



**DỰ ÁN NÂNG CAO VAI TRÒ CỦA CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI
VÀ CÔNG NHÂN (ECOW)**
Dự án được Liên minh Châu Âu đồng tài trợ
Phối hợp thực hiện Dự án: IES, UNIOR, RCD và SDRC

TÀI LIỆU TẬP HUẤN
CHIẾN LƯỢC VẬN ĐỘNG VÀ ĐỐI THOẠI CHÍNH SÁCH
(Tài liệu lưu hành nội bộ)

Đơn vị soạn thảo
Viện Nghiên cứu và Tư vấn phát triển (RCD)

Hà Nội, 2018



MỤC LỤC

PHẦN I.....	4
CƠ SỞ KHOA HỌC CỦA CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN.....	4
1. Tổng quan chung.....	4
1.1. Chính sách.....	4
1.2. Chính sách kinh tế - xã hội (chính sách công).....	4
1.3. Hệ thống các chính sách kinh tế - xã hội.....	5
1.4. Các đặc trưng của chính sách.....	5
1.2. Cơ sở khoa học của chính sách phát triển.....	9
1.2.1. Mục đích phát triển xã hội.....	9
1.2.2. Xã hội, tổ chức xã hội và hành vi cá nhân.....	10
1.3. Sự vận động và biến đổi của xã hội và tác động của chính sách.....	12
1.3.1. Sự đồng thuận.....	12
1.3.2. Tương tác xã hội.....	12
1.3.3. Xung đột: sự kiểm soát, sức mạnh và kiểm chế của xã hội.....	13
1.3.4. Biến đổi xã hội: từ cộng đồng, thân tộc sang nguyên lý chức năng.....	13
2. Thực tiễn chính sách phát triển: hai định hướng.....	14
2.1. Bài toán kinh tế và bài toán xã hội: việc tìm kiếm một mẫu số chung.....	14
2.2. Các chỉ tiêu phát triển kinh tế và các chỉ tiêu phát triển xã hội.....	15
2.3. Sự cân bằng giữa công, tư và xã hội dân sự.....	16
2.4. Kinh tế thị trường và CNXH ở Việt nam.....	18
PHẦN 2.....	20
CÁC BƯỚC VẬN ĐỘNG CHÍNH SÁCH.....	20
1. Quy trình lập chính sách.....	20
1.1. Mục đích của lập chính sách.....	20
1.2. Nguyên tắc lập chính sách.....	20
1.3. Các bước lập chính sách.....	20
2. Những vấn đề chung về vận động chính sách.....	25
2.1. Khái niệm về vận động chính sách.....	25
2.2. Các cấp vận động.....	26
2.3. Các giai đoạn vận động chính sách.....	26
2.4. Đối tượng tác động.....	27
3. Các bước để vận động chính sách.....	30
3.1. Xác định và phân tích vấn đề để vận động.....	30
3.2. Xác định và phân tích đối tượng liên quan trong vận động.....	35
3.3. Thiết lập các mục tiêu vận động.....	37
3.4. Xây dựng và chuyển tải thông điệp chính của vận động.....	40
3.5. Xây dựng chiến lược vận động/ lựa chọn phương pháp và kỹ thuật vận động.....	45

3.6. Xây dựng kế hoạch và tiến hành vận động	54
3.7. Giám sát và đánh giá kế hoạch	59
TÀI LIỆU THAM KHẢO	62

PHẦN I

CƠ SỞ KHOA HỌC CỦA CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN

1. Tổng quan chung

1.1. Chính sách

Thuật ngữ chính sách được sử dụng rất phổ biến trong đời sống xã hội. Mọi chủ thể kinh tế - xã hội đều có những chính sách của mình như chính sách của cá nhân, chính sách của các doanh nghiệp, chính sách của Đảng, chính sách của một quốc gia, chính sách của một liên minh các nước hay các tổ chức....

Theo quan điểm phổ biến, chính sách là phương thức hành động được một chủ thể khẳng định và được thực hiện nhằm giải quyết những vấn đề lặp đi lặp lại. Chính sách theo nghĩa rộng thể hiện tập hợp các nội dung định hướng chính trị của cơ quan, tổ chức, cá nhân có thẩm quyền bao gồm mục tiêu, biện pháp và công cụ thực hiện mục tiêu.

Chính sách của nhà nước thể hiện các mục tiêu trên nhằm thực hiện nhiệm vụ quản lý xã hội.

Chính sách có thể được thể hiện:

- Dưới dạng pháp luật,
- Văn kiện chính trị,
- Chiến lược,
- Văn bản tổ chức thực hiện.

1.2. Chính sách kinh tế - xã hội (chính sách công)

Chính sách kinh tế - xã hội là tổng thể các quan điểm tư tưởng phát triển, những mục tiêu tổng quát và những phương thức cơ bản (các giải pháp và công cụ) mà Nhà nước sử dụng để tác động lên các chủ thể kinh tế - xã hội nhằm giải quyết vấn

đề chính sách, thực hiện những mục tiêu nhất định theo định hướng mục tiêu tổng thể của đất nước.

1.3. Hệ thống các chính sách kinh tế - xã hội

i. Theo lĩnh vực tác động: Chính sách kinh tế, chính sách xã hội, Chính sách văn hóa, chính sách đối ngoại, chính sách an ninh quốc phòng...

- Theo phạm vi ảnh hưởng của chính sách: Chính sách vĩ mô, chính sách trung mô, chính sách vi mô
- Theo thời gian phát huy hiệu lực: chính sách dài hạn, chính sách trung hạn, chính sách ngắn hạn
- Theo cấp độ chính sách: Chính sách quốc gia do quốc hội ra quyết định, chính sách của chính phủ, chính sách của địa phương do chính quyền địa phương ra quyết định.

ii. Theo phạm vi tác động của chính sách

Chính sách hẹp: tác động trực tiếp đến các lĩnh vực và đối tượng cần điều chỉnh

Chính sách rộng:

- Có thể tác động đến các lĩnh vực hay nhóm đối tượng rộng lớn hơn là lĩnh vực hay nhóm đối tượng cụ thể mà chính sách cụ thể đang nhằm tới,
- Có thể tác động đến các lĩnh vực hay nhóm đối tượng khác với lĩnh vực hay nhóm đối tượng cụ thể mà một chính sách cụ thể đang nhằm tới nhưng lại có tác động đến lĩnh vực hay nhóm cụ thể đó.

1.4. Các đặc trưng của chính sách

1.4.1. Vai trò của chính sách

- Chức năng định hướng
- Chức năng điều tiết

- Chức năng tạo tiền đề cho sự phát triển
- Chức năng khuyến khích sự phát triển.

1.4.2. Yêu cầu đối với các chính sách

- Tính khách quan
- Tính chính trị
- Tính đồng bộ và hệ thống
- Tính thực tiễn
- Tính hiệu quả kinh tế - xã hội.

1.4.3. Vòng đời của chính sách

Mỗi chính sách đều ra đời và phát huy tác dụng theo những quy luật nhất định với những giới hạn nhất định tạo nên vòng đời của chính sách.

- Giai đoạn 1 – Giai đoạn đưa chính sách vào thực hiện: Thông thường, lúc đầu chính sách ít được xã hội hưởng ứng và gặp nhiều trở ngại, níu kéo do tính mới lạ của nó, do nó chi phối, san sẻ lợi ích của nhiều đối tượng, do những người tổ chức thực thi chính sách chưa đủ hiểu biết, kinh nghiệm
- Giai đoạn 2 – Giai đoạn hiệu quả và hiệu lực: Tiếp theo, chính sách phát huy được vai trò của mình, thực hiện được những mục tiêu đặt ra với hiệu quả và hiệu lực cao
- Giai đoạn 3 – Giai đoạn hiệu lực giảm: Với những thay đổi không ngừng của các đối tượng và môi trường, Hiệu lực của chính sách giảm dần. Quá trình thích ứng với sự biến đổi đòi hỏi những điều chỉnh cả ở nội dung chính sách và công tác tổ chức thực thi
- Giai đoạn 4 – Giai đoạn lạc hậu: Đến một lúc nào đó những cố gắng điều chỉnh sẽ không mang lại kết quả mong muốn, chính sách gần như mất hết hiệu lực. Chính sách đã thực hiện xong sứ mệnh của mình và cần được thay thế bởi những chính sách mới thích hợp hơn với điều kiện mới

Xuất phát từ vòng đời của mỗi chính sách Nhà nước phải tìm ra được những hình thức, công cụ thực hiện chính sách cho phù hợp. Sau điểm ngưỡng giữa giai đoạn 2 và giai đoạn 3 của vòng đời chính sách, Nhà nước cần tính toán để chuẩn bị cho sự ra đời của chính sách mới thay thế cho chính sách cũ. Dĩ nhiên cũng có những chính sách có vòng đời dài, diễn biến phức tạp cần được đặc biệt lưu ý để xử lý cho thỏa đáng.

1.4.4. Quá trình chính sách

Chính sách luôn được xem như một quá trình với nhiều hoạt động liên tục theo thời gian, từ khi phát hiện vấn đề chính sách cho đến khi vấn đề được giải quyết thông qua những can thiệp vào hoạt động của các chủ thể

Có rất nhiều quá trình chính sách được đưa ra nhưng tựu chung lại thì chúng bao gồm:

- Lập chính sách
 - o Phân tích và nêu sáng kiến về các vấn đề chính sách
 - o Cơ quan có thẩm quyền chấp nhận việc xây dựng chính sách để giải quyết vấn đề, ra quyết định về xây dựng chính sách và trao cho những người, cơ quan xây dựng dự thảo chính sách.
 - o Những nhà phân tích chính sách tiến hành phân tích vấn đề, phân tích mục tiêu, phân tích giải pháp để lựa chọn phương án chính sách tối ưu
 - o Xây dựng đề án chính sách để đệ trình lên người/cơ quan có thẩm quyền quyết định về chính sách
 - o Xem xét đánh giá dự thảo chính sách
 - o Thông qua chính sách
- Thể chế hóa chính sách
 - o Thể chế hóa chính sách bằng văn bản quy phạm pháp luật
 - o Công bố chính sách (trên phương tiện thông tin đại chúng)
- Tổ chức các hình thức cơ cấu
 - o Tổ chức bộ máy thực thi chính sách

- Đào tạo bồi dưỡng cán bộ chịu trách nhiệm thực thi chính sách
- Tập huấn cho cán bộ và những đối tượng cơ bản của chính sách
- Tổ chức các nguồn lực và thời gian thực thi chính sách (xây dựng các chương trình hành động để đưa chính sách vào thực tế)
- Ban hành các văn bản pháp quy để cụ thể hóa chính sách từ TW đến địa phương
- Chỉ đạo thực hiện
 - Huy động sự vận hành của hệ thống thông tin đại chúng
 - Xây dựng, thẩm định và phê chuẩn các dự án
 - Vận hành các quỹ
 - Phối hợp các ngành, địa phương, các tổ chức
 - Phát triển hệ thống sự nghiệp và dịch vụ
- Kiểm tra, điều chỉnh
- Tổ chức kiểm tra thường xuyên và định kỳ thông qua hệ thống kiểm tra Nhà nước
- Thiết lập hệ thống thông tin báo cáo từ dưới lên trên
- Tổ chức nghiên cứu điều tra xã hội học
- Phân tích đánh giá tác động của chính sách
- Điều chỉnh những bất hợp lý của chính sách
- Tổng kết chính sách và đề ra những kiến nghị hoàn thiện chính sách

Mỗi hoạt động nói trên có thể coi như một công việc để tạo ra các sản phẩm của mình. Sản phẩm này thường tham gia vào hoạt động tiếp sau. Tuy nhiên, các hoạt động nói trên không nhất thiết phải được tiến hành theo một trật tự tuyến tính. Một số hoạt động có thể được tiến hành song song và có những hoạt động không xuất hiện trong quá trình chính sách.

1.4.5. Cách xây dựng chính sách

a. Ở Việt Nam

- Tập hợp ý kiến của các ngành, các cấp xây dựng nên văn kiện Đại hội Đảng,

- Văn kiện được thông qua và các nghị quyết được đưa ra,
- Chính phủ triển khai xây dựng luật và kế hoạch và Quốc hội duyệt,
- Chính phủ tổ chức thực hiện

b. Trên thế giới

- Các nhà khoa học nghiên cứu, đưa ra những vấn đề mới cần giải quyết
- Các đảng đề ra chính sách và ra tranh cử với đường lối là một tập hợp các chính sách,
- Chính sách của Đảng cầm quyền được luật hoá và Chính phủ triển khai thực hiện,
- Những chính sách đặc biệt được đưa ra trung cầu ý kiến,

1.2. Cơ sở khoa học của chính sách phát triển

Xã hội, hiểu một cách tổng quát, bao gồm nhiều cấu thành và mỗi cấu thành có thể có cách tổ chức riêng và chức năng riêng. Vậy một chính sách tác động đến xã hội sẽ là tác động đến đâu và nhằm mục đích gì khi tác động vào điểm đó.

1.2.1. Mục đích phát triển xã hội

Phát triển là một quá trình hoạt động nhằm thay đổi hiện trạng của một tổ chức hay xã hội. Phát triển xã hội về cơ bản nhằm vào năm mục đích sau:

- Gia tăng sản xuất, nâng cao thu nhập quốc dân,
- Tạo công ăn việc làm,
- Phân phối đồng đều hơn thu nhập,
- Giảm đói nghèo,
- Bảo vệ môi trường.

Những mục đích này là đích nhắm tới của xã hội nhưng chúng không phải lúc nào cũng song hành với nhau, cũng như trong cùng từng mục tiêu không phải lúc nào tác động của chúng cũng mang lại sự đồng thuận trong xã hội. Các cá nhân trong xã

hội có thể chia xẻ hoặc không chia xẻ một mục tiêu này hay mục tiêu khác, do vậy, chính sách sẽ nhằm tác động vào các cá nhân trong xã hội nhưng để đạt được sự thống nhất chung cho toàn thể xã hội là điều khó xảy ra. Việc các nhóm lợi ích khác nhau có lợi ích như thế nào trong việc triển khai một chính sách là cái tính toán lớn nhất khi vạch ra mục tiêu cụ thể của chính sách phát triển.

Do vậy, các mục đích phát triển xã hội, từng phần hay hợp phần của nhiều mục đích, chính là cái sẽ được chuyển hoá thành những mục tiêu mà các chính sách cụ thể của một xã hội theo đuổi.

1.2.2. Xã hội, tổ chức xã hội và hành vi cá nhân

1.2.2.1. Tổ chức xã hội

Bất bình đẳng về quyền lực và những ưu đãi (thuận lợi) là những đặc trưng chung, nếu không phải là phổ biến, của các xã hội con người, mặc dù mức độ có rất khác nhau. Xã hội có bất bình đẳng khi một số nhóm xã hội kiểm soát và khai thác những nhóm xã hội khác. Nhìn chung, các xã hội hiện đại đều là các xã hội có phân ra thành các tầng lớp khác nhau.

Tầng lớp là một nhóm xã hội với những ưu thế và những bất lợi bền vững qua các thế hệ trong tương quan với các nhóm xã hội khác trong một xã hội cụ thể. Có ba loại ưu đãi (thuận lợi) cơ bản mà những nhóm xã hội có đặc quyền được hưởng:

- Những cơ hội đời sống: là tất cả những thuận lợi vật chất có thể cải thiện chất lượng cuộc sống bao gồm không chỉ những thuận lợi vật chất của tài sản và thu nhập mà cả những lợi ích như chăm sóc sức khỏe hay an ninh công việc.
- Địa vị xã hội là uy tín hay vị trí cao trong con mắt của những thành viên khác của xã hội.
- Ảnh hưởng chính trị là khả năng của một nhóm xã hội thống trị những nhóm khác hay có ảnh hưởng mạnh mẽ trong việc đề ra quyết định, hay thu được lợi từ các quyết định

Sự phân chia ra các tầng lớp có thể diễn ra dưới tác động của các nguyên nhân kinh tế, các nguyên nhân chính trị hay các nguyên nhân về tôn giáo hoặc có thể đơn giản là do tuổi tác hay nguồn gốc xuất thân của gia đình. Trong các xã hội hiện đại, các nguyên nhân kinh tế đóng vai trò chủ đạo trong việc phân tầng và nó cũng gồm hai loại: các nguyên nhân kinh tế liên quan tới quyền sở hữu cá nhân đối với một khối lượng tài sản vật chất nào đó và các nguyên nhân kinh tế liên quan đến sự vận hành của thị trường.

Có những xã hội trong đó sự phân chia thành các tầng lớp rất ngặt nghèo và các cá nhân gần như không có cơ hội để dịch chuyển sang các tầng lớp khác. Trong các xã hội hiện đại, quyền di chuyển từ tầng lớp này sang tầng lớp khác trên căn bản năng lực cá nhân là một trong những quyền con người cơ bản nhất. Sự di động xã hội được phản ánh trong các chính sách thông qua việc định hướng tạo cho các cá nhân các điều kiện cần thiết để có thể chiếm giữ một vị trí nào đó trong xã hội nhưng việc chiếm giữ cụ thể tùy thuộc vào năng lực và điều kiện thực tế của từng cá nhân.

Có một quan sát được ghi nhận là trong một xã hội, khoảng cách giữa tầng lớp cao nhất và tầng lớp thấp nhất là một số không đổi được quy định bởi đặc điểm văn hoá của xã hội đó. Sự nâng cao tầng lớp thấp, do vậy, có thể thực hiện bằng các chính sách tác động vào tầng lớp đó hoặc nâng các tầng lớp cao để từ đó có những thay đổi cho các tầng lớp thấp.

1.2.2.2. Hành vi cá nhân

Các cá nhân thuộc tầng lớp nào thường có khuôn mẫu ứng xử phù hợp với địa vị và vai trò của mình trong tầng lớp đó. Các cá nhân tại một giai tầng nào đó thường có xu hướng tiếp nhận thêm các khuôn mẫu ứng xử của các giai tầng kế cận, thường là từ phía các tầng lớp cao hơn. Tuy nhiên có những khuôn mẫu ứng xử chung cho mọi tầng lớp xã hội tạo nên đặc trưng văn hoá cho xã hội đó.

Các ý tưởng, khuôn mẫu ứng xử mới thâm nhập vào xã hội thường có xu hướng đi từ tầng lớp cao xuống các tầng lớp thấp hơn, từ khu vực có trình độ phát triển cao sang các khu vực có trình độ phát triển thấp hơn.

Một chính sách khi được triển khai trong một xã hội có thể có tác động trực tiếp vào các cá nhân đang là mục tiêu của chính sách. Nó cũng có thể có tác động đến các tầng lớp khác và từ đó tạo ra những ảnh hưởng cần thiết đến tầng lớp đang là mục tiêu của chính sách.

1.3. Sự vận động và biến đổi của xã hội và tác động của chính sách

1.3.1. Sự đồng thuận

Xã hội có thể được nhìn như một tổng thể với một tập hợp các ý thức và niềm tin được cấu trúc chặt chẽ tạo nên một cái khung quy định hành vi của con người. Ở đó khuôn mẫu ứng xử được các thế hệ sau học hỏi từ các thế hệ trước và có chế tài trừng phạt những cá nhân không tuân thủ chúng. Do vậy tạo nên một sự đồng thuận trong xã hội.

Một chính sách tạo ra được một sự đồng thuận xã hội trong việc chấp nhận và thực hiện nó là một chính sách có cơ thành công cao vì nó đáp ứng được những niềm tin của xã hội đối với vấn đề được nó giải quyết. Tuy nhiên, điều này không đi kèm với sự bảo đảm chắc chắn là chính sách đưa đến sự phát triển của xã hội vì không phải mọi tầng lớp đều ý thức được sự phát triển nào là cần thiết cho giai tầng của mình cũng như cho toàn thể xã hội.

1.3.2. Tương tác xã hội

Tuy nhiên, một cái xã hội ổn định là một xã hội không có thực, nhất là trong thời buổi hiện nay, khi truyền thông đại chúng và internet đang hàng ngày hàng giờ cung cấp cho người dân những ý tưởng và giá trị mới. Sự thay đổi của các ý thức, niềm tin diễn ra trong quá trình tương tác với nhau của các cá nhân trong xã hội cũng như giữa các xã hội với nhau. Và điều này, đến lượt mình, dẫn đến các thay đổi trong khuôn mẫu ứng xử của họ.

Các chính sách nhằm vào các mục tiêu đưa những giá trị và hành vi mới vào dựa trên sự tiếp nhận dần dần của người dân đòi hỏi phải có thời gian và những thay đổi

không quá đột ngột và sâu sắc. Nhưng cùng với thời gian tổng hợp những chính sách đó có thể tạo sự biến đổi xã hội rất lớn lao và cái giá phải trả có thể không cao. Nhưng nguy cơ trong sự tương tác cái cũ thắng thế cũng không nhỏ.

1.3.3 Xung đột: sự kiểm soát, sức mạnh và kiểm chế của xã hội

Một thực tế xã hội khác là hệ giá trị chi phối luôn có sức mạnh để kiểm toả những hành vi của các cá nhân nên trong lòng xã hội luôn luôn tồn tại các mâu thuẫn và xung đột giữa các tầng lớp xã hội và trong nhiều trường hợp, đặc biệt là ở các nước phương Đông, xung đột là động lực cho sự phát triển xã hội. Khi đó, các hệ giá trị chính thống của các tầng lớp cao và các quyền lợi đặc quyền đi kèm với nó bị thách thức bởi các hệ giá trị khác để hình thành nên các hệ giá trị mới với những giai tầng mới phù hợp hơn với sự biến đổi xã hội.

Một chính sách đưa đến những sự xung đột để mở đường cho các thay đổi xã hội là những chính sách khó được triển khai và nhiều khi phải trả giá đắt. Tuy nhiên, những chính sách này khi thành công có thể đưa đến những sự biến đổi xã hội rất sâu sắc.

1.3.4. Biến đổi xã hội: từ cộng đồng, thân tộc sang nguyên lý chức năng

Xã hội truyền thống được đặc trưng bằng một nền sản xuất dựa trên cơ sở các hoạt động nông nghiệp, quan hệ trong xã hội dựa vào cộng đồng, thân tộc và hành vi cá nhân tuân thủ nghiêm ngặt các khuôn mẫu ứng xử đã được quy định từ trước. Chính sách được đưa ra bởi một nhóm tinh hoa với một thủ lĩnh cụ thể và sự thành công của chính sách phụ thuộc chủ yếu vào các năng lực của cá nhân người thủ lĩnh chấp nhận và triển khai chính sách đó.

Xã hội hiện đại được đặc trưng bằng nền sản xuất dựa trên cơ sở các hoạt động dịch vụ và công nghiệp, quan hệ trong xã hội dựa trên căn bản chức năng và hành vi cá nhân trông chờ nhiều ở sự lựa chọn các nhân trên căn bản pháp luật. Chính sách được hình thành nên một cách dân chủ trên căn bản nguyện vọng của nhân dân

được tập hợp lại theo một quy trình khoa học và vai trò của người thủ lĩnh ở đây tuy vẫn rất quan trọng nhưng có giới hạn.

Sự thành công của các công cuộc chuyển đổi từ truyền thống sang hiện đại, tuy vậy, từ xưa đến nay vẫn trông chờ nhiều ở sự tồn tại và hoạt động của ba nhóm xã hội rất đặc thù: nhóm tinh hoa, nhóm đại học giả và nhóm đại thương gia. Việc có các chính sách với định hướng phát triển mới hay không và chúng hoạt động như thế nào tùy thuộc nhiều vào xã hội đó có một hay cả ba nhóm trên hoạt động được hay không.

2. Thực tiễn chính sách phát triển: hai định hướng

Một chính sách phát triển thông thường bao gồm trong nó hai định hướng: phát triển kinh tế và phát triển xã hội. Hai định hướng đó không phải lúc nào cũng cân bằng với nhau mà thường nó có thể nghiêng về bên này hay về bên kia hoặc thậm chí trái ngược hẳn nhau dù rằng các quốc gia nào cũng đều mong muốn nó cân đối với nhau.

Quy tắc quả lắc luôn hoạt động trong việc triển khai các chính sách: chính sách thường sẽ đi quá về một cực để rồi sau đó quay về với cực đối diện. Cần phải có một thời gian để chính sách quay về trạng thái trung dung nhưng khi đó các điều kiện mới lại xuất hiện và các cực mới lại hình thành.

2.1. Bài toán kinh tế và bài toán xã hội: việc tìm kiếm một mẫu số chung

Những thành công về tăng trưởng kinh tế là điều kiện tất yếu cho tiến bộ xã hội. Không thể có một xã hội tốt đẹp dựa trên cơ sở một nền kinh tế ốm yếu và dân chúng sống trong đói nghèo. Nhưng tiến bộ xã hội không đương nhiên sinh ra từ tăng trưởng kinh tế mà trong nhiều trường hợp có thể còn ngược lại: tăng trưởng kinh tế đưa đến một sự thụt lùi trong tiến bộ xã hội và cao nhất là sự mất ổn định xã hội, điều đưa đến nguy cơ xoá bỏ những thành công kinh tế..

Một sự tiến bộ xã hội thông thường là những tiền đề cho sự tăng trưởng kinh tế. Không thể có sự tăng trưởng kinh tế với một nền tảng xã hội cổ lỗ với đa số dân chúng đót nát về trí tuệ và ốm yếu về thể chất. Nhưng một sự nôn nóng trong phát triển xã hội có thể tiêu tốn những nguồn dự trữ quốc gia cần thiết cho sự đầu tư phát triển kinh tế và khi đó, thiếu những nền tảng kinh tế cần thiết, sự đổ vỡ của các mục tiêu xã hội là chuyện thường xảy ra.

Về nguyên tắc, không tồn tại những chính sách kinh tế tự nó mà các chính sách kinh tế bao giờ cũng nhằm tới các mục tiêu xã hội hoặc tạo ra những hiệu quả xã hội, trông đợi hoặc không trông đợi. Trong khi đó, có các chính sách xã hội có khi chỉ nhằm trọn vẹn vào vấn đề xã hội mà thôi. Tuy nhiên, vấn đề lập chính sách bao giờ cũng cần được cân nhắc trên tổng thể cả tác động kinh tế lẫn tác động xã hội. Và do ít có chính sách nào thoả mãn được cả hai yếu tố này một cách trọn vẹn nên sự cân nhắc liều lượng hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội để tìm ra một mẫu số chung luôn là đòi hỏi bắt buộc đối với việc phân tích chính sách..

Có hai định hướng phát triển ở đây: (1) Tăng trưởng kinh tế trước, tiến bộ xã hội sau và, (2). Tiến bộ xã hội trước, tăng trưởng kinh tế sau là hai định hướng mà các chính sách được đưa ra với các liều lượng khác nhau tổ hợp hai định hướng trên.

2.2. Các chỉ tiêu phát triển kinh tế và các chỉ tiêu phát triển xã hội

Sẽ là rất tốt nếu các chính sách phát triển đưa ra được các định hướng và cũng đưa ra được các chỉ tiêu phát triển hoặc các cơ sở để từ đó đề ra các chỉ tiêu phát triển mà chính sách mong muốn đạt được.

Chỉ tiêu kinh tế tổng hợp nhất là chỉ tiêu GDP phản ánh đầy đủ các khía cạnh khác nhau của hoạt động kinh tế một quốc gia hay địa phương. Ngoài ra hiện bắt đầu xuất hiện và đưa vào sử dụng một loạt các chỉ tiêu mới như chỉ số năng lực cạnh tranh quốc gia hay chỉ số năng lực cạnh tranh địa phương hoặc nhiều chỉ số khác.

Trong khi đó, không có chỉ tiêu xã hội nào phản ánh đầy đủ các khía cạnh của sự phát triển xã hội mà mỗi chỉ tiêu xã hội phản ánh một khía cạnh nào đó của sự tiến

bộ xã hội và sự hiện diện của nó không nhất thiết có sự hiện diện của các chỉ số khác ở mức độ tương đương và thậm chí có thể là không có.

Chỉ tiêu xã hội tổng hợp nhất có: IMR: tỷ suất chết trẻ sơ sinh, E00: tuổi thọ trung bình

Cùng nhiều chỉ tiêu cụ thể khác như hệ số GINI phản ánh mức độ bất bình đẳng xã hội về thu nhập. Tỷ số trẻ em ở độ tuổi x trở lên đến trường, tỷ lệ người mù chữ vv...

Do vậy, chính sách xã hội khó được thể hiện một cách đầy đủ bởi các chỉ tiêu tổng hợp nên khó có sự đánh giá được hoàn toàn khách quan.

2.3. Sự cân bằng giữa công, tư và xã hội dân sự

Để đảm bảo cho sự phát triển ổn định của xã hội hiện đại và chính sách đưa ra có thể được triển khai trong trật tự, các xã hội hiện đại được tổ chức trên căn bản ba giải pháp và ba thành tố.

Trước hết, đó là giải pháp điều chỉnh xã hội bằng chính trị dựa trên sự phân chia quyền lực giữa các ngành lập pháp, hành pháp và tư pháp. Nhờ đó, về lý thuyết các sự lạm dụng quyền lực có thể được hạn chế và các quyền của công dân được tôn trọng.

Thứ hai, đó là điều chỉnh xã hội bằng thị trường với hy vọng rằng bàn tay vô hình của thị trường sẽ điều tiết được một cách phù hợp phân bổ các dòng của cải. Con người sử dụng hợp lý hơn các nguồn lực và tạo ra được nhiều của cải hơn.

Cuối cùng, đó là giải pháp xã hội chủ nghĩa điều chỉnh xã hội dựa trên sở hữu tập thể và quyền lợi của các cộng đồng. Với nó, không những chỉ có lợi ích của các cá nhân mà còn là lợi ích của các cộng đồng, trên cá nhân nhưng dưới nhà nước, được tôn trọng và tính đến đầy đủ.

Từ các định hướng các giải pháp trên các xã hội hiện đại được tổ chức trên căn bản cố gắng kết hợp hài hòa, với mức độ khác nhau tùy theo khung cảnh văn hóa lịch sử cụ thể của từng quốc gia, giữa ba thành tố:

- i. Các hoạt động của các cơ quan công quyền dựa vào pháp luật,
- ii. Các hoạt động của các doanh nghiệp tư nhân dựa vào sự cạnh tranh kinh tế,
- iii. Các hoạt động của xã hội công dân dựa vào cộng đồng.

Với cách tiếp cận thứ ba hình thành nên khái niệm xã hội công dân và các tổ chức NGO hiện đại. Hiện chưa có một định nghĩa nào về xã hội công dân (the civil society) được chính thức thừa nhận nhưng có thể coi đây là các hoạt động ở cấp độ trên cá nhân và dưới nhà nước. Ở đây, quyền và vai trò của các tập thể, cộng đồng được đề cao. Với sự xuất hiện của các hoạt động này đã hình thành nên một bộ ba cân đối giữa công quyền, tư quyền và quyền của các cộng đồng, các tập thể. Điều này cho phép mang lại sự điều chỉnh và cân bằng các lợi ích của xã hội trong quá trình phát triển nhanh chóng dưới tác động của tiến bộ khoa học kỹ thuật, cái mà nhiều khi có thể đưa đến những trục trặc không mong muốn nhất định.

Nếu như trong các xã hội truyền thống, trước thời đại công nghiệp, nhiều hoạt động của xã hội công dân đã từng tồn tại, nhưng chỉ đến nay loài người mới ngày càng nhận thức được đầy đủ vai trò của nó. Và các tổ chức NGO hiện đại với các mục tiêu hoạt động rõ ràng, cách tổ chức *chính quy* chặt chẽ, diện và tầm hoạt động lớn vượt ra ngoài khuôn khổ các cộng đồng nhỏ bé trước kia, là một nhân tố quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của xã hội công dân cũng như đem lại nét nhân văn cho các xã hội hôm nay, vốn được cho là có sự hiện diện của quá nhiều kỹ thuật.

Các chính sách, do vậy, khi đưa ra phải có sự tính đến tác động của chúng đến cả ba thành tố này của xã hội. Sự phát triển ổn định của xã hội tùy thuộc nhiều vào sự cân bằng giữa ba thành tố này.

2.4. Kinh tế thị trường và CNXH ở Việt nam

Sự chuyển đổi từ nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN đã đưa đến nhiều thay đổi trong các hoạt động lập chính sách ở Việt nam..

Trước Đổi mới, các chính sách của Việt nam đưa ra trên căn bản định hướng giải quyết một lần xong xuôi các vấn đề xã hội bằng cách xoá bỏ hoàn toàn sự khác biệt giữa các giai cấp với việc loại bỏ yếu tố tư hữu ra khỏi đời sống xã hội. Các chính sách kinh tế đưa ra thường không tính tới các yếu tố xã hội do các yếu tố xã hội đã được mặc định là đã hoặc sẽ được giải quyết thoả đáng. Đã có hai vấn đề nảy sinh ở đây.

Trước hết, định hướng XHCN đặt vấn đề giải quyết tiến bộ xã hội trước nên các mục tiêu xã hội rất cao: toàn dân đi học cấp II, toàn dân được chữa bệnh miễn phí, điện đường trường trạm.... Nền kinh tế lạc hậu và bị ảnh hưởng trầm trọng bởi chiến tranh đã không kham nổi các mục tiêu đó. Kết cục là các mục tiêu xã hội cuối cùng không đạt được và trình độ phát triển sút kém so với nhiều nước cùng cấp độ trong khu vực.

Tiếp đó, sự không cân đối giữa các mục tiêu kinh tế với các mục tiêu xã hội đã khiến các chính sách kinh tế được vận hành không theo các quy luật kinh tế, điều khiến cho các mục tiêu phát triển kinh tế cũng không đạt được.

Do vậy, xã hội đã lâm vào khủng hoảng trầm trọng kéo dài

Đổi mới đã đặt lại các ưu tiên chính sách nhằm vào phát triển kinh tế và các mục tiêu phát triển xã hội lùi xuống hàng dưới. Kinh tế phát triển rất nhanh tạo điều kiện thay đổi mạnh mẽ diện mạo của Việt nam. Tuy nhiên, sự nghiêng về kinh tế này cũng đang đặt ra một số vấn đề.

Trước hết, bản thân kinh tế cũng khó phát triển nhanh được nữa khi cơ sở nguồn nhân lực không được đầu tư thích đáng và sự bất bình đẳng xã hội gia tăng dẫn đến căng thẳng xã hội xuất hiện, nhất là vấn nạn tham nhũng.

Thứ hai, nảy sinh hàng loạt vấn đề xã hội cần giải quyết như vấn đề môi trường, tệ nạn xã hội, vấn đề thanh thiếu niên. đô thị hoá...đang đe dọa trực tiếp tới sự ổn định và phát triển tiếp tục của xã hội Việt nam.

Như vậy, sau hơn 30 năm đổi mới, câu chuyện chính sách ở Việt nam lúc này đang ở vào thời điểm cần có sự lựa chọn mới cho phù hợp với bước đi tiếp theo trên con đường hiện đại hoá. Mọi khung chính sách đã hình thành và ổn định trong thời kỳ vừa qua nay cần được phân tích và nhìn nhận lại trên những tiêu chí mới hiện đại hơn và cũng có tính dân tộc hơn.

PHẦN 2

CÁC BƯỚC VẬN ĐỘNG CHÍNH SÁCH

1. Quy trình lập chính sách

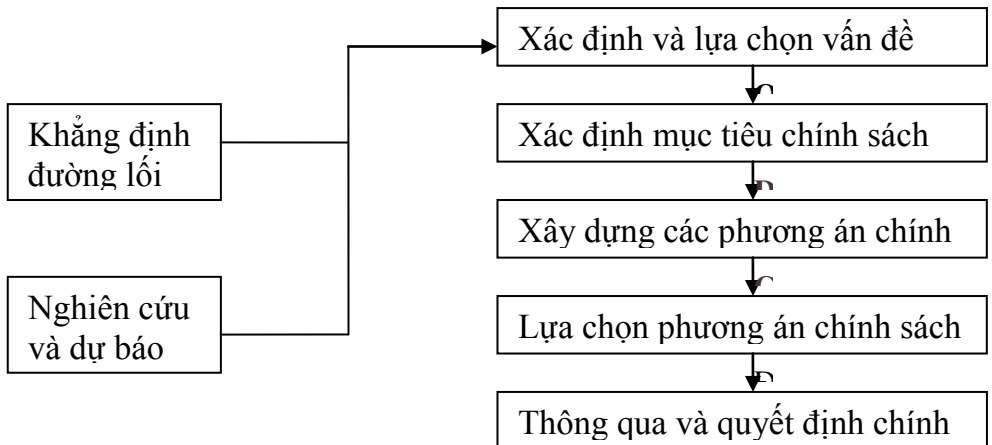
1.1. Mục đích của lập chính sách

- Đáp ứng đòi hỏi của sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước
- Xác định cơ hội và những vấn đề cần giải quyết
- Hiện thực hóa triển vọng, khắc phục và hạn chế nguy cơ.

1.2. Nguyên tắc lập chính sách

- Đường lối chính trị quyết định nội dung của chính sách kinh tế - xã hội, quyết định việc lựa chọn giữa các phương án chính sách đưa ra.
- Chính sách kinh tế - xã hội phải phù hợp với những quy định pháp lệnh hiện hành
- Các chính sách đề ra phải dựa trên cơ sở hoàn cảnh kinh tế cụ thể, các mục tiêu, giải pháp của chính sách không thể vượt quá xa những điều kiện kinh tế hiện có của đất nước.
- Việc đề ra chính sách cần xuất phát từ những điều kiện xã hội và những bối cảnh lịch sử cụ thể của đất nước và thế giới
- Chính sách phải tận dụng được những thành tựu của khoa học, công nghệ và chú ý đến những vấn đề môi trường

1.3. Các bước lập chính sách



1.3.1. Xác định và lựa chọn vấn đề

Vấn đề chính sách được hiểu là một mâu thuẫn xuất hiện trong đời sống kinh tế - xã hội hoặc một nhu cầu thay đổi hoặc duy trì hiện trạng, đòi hỏi Nhà nước ban hành một chính sách nào đó để giải quyết theo những mục tiêu mong muốn

Nguồn gốc của các vấn đề chính sách

- Những mâu thuẫn nảy sinh trong khi vận hành nền kinh tế
- Những vấn đề về lợi ích của các giai cấp hoặc nhóm người
- Những vấn đề xuất hiện trong quá trình xây dựng và thực hiện chiến lược phát triển hay một kế hoạch dài hạn của quốc gia nói chung hoặc trong một lĩnh vực cụ thể nào đó
- Những vấn đề nảy sinh trong xã hội như thiên tai, dịch bệnh, chiến tranh... đòi hỏi Nhà nước phải kịp thời xử lý, khắc phục để giúp nhân dân nhanh chóng ổn định cuộc sống và nền kinh tế - xã hội không bị biến động mạnh theo hướng tích cực.

Căn cứ để lựa chọn vấn đề

- Vấn đề trở thành mâu thuẫn ngày càng gay gắt hoặc trở thành vật cản đối với sự phát triển của đất nước
- Vấn đề đó là mối quan tâm, lo lắng của nhiều người, ảnh hưởng tiêu cực đến nhiều mặt của đời sống kinh tế - xã hội.
- Vấn đề có nhiều khả năng trở thành nguy cơ trong tương lai

Ghi nhớ:

- Vấn đề không tự xuất hiện trong đầu các nhà lập chính sách mà nó nảy sinh như là một nhu cầu trong đời sống kinh tế xã hội. Từ nhu cầu đến chỗ xác định vấn đề của chính sách là một quá trình tìm kiếm, phân tích, lựa chọn. Tuy vấn đề đã xuất hiện và tồn tại, nhưng nếu những người làm ra chính sách không nhận thức được tình hình thực tế và không xác định được vấn đề thì vấn đề đó chưa có khả năng được đưa ra thành chính sách.

Phân tích tiền chính sách

- Khẳng định đường lối
- Nghiên cứu và dự báo

1.3.2. Xác định mục tiêu của chính sách

- Mục tiêu của một chính sách là cái đích mà chính sách đó phải đạt tới. Mục tiêu phải được đề ra dựa trên sự xác định vấn đề đặt ra và phán đoán việc giải quyết vấn đề đó, trong đó có tính đến nguồn lực và khả năng thực hiện mục tiêu.

Yêu cầu đối với mục tiêu của chính sách

- Phải xác đáng, có trọng tâm, trọng điểm và thứ tự ưu tiên
- Có tính khả thi: Nghĩa là phải có khả năng thực hiện được trong tương lai

Nguyên tắc xác định mục tiêu của chính sách

- Mục tiêu của mỗi chính sách đều phải hướng vào mục tiêu tổng thể của đất nước, hình thành nên một hệ thống mục tiêu hỗ trợ lẫn nhau.
- Nguyên tắc về tính cấp thiết của mục tiêu: Bản chất của nguyên tắc này là lựa chọn mục tiêu ưu tiên cho từng giai đoạn phát triển của nền kinh tế - xã hội.
- Nguyên tắc về tính hiện thực của mục tiêu: Nguyên tắc này đòi hỏi khi xây dựng mục tiêu phải dựa trên cơ sở phát triển các nguồn lực và điều kiện hiện tại.
- Nguyên tắc cân nhắc lợi, hại: Nguyên tắc này đòi hỏi thực hiện chính sách nào mà cái lợi nhiều hơn cái hại về mặt xã hội.

1.3.3. Xây dựng các phương án chính sách

Hai yếu tố cơ bản cấu thành phương án chính sách

- Các giải pháp của chính sách: giúp ta trả lời được câu hỏi làm gì để thực hiện mục tiêu?
- Các công cụ để thực hiện chính sách: giúp ta trả lời được câu hỏi thực hiện mục tiêu bằng gì?

Cơ sở xây dựng phương án chính sách

- Mục tiêu của chính sách.
- Khả năng về nguồn lực mà chúng ta có

- Các mô hình lý thuyết
- Nghiên cứu kinh nghiệm trong nước và nước ngoài về hoạch định chính sách tương tự
- Những ý kiến, kiến nghị được đưa ra từ người khác

Nguyên tắc xác định giải pháp, công cụ

- Phải bám sát mục tiêu của chính sách và phải phù hợp với định hướng chính trị của xã hội.
- Phải hợp lý và hiện thực
- Phải mang tính hệ thống

Phương pháp xác định giải pháp, công cụ

- Phương pháp tổng quát để xác định các giải pháp phục vụ cho mục tiêu nào đó của một chính sách là phương pháp phân tích hệ thống

Trình tự phương pháp

- Trước hết căn cứ vào mục tiêu của chính sách nào đó người ta đề xuất một loạt các giải pháp có liên quan đến việc thực hiện mục tiêu đó. Mỗi giải pháp cần đến một loạt công cụ. Bước này càng có nhiều giải pháp càng tốt
- Sau đó, từ bảng liệt kê các giải pháp đã có sử dụng các chuyên gia để phân tích tầm quan trọng bằng phương pháp cho điểm hoặc hệ số, phân tích khả năng thực thi của các giải pháp. Từ đó cân nhắc xếp thứ tự ưu tiên của các giải pháp và soạn thảo thành các phương án chính sách.

4 câu hỏi thường sử dụng để phân tích và đánh giá tính khả thi và tối ưu của giải pháp

- Một là, giải pháp đó có giải quyết được vấn đề hoặc làm thay đổi một cách cơ bản vấn đề của chính sách không, tức là có đạt được mục tiêu của chính sách đó hay không

- Hai là, giải pháp đó có mang lại hiệu quả như mong muốn hay không? Trong quá trình thực hiện điều gì sẽ nảy sinh?
- Ba là, giải pháp đó có phù hợp với điều kiện hiện tại không?
- Bốn là, liệu giải pháp đó có tạo ra được hiệu quả khác đáng mong muốn hay không? Hay là tạo ra hiệu quả tốt hay không? Có thể đưa ra một giải pháp lại tạo nên một giải pháp khác hay không?

1.3.4. Lựa chọn phương án chính sách tối ưu

Các tiêu chuẩn lựa chọn phương án

- Phương án nào thực hiện được mục tiêu hoặc có ảnh hưởng mạnh nhất tới mục tiêu đề ra.
- Phương án nào tác động vào nguyên nhân của vấn đề.
- Phương án nào có chi phí thấp nhất
- Tối đa hóa những ảnh hưởng tích cực và giảm thiểu những ảnh hưởng tiêu cực. Những lợi ích hoặc tổn thất này được đánh giá trên cơ sở những giá trị xã hội và mục tiêu của Nhà nước
- Có khả năng tạo ra được sự hưởng ứng tích cực nhất của dân chúng.

1.3.5. Thông qua và quyết định chính sách

- Trình phương án hoặc đề án chính sách đã được lựa chọn lên cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.
- Các cơ quan có thẩm quyền phê chuẩn tiến hành đánh giá dự án, thảo luận, bàn bạc, xem xét hỏi ý kiến của các tổ chức, các nhà quản lý, các nhà khoa học và dân chúng về phương án chính sách nói trên, đặc biệt cần có ý kiến của đối tượng sẽ chịu tác động của chính sách. Trên cơ sở đó bổ sung hoàn chỉnh đề án chính sách trước khi nó được chính thức thông qua và ban hành rộng rãi.
- Thông qua chính sách tại hội nghị chính thức

- Quyết định chính sách bằng văn bản, tức là thể chế hóa chính sách thông qua việc ban hành các văn bản quy phạm pháp luật

2. Những vấn đề chung về vận động chính sách

2.1. Khái niệm về vận động chính sách

Về cơ bản vận động có thể được hiểu

- Vận động đơn giản nghĩa là tích cực hỗ trợ cho một sự nghiệp và cố gắng để mọi người cùng tham gia hỗ trợ.
- Vận động là nói lên, là lôi cuốn sự chú ý của công chúng đối với một vấn đề quan trọng, và hướng người ra quyết định tới một giải pháp.

5 lý do và ưu thế của việc vận động:

- Nhiều vấn đề liên quan đến cuộc sống của con người không thể giải quyết trên cấp độ cá nhân hay nhóm. Trong nhiều lĩnh vực hoạt động, sự cam kết và ủng hộ tích cực của những người có thẩm quyền quyết định là điều kiện tiên quyết để đạt được các mục tiêu hoạt động của các chương trình phát triển xã hội trên bình diện xã hội, cộng đồng
- Bản thân những vấn đề ưu tiên phát triển xã hội cũng đang cạnh tranh với nhau trong bối cảnh tình trạng nguồn lực quốc gia có giới hạn và sự viện trợ song phương và đa phương quốc tế không tăng. Vì vậy các nỗ lực vận động trở thành điều kiện tiên quyết để đảm bảo rằng chương trình liên quan được phân bổ nguồn lực hợp lý.
- Những nhà lãnh đạo, quản lý và hoạch định chính sách chủ chốt thường rất bận rộn với nhiều công việc khác nhau cần phải giải quyết và họ có thể chưa nắm được thông tin đầy đủ của vấn đề. Các nỗ lực vận động sẽ cung cấp cho những người có thẩm quyền quyết định thông tin về những thách thức ưu tiên của vấn đề, bằng cách đó ảnh hưởng tích cực tới suy nghĩ và hành động của họ đối với các vấn đề cần vận động.
- Trong bất kỳ quốc gia nào và cũng như tất cả các chương trình phát triển kinh tế-xã hội khác, việc triển khai thực hiện các hoạt động theo chương trình thường liên quan đến nhiều bộ ngành với nhiều chức năng nhiệm vụ khác nhau như tài chính, đầu tư, phúc lợi xã hội.... Mặc dù các cơ quan và tổ chức này đều có thể có ý thức sâu sắc về tầm quan trọng của chương

trình nhưng những nỗ lực ủng hộ bằng lời nói hay hành động đối với mọi hoạt động phải dựa trên tiêu chí về tính cấp thiết và ưu tiên của vấn đề so với vấn đề khác. Trong bối cảnh cụ thể vận động có thể được sử dụng nhằm thuyết phục các nhà lãnh đạo quản lý về tính ưu tiên của chương trình.

- Cuối cùng, vận động càng trở nên cần thiết khi chúng ta muốn có những thay đổi, điều chỉnh trong chính sách và luật pháp và cả khi chúng ta muốn có những hành động ở những nơi, những bối cảnh đã có chính sách thuận lợi nhưng chưa có hành động phù hợp.

2.2. Các cấp vận động

- Cấp độ địa phương/tại chỗ: Xây dựng thiện chí trong cộng đồng, địa phương, toàn quốc và huy động cộng đồng vào việc hỗ trợ và cam kết trong vận động
- Cấp độ trung ương/quản lý: Huy động hỗ trợ chính trị và hỗ trợ từ đối tượng liên quan chính và để họ hoạt động
- Mức độ quốc gia/quốc tế: Khuyến khích các hỗ trợ, phối hợp và hành động cá nhân và nhà nước (ví dụ nhóm áp lực) bao gồm cả việc quyên góp tài chính tiền bạc

2.3. Các giai đoạn vận động chính sách

- Khi chưa có chính sách: Vận động nhằm vào việc soạn thảo và ban bố chính sách mới.
- Khi đã có chính sách: vận động nhằm vào việc tạo môi trường thuận lợi, ủng hộ việc thực thi chính sách ở tất cả các cấp trung ương đến cơ sở
- Khi chính sách đã trải qua một số giai đoạn thực hiện: vận động nhằm vào việc điều chỉnh, bổ sung chính sách cho sát với thực tế cuộc sống.

Các khía cạnh và mục tiêu cơ bản của vận động

- Chính sách: đạt được sự ủng hộ về chính trị nhằm thông qua các chính sách mới hoặc điều chỉnh, bổ sung các chính sách hiện hành với ý nghĩa hoàn thiện môi trường chính sách

- Nguồn lực: đạt được sự ủng hộ về kinh tế thông qua nguồn lực, huy động các nguồn lực cần thiết từ ngân sách nhà nước và các tổ chức
- Dự luận: đạt được sự ủng hộ về dự luận thông qua sự đồng tình của cộng đồng, xã hội và của các nhân vật uy tín, có ảnh hưởng

Mục đích cuối cùng của vận động chính sách là đẩy mạnh hoặc ủng hộ sự thay đổi về:

- Một chương trình, tập quán hay;
- Chiến lược chính trị, xã hội;
- Ưu tiên ngân sách,
- Chính sách, hay
- Lập pháp.

Kết quả mong đợi

- Cấp Trung ương: Hiến pháp, Luật, pháp lệnh và nghị quyết do Quốc hội thông qua; Pháp lệnh, nghị quyết do UBND thông qua; Lệnh và quyết định của Chủ tịch nước; Nghị quyết, nghị định của chính phủ, quyết định của thủ tướng chính phủ; Quyết định, chỉ thị thông tư của Bộ trưởng và thủ trưởng các cơ quan ngang bộ; Nghị quyết, thông tư liên tịch giữa các cơ quan nhà nước, và giữa các cơ quan nhà nước với các tổ chức chính trị xã hội
- Cấp tỉnh, thành và địa phương: nghị quyết, chỉ thị của Đảng bộ các cấp; Nghị quyết của HĐND, quyết định chỉ thị UBND, quyết định sở ban ngành trực thuộc.
- Cấp cơ sở/ cộng đồng: Các tiêu chuẩn xây dựng cộng đồng; hương ước làng xã, bài thuyết giảng của già làng, chức sắc tôn giáo.

2.4. Đối tượng tác động

Theo loại hình vận động

- Vận động Chính sách: Đối tượng tác động là các nhóm cán bộ lãnh đạo, quản lý tại các tổ chức, cơ quan chịu trách nhiệm soạn thảo, ban hành và chỉ thị thực thi chính sách..
- Vận động Nguồn lực: đối tượng tác động có thể chia làm 2 nhóm chủ yếu (1) nhóm cán bộ lãnh đạo quản lý tại các tổ chức, cơ quan chịu trách nhiệm phân bổ các nguồn lực và (2) các tổ chức có khả năng tài trợ.
- Vận động Dư luận: Những người có uy tín trong xã hội như các nhà hoạt động xã hội, tôn giáo, các nhân vật nổi tiếng đương thời, hệ thống thông tin đại chúng; và những nhóm chưa ủng hộ đồng tình.

Theo cấp độ đối tượng vận động

- *Đối tượng chính*: đây là những người ra quyết định bằng văn bản chính thức có thể thông qua những thay đổi trong chính sách, tác động trực tiếp đến kết quả của mục tiêu vận động. Họ có thể tác động đến những thay đổi hoặc đem lại sự bổ sung cần thiết vào các chính sách hoặc quy trình của một chương trình.
- *Đối tượng kế cận*: Đây là các cá nhân và nhóm có thể tác động đến những người ra quyết định hoặc các đối tượng chính ở trên. Quan điểm và hành động của những “tác nhân ảnh hưởng” này có vai trò quan trọng đối với việc đạt được mục tiêu vận động, họ có thể tác động được tới quan điểm và hành động của những người ra quyết định

Chiến lược Truyền thông

Là chiến lược cung cấp thông tin tới đối tượng truyền thông nhằm tạo ra sự thay đổi nhất định của đối tượng tác động, phù hợp với chủ đích của người hay tổ chức/ cơ quan truyền thông. Các loại hình truyền thông:

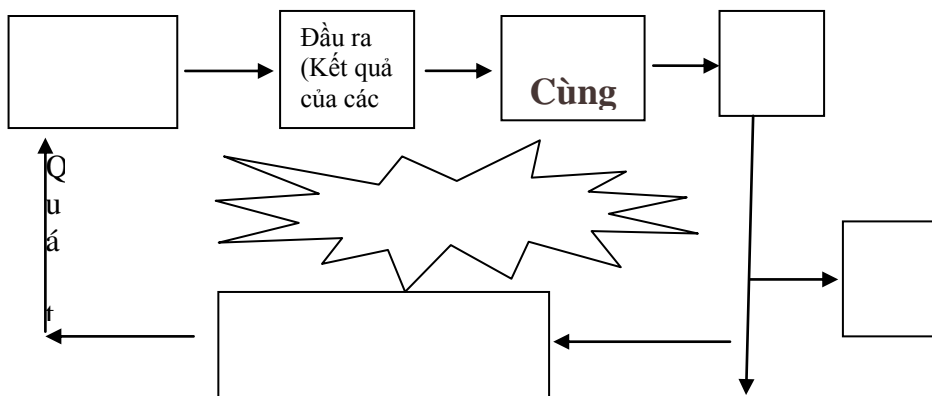
- Truyền thông vận động (A)
- Truyền thông thay đổi hành vi (BCC) và
- Thông tin giáo dục truyền thông (IEC)
- Truyền thông quảng cáo thương mại
- Truyền thông tiếp thị xã hội, giáo dục, sức khỏe

Các cấp độ khác nhau của truyền thông thuyết phục

- Thông tin: cung cấp thông tin để đối tượng làm quen với vấn đề được nêu ra.
- Tạo động cơ: tiếp tục cung cấp thông tin nhằm tạo sự quan tâm của đối tượng với vấn đề
- Thuyết phục: hướng đối tượng tới việc chấp nhận hay chia sẻ một cách nhìn nhận về vấn đề
- Thúc đẩy hành động: giúp đối tượng khẳng định được sự cần thiết của việc hành động nhằm giải quyết vấn đề nêu ra.

6 yếu tố của truyền thông

Mô hình truyền thông



Những khác nhau cơ bản giữa A, BCC, IEC

	IEC- thông tin giáo dục truyền thông / BCC – Truyền thông thay đổi hành vi	A – Truyền thông vận động
--	--	---------------------------

Mục đích	Nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ và hành vi của các cá nhân hoặc một nhóm	<ul style="list-style-type: none"> - Hoàn thiện chính sách - Ủng hộ nguồn lực - Tạo môi trường dư luận
Đối tượng	Những người trực tiếp bị tác động hay được hưởng lợi	<ul style="list-style-type: none"> - Các nhà lãnh đạo, hoạch định chính sách. - Các nhà lãnh đạo phân bổ nguồn lực - Các nhà hoạt động xã hội, những người có uy tín...
Kết quả	Thay đổi trong nhận thức, thái độ và hành vi của các cá nhân những người trực tiếp bị tác động hay được hưởng lợi từ chương trình	<ul style="list-style-type: none"> - Có chính sách - Có nguồn lực - Có môi trường ủng hộ

3. Các bước để vận động chính sách

1. Xác định và phân tích vấn đề để vận động
2. Xác định và phân tích đối tượng liên quan
3. Thiết lập các mục tiêu vận động
4. Xây dựng và chuyển tải thông điệp chính của vận động
5. Xây dựng chiến lược/ lựa chọn phương pháp và kỹ thuật vận động
6. Xây dựng kế hoạch và tiến hành vận động
7. Giám sát và đánh giá

3.1. Xác định và phân tích vấn đề để vận động

Đây là bước đầu tiên trong bất kỳ một cuộc vận động hiệu quả nào. Những nỗ lực vận động là nhằm để có được những tác động nhất định đối với chính sách, nguồn lực và dư luận bắt đầu bằng những thông tin và sự hiểu biết sâu sắc về vấn đề định tiến hành vận động, những đối tượng liên quan đến vấn đề cần vận động, các chính sách và việc thực thi chính sách đó (hoặc là không có sự thực thi chính sách), các tổ chức và các kênh tiếp cận đối tượng cần vận động. Nếu chúng ta càng hiểu biết sâu

sắc về những nhân tố này thì khả năng thuyết phục để vận động một chính sách càng lớn và do đó là nhân tố cốt yếu của một cuộc vận động thành công.

3.1.1. Lựa chọn vấn đề

Bao gồm 3 bước cơ bản:

- a) Nghiên cứu cơ bản bao gồm cả tham vấn với các bên liên quan
- b) Liệt kê các vấn đề và trả lời các câu hỏi xác định thứ tự ưu tiên
 - Nó có phải là sự ưu tiên cho người hưởng lợi, dự án, tổ chức, chính phủ?
 - Nó có phải là vấn đề tốt để vận động không? Nghĩa là:
 - ❖ Liệu chúng ta có ý kiến rõ ràng và đồng thuận về vấn đề này không?
 - ❖ Liệu chúng ta có thể đưa ra một thông điệp rõ ràng về vấn đề này?
 - ❖ Liệu có thể thay đổi hay đóng góp để hỗ trợ sự thay đổi về vấn đề này thông qua truyền thông?
 - ❖ Liệu đối tượng nghe dự định có thực sự làm gì đó để thay đổi tình hình?
- c) Lựa chọn vấn đề để vận động

3.1.2. Phân tích vấn đề để vận động

Để phân tích những vấn đề liên quan trong vận động chúng ta cần trả lời được các câu hỏi:

- Những chính sách hiện hành nào có liên quan/ tác động đến vấn đề vận động (bao gồm luật, tôn giáo, văn bản pháp quy và các quy định bất thành văn)? Các chính sách đó hiện đang được thực thi / hay không được thực thi như thế nào?
- Chính sách đó nên thay đổi theo chiều hướng nào để có thể giải quyết được vấn đề đang đặt ra? Chính sách nên được thay đổi ở cấp độ nào?

- Ai là những đối tượng liên quan đến chính sách/ có thể mang lại sự thay đổi chính sách nhằm giải quyết vấn đề đặt ra? (những người ủng hộ; chống đối; ra chính sách và những người có lập trường trung gian)
- Đây là những vấn đề ưu tiên của nhóm người liên quan và các nhà lập chính sách? Ưu tiên có thể dựa trên lý trí, tình cảm hoặc mang tính cá nhân?
- Ai là người tác động đến những nhà cầm quyền và ra chính sách? Ai là người mà các nhà lập chính sách tin tưởng/ lời nói của họ có trọng lượng đối với những nhà lập chính sách? Những gợi ý nào đưa ra mà các nhà lập chính sách có thể ủng hộ nhiều nhất?
- Thông điệp nào đưa ra có ý nghĩa nhiều nhất đối với các nhà lập chính sách?
- Kênh thông tin nào có thể tiếp cận các nhà lập chính sách một cách tốt nhất?
- Đây là một quy trình chính sách và các cấp chính sách?
- Vấn đề tài chính cho sự thay đổi chính sách được giải quyết như thế nào

Để trả lời mỗi câu hỏi đều phải có những bước phân tích chi tiết trong chương trình tập huấn này chỉ tập trung vào 2 mảng phân tích chính, đó là: Phân tích vấn đề và Phân tích tình huống

Phân tích vấn đề

Đề tiên hành phân tích vấn đề cần phải xác định một số nội dung sau:

Loại vấn đề:

Vấn đề vận động thuộc loại vấn đề gì trong các vấn đề sau:

- Trên bình diện xã hội
- Trên bình diện kinh tế
- Trên bình diện văn hoá
- Trên bình diện pháp lý

Nó có tầm ảnh hưởng như thế nào?

- Ảnh hưởng ở đâu? (Ví dụ. Vùng biển hay núi, vùng sâu, vùng xa, các tỉnh phía bắc, tầm quốc gia)
- Ảnh hưởng đó nghiêm trọng như thế nào? (Ví dụ., phá hỏng cuộc sống, mất ổn định an ninh ?)
- Ai bị ảnh hưởng?
- Tại sao (các) nhóm này bị tác động ?
- Quy mô (số lượng/tỷ lệ các nhóm cụ thể)

Lịch sử và phát triển của vấn đề

Các tính chất đặc biệt (nếu có)

Hộp 1: Những điểm cần ghi nhớ trong phân tích vấn đề

- Nguyên nhân gây nên vấn đề có thể có nhiều cấp độ khác nhau (nguyên nhân của nguyên nhân)
- Hậu quả của vấn đề có thể có nhiều cấp độ khác nhau (hậu quả của hậu quả)
- Mọi người cùng tham gia trong quá trình phân tích vấn đề
- Cần phát hiện được những vấn đề gây hậu quả lớn để tập trung nguồn lực giải quyết trước
- Trong các nguyên nhân gây ra vấn đề, cần phát hiện được các nguyên nhân liên quan tới chính sách, nguồn lực và môi trường xã hội để làm cơ sở giải quyết vấn đề thông qua vận động

Phân tích tình huống

Tình huống là toàn bộ các yếu tố tự nhiên và xã hội xác định trong không gian và thời gian tác động tới hành vi, hoạt động của con người. Phân tích tình huống là việc nghiên cứu các đặc điểm và tính chất của tình huống nhằm tìm cách đạt được

kết quả hoạt động tốt nhất trong tình huống đó. Do đó phân tích tình huống là bước đầu quan trọng của công tác vận động có hiệu quả.

Những câu hỏi phân tích tình huống thường được sử dụng xoay quanh ba loại hình vận động là:

Đối với tình huống vận động chính sách:

- Những vấn đề cơ bản của vận động chính sách là gì?
- Những chính sách nào là nguyên nhân hay liên quan tới những vấn đề đó?
- Những chính sách đó được thực hiện như thế nào?
- Có thể thay đổi được điều gì trong chính sách?
- Những thay đổi chính sách sẽ giúp giải quyết những vấn đề đó như thế nào?
- Những thay đổi chính sách có gây ra những tác động phụ nào không?
- Loại thay đổi chính sách nào là cần thiết?
- Muốn thay đổi chính sách thì cần những điều kiện gì và cần phải làm gì?
- Sự thay đổi chính sách sẽ tác động nhiều nhất tới nhóm người nào?
- Ai là người liên quan tới sự thay đổi chính sách mong muốn?

Đối với tình huống vận động nguồn lực:

- Hiện có những nguồn lực nào để thực hiện mục tiêu?
- Mức độ tiếp cận, khai thác, sử dụng những nguồn lực đó?
- Việc sử dụng các nguồn lực đó có hợp lý không? Có cần phải thay đổi gì không?
- Cần phải khai thác những nguồn lực nào nữa?
- Ai là người nắm giữ, phân phối và sử dụng các nguồn lực?
- Cần phải tác động tới ai để cải thiện tình trạng sử dụng các nguồn lực?

Đối với tình huống vận động dư luận:

- Ai là những người ủng hộ, phản đối hay thờ ơ đối với việc thực hiện mục tiêu?
- Lý lẽ của thái độ, cơ sở cùng những ý kiến của các nhóm đó là gì?
- Cần phải thay đổi gì ở dư luận của các nhóm xã hội trong tình huống đó?
- Mức độ sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng trong việc tạo ra tình huống đó?

3.2. Xác định và phân tích đối tượng liên quan trong vận động

Các nhóm liên quan đến một chương trình vận động có thể chia làm bốn loại:

- Những người hưởng lợi: là những cá nhân hoặc nhóm được hưởng lợi trực tiếp từ kết quả tích cực của việc can thiệp vận động
- Các đối tác và các đồng minh bao gồm tất cả các cá nhân, các nhóm và tổ chức có quan điểm tương tự nhau và cam kết tham gia liên minh để bảo vệ một vấn đề hoặc một sự nghiệp
- Những người có thẩm quyền quyết định hoặc các chủ thể then chốt có liên quan là những người có quyền lực hoặc thẩm quyền để tác động tới những thay đổi mong muốn
- Những người chưa ủng hộ, đồng tình là những cá nhân hoặc nhóm có quan điểm khác biệt hoặc đối lập về một vấn đề vận động cụ thể nào đó

Kỹ thuật để xác định đối tượng có quan tâm đến vấn đề nhằm:

- Xây dựng một bức tranh toàn diện về đối tác hiện tại và tiềm năng và đối thủ của mục tiêu của chiến dịch vận động.
- Quyết định làm thế nào để tổ chức sự tham gia một cách hiệu quả ở từng giai đoạn khác nhau của hoạch định và thực hiện vận động.
- Xác định cử tọa/nhóm mục tiêu quan trọng nhất cho hoạt động vận động (người lãnh đạo, quan điểm, người ra quyết định, nhưng cũng là những đối tác và đối thủ tiềm năng).

Tìm kiếm câu trả lời cho những câu hỏi sau:

- Ai quan tâm đến vấn đề?
- Bản chất chính xác mối quan tâm của đối tượng liên quan là gì? Liệu họ có trung lập? Hay có thể coi là đối tác hoặc đối thủ tiềm năng hay đối tượng hưởng lợi?
- Các ảnh hưởng gì mà các đối tượng liên quan có? Tầm quan trọng của chúng như thế nào?
- Giả định về quan điểm, phản ứng và sự liên quan trong các vấn đề của các đối tượng liên quan khác nhau cần được làm như thế nào?

Xác định đối tượng liên quan

- Liệt kê tất cả các nhóm đối tượng liên quan
- Xác định các nhóm được phân loại vào đâu (Đôi khi một nhóm được phân vào nhiều đối tượng hơn một)
- Xác định quy mô và vị trí của nhóm
- Xác định trình độ và thái độ hiện tại liên quan đến vấn đề.
- Xác định mức độ ảnh hưởng tiềm năng của họ (tầm quan trọng của nhóm)
- Xác định những trở ngại tiềm năng có thể khi tiếp xúc với họ
- Ưu tiên đối tượng cần bao gồm trong chiến lược

Phân tích đối tượng liên quan

Dẫn tới quyết định đúng về việc ai tham gia và khi nào vào quá trình hoạch định, triển khai và giúp xác định những bước cần thiết phải làm trong quá trình thiết kế và triển khai chiến dịch vận động-bao gồm:

- Tăng cường vai trò và năng lực của đối tác;
- Khi nào nên khuyến khích sự tham gia (Ví dụ các đối tượng hưởng lợi tiềm năng)
- Ở đâu nên giảm nguy cơ đối đầu
- Ai nên trở thành cử tọa/nhóm mục tiêu cho các thông điệp vận động

Ma trận phân tích đối tượng liên quan

Nhóm đối tượng liên quan	Tiểu nhóm	Quy mô và vị trí của nhóm	Kiến thức và thái độ về vấn đề	Ảnh hưởng có thể trong nỗ lực vận động	Trở ngại và làm thế nào để đối phó
Người hưởng lợi					
Đối tác/ đồng minh					
Người có thẩm quyền quyết định					
Những người chưa ủng hộ/ phản đối					

3.3. Thiết lập các mục tiêu vận động

Các giải pháp về vận động bao gồm vận động để hoàn thiện chính sách, tạo nguồn lực và dư luận xã hội để tạo môi trường, cơ hội và điều kiện thuận lợi để thực hiện các vấn đề ưu tiên đã được xác định. Để triển khai một giải pháp cụ thể về chính sách, những tổ chức/ người làm công tác vận động cần tìm hiểu để nắm chắc thực trạng về chính sách, nguồn lực và dư luận xã hội liên quan đến vấn đề cần ưu tiên giải quyết. Các mục tiêu của vận động được lựa chọn trên cơ sở các giải pháp về chính sách đối với vấn đề cần ưu tiên giải quyết. Có thể lựa chọn một trong những giải pháp về vận động để làm mục tiêu cần vận động. Vấn đề đặt ra là liệu có thể lựa chọn cùng một lúc nhiều mục tiêu vận động được không? Điều này còn tùy thuộc vào nguồn lực, khả năng và điều kiện của từng tổ chức/ nhóm cá nhân xây dựng kế hoạch vận động. Về nguyên tắc, nên lựa chọn các giải pháp về chính sách

cần ưu tiên để xây dựng các mục tiêu vận động. Trong các giải pháp về vận động thì giải pháp về chính sách là quan trọng nhất vì nó là căn cứ pháp lý để vận động nguồn lực và dư luận xã hội.

Việc xây dựng mục tiêu vận động cần đảm bảo 5 yếu tố theo mô hình SMART như sau:

S: Rõ ràng (for specific)

Xác định rõ những mục tiêu cần đạt được

Hãy suy nghĩ:

Chúng ta muốn thay đổi gì?

Ai cần phải làm cái gì và ai được hưởng lợi

Làm thế nào để thay đổi diễn ra?

Ví dụ: bằng cách thay đổi luật, chính sách, chiến lược thực hiện, tuân thủ và tăng cường, ngân sách, thái độ nào...?

Xem xét khi nào và ở đâu

M: Có thể đo được (for measurable)

Chúng ta đánh giá tác động của các nỗ lực của chúng ta về số lượng và chất lượng các thành tựu. Cách này có thể nói chúng ta đã đạt được mục tiêu ở mức độ nào.

Các mục tiêu cần:

Ở góc độ đo được (có một số thứ chúng ta đếm được hoặc không thì đo)

Các kết quả tập trung

Cho phép giám sát đánh giá

A: Có thể đạt được (for achievable and acceptable)

Mục đích cần phải phù hợp với các mục đích và tính ưu tiên của dự án, đối tác, tổ chức, địa phương và quốc gia cũng như nhu cầu của người hưởng lợi.

Nếu có thể thì làm cho nó có thể chấp nhận và phù hợp với văn hoá và cấu trúc xã hội (tại địa phương).

R: Thích đáng (for relevant)

Có thể được hoàn thành bởi tổ chức hay các đối tác. Mục tiêu là phải thích đáng và các nguồn lực phù hợp được lên ngân sách và phân bổ và vì vậy phải hợp lý với:

Bối cảnh

Thời gian

Nguồn nhân lực sẵn sàng

Ngân sách

T: Đúng thời gian (for time bound)

Xác định rõ thời gian cho:

Lập kế hoạch mục đích (bắt đầu và kết thúc)

Tập trung

Đo lường

Để có cơ sở đánh giá các mục tiêu vận động đạt được ở mức độ nào so với kế hoạch đề ra, mục tiêu vận động phải được xác định theo bảng sau:

	Các chỉ báo kiểm định	Phương tiện kiểm định	Điều kiện thực hiện
Mục tiêu 1			
Mục tiêu 2			
Mục tiêu 3			

Đối với mục tiêu vận động, chỉ báo kiểm định chủ yếu là những văn bản cụ thể nào cần được sửa đổi và ban hành; chương trình, dự án nào được chấp nhận; kinh phí cho các lĩnh vực nào được tăng cường; tổ chức bộ máy nào được hoàn thiện.

Phương tiện kiểm định là những bằng chứng để xác minh mức độ đạt được việc hoàn thành hay không hoàn thành thông qua chỉ báo kiểm định chủ yếu. Những bằng chứng chính là những thông tin, số liệu trong các báo cáo định kỳ, báo cáo kết quả giám sát, đánh giá thực hiện kế hoạch, báo cáo kết quả khảo sát và nghiên cứu liên quan.

Điều kiện thực hiện là những giả định đảm bảo cho việc thực hiện mục tiêu mà những người tham gia xây dựng kế hoạch không thể can thiệp được.

3.4. Xây dựng và chuyển tải thông điệp chính của vận động

3.4.1. Xây dựng thông điệp

Thông điệp là nội dung cơ bản được trình bày ngắn gọn, súc tích, thuyết phục về một vấn đề nào đó mà người truyền muốn chuyển đến người nhận nhằm đạt được mục tiêu nhất định.

Trong vận động, thông điệp là mục tiêu vận động được trình bày ngắn gọn và thuyết phục, bao gồm cả lý do và cách thức để đạt được mục tiêu đó. Nói cách khác thông điệp vận động là:

- Tuyên bố chính xác và có sức thuyết phục (khi đưa vào truyền thông không nhất thiết phải là câu chữ) được chỉ ra đối với một nhóm mục tiêu cụ thể.
- Nó liên quan đến mục tiêu của bạn và bao hàm những điểm chính cần phải đạt được.
- Mục tiêu là xây dựng hành động mà bạn muốn nhóm mục tiêu thực hiện

Mục đích cơ bản của thông điệp: tạo ra hành động mà đối tượng được vận động sẽ thực hiện. Vì vậy thông điệp phải chứa đựng hành động cụ thể mà đối tượng của vận động cần được thực hiện. Để đạt tới mục đích cơ bản của mình, nội dung của thông điệp phải làm cho đối tượng được vận động trải qua các giai đoạn sau đây của quá trình nâng cao nhận thức, thay đổi thái độ và hành vi:

- Đối tượng được vận động nhận biết được vấn đề cần vận động
- Đối tượng được vận động có kiến thức và hiểu biết sâu sắc hơn về vấn đề vận động
- Đối tượng được vận động chấp nhận vấn đề vận động và tin tưởng vào thông điệp
- Đối tượng được vận động hành động theo thông điệp

Những nội dung của thông điệp: Phải nêu lên được 05 lý do sau:

- Vấn đề là gì?
- Mức độ quan trọng của vấn đề?
- Tại sao tình hình hiện tại lại khó khăn?
- Lợi ích của việc thay đổi tình hình là gì (tác hại nếu không hành động hay hành động sai)?
- Nhóm mục tiêu có thể làm gì và như thế nào để giải quyết vấn đề?

3.4.2. Xây dựng thông điệp

Thông điệp SMART

S	=	Rõ ràng (Specific)
M	=	Thúc đẩy (Motivational)
A	=	Hướng về hành động (Action-oriented)
R	=	Thực tế, hướng về kết quả (Realistic and Result-oriented)
T	=	Đúng thời gian (Time bound)

Mỗi thông điệp bao gồm các yếu tố sau:

Nội dung, ý tưởng: Là ý tưởng cơ bản của thông điệp, Nội dung của thông điệp bao gồm mục tiêu muốn đạt được, lý do để đạt mục tiêu, cách thức để đạt mục tiêu và những hành động mong muốn đối tượng được vận động thực hiện. Đây được coi là thông điệp cốt lõi.

Hình thức: Lựa chọn ngôn ngữ, hình ảnh thể hiện để thông điệp được diễn đạt rõ ràng và hiệu quả. Ngôn ngữ, hình ảnh phải phù hợp với đối tượng được vận động.

Do trạng thái tâm lý của đối tượng được vận động (đi từ cảm xúc – tình cảm – lý trí – nhận thức), có thể sử dụng một hoặc kết hợp các cách thể hiện ngôn ngữ, hình ảnh đảm bảo các tiêu chí sau:

- Gây sự chú ý (giàu tương tượng, táo bạo, sáng tạo, bất ngờ)
- Tiếp cận đến cả lý trí và tình cảm
- Đưa ra những lợi ích
- Sử dụng chứng cứ và số liệu đơn giản
- Sử dụng Ví dụ và những tình huống thực tế (tốt và xấu)

- Sử dụng ngôn ngữ rõ ràng (phù hợp với từng nhóm mục tiêu)
- Sử dụng nguồn lực tin cậy
- Tính đồng nhất là rất quan trọng

Những nguyên tắc trong xây dựng thông điệp vận động:

- Thông điệp phải gắn với mục tiêu của vận động
- Tạo ra thông điệp ngắn gọn, đơn giản dễ hiểu nhưng đảm bảo tính khoa học, đúng đắn
- Thông điệp đáp ứng tối đa nhu cầu và nguyện vọng của mỗi nhóm đối tượng được vận động
- Thông điệp phải tạo được niềm tin cho đối tượng được vận động
- Thông điệp phải có lời kêu gọi các đối tượng được vận động có hành động thực hiện các giải pháp của vận động

Sử dụng thông điệp

- Khi dự thảo tài liệu của bạn, hãy sử dụng thông điệp SMART làm cơ sở để lựa chọn nội dung và hình thức
- Thông điệp SMART không nhất thiết phải nêu trực tiếp trong tài liệu nhưng nhóm mục tiêu cần phải lĩnh hội được chính xác thông điệp, khi chúng xuất hiện trên các phương tiện truyền thông

3.4.3. Lựa chọn phương tiện truyền thông

Lựa chọn phương tiện truyền thông dựa vào:

- Phân tích thính giả,
- Tính chất thông điệp của bạn (Ví dụ nếu nó phức tạp thì cần có các bảng biểu)
- Ngân sách
- Thời gian
- Kỹ năng, bí quyết

- Phương tiện truyền thông và đặc điểm
- Cơ hội/Khả năng
- Cơ hội bền vững

Cách giới thiệu/lựa chọn phương tiện truyền thông cho thông điệp

- Trình diễn (chuyển tải) là cơ sở để truyền đạt thông điệp
- Một chuyển tải thành công (thông điệp) phải đưa ra được các ý tốt và thúc đẩy thay đổi thái độ, hay hành động thông qua sử dụng chiến thuật gây ảnh hưởng.
- Một chuyển tải thành công một thông điệp thường đòi hỏi cách giới thiệu tốt, có nghĩa là hình thức của, Ví dụ, ấn phẩm, nghe hay nghe nhìn.
- Hỗ trợ cách giới thiệu với các minh họa đơn giản, các biểu đồ, ảnh, nhạc, tiếng động minh họa...

Xác định kênh truyền thông điệp

Các nhóm đối tượng truyền thông

- Thông điệp cho người ra quyết định
- Thông điệp cho đối tác và đồng minh
- Thông điệp cho nhóm chống đối

Do mỗi kênh truyền thông điệp đòi hỏi phải có thông điệp phù hợp nên trước tiên cần xác định được sở thích và thói quen tiếp nhận các kênh truyền thông của đối tượng được vận động. Cần phải biết họ thường thích và tiếp nhận thông tin qua kênh nào, truyền thông trực tiếp (Các cuộc gặp chính thức hoặc không chính thức; Các cuộc trò chuyện thân mật trong những cuộc họp xã hội, chính trị, tôn giáo...; Các cuộc họp ngắn; Các chương trình tham quan thực tế) hay truyền thông gián tiếp (Bản tóm lược thông tin; Sách tài liệu hướng dẫn bỏ túi...). Trong mỗi loại truyền thông đó, sẽ có một vài kênh phù hợp với mỗi nhóm đối tượng vận động.

Tài liệu vận động (Ví dụ)

Tài liệu in

Bảng thông tin, thư từ, bản tin, tờ rơi, sách ...

Hình ảnh và tài liệu hỗ trợ trực quan

Ảnh tĩnh, trình chiếu, phim tài liệu, sân khấu, phim truyện, radio, bài hát, Internet,...

Trao đổi giữa các cá nhân

Họp, điện thoại, tranh luận, hội đàm không chính thức (hội thảo, tọa đàm...)

Thính giả và phương tiện truyền thông phù hợp

- Án phẩm: Tiếp cận đối tượng hạn chế. Thích hợp để tiếp cận những người có ảnh hưởng, nhà chính trị, nhà xây dựng chính sách
- Phát thanh: Phục vụ lượng thính giả lớn; Sử dụng ở những nơi không có truyền hình. Thích hợp để phổ biến thông tin, Ví dụ: tin tức, phỏng vấn
- Truyền hình: Là phương tiện với chức năng giải trí nhưng rất hữu dụng để phổ biến thông tin
- Giao tiếp cá nhân: Có thể gây tác động lớn nhưng số lượng tiếp cận hạn chế. Thích hợp với những vấn đề phức tạp cần phải thương thuyết và đối thoại

3.5. Xây dựng chiến lược vận động/ lựa chọn phương pháp và kỹ thuật vận động

Để xây dựng chiến lược vận động cần phải tiến hành xác định phương pháp và kỹ thuật vận động phù hợp. Dựa vào tình huống và bối cảnh chọn có thể lựa chọn hoặc kết hợp 1 trong 4 phương pháp sau:

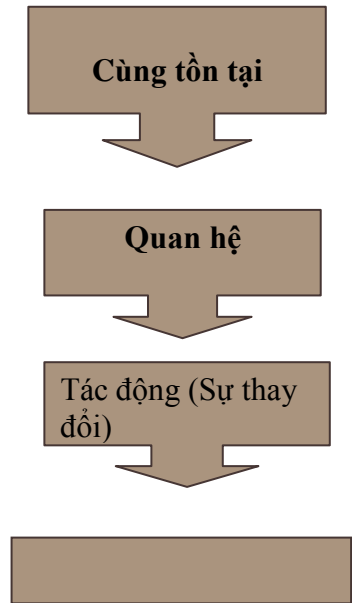
1. Xây dựng quan hệ đối tác

2. Động viên các nhóm cộng đồng
3. Làm việc với các phương tiện thông tin đại chúng
4. Và/hoặc lôi cuốn và tác động người lãnh đạo trực tiếp tạo ra các thay đổi với người ra quyết định bằng cách sử dụng :

Kết hợp 4 phương pháp này với các kỹ thuật: vận động, gây thiện cảm, kiến nghị... và lựa chọn tài liệu/truyền thông như bản số liệu, trình bày, bài phát biểu.... phù hợp để có được một chiến lược vận động hiệu quả

3.5.1. Phương pháp 1 : Xây dựng quan hệ đối tác

Sự cộng tác được hình thành từ các nhóm cá nhân hay tổ chức kết hợp với nhau, nhằm mục đích thực hiện các mục tiêu chung.



Làm việc trong quan hệ đối tác

Các thuận lợi

- Mở rộng các hỗ trợ đối với vấn đề

- Cung cấp các cơ hội lớn hơn và an toàn cho sự bền vững của các nỗ lực vận động
- Tăng cường nguồn lực tài chính, nhân lực và chương trình.
- Mở rộng sự tín nhiệm và ảnh hưởng của các nỗ lực vận động
- Giúp phát triển cách lãnh đạo mới
- Giúp cho mạng lưới cá nhân và tổ chức

Các bất lợi

- Làm sao lãnh các công việc khác
- Có thể đòi hỏi bạn phải nhượng bộ với vị trí của mình.
- Các thành viên cá nhân có thể không được tin tưởng cho công việc của họ.
- Nếu đối tác đổ bể có thể gây ảnh hưởng đến toàn bộ nỗ lực vận động của các thành viên.
- Rất mất thời gian

3.5.2. Phương pháp 2: Vận động các nhóm cộng đồng

Mục tiêu

- Thu hút sự chú ý của người lãnh đạo đối với các vấn đề vận động và khuyến khích họ có các hành động
- Tạo cho các bên liên quan bao gồm cả người hưởng lợi một kênh thông tin để nói lên sự quan tâm của họ.
- Cung cấp các phản hồi về nhu cầu và tình cảm của cộng đồng.
- Giúp nhà hoạch định chính sách thu thập số liệu, bản xác nhận, và các thông tin khác hỗ trợ cho vấn đề được đưa ra.
- Đưa thông tin cho công chúng và tạo sự ủng hộ của công chúng cho vấn đề được đưa ra.

Cách tổ chức vận động các nhóm cộng đồng

- Lôi cuốn các lãnh đạo cộng đồng cũng như lãnh đạo tôn giáo và người có thế lực.
- Xác định các nhóm cộng đồng chủ chốt hiện đang tồn tại
- Xác định các kênh truyền tải thông tin của cộng đồng.
- Tổ chức các nhóm nếu cần thiết (xác định các thành viên nhóm, trưởng nhóm, các tham chiếu..)
- Vận động nhóm thông qua các buổi họp thôn, thảo luận nhóm, các cách truyền thông ca nhạc cổ truyền, các trò giải trí...

Ví dụ về một quá trình

- ❖ Tiếp cận lãnh đạo cộng đồng và bắt đầu từ suy nghĩ của họ về các vấn đề cụ thể này
 - Hỏi ý kiến và xem liệu họ có thể làm gì để cải thiện nó.
 - Hỏi xem liệu bạn có thể tham gia cuộc họp của Ủy ban địa phương để nói về vấn đề này không.
- ❖ Tham gia cuộc họp của Ủy ban địa phương
 - Trình bày vấn đề, và hỏi liệu chúng ta có thể làm việc với họ để giải quyết vấn đề này không.
 - Giúp ủy ban hoạch định các hoạt động có thể
- ❖ Trợ giúp điều phối các cộng đồng khác và trao đổi các quan tâm lên trên trong tổ chức và đối tác của bạn (có thể đưa cho phương tiện thông tin đại chúng).

3.5.3. Phương pháp 3: Làm việc với các phương tiện thông tin đại chúng

Tại sao làm việc với các phương tiện thông tin đại chúng

- ❖ Thúc đẩy sự quan tâm, nâng cao kiến thức, thay đổi thái độ và có thể khuyến khích thay đổi trong hành vi
- ❖ Nâng cao sự nhìn nhận của bạn đối với vấn đề
- ❖ Thông báo với công chúng cũng như người ra quyết định về các vấn đề và hoạt động của bạn

- ❖ Khuyến khích các thảo luận về vấn đề mà bạn đang thúc đẩy.
- ❖ Bắt đầu một quá trình bền vững

Làm thế nào để lôi cuốn các phương tiện thông tin đại chúng?

- Thiết lập mối quan hệ cá nhân
- Dùng thư, điện thoại...
- Mời gặp gỡ tại các sự kiện quan trọng
- Các hội thảo định hướng
- Các chuyến thăm viếng thực địa
- Xấp sếp phỏng vấn với các nhân vật quan trọng
- Thường xuyên thông báo các thông tin/số liệu mới nhất.

Thúc đẩy thông tin truyền thông tốt

- ❖ Đầu tư vào xây dựng mối quan hệ với truyền thông (bản tin)
- ❖ Theo sát các xu hướng truyền thông, kỹ thuật và công nghệ.
- ❖ Hỗ trợ báo giới tiếp cận các thông tin và số liệu liên quan
- ❖ Đối xử tôn trọng với nhà báo và các nhân viên truyền thông khác

Người nghe và phương tiện truyền thông phù hợp

- Xác định nhu cầu thông tin của người nghe mục tiêu
- Xác định phương tiện truyền thông họ dùng- và tin tưởng
- Quyết định mục đích gì bạn muốn đạt được:
 - Kích thích thảo luận
 - Thông tin cho họ về vấn đề mới
 - Nói để họ học các giá trị
 - Giúp họ hình thành quan điểm và thay đổi thái độ và/hoặc hành vi
- Chọn phương tiện truyền thông đại chúng của bạn dựa trên các điều trên.

Hình thức thông điệp cho phương tiện truyền thông đại chúng (Ví dụ)

- Thông cáo báo chí
- Hội nghị báo chí
- Bản dữ liệu/bản thông tin nền
- Bộ thông tin cho báo chí
- Bản biên tập (ấn phẩm)
- Thư tổng biên tập (ấn phẩm)

Thu hút những nhà lãnh đạo

Nhà lãnh đạo là những người có ảnh hưởng to lớn trong việc tạo ra thay đổi những vấn đề quốc gia

Nhà lãnh đạo chính thức: Nhà lập pháp, lập chính sách, người thực thi, và những người ra quyết định khác

Nhà lãnh đạo không chính thức: Người đưa ra quan điểm, làm quy định (địa phương), người diễn giải luật

3.5.4. Phương pháp 4: Cách tiếp cận nhà lãnh đạo

Chính thức: Họp mặt, hội nghị, hội thảo...

Không chính thức: giao lưu, lễ hội, sự kiện thể thao, tại nhà .

Trực tiếp: họp mặt, thư từ...

Gián tiếp: thông qua đồng nghiệp, bạn bè, gia đình...

Kỹ thuật thuyết phục

- Thông tin/gây tình cảm

- Vận động
- Thỉnh cầu
- Gây áp lực
- Thương thuyết (giải pháp cho xung đột)
- Tranh luận

Thông tin/gây tình cảm

Thông tin: Đưa ra chủ đề hoặc vấn đề

Gây tình cảm: Thuyết trình sâu về vấn đề

Phương pháp

- Trình bày
- Đài, TV, ấn phẩm
- Áp phích, tờ rơi
- Hội thảo
- Hội nghị
- Gặp mặt

Vận động chính trị

Là kỹ thuật vận động bao gồm họp mặt liên tiếp, trao đổi điện thoại, thư từ, can thiệp của phương tiện thông tin để đạt được mục tiêu là chính sách công cộng

Vận động chính trị thường hướng đến một hoặc một nhóm nhỏ những nhà chính trị có ảnh hưởng

Nó được sử dụng để đạt được mục tiêu là chính sách công

Những điểm cần nhớ

- Sẽ hiệu quả hơn khi có nhu cầu nào đó về những điểm chính xác từ hệ thống lập pháp
- Xác định những chính trị gia/đại biểu quốc hội có ảnh hưởng mà bạn muốn tiếp cận, dù họ là cá nhân hay một uỷ ban liên quan đến vấn đề
- Tập trung. Hướng vào một vấn đề trong mỗi lần tiếp xúc, xác định rõ nhà lãnh đạo có thể làm gì
- Tìm hiểu vị trí và thông tin liên quan của nhà lãnh đạo chính trị/đại biểu quốc hội về vấn đề đưa ra
- Sử dụng quan hệ cá nhân, nếu bạn có đồng nghiệp, bạn bè biết nhà lãnh đạo, hãy nói cho họ biết về vấn đề này
- Nói sự thật. Cung cấp thông tin sai hay nhầm lẫn dẫn đến phản kết quả
- Vận động cần phải tiến hành liên tục trong một khoảng thời gian (xem thêm phần sau)

Kiến nghị

- Kiến nghị được viết và là cách chính thức thể hiện quan điểm của bạn
- Đưa ra một bối cảnh chung chứ không tập chung vào một cá nhân hay một nhóm riêng biệt
- Nêu tuyên bố ngắn gọn, rõ ràng *vấn đề là gì và những hành động gì cần được làm* kèm theo tên và địa chỉ một số lượng lớn người ủng hộ các tuyên bố đó.

Thương thuyết

Thương thuyết giúp tìm ra các giải pháp có lợi cho các bên trong trường hợp có xung đột

Kỹ năng thương thuyết

Ba yếu tố cơ bản để thương thuyết

Nghe

- Chăm chú
- Thừa nhận
- Trợ giúp
- Cảnh giác
- Tích cực
- Kính cẩn

Quan sát

- Đầy đủ
- Khéo léo
- Cảm thông
- Khách quan

Nói

- Dùng từ đơn giản, không đe dọa
- Sử dụng từ ngữ mà người nghe quen thuộc
- Tránh dùng từ phản đối
- Sử dụng tài liệu trực quan
- Chính xác và đầy đủ
- Thái độ hợp tác

Người thương thuyết cần phải có SHAPE (sắc nhọn):

S Thật thà/Nhậy cảm

H Thành thực/Hài hước

A Chăm chú/Lưu loát

P Thành thạo

Tranh luận

- Được sử dụng khi có hai hay nhiều ý kiến khác nhau về một vấn đề nào đó.
- Là cơ hội để điềm lại mặt tích cực và tiêu cực của tất cả các ý kiến.
- Người điều phối lên dẫn dắt tranh luận và kiểm soát thời gian từng cá nhân được phép phát biểu.
- Từng người tranh luận đều có cơ hội trình bày và sau đó trả lời câu hỏi của người điều phối và những người tham gia.

Kỹ thuật và chiến thuật vận động đối với mỗi nhóm đối tượng

Kỹ thuật và chiến thuật vận động	Loại hình giả / đối tượng			
	Hướng lợi	Đối tác	Đối thủ	Người ra quyết định
Gây cảm xúc				
Động viên				
Đối thoại				
Tranh luận				
Thương thảo				
Vận động				
Kiến nghị				
Gây áp lực				

3.6. Xây dựng kế hoạch và tiến hành vận động

Các yếu tố chính của một bản kế hoạch gồm:

a. Mục đích: Khớp với sự thay đổi trong chính sách mà chúng ta mong muốn sẽ xảy ra

Ví dụ: Quấy rối tình dục được nhìn nhận và đối xử như là tội phạm và là sự vi phạm quyền cơ bản của con người được hệ thống pháp luật và xã hội bảo vệ

b. Mục tiêu: Được xác định là cái sẽ hoàn thành trong thời gian tới. Chúng nên là những mục tiêu rõ ràng và có thể đo được sự thay đổi. Một chiến dịch vận động thường có nhiều mục tiêu, các mục tiêu cụ thể định hướng cho các hoạt động cụ thể của vận động. Một mục tiêu tốt phải đảm bảo các yếu tố của mục tiêu SMART

Mục tiêu cuối cùng là kết quả cuối cùng được mong đợi trong khuôn khổ ngữ cảnh và thời gian chương trình.

Để xác lập mục tiêu cần xác định:

- Dữ liệu cơ sở
- Xu hướng lịch sử
- Mong đợi của đối tượng liên quan
- Đánh giá của chuyên gia/kết luận từ nghiên cứu
- Thành tựu của những chương trình tương tự

Ví dụ: Trong năm tới 75% cảnh sát khu vực (tăng 50%) được trang bị thêm kiến thức về tội phạm tình dục

Các hoạt động trong kế hoạch là những nhiệm vụ cụ thể nhằm đạt được mục tiêu đề ra

Ví dụ: Điều tra kiến thức của lực lượng cảnh sát về tội phạm tình dục

c. Các chỉ báo: Các chỉ báo có ý nghĩa đo các thay đổi trong một hoàn cảnh là kết quả trực tiếp hay gián tiếp của sự can thiệp vào dự án (được hiểu như là sự tiến bộ đối với việc đạt được mục tiêu).

Tiêu chí chỉ báo

- **Đo lường được** hoặc xác định được như là tỉ lệ %, tỉ số Ví dụ như một cuộc gặp, một tiêu chuẩn chất lượng
- **Rõ ràng/cụ thể/căn cứ vào sự thực:** có cùng ý nghĩa với tất cả mọi người
- **Hiệu lực/cụ thể:** đo lường các điều mà họ yêu cầu đo.
- **Có thể kiểm chứng:** Có thể khách quan kiểm tra lại

- **Phù hợp bối cảnh:** được chấp nhận (chính trị, văn hóa, xã hội)-thu nhập, nạo thai, giới, và phân biệt sắc tộc ...có thể không đúng thực tế nếu được hỏi trực tiếp (sự lựa chọn khác là sử dụng các danh mục)
- **Chính xác/Nhạy cảm:** đo được sự thay đổi chính xác và cân xứng trong tình huống
- **Khả thi:** có thể thu thập được dựa vào nguồn lực sẵn có về tài chính và con người và công tác hậu cần khi xem xét.
- **Thực tế:** hợp lý về chi phí, tần suất, thời gian
- **Thích đáng:** không nên chọn quá nhiều chỉ báo-chọn số lượng tối thiểu cần thiết để đảm bảo rằng tiến bộ hướng tới kết quả có thể đạt được mục tiêu.
- **Liên quan:** đến chương trình và tiêu chuẩn quốc gia.
- **Dễ dàng diễn dịch**
- **Sẵn sàng và đáng tin cậy**

Đo lường về thời gian thực tế thống kê và định lượng:

- Số lượng của (các đại biểu quốc hội ủng hộ thay đổi luật..)
- Phần trăm của (Huyện đang thực hiện chính sách)
- Tỷ lệ của (các giấy chứng nhận QSDĐ có tên cả hai vợ chồng...)

Từ Y (Số liệu cơ sở) đến Z (mục tiêu) trong khoảng thời gian từ X1 đến X2!

1. Nghiên cứu chính sách
2. Điều tra
3. Vận động hành lang
4. Chiến dịch truyền thông bằng hình ảnh
5. Tham quan
6. Tranh luận trên truyền hình

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| 7. Trình diễn | 8. Hội nghị bàn tròn |
| 9. Thiết lập Website | 10. Hội thảo |
| 11. Thiết lập mạng lưới | 12. Tập huấn |
| 13. Tổ chức các cuộc họp | 14. Kịch trên ti vi hoặc radio |
| 15. Bản tin | 16. Gửi thư |
| 17. Kiến nghị | 18. Các cuộc phỏng vấn |
| 19. Đàm phán | 20. Diễn đàn |
| 21. Họp báo | 22. Thông cáo báo chí |
| 23. Biểu tình | 24. Truyền thông đại chúng |
| 25. Tổ chức các cuộc thi đấu | 26. Điều hòa, dàn xếp |

Nhưng cũng có thể chỉ đơn giản là Luật được thông qua tại Quốc hội.

Thường thì có hai loại chỉ báo:

Các chỉ báo quá trình: dùng để theo dõi quá trình thực hiện

Các chỉ báo kết quả: tài liệu hoá sự thay đổi trong hoàn cảnh liên quan đến mục tiêu.

d. Bảng phân tích các đối tượng liên quan

e. Các hoạt động

Ở đây chúng tôi liệt kê một số hoạt động liên quan đến công tác vận động, tùy theo từng vấn đề và từng tình huống vận động khác nhau chúng ta có thể lựa chọn các hoạt động phù hợp

Ghi chú:

Những hoạt động tốt nhất cho chiến dịch của bạn là những hoạt động mang lại sự tác động lớn nhất với chi phí thấp nhất

Ma trận khung cho kế hoạch vận động

Mục tiêu	Các hoạt động	Chỉ báo	Khung thời gian	Phương tiện thực hiện	Người chịu trách nhiệm thực hiện	Đối tác	Ngân sách
Mục tiêu 1							
Mục tiêu 2							
Mục tiêu 3							

f. Tổ chức thực hiện kế hoạch vận động

Trước khi bắt đầu triển khai một kế hoạch vận động, cần kiểm tra xem các điều kiện để thực hiện hoạt động đã đảm bảo chưa. Đó là các điều kiện:

Thông điệp vận động

Sự sẵn sàng của người chủ trì và những người tham gia truyền đạt thông điệp

Kinh phí và địa điểm cho hoạt động vận động

Tài liệu và phương tiện hỗ trợ

Nếu chưa đủ điều kiện triển khai thì có thể điều chỉnh cho phù hợp. Trong trường hợp không thể thay đổi thời gian tiến hành hoạt động thì phải tập trung lực lượng để hoàn tất các điều kiện đảm bảo cho hoạt động thành công.

Phối hợp với các phương tiện truyền thông đại chúng và các tổ chức xã hội tham gia vào hoạt động tuyên truyền vận động để hỗ trợ cho việc thực hiện các mục tiêu vận động đã được thiết kế trong kế hoạch. Trường hợp các mục tiêu vận động có địa chỉ cụ thể thì cần huy động sự tham gia của cộng đồng ở các nơi đó bằng cách phối hợp với các tổ chức liên quan lồng ghép các hoạt động truyền thông hướng vào mục tiêu vận động.

Giám sát thường xuyên việc thực hiện kế hoạch vận động, trong đó có giám sát việc xây dựng các thông điệp vận động.

Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch vận động theo định kỳ (quý, 6 tháng, năm..) và theo quy định của cơ quan quản lý

Điều chỉnh các hoạt động của kế hoạch hoạt động trên cơ sở các báo cáo, kết quả giám sát và nguồn lực thực tế.

Đánh giá thực hiện kế hoạch vận động

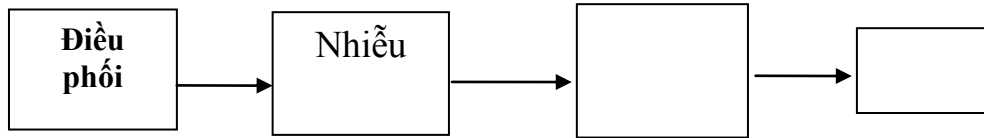
3.7. Giám sát và đánh giá kế hoạch

Giám sát là một hoạt động quản lý thường xuyên nhằm phát hiện xem các hoạt động diễn ra có đúng trình tự, tiêu hao nguồn lực và thu được kết quả như đã được thiết kế trong kế hoạch hoạt động hay không

Đánh giá là một trong những hoạt động quản lý định kỳ nhằm so sánh kết quả đạt được với các mục tiêu và đầu ra dự kiến của kế hoạch, xác định tính hợp lý, hiệu

quả, kết quả và tác động của các hoạt động. Đánh giá cũng nhằm xem xét các hoạt động có diễn ra đúng trình tự, nguồn lực và kết quả như đã được dự kiến hay không.

3.7.1. *Lược đồ giám sát và đánh giá*



Đầu vào là các nguồn lực (kinh phí, con người, tài liệu và trang thiết bị) được sử dụng để thực hiện các hoạt động của kế hoạch.

Quá trình là trình tự thực hiện các hoạt động của kế hoạch

Đầu ra là kết quả đạt được trong quá trình thực hiện các hoạt động của kế hoạch

Tác động là ảnh hưởng của kết quả thực hiện đến sự thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của các nhóm đối tượng mà kế hoạch tác động và của cả cộng đồng trong hiện tại và tương lai.

3.7.2. *Phân biệt giám sát và đánh giá*

Giám sát và đánh giá có đặc điểm chung là cùng xem xét các hoạt động diễn ra có đúng trình tự, việc sử dụng nguồn lực và kết quả đạt được có phù hợp như thiết kế trong kế hoạch hay không

Tuy nhiên giám sát và đánh giá khác nhau cơ bản chính là ở mục tiêu dẫn đến sự khác nhau về thời gian, nội dung và cách thức tiến hành. Sự khác nhau chủ yếu giữa giám sát và đánh giá là:

TT	Điểm	Giám sát	Đánh giá
----	------	----------	----------

DỰ ÁN NÂNG CAO VAI TRÒ CỦA CÁC TỔ CHỨC XÃ HỘI VÀ CÔNG NHÂN (ECOW)

	khác		
1	Mục tiêu	Thúc đẩy hoàn thành hoặc điều chỉnh kế hoạch	Xác định mức độ hoàn thành kế hoạch Rút ra bài học cho kỳ sau
2	Thời gian thực hiện	Chỉ diễn ra trong kỳ kế hoạch	Đầu kỳ, giữa kỳ và cuối kỳ
3	Nội dung	Hoạt động đã diễn ra chưa? Diễn ra như thế nào? Có theo đúng kế hoạch không? Vì sao?	Mục tiêu có đạt được không? Đạt được bao nhiêu phần trăm? Vì sao?
4	Thông tin tư liệu	Chi tiết, tổng hợp sơ bộ	Có điều tra chuyên sâu Tổng hợp và phân tích
5	Tính cấp bách	Cấp bách để thúc đẩy thực hiện kế hoạch	Không cấp bách
6	Sử dụng kết quả	Thông báo cho cán bộ quản lý biết điều gì đã phát sinh và đề xuất các biện pháp giải quyết	Cho cán bộ quản lý biết việc lựa chọn các giải pháp và chính sách phù hợp ở mức độ nào

Tài liệu tham khảo

1. Bộ Tư pháp (2010), Dự thảo Sổ tay hướng dẫn thực hiện đánh giá tác động văn bản quy phạm pháp luật.
2. Vũ Cao Đàm (chủ biên) (2011), *Kỹ năng phân tích và hoạch định chính sách*, NXB Thế giới, Hà Nội.
3. HM Government (2011), *Impact Assessment Guidance*
4. Tsukamoto Hisao (2005), *Đánh giá chính sách: Hiện trạng và vấn đề cần giải quyết*
5. Nguyễn Anh Phương (2015), *Chính sách, chính sách công và khoa học chính sách*, <http://chinh-sach.vn/chinh-sach-chinh-sach-cong-va-khoa-hoc-chinh-sach/>
6. Quốc hội (2008), Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật số 17/2008/QH12 ngày 3/6/2008.
7. Nguyễn Cảnh Quý (2011), Bài giảng phân tích đánh giá chính sách công trong quản lý hành chính nhà nước.
8. Phạm Văn Quyết, Nguyễn Quý Thanh (2001), *Phương pháp Nghiên cứu Xã hội học*, Nxb Đại học Quốc gia, Hà Nội
9. OECD, *Building a framework for conducting Regulatory Impact Analysis (RIA): Tools for Policy- Makers*.
10. H. Wollmann, *Policy Evaluation and Evaluation Research, Handbook of Public Policy Analysis – Theory, Politics and Methods*, CRC Press.
-

*Tài liệu này được xuất bản dưới sự tài trợ của Liên minh Châu Âu.
Nội dung tài liệu thuộc trách nhiệm của Viện Nghiên cứu và Tư vấn phát triển
(RCD) và không thể hiện quan điểm từ phía Liên minh Châu Âu.*

