

Městská část Praha – Klánovice

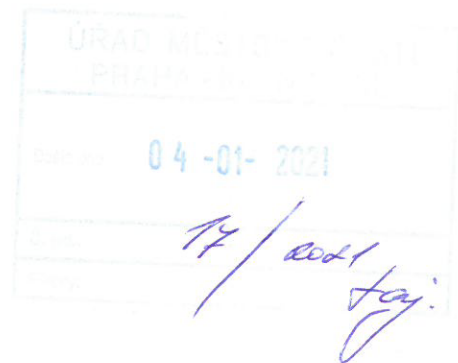
Úřad městské části

U Besedy 300

190 14 Praha - Klánovice

k rukám tajemníka MgA. Petra Vilguse, Ph.D.

Datovou schránkou



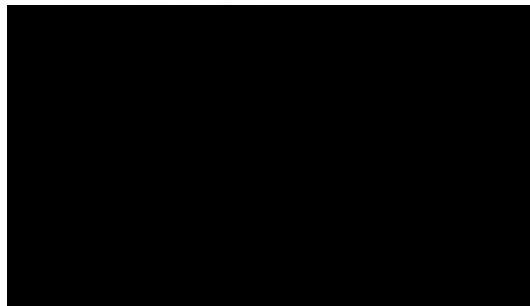
V Praze – Klánovicích 4. ledna 2021

**Věc: Žádost o poskytnutí informace podle zákona č. 106/1999Sb.
o svobodném přístupu k informacím v platném znění**

Žádám o poskytnutí veškerých dokumentů, které městská část obdržela na základě platby částky 35.000,- Kč provedené v prosinci 2019 pod položkou „příprava a design strategického plánu MČ“.

Dokumenty prosím zaslat do mé datové schránky.

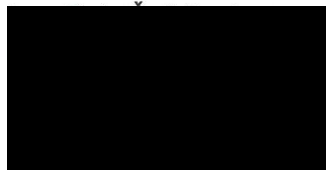
S poděkováním a pozdravem





Městská část Praha-Klánovice
Úřad městské části Praha-Klánovice
U Besedy 300, 190 14 Praha-Klánovice
urad@praha-klanovice.cz

Pan



Vyřizuje: Mg.A. Petr Vilgus Ph.D.
Telefon: 602607994
E-mail: tajemnik@praha-klanovice.cz
Naše č. j.: MCPKL 17/2021

V Praze-Klánovicích dne 19. 1. 2021

Vážený pane,

na základě žádosti podle 106/1999 Sb. Vám zasílám dokumenty, které městská část obdržela na základě platby částky 35 000 Kč pod položkou „příprava a design strategického plánu MČ“. Připomínám, že součástí dodávky nebyly jen písemné materiály, ale zejména proškolení zaměstnanců.

Zdraví

Petr Vilgus
tajemník ÚMČ

Zhodnocení participace

Vyhotoveno pro: MČ Klánovice
Zastoupeno: Mgr. Zorka Starčevičová, starostka
Zhotovitel: Participation Factory, sro.
Autoři: Tomáš Rákos, Jan Pouska
Datum: 15 - 12 - 2019

Kontext

Cílem této zprávy je srozumitelně a stručně zhodnotit míru a úroveň participace v procesech MČ Klánovice. Ačkoliv je pro laika participace pojem abstraktní, jedná se o odborný přístup aplikovatelný v široké škále aktivit a procesů (projektů), kde jeho uplatnění pomáhá řešit konkrétní problémy a úkoly. Výsledné výhody participativního přístupu je možné dobře spočítat: penězi, časem nebo využitými kapacitami. Druhotné benefity se ukazují v hůře kvantifikovatelných, avšak důležitějších hodnotách. Jsou jimi například konsensus, důvěra či spokojenost.

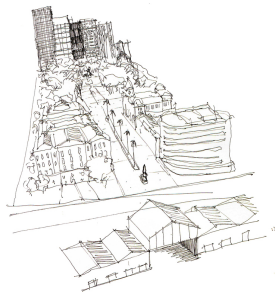
Na participaci lze také pohlížet jako na multidisciplinární obor. Opírá se totiž o společenské i exaktní vědy a navíc využívá množství digitálních a analytických nástrojů (data, komunikace, plánování). V České republice se městské participace využívá nejčastěji v následujících typech procesů:

- úpravy veřejných prostor,
- rozhodování o financích a rozpočtech,
- tvorba a úprava konkrétní agendy (např. voda a sucho),
- procesy týkající se vymezené skupiny lidí (např. senioři),
- tvorba a úprava strategií a koncepčních plánů.

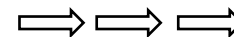
Vzhledem k tomu, že tato evaluační zpráva má být zevrubná, neklade si za cíl nabídnout pokročilou analýzu zkoumaného tématu. Její závěry a doporučení vycházejí z

- rozhovorů s úředníky a politiky MČ Klánovice
- veřejně dostupných informací
- zkušeností s dobrou praxí v ČR
- zkušeností s dobrou praxí v zahraničí

Typologie participativních procesů



Úprava veřejných prostor



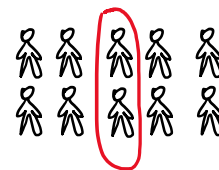
Tvorba strategie & vize



Rozpočty



Cíl: agenda



Cíl: demografická skupina

Příklady* participativních procesů

Studentské městské zastupitelstvo nebo rada
Konzultativní pracovní skupiny tvořené občany
Otevřená veřejná setkání / debaty o městské agendě
Participativní rozpočet
Školní participativní rozpočet
Úpravy veřejných prostor pomocí participativního plánování
Participativní tvorba strategických a akčních plánů
Komunitní plán tvořený participativně
Fokusní skupiny
„Co-design“ workshopy
Online sbírání námětů o závadách
Pravidelný dialog s aktéry města
Sbírání nápadů od veřejnosti za účelem řešení konkrétních témat
Pravidelný reprezentativní průzkum
Konzultativní referenda
Participace namířená na konkrétní demografické skupiny
Jednání na radnici otevřená veřejnosti
Koordinátor participace

*Seznam odráží běžnou praxi v ČR, jde o přehled nejčastějších nástrojů (projektů), kterých české municipality využívají. Seznam není vyčerpávající .

Zhodnocení a doporučení

Situace v MČ Klánovice kopíruje standard přítomný v drtivé většině ostatních českých měst a městských částí podobné velikosti. Radnice si dobře uvědomuje potřebu naslouchat občanům a umožnit jim účast na plánovacích a rozhodovacích procesech. Nicméně dosavadní praxe a zkušenosti napovídají, že v obci se kultura participace historicky nepodařila vytvořit a udržet. Ještě složitější stav panuje v případě sofistikovanějších projektů a procesů, které v tuto chvíli nejsou přítomné vůbec.

Odpovědní úředníci a politici nicméně intuitivně cítí potřebu koncepčnějšího přístupu k participaci a také se o něj snaží. Chybí jim ale odborné a kapacitní zázemí, které by jejich práci činilo úspěšnější.

Z analýzy veřejně dostupných informací a ze zpětné vazby od vedení MČ Klánovice vychází, že úřad se potýká s nedostatečným know-how v následujících oblastech:

- Základní koncepty participace, dobrá praxe v ČR
- Plnohodnotné využití digitálních nástrojů pro komunikaci a sběr zpětné vazby od občanů
- Plnohodnotné využití tzv. multikanálové participace a komunikace (SMART komunikace),
- Nástroje a přístupy pro lepší práci s komunitami a aktéry města
- Tvorba a zadávání průzkumů (konzultativní, reprezentativní)
- Facilitační techniky, využitelné během setkání s občany
- Data z participace a jejich využití při běžném provozu a plánování ze strany úřadu
- Participativní rozpočtování

Zhodnocení a doporučení

Na základě zjištěných informací autoři zprávy doporučují:

- > začít s kulturou participace v podobě menších, méně náročných projektů (např. participativní rozpočtování ve školách)
- > proškolení úřadu ve výše uvedených chybějících dovednostech
- > posílení tzv. opakující se a kontinuální participace za účelem lepšího sběru dat pro běžné každoroční plánování (agendy, témata, ad hoc události)
- > efektivněji využívat digitální nástroje pro participaci
- > povýšení participativního plánování na jednu z klíčových strategických cílů MČ Klánovice.

Rešerše a doporučení digitálních nástrojů pro participaci

Vyhotoveno pro: MČ Klánovice
Zastoupeno: Mgr. Zorka Starčevičová, starostka
Zhotovitel: Participation Factory, sro.
Autoři: Tomáš Rákos, Jan Pouska
Datum: 15 - 12 - 2019

Kontext

Cílem následující analýzy je na základě expertního know-how Participation Factory, sro. doporučit MČ Klánovice digitální nástroje, které městské části umožní efektivnější práci s veřejností a správu participativních projektů. Veškeré vyhledané, zhodnocené a následně doporučené produkty se označují jako tzv. *Civic Tech* řešení. Cílem těchto platforem je vylepšit procesy, kterých se účastní jak občané (obyvatelé teritoria spravovaného klientem), tak samospráva, potažmo státní správa.

Pro účely této analýzy* bylo zhodnoceno celkem 18 produktů převážně z České republiky, ale také Německa, Belgie a Španělska. Autoři detailně zkoumaly funkcionality platforem, dosavadní zkušenosti těchto firem, případnou vzájemnou kompatibilitu nástrojů, nároky na administraci a hlavně míru, s jakou dokážou produkty odpovědět na požadavky klienta.

*Participation Factory, sro. neručí za kroky, které klient na základě tohoto dokumentu učiní. Analýza má pouze doporučující charakter a odráží expertní zhodnocení ze strany autorů. Vybrané produkty | Participation Factory, sro. nepřeprodává. Z jejich případného pořízení klientem tak nemá žádný benefit. Dokument je určen jen pro vnitřní potřeby klienta. Jeho zveřejnění je možné jen se souhlasem zhotovitele.

Definice požadavků

Požadavky MČ Klánovice byly vydefinovány na základě:

- > Auditu participace MČ Klánovice (zpracováno v období listopad – prosinec 2019)
- > Konzultace s klientem setkání s klientem
- > Seznámení se s plánovanými procesy MČ Klánovice

Z výše jmenovaného vzešlo, že

digitální platformy (dále jen “SW”) mají umět odbavit již existující formy participace, a těmi jsou:

- > informování občanů

SW má splňovat i následující funkce:

- > sbírání návrhů, požadavků, zpětné vazby od občanů během procesů zajišťujících úpravy a přeměnu veřejných prostor
- > online sbírání námětů o problémech a závadách ve veřejném prostoru
- > školní participativní rozpočet / městský participativní rozpočet (hlasování, sbírání návrhů, komunikace)
- > online hlášení závad
- > pokročilá (SMART, neboli *multichannel*) komunikace s občany, včetně správy kontaktů
- > veřejnost má možnost uvádět připomínky (informace) do map.

.

Doporučené produkty



D21 je česká společnost sídlící v Praze. Hlavní doménou jsou městské a školní participativní rozpočty. Software D21 je dobře využitelný pro hlasování a rychlé (nikoliv reprezentativní) průzkumy. Výhodou řešení je možnost kombinovat online a papírové hlasování. Řešení umí skenovat papírové hlasovací lístky. Skrze platformu D21 je možné zasílat městu návrhy. D21 umí také vytvořit webovou stránku pro daný projekt.

www.participace21.cz



Mobilní Rozhlas je produkt firmy Neogenia s.r.o., která sídlí v Brně. Platforma nabízí municipalitám systém a infrastrukturu pro SMART komunikaci, mobilní aplikaci, systém na správu podnětů od občanů, ankety a participativní rozpočty. Firma dokáže vytvořit webovou stránku dle požadavků klienta. Součástí produktu je i produkt Lepší Místo, jež umožňuje hlášení závad.

www.mobilnirozhlas.cz



CleverMaps je jedním z českých lídrů v zobrazování a analýze informací (*bigdata*) v mapách. Jde o pokročilý nástroj, který umožňuje využití interaktivního *dashboardu* a reportingu, několik úrovní přístupů, BI a analýzy dle požadavků klienta. Produkt je využitelný nejen v participativních procesech, ale také při správě a agregování dat v projektech *smartcity*.

www.clevermaps.io

Doporučené produkty



MAPOTIC

Mapotic je česká společnost sídlící v Praze. Jejich hlavní předností je práce s mapami, kolaborativní a komunitní spoluvytváření mapových vrstev a přehledů. Dalším produktem Mapoticu je mobilní aplikace.

www.mapotic.com

Participativní rozpočet	Sbírání informací od veřejnosti	Online hlášení závad	Pokročilá správa kontaktů	Vkládání informací do map	Vizualizace dat v mapách
					
«» Mobilní Rozhlas	«» Mobilní Rozhlas	«» Mobilní Rozhlas	«» Mobilní Rozhlas		
					
					

Doporučení

- > Doporučené* produkty nejsou seřazené „od nejlepšího po nejhorší“. Jak naznačuje tabulka, každá z platforem se zaměřuje a vyniká v jiném souboru funkcí.
- > V případě CleverMaps a Mapotic monitorujeme zájem těchto platforem o intenzivnější vstup do municipálního segmentu. Existuje tak příležitost se zástupci produktu vyjednat implementaci v pilotní, zvýhodněné podobě.
- > Doporučujeme vybrat (i) Mapotic nebo (ii) CleverMaps pro pokročilejší práci s mapami a daty a k nim pak pořídit řešení, které se specializuje na kontakt a práci s veřejností (D21, CitizenLab, Mobilní rozhlas).

*Participation Factory, sro. neručí za kroky, které klient na základě tohoto dokumentu učiní. Analýza má pouze doporučující charakter a odráží expertní zhodnocení ze strany autorů. Vybrané produkty | Participation Factory, sro. nepřeprodává. Z jejich případného pořízení klientem tak nemá žádný benefit. Dokument je určen jen pro vnitřní potřeby klienta. Jeho zveřejnění je možné jen se souhlasem zhotovitele.

Strategický plán: postup a projektový rámec

Vyhotoveno pro: MČ Klánovice
Zastoupeno: Mgr. Zorka Starčevičová, starostka
Zhotovitel: Participation Factory, sro.
Autoři: Tomáš Rákos, Jan Pouska
Datum: 15 - 12 - 2019

Kontext

Dobře zpracovaný strategický plán patří k základním opěrným nástrojům samosprávy i státní správy. Umožňuje municipalitě s větší efektivitou nakládat se zdroji, které má k dispozici a zároveň nabízí jasný a srozumitelný pohled na očekávaný vývoj spravovaného území. Bez strategického plánu není možné reagovat na komplexní výzvy, kterým města a obce v současné době čelí (např. sucho, urbanizace, změny v ekonomice měst, doprava). Městská část Klánovice není v tomto výjimkou. Ačkoli je dané teritorium součástí většího celku (hl.m. Praha), má ve své gesci širokou paletu agend, jež si dlouhodobé plánování vyžadují a jsou směrodatné pro zvyšování kvality života obyvatel daného místa.

Tuzemská dobrá praxe na poli strategického plánování bohužel zatím nekopíruje trendy (postupy, důraz na data, účast aktérů, aj.) běžně implementované progresivními městy v zahraničí (viz. „Příklady strategických plánů“). Města jako americké Minneapolis, německý Berlín nebo dánský Aarhus chápou strategické plánování jako příležitost, která umožňuje postavit se komplexním a často abstraktním výzvám pomocí konkrétních akčních kroků. Při jejich zpracovávání se ale nelze spolehnout pouze na názory a posudky expertů. Do tvorby plánu je nutné přizvat i ty, kteří město znají nejlépe - občany. Bohaté know-how těchto klíčových uživatelů města je jedním z nejpodceňovanějších datových zdrojů, jež má státní správa a samospráva k dispozici. Jak tedy občany, komunity a aktéry do práce na plánu začlenit? Odpovědí je participativní přístup k plánování. Je chybou myslet si, že si takový přístup mohou dovolit jen metropole. Principy předložené v příkladech níže lze efektivně využít také v malých obcích.

Proces tvorby strategického plánu má vedle kýžených výstupů ještě jeden pozitivní rys. Už během zpracovávání nabízí všem zúčastněným navazovat dříve nemyslitelná partnerství mezi jednotlivci, organizacemi, spolky nebo institucemi. Slouží také jako efektivní vzdělávací prostředek. Všichni účastníci jsou totiž implicitně motivováni se dozvídat o svém prostředí informace, kterými by se dříve nezabývali. To stejné platí pro úředníky a politiky. Celý proces má potenciál zásadně proměnit kulturu, s jakou se v daném teritoriu komunikuje, spolupracuje, řídí, rozhoduje a v neposlední řadě plánuje.

Cílem tohoto dokumentu je MČ Klánovice nabídnout návod*, jak takový strategický plán zpracovat.

*Participation Factory, sro. neručí za kroky, které klient na základě tohoto dokumentu učiní. Analýza má pouze doporučující charakter a odráží expertní zhodnocení ze strany autorů. Prezentované produkty | ParticipationFactory, sro. nepřeprodává. Z jejich případného pořízení klientem tak nemá žádný benefit. Dokument je určen jen pro vnitřní potřeby klienta. Jeho zveřejnění je možné jen se souhlasem zhotovitele.

Inspirace ze zahraničí: příklady zpracování strategických plánů

Soul

Aarhus

Móstoles

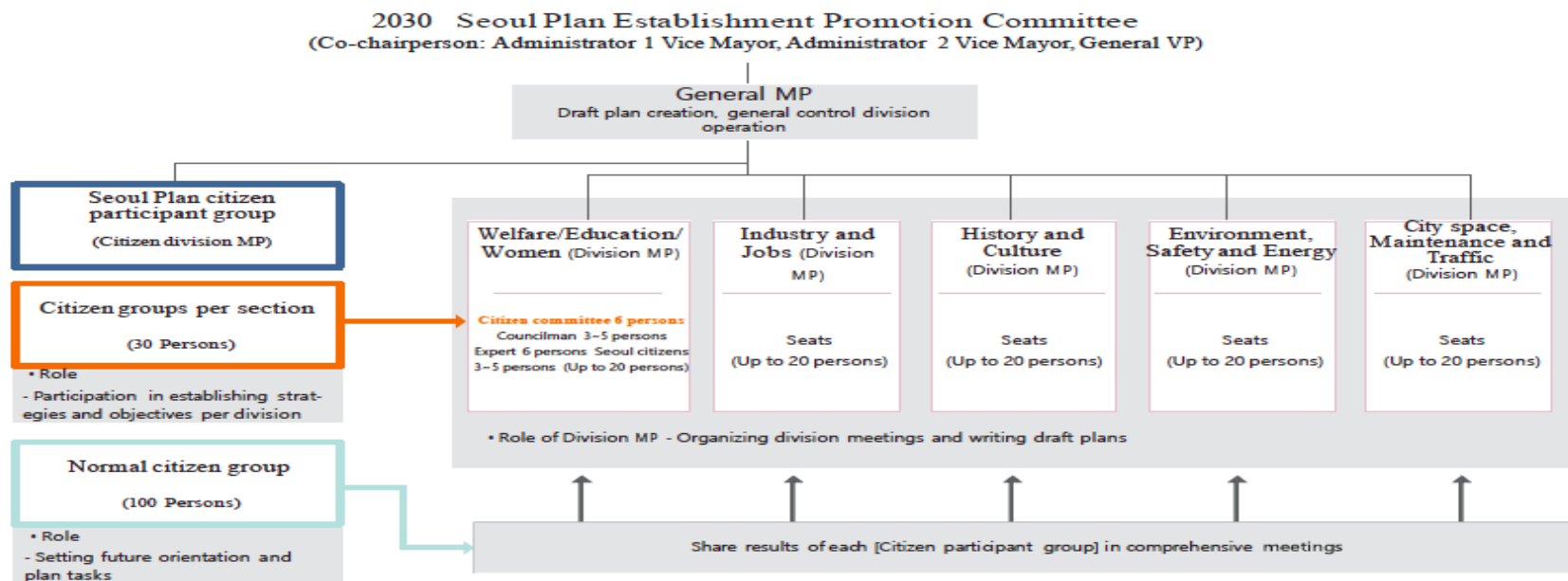
Berlín

Minneapolis



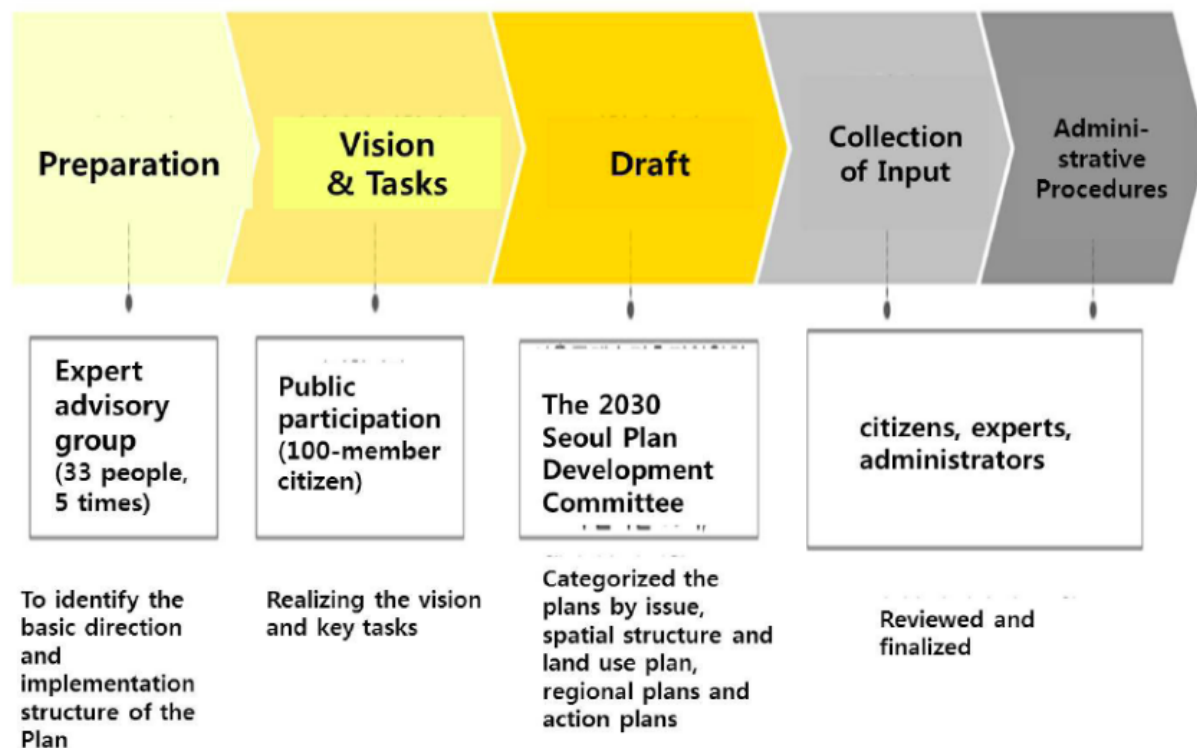
Příklad: Soul

Soul je hlavním a největším městem Jižní Koreje. Tvorba městského strategického plánu (*master plan*) byla pojata tak, aby dokument reagoval na požadované hodnoty a hlavně předpokládaný vývoj daného prostředí. Proto se město rozhodlo (i) umožnit občanům, aby do tvorby zasáhly a plán tak nebyl doménou úředníků a expertů; (ii) více důrazu dát na hodnoty jako je sdílení inovací, koexistence, sbližování; (iii) urbanistické plánování a úpravy, které zohledňují životní styl ve městě, demografické změny a charakteristiku oblasti. Pro plán Soul 2030 vznikla expertní poradní skupina, která vytvořila základní obrys plánu a určila formu občanské participace. Důsledkem bylo vytvoření 100-členné občanské komise, jejímž úkolem v následujících měsících bylo spolu-vytvářet vizi pro Soul 2030. skupina poradců,



Příklad: Soul

Aby mohla být vize naplněna, založilo město Rozvojovou komisi pro plán Soul 2030. Členy byly zástupci občanských skupin, radní, experti a úředníci. Ti společně plán transformovali do konkrétních úkolů podle kategorie, vztahu k územním a akčním plánům. To vše poté bylo validováno během veřejných setkání. Po závěrečných úpravách se konkrétní kroky a úkoly plánu staly součástí standardních procesů úřadu.



Příklad: Aarhus

Aarhus je se svými 320 000 obyvateli druhým největším městem v Dánsku. Strategické plánování je spojené ve městě se smart-city agendou a je kontinuální. Potřeba chytře, koncepčně a participativně plánovat byla poprvé pojmenovaná v roce 2010 během setkání města s veřejností. Účastníci se shodovali, že je nutné do procesu zahrnout občany, firmy, vzdělávací instituce a radnici.

Proces je pomyslnou nekončící platformou, která kontinuálně zve občany a aktéry města, aby přispívali svým pohledem, kreativními nápady a zpětnou vazbou.

Organizační struktura - Koordinační komise je tvořena zástupci místních firem, výzkumných a vzdělávacích institucí a zástupci radnice. Sekretariát má mandát hledat nové cesty jak lépe rozvíjet město. Sekretariát funguje jako vnitřní agentura: pomáhá facilitovat mezi jednotlivými skupinami témata a pomáhá jim spolupracovat. Pracovní skupiny jsou důležitou částí celého městského smart-ekosystému. Jejich členy jsou dobrovolníci, kteří pracují na specifických úkolech. Pracovní skupiny nejsou direktivně řízeny. Pokud nějaká pracovní skupina není aktivní, je ponechána k zániku.

Město Aarhus na sebe pohlíží jako na spolupracující komunitu. Místní aktéři jsou ochotni spolupracovat, protože vidí ve spolupráci hodnotu a mají důvod sdílet své zdroje. Model má za cíl, aby aktéři chtěli přispívat a zároveň byli ochotni nést důsledky. Občan je považován za spolu-tvůrce služeb, které mu jsou poskytovány. Pro občana je pak potěšením být místním rezidentem.

Požadavky na města, která se chtějí vydat cestou Smart Aarhusu jsou dle dosavadních zkušeností následující:

- město musí být dostatečně velké, aby mělo potřebné zdroje.
- Zároveň nesmí být příliš velké, to aby se jednotliví aktéři měli šanci a potřebu poznávat.
- Smart city iniciativa jako je tato si vyžaduje, aby ve městě převládal pocit urgentní potřeby měnit a soustředit se na růst (kvality, příležitostí, změn, aj.)
- Kultura města musí být nakloněna změnám, progresivním přístupům a novým technologiím.
- Lídři města (úředníci, politici) musejí být ochotní a schopní pracovat kolaborativním způsobem.

Příklad: Móstoles

Móstoles je město vzdálené necelých dvacet kilometrů od Madridu a žije v něm něco málo přes 200 000 obyvatel. Svůj strategický plán začalo zpracovávat v roce 2009. Celý proces byl řízen Koordinační komisí a Komisí pro strategický plán.

Koordinační komise vznikla proto, aby plán nebyl spojován pouze s jedním konkrétním odborem radnice. Cílem bylo začlenit do tvorby plánu klíčové aktéry jako místní spolky, byznysy, odbory a akademickou veřejnost. Komise pro strategický plán pak zajišťovala expertní podporu a byla zodpovědná za projektové řízení.

Participace veřejnosti byla umožněna prostřednictvím už existujících kanálů. Město navíc využívalo dat z telefonických průzkumů a dat z kiosků, které byly rozmístěné ve veřejném prostoru. V kioscích mohli občané vyplňovat dotazníky. Součástí tvorby plánu byla také série tematických veřejných setkání, kde mohly zástupci nejrůznějších organizací diskutovat aktuální problémy a jejich řešení.

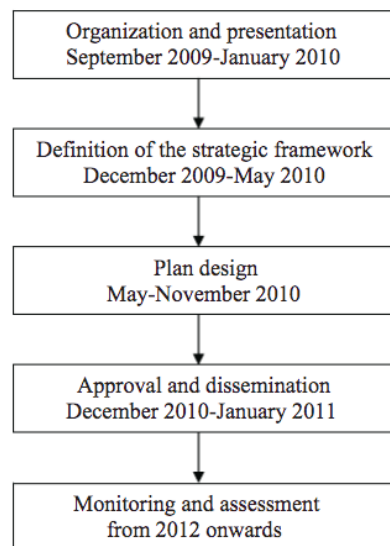


Figure 1: Steps of the plan

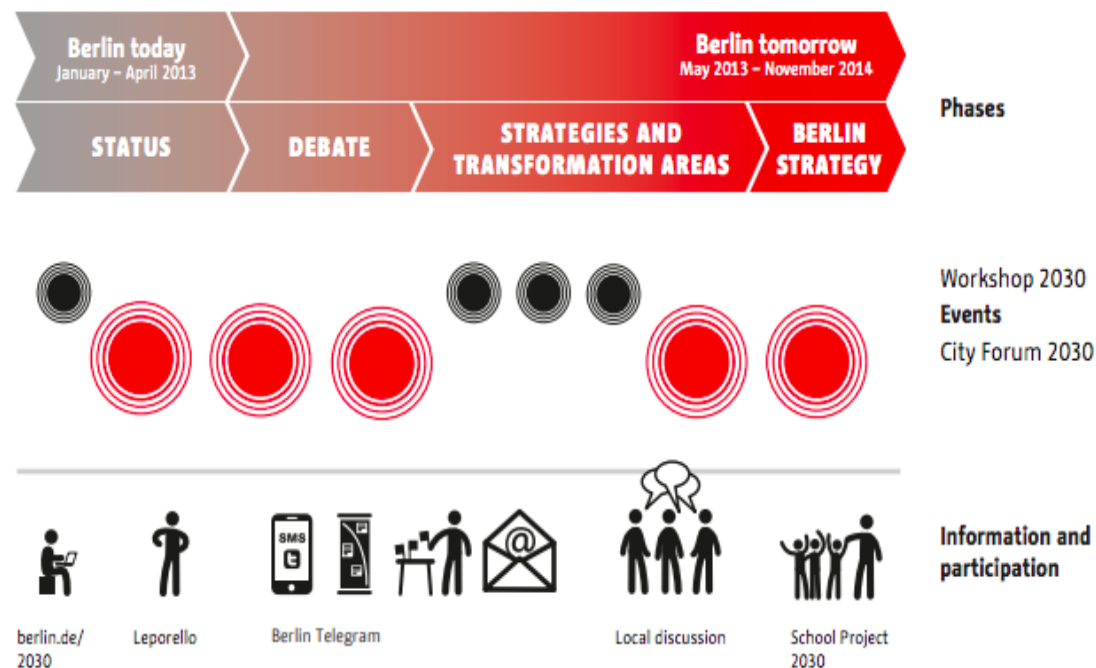
Source: Arenilla Sáez, 2012, pp. 71-101

Příklad: Berlín

Strategie pro Berlín se soustředí na budoucnost města s důrazem na už existující silné stránky. V prvním kroku se definovaly výzvy města, načrtnul se plán dalšího vývoje s důrazem na konkrétní geografické oblasti a poté se odsouhlasili kroky směřující k řešení. Středobodem tvorby plánu byl celoměstský konzultativní proces s názvem City Forum 2030. Šlo o diskusní platformy, které využilo přes 2500 obyvatel města. Proces doprovázely workshopy pro občanskou společnost, úředníky, politiky a experty z nejrůznějších sektorů. Jejich úkolem bylo reagovat na definované výzvy pomocí konkrétních řešení. Participace byla dále umožněna pomocí široké palety analogových i digitálních komunikačních nástrojů.

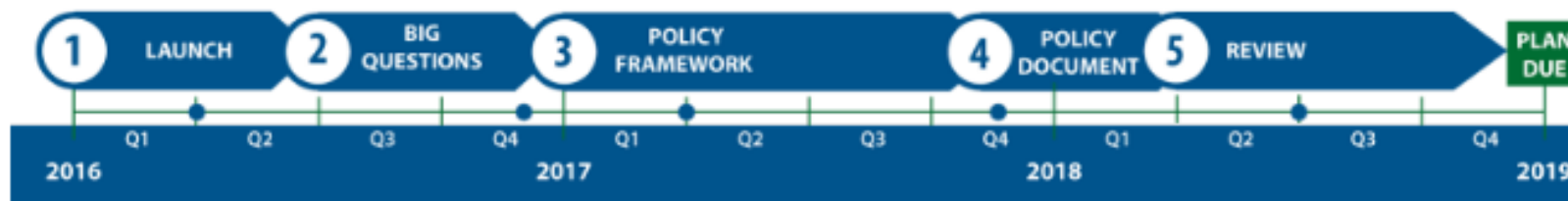
Následujících osm strategií ukazuje, čeho se město snaží dosáhnout:

- Posílit ekonomiky chytrým know-how
- Podpořit existující přednosti za pomoci kreativity
- Zajištění zaměstnanosti díky vzdělávání
- Posílení diverzity na úrovni čtvrtí
- Město a zeleň musejí růst spolu
- Město musí být přátelské ke klimatu
- Mobilita musí být přátelská k městu
- Budoucnost vytváříme spolu



Příklad: Minneapolis

Minneapolis je s bezmála půl milionem obyvatel největším městem ve státě Minnesota a zároveň 46. největším městem USA. “Minneapolis 2040” je název strategického plánu, který je město podle tamních zákonů povinné každých deset let aktualizovat. Srozumitelný plánovací proces byl rozdělen do pěti fází: spuštění, velké otázky, vytvoření konkrétních akčních kroků, dokumentace těchto politik a zhodnocení.



Tvorba procesu byla doprovázena dynamickou participací. Úředníci a politici byli nuceni komunikovat prostřednictvím široké palety médií. Cílem participace bylo, aby proces byl: smysluplný, relevantní, přístupný, inkluzivní a poctivý. Pravidla také zajišťovala, aby městské komunity v něm byly: reprezentované, informované, vyslyšené a zplnomocněné. Velký důraz byl dán právě na vzdělávání aktivních občanů.

Příklady aktérů, kteří byly účastníky procesu:

široká veřejnost, majitelé nemovitostí, studenti, kulturní organizace, státní instituce, nově příchozí rezidenti, senioři, zaměstnavatelé, majitelé obchodů, turisté, média, hendikepovaní, obchodní komory, developéři, atd.

APPROACHES TO ENGAGEMENT



Strategický plán MČ Klánovice: postup a projektový rámec.

Následující stránky shrnují jednotlivé kroky, nutné pro úspěšné zpracování strategického plánu. Součástí je také kalkulace (rozpočet), časový odhad a alokace rolí (pozic), které by se podle autorů na tvorbě dokumentu měly podílet. Plán vznikl na základě analýzy stavu participace, analýzy dovednostních kapacit a potřeb MČ Klánovice. Procesní logika se opírá o zahraniční zkušenosti. Navržená sekvence kroků pak odráží také českou realitu a zkušenosti autorů s tuzemskými participativními procesy a strategickým plánováním.

Cílem plánu není nabídnout vyčerpávající popis možných řešení. Autoři nekatalogizují dostupné nástroje a metody. Nabízejí manažerský pohled na postup zpracování tohoto komplexního projektu tak, aby pro klienta bylo snazší:

- > připravit výběrové řízení na dodavatele procesu – nikoliv v jedné zakázce, ale v několika cílených poptávkách
- > lépe komunikovat projekt dovnitř úřadu i na veřejnost
- > získat potřebné dovednosti pro správné zpracování procesu
- > lépe projekt řídit
- > zajistit transparentnost procesu
- > maximalizovat hodnotu sbíraných dat
- > využít výstupy i pro další projekty úřadu
- > posílit kulturu důvěry, kooperace a komunikace v MČ
- > nakládat se zdroji (čas, lidské zdroje, finance)

Strategický plán: Jednotlivé fáze projektu

- I. Vytvoření projektového týmu
Definice a odsouhlasení detailního projektového plánu
- II. Školení chybějících dovedností
Představení projektu úřadu
Komunikace procesu veřejnosti
Kvalitativní zkoumání v podobě veřejných setkání
- III. Kvantitativní zkoumání v podobě průzkumu
- IV. Definování témat na základě výsledků kvalitativního a kvantitativního zkoumání
- V. Definování řešení: vytvoření vlastního akčního plánu
- VI. Validace řešení u veřejnosti a aktérů v podobě veřejných setkání a online nástrojů
Úprava výsledného strategického plánu
Komunikace výsledného plánu na veřejnost

Slovník pojmů

Expert (expertní tým) > Odborník městskou problematiku, který pomáhá radnici definovat klíčové výzvy a pak i jejich řešení.

Úřad MČ Klánovice > samospráva i státní správa.

Úředník > Zaměstnanec úřadu MČ, který má na starosti specifickou agendu.

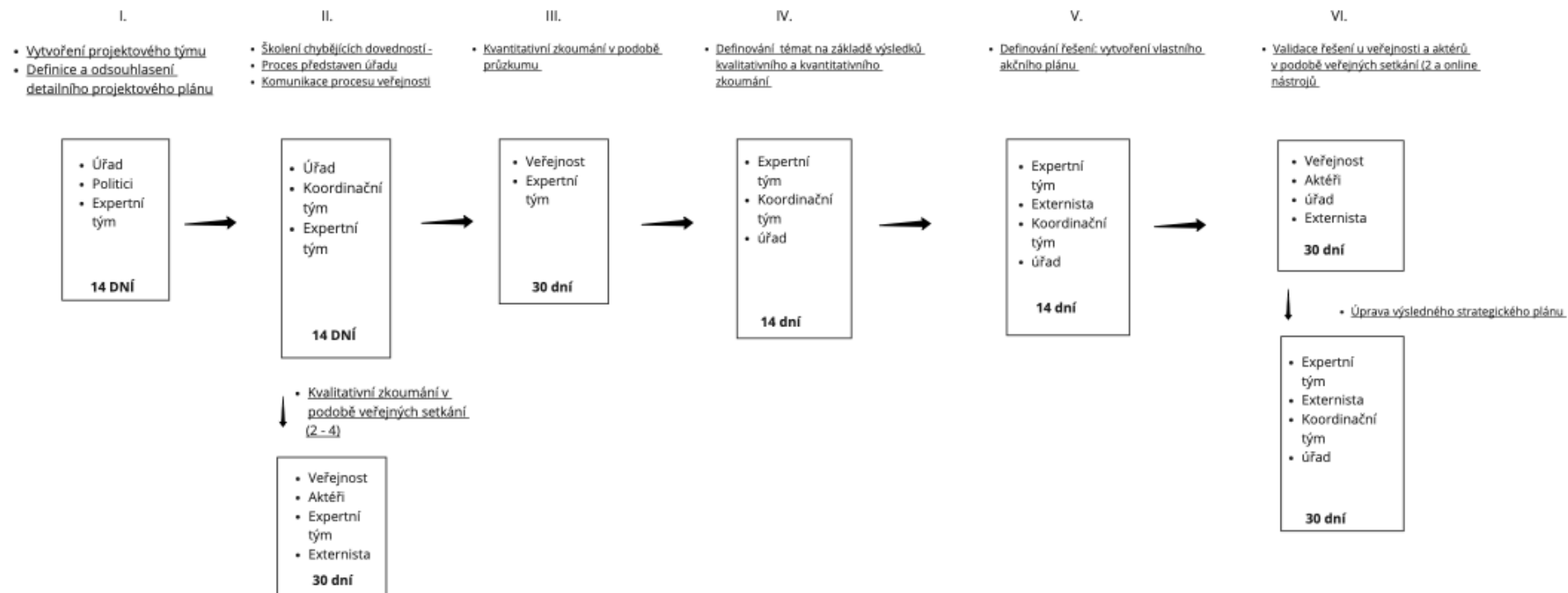
Politik > Zvolený zástupce. Může být členem vedení úřadu (starosta, radní), ale i členem zastupitelstva.

Aktér > člověk (zpravidla rezident, ale není nutné), zastupující organizaci, spolek, firmu či vzdělávací instituci, která v oblasti působí. Aktéři tak mají výraznější vztah k městské části, než široká veřejnost.

Veřejnost > Pod širokou veřejností chápeme běžné občany, kteří nejsou nijak výjimečně aktivní.

Koordinační tým > je skupina lidí, která celý projekt vede. Sestává z projektového manažera, politiků, úředníků a expertů. Úkolem koordinačního týmu je zajistit, aby proces měl veškeré náležitosti a aby byla shoda u všech stran s vytyčenými úkoly a cíli.

Obecný plán procesu tvorby strategického plánu MČ Klánovice
Celkové trvání projektu: 6 měsíců



Fáze I – Vytvoření projektového týmu

Definice a odsouhlasení detailního projektového plánu

Úkolem projektového týmu je řídit, koordinovat a kontinuálně dohlížet na celý proces zpracování strategického plánu. Má pravomoc v případě nutnosti měnit podobu jednotlivých fází procesu, dohlížet na výběr externích dodavatelů a spravovat rozpočet projektu.

Cíle

- > Vytvoření projektového týmu
- > Odsouhlasit finální podoby projektu (jeho jednotlivé kroky, detailní rozpočet, dodavatelé a časový plán, úkoly, KPI)

Kdo?

Úřad
Politici
Expertní tým

Doba trvání

14 dní

Fáze II – Školení chybějících dovedností

Audit participace odhalil úroveň dovedností a znalostí úřadu MČ Klánovice v oblastech, které jsou podmínkou pro úspěšné zvládnutí projektu.

Cíle

- > Vybrat osoby napříč koordinačním týmem a vlastním úřadem MČ Klánovice, kterých se školení týká
- > Zajistit školení pro témata dle auditu participace a strategického plánování.

Kdo?

Úřad
Koordinační tým
Expertní tým

Doba trvání

14 dní

Fáze II – Představení procesu úřadu

Stejně jako pro širokou veřejnost, je komunikace celého projektu (procesu) stejně důležitá i v případě samotného úřadu. Koordinační tým musí zajistit, že klíčová pracoviště úřadu budou obeznámena s procesní logikou projektu, jednotlivými jeho fázemi a kýženými výstupy. Pokud úředníci (a politici) nevezmou proces za vlastní, hrozí neúspěch.

Cíle

- > Vybrat osoby a pracoviště napříč úřadem, jež budou obeznámeni s projektem
- > Setkání s úředníky (a politiky) by mělo probíhat formou interaktivních workshopů
- > Vedle workshopů je nutné projekt komunikovat i pomocí dalších interních kanálů (text, odkaz na web projektu)
- > Jmenovat kontaktní osobu (pracoviště), na kterou se úředníci mohou kdykoliv obracet s případnými dotazy
- > Zřídit pro úřad „informační linku“ v podobě emailové adresy, kam je možné zasílat otázky

Kdo?

Úřad
Koordinační tým
Expertní tým

Doba trvání

14 dní

Fáze II – Komunikace projektu veřejnosti

Obyvatelé MČ Klánovice platí za hlavní přispěvatele a zároveň klienty nového strategického plánu a proto je komunikace procesu směrem k nim naprosto zásadní. Komunikační strategie musí být součástí detailního projektového plánu, který koordinační tým schvaluje v samém počátku procesu. Její tvorby a následné řízení by se mělo účastnit oddělení komunikace, které si může vypomáhat externími nástroji, případně dodavateli.

Cíle

> Vybrat značku pro celý proces. Mělo by z ní být jasné, že souvisí se strategickým plánem a zároveň by měla být uživatelsky přívětivá (příklady níže).



CASCAIS
PARTICIPA



- > O projektu informovat prostřednictvím tradičních komunikačních kanálů (radniční noviny, sociální sítě, atd.) a také prostřednictvím jednoduchého, dedikovaného webu, na kterém budou k dispozici veškeré potřebné informace (pozvánky, aktuality, výstupy)
- > Připravit balíček, krátkých, standardních prezentací, které bude možné využívat při veřejných setkáních, případně jako podklad pro jednání s aktéry
- > Součástí komunikační strategie musí být také plán jak o projektu a jeho výstupech informovat média
- > Jmenovat kontaktní osobu (pracoviště), na kterou se veřejnost může kdykoliv obracet s případnými dotazy
- > Zřídit pro veřejnost „informační linku“ v podobě emailové adresy, kam je možné zasílat otázky

Kdo?

Úřad
Koordinační tým
Expertní tým

Doba trvání: 14 dní

Fáze II – Kvalitativní zkoumání v podobě veřejných setkání

Jakmile se komunikace projektu spustí, veřejnost obdrží pozvánky na sérii veřejných setkání. Jde o první moment, kdy koordinační tým společně s experty začne sbírat informace o potřebách a pohledech obyvatel MČ Klánovice. Setkání by měla být uspořádána ve formě interaktivních workshopů, jež mají jasnou metodickou strukturu, jsou profesionálně moderované a výstupy jsou zachycené v podobě reportů.

Cíle

- > Počet workshopů s veřejností určit dle komunitní mapy tak, aby byl zajištěna účast co největšímu počtu lidí v lokalitách
- > K účasti na workshopech cíleně vyzvat aktéry MČ)
- > Určit případná omezení pro účast na workshopech. (věk, trvalé bydliště)
- > Workshopy se mají konat v pracovním týdnu a nikoliv v pátek
- > Na začátku každého workshopu je nutné během 15 minut prezentovat účastníkům logiku celého procesu, včetně kýžených výstupů. Také musejí být obeznámeni s tím, co se od nich očekává
- > Facilitace workshopů by se ideálně měli ujmout pracovníci úřadu a to kvůli ušetření nákladů za externí dodavatele
- > Samotné workshop by neměl trvat déle než 90 minut.
- > Program workshopů musí sestávat z pečlivě naplánovaných cvičení, které pomůžou organizátorům sesbírat od veřejnosti data
- > Přítomný na workshopech by měl být také zapisovatel, který bude shromažďovat pro koordinační a expertní tým zajímavé postřehy účastníků, fotit výstupy cvičení a po skončení vše reportovat

Kdo?

Veřejnost

Aktéři

Expertní tým

Externista

Doba trvání: 30 dní

Fáze III – Kvantitativní zkoumání v podobě průzkumu

Kvantitativní zkoumání v podobě průzkumu představuje efektivní nástroj, díky kterému je možné validovat na širším vzorku závěry, jež koordinační tým obdrží od veřejnosti a aktérů z veřejných setkání (workshopů). V případě obcí velikosti MČ Klánovice nelze vždy počítat se možnými zdroji na sebrání reprezentativního vzorku a proto pro průzkum doporučujeme využít jednu ze „Civic Tech“ platforem. Výsledná data budou mít doporučující charakter.

Cíle

- > Po dokončení všech workshopů (kvalitativní zkoumání) zanalyzovat výstupy (reporty) a na jejich základě designovat podobu průzkumu (otázky).
- > Průzkum musí počítat s autentifikací/verifikací tazajících
- > Délka dotazování by neměla přesáhnout deset minut.

Kdo?

Expertní tým
Veřejnost

Doba trvání: 30 dní

Fáze IV – Definování témat na základě výstupů kvalitativního a kvantitativního zkoumání

Jakmile jsou kvalitativní a kvantitativní zkoumání u konce, přistoupí koordinační tým ve spolupráci s experty a zástupci úřadu k definování oblastí, které jsou prioritní k řešení a to podle dostupných dat a profesních znalostí týmu. Během této fáze budou definována tzv. velká témata Klánovic. Jejich počet by měl být omezený na maximálně dvě desítky, ideálně 4 – 10 (př. strategický plán pro Berlín výše).

Cíle

- > Po sebrání veškerých dat (interpretovaná, analýzy) z průzkumů a workshopů musí koordinační a expertní tým vybrat průsečíky, tzn. témata sloužící jako základní množiny pro konkrétní akční kroky / cíle strategického plánu
- > Ke každému tématu vznikne seznam argumentů, proč právě daná oblast má prioritu (text bude k dispozici pro zveřejnění v závěrečné zprávě)
- > Expertní i koordinační tým má prostor konzultovat odborné aspekty témat s dalšími odborníky
- > Seznam témat musí být okomentován a odsouhlasen úřadem

Kdo?

Úřad
Koordinační tým
Expertní tým
Externista

Doba trvání: 14 dní

Fáze V – Definování řešení: vytvoření vlastního akčního plánu

Termínem *akční plán* rozumíme seznam konkrétních kroků, které v budoucnu mají posloužit k naplnění / vyřešení tzv. velkých témat, definovaných v předešlé fázi. Prakticky to znamená, že koordinační a expertní tým ve spolupráci s ostatními aktéry procesu připraví soubor kroků, jež poslouží úřadu jako strategická mapa. Tyto akční kroky nesmějí být příliš abstraktní a zároveň přehnaně konkrétní.

Příklad 1: Téma: Doprava, akční krok: Za cíl si jako MČ klademe trojnásobně posílit autobusovou linku mezi sídlištěm XY a XZ

Příklad 2: Téma: Udržitelnost, akční krok: Každoročně úřad MČ Klánovice o polovinu sníží používání plastových předmětů

Cíle

- > Počet akčních kroků by neměl přesáhnout 30 pro každé jednotlivé téma
- > Kroky musejí být definované srozumitelně tak, aby je chápala i široká veřejnost
- > Za podobu kroků jsou zodpovědní nejen experti, ale také zástupci úřadu. Právě jimi musí být seznam okomentován a odsouhlasen před tím, než bude představen veřejnosti
- > Ke každému akčnímu kroku vznikne seznam argumentů, proč právě daný krok byl vybrán jako řešení. oblast má prioritu (text bude k dispozici pro závěrečný report a evaluaci)
- > Expertní i koordinační tým mají prostor konzultovat odborné aspekty témat s dalšími odborníky

Kdo?

Úřad

Koordinační tým

Expertní tým

Externista

Doba trvání: 14 dní

Fáze VI – Validace řešení (témat a kroků) u veřejnosti a aktérů

Poté co je draft strategického plánu (témata a akční kroky) hotový, předloží se veřejnosti k připomínkování. De facto se zopakuje stejný formát práce s veřejností jako v případě fáze II. Úřad by měl počítat s organizací stejného počtu workshopů. Tentokrát ale není cílem sbírat data a návrhy od lidí, nýbrž je nechat komentovat plán, připravený radnicí.

Cíle

- > Stejně jako v případě fáze II, o pořádání workshopů je nutné informovat prostřednictvím tradičních komunikačních kanálů (radniční noviny, sociální sítě, atd.) a také prostřednictvím jednoduchého, dedikovaného webu, na kterém budou k dispozici veškeré potřebné informace (pozvánky, aktuality, výstupy)
- > Připravit balíček, krátkých, standardních prezentací, které účastníkům představí podobu strategického plánu.
- > Formální náležitosti a počet workshopů jsou stejné jako ve fázi II.
- > Přítomný na workshopech by měl být také zapisovatel, který bude shromažďovat pro koordinační a expertní tým zajímavé postřehy účastníků, fotit výstupy cvičení a po skončení vše reportovat

Kdo?

Úřad
Aktéři
Externista
Veřejnost

Doba trvání: 30 dní

Fáze VI – Úprava strategického plánu dle připomínek veřejnosti

V tuto chvíli má zpracovatelský tým veškeré potřebné informace pro finální úpravy podoby strategického plánu, včetně připomínek veřejnosti. V této fázi komentáře účastníků workshopů zapracovává do finální podoby akčních kroků.

Cíle

> Vztít v potaz a následně zapracovat validní připomínky, vzešlé z veřejných setkání

Kdo?

Úřad

Expertní tým

Externí dodavatelé

Koordinační tým

Doba trvání: 30 dní

Fáze VI – Komunikace výsledného strategického plánu

Finální podoba strategického plánu je připravena a tak přichází na řadu komunikace výstupů – na veřejnost i dovnitř úřadu, ale i do médií, případně vybraným aktérům MČ.

Cíle

- > Strategický plán by měl být zhotoven v tradičním tiskovém formátu a stejně tak v elektronické formě.
- > Součástí by měly být i jednoduché/ srozumitelné prezentace na určité aspekty plánu, které půjde dobře komunikovat do médií či na sociálních sítích
- > Oficiální představení strategického plánu by mělo proběhnout formou slavnostního veřejného setkání
- > Předtím než bude strategický plán zveřejněn, musí být srozumitelně komunikován dovnitř úřadu

Kdo?

Úřad
Koordinační tým
Externí dodavatelé

Doba trvání: 30 dní

Odhad rozpočtu

Expertní tým (fáze I – VI)
1000,-CZK/hod.

150 – 250 000,-

Digitální nástroje

50 – 150 000,-*

CELKEM

200 – 400 000,-

*Digitální nástroje musejí být využitelné i pro další procesy MČ Klánovice (př. Part. rozpočet, aj.)



Autoři:

Tomáš Rákos, Jan Pouska

info@participationfactory.com

www.participationfactory.com

Participation Factory, sro.

IČ 07897758

Praha

Dokument je určený pro potřeby klienta a není možné jej zveřejnit bez souhlasu autorů.