступних кроків

³⁸ Див. інструментарій Кращого Регулювання

Додайте застереження	<ul style="list-style-type: none">• Підкреслити, що отримані матеріали не можуть розглядатися як офіційна позиція Комісії та її служб, а тому не накладати зобов'язання на Комісію.
-----------------------------	---

6.2.4. Крок 8 – Проаналізувати основний зміст

Після того як буде завершена консультація, потрібно ретельно проаналізувати отримані дані.

Пам'ятайте, що, як правило, відповіді в рамках консультацій не надають статистично репрезентативну картину цільової групи: співвідношення може спричинити хибне уявлення про репрезентативність і, таким чином, може призвести до неправильних висновків. Якщо вам потрібні статистично репрезентативні дані, використовуйте відповідний метод консультації (наприклад, опитування).

Спосіб представлення результатів має бути об'єктивним та неупередженим.

Короткий описовий огляд наданих матеріалів має доповнюватися якісною оцінкою.

Короткий описовий огляд профілю респондентів

На основі простих описових даних, загальний огляд профілю респондентів може, наприклад, містити інформацію про:

- розподіл респондентів серед держав-членів та / або третіх країн;
- розподіл респондентів за категоріями стейкхолдерів;
- розподіл за будь-яким іншим аспектом (наприклад, групування по секторах), що може бути актуальним для конкретної консультації або в рамках якого можуть спостерігатися схожі тенденції у відповідях чи в окремих проблемних питаннях.

Аналіз на підставі предмету/змісту відповідей (якісний)

Вивчить зміст отриманих матеріалів:

- Чи відповідають отримані матеріали питанням/очікуванням?
 - Порівняйте дані з цілями консультації, як зазначено у стратегії консультації, і визначте відповіді, що не пов'язані з темою консультації.
 - Розрізняйте інформацію (дані/факти) та суб'єктивні думки і погляди, надані респондентами. Якщо це можливо, перевірте джерело та надійність даних/фактів.
- Чи існують погляди, які дуже відрізняються від точки зору більшості?
- Чи відповідають надавачі матеріалів переліку цільових груп стейкхолдерів? Якщо ні, чи потрібно провести додаткову консультацію?

Забезпечте якісну оцінку відповідей та респондентів:

- Ступінь залучення респондентів та їх інтерес до політики,
- яку користь вони мають або яким чином на них впливає політика
- чи відповідають вони від свого імені або представляють певні конкретні інтереси,

- в якій мірі та яким чином були зведені матеріали, що вони надають (наприклад, організаціям стейкхолдерів рекомендується описувати, яким чином вони організовували свої внутрішні консультації та складала зведену відповідь).

Презентація аналізу

(i) Аналіз на основі різних категорій стейкхолдерів

Цей підхід підходить для консультацій з багатьма різними групами стейкхолдерів, що мають різні та потенційно суперечливі погляди стосовно декількох питань:

- Виділіть основні категорії стейкхолдерів – короткий описовий огляд забезпечує необхідну для цього базу.
- Охарактеризуйте основні категорії стейкхолдерів, наприклад, чи можна визначити профілі зі схожими відповідями (географічно – країна-член групи 1 та країна-член групи 2; громадяни-студенти та громадяни-особи, які вийшли на пенсію; або промисловість-виробник, посередник, дистриб'ютор і т.д.)
- Класифікував стейкхолдерів за категоріями, визначте характер відповідей, наприклад:
- Чи підтримують вони / виступають проти / пропонують зміни до певного заходу політики?
- Чи надають вони нові ідеї? Чи пропонують альтернативний підхід?
- Чи надають вони додаткову інформацію / факти щодо впливу в рамках заходу політики?
- Чи може ця інформація/факти розглядатися як об'єктивна? Наскільки надійною є надана інформація / факти (визначить джерело та надійність)

Важливість цього аналізу має витікати з цілей консультації, що зазначені у стратегії консультації (Етап 1).

(ii) Аналіз на основі різних тем консультації

Цей підхід доцільно використовувати під час обговорення багатьох питань та консультації зі стейкхолдерами, що мають потенційно менш різні або суперечливі точки зору.

- Визначить основні проблеми, що випливають з відповідей в рамках консультації
- Розділіть думки основних категорій стейкхолдерів щодо кожної з цих проблем та визначить характер відповідей (наприклад, факти vs думки). Питання можуть бути структуровані, як зазначено у пункті (i).

6.3. Етап 3 – Надати інформацію для розробки політики та забезпечити зворотній зв'язок

Матеріали, отримані в ході різних консультацій, проведених в контексті стратегії консультації, використовуються у подальшій роботі над політичною ініціативою. Компетентні служби мають надати інформацію про підсумки загальної консультаційної роботи, отримані висновки та інші пов'язані з цим питання.

6.3.1. Крок 9 – Короткий огляд всіх результатів консультації

Стейкхолдери мають отримувати належний зворотній зв'язок. Для тих, хто бере участь у консультаціях зі стейкхолдерами, надзвичайно важливо знати, як і в якій мірі враховувались матеріали, що вони надали, і розуміти, чому певні пропозиції не можуть розглядатися при формулюванні політичного заходу. Забезпечення ефективного зворотного зв'язку сприятиме загальній прозорості процесу розробки політики з боку Комісії, посилить підзвітність та авторитет Комісії, а також вимагатиме кращого реагування у ході майбутніх консультацій.

Зведений звіт

По закінченню консультаційної роботи потрібно скласти загальний зведений звіт, що охоплює результати різних консультаційних заходів, які відбулися.

Зведений звіт має складатися з наступних елементів:

- Документація щодо кожного консультаційного заходу, що здійснювався в рамках тієї самої ж ініціативи, у тому числі, у відповідних випадках, роз'яснення щодо того, як і чому була змінена стратегія консультації, викладена у Дорожній карті/Початкової ОВ,
- Інформація стосовно груп стейкхолдерів, які приймали участь, чий інтереси вони представляли та чи були охоплені усі визначені групи стейкхолдерів,
- Опис результатів кожного консультаційного заходу, у випадку, якщо різні консультаційні заходи проводились в рамках однієї області консультації, порівняння їх результатів, у тому числі взаємозалежність, узгодженість або протиріччя,
- Що стосується спеціальних матеріалів, отриманих поза контекстом офіційної консультації, опис походження отриманих матеріалів, у тому числі визначення типу стейкхолдерів та інтересів, які вони представляють,
- Відгуки стосовно того, як були використані результати консультації у процесі розробки політики.

Зведений звіт не має перевищувати 10 сторінок та має бути доступним на всіх мовах, на яких надавалась інформація в рамках консультації на спеціальному веб-сайті.

Зведений звіт має супроводжувати ініціативу протягом Міжвідомчої Консультації до моменту прийняття ініціативи Комісією. Якщо консультація проводилась в рамках Оцінки Впливу або Оцінки доцільності, зведений звіт також міститься в додатку до звіту з ОВ або Оцінки доцільності.

Пояснювальний меморандум

Для законодавчих пропозицій пояснювальний меморандум має відображати, яким чином основні надавані матеріали були враховані у проекті політичної ініціативи, а також якщо не були, то обґрунтувати причини.

Укажіть причини для обраних варіантів:

- повідомите, чому були відхилені певні варіанти (особливо, якщо їх широко підтримали респонденти);
- виділіть зв'язок між даними респондентів/учасників, оцінкою впливу або будь-якими іншими факторами, що надають обґрунтування варіантів, запропонованих

Комісією.

7. КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ

Внутрішня оцінка якості процесу консультації

З метою вдосконалення майбутніх консультацій, рекомендується провести пропорційну внутрішню оцінку якості консультаційного процесу. Висновки слід надати службам, що залучені до діяльності міжвідомчої групи, або у випадку відсутності МГ, до служб, що мають відношення до ініціативи, у тому числі ГС.

Оцінка ефективності стратегії консультації

Опитування усіх сторін, залучених до консультації, що проводиться наприкінці процесу, може допомогти оцінити ступінь задоволеності процесом, а також кінцевими результатами та висновками з боку стейкхолдерів. Це також може допомогти визначити методичні рекомендації, отримані на основі минулого досвіду, та скористатися перевагами добре організованого процесу консультації. Стислий виклад результатів цього опитування потрібно опублікувати на веб-сторінці консультації, що створена в рамках ініціативи.

Оцінка стратегії консультації має допомогти відповісти на три питання:

- (1) Чи була дієвою стратегія консультації? (Наприклад, чи були охоплені цільові групи, чи виконані поставлені завдання, наскільки ефективними та дієвими були різні інструменти та наскільки актуальними були отримані відповіді та який вплив вони мають?)
- (2) Чи був дієвим процес? (Наприклад, що вийшло добре, а що ні, наскільки задоволеними були стейкхолдери, що приймали участь у консультації, які висновки були зроблені на майбутнє?)
- (3) Яким був вплив цього процесу? (Наприклад, на учасників, на результат, на осіб, що займаються розробкою політики?)