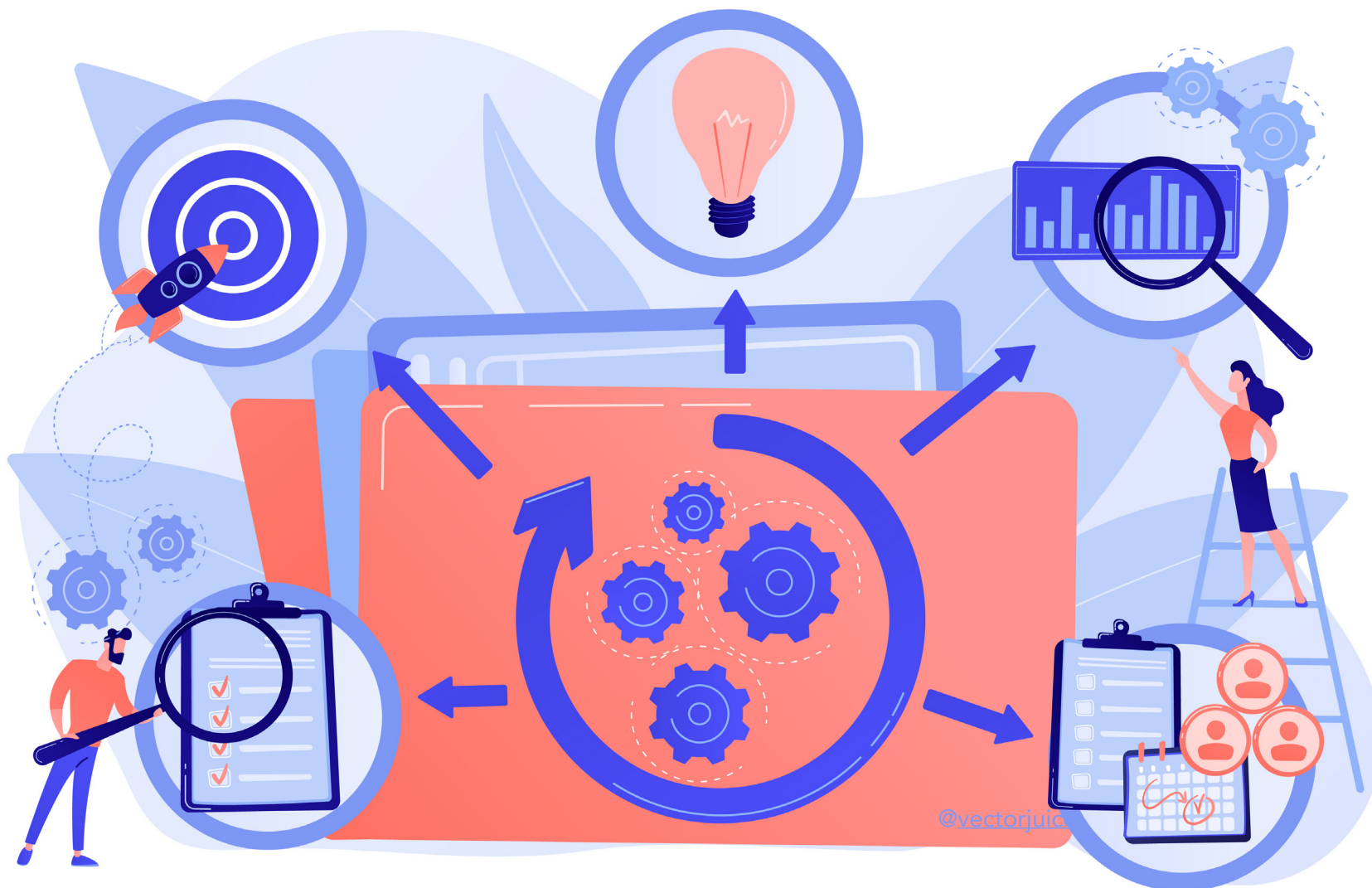


# RAPORT KOŃCOWY

Z EWALUACJI PROCESU WDRAŻANIA IX EDYCJI BUDŻETU  
OBYWATELSKIEGO MIASTA KRAKOWA W ROKU 2022

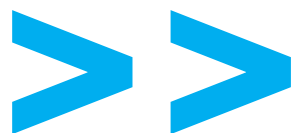
GRZEGORZ WÓJKOWSKI

Stowarzyszenie Aktywności  
Obywatelskiej BONA FIDES



LISTOPAD 2022

# Spis treści



<b>1.</b> Wstęp .....	<b>3</b>
<b>2.</b> Metodologia .....	<b>5</b>
<b>3.</b> Kampania promocyjna .....	<b>6</b>
3.1 Kanały promocji .....	6
3.2 Strona i media społecznościowe budżetu obywatelskiego .....	7
3.3 Zaangażowanie Dzielnic i miejskich jednostek organizacyjnych .....	9
<b>4.</b> Zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań .....	<b>11</b>
4.1 Środki na budżet obywatelski .....	11
4.2 Wsparcie w zgłaszaniu projektów .....	14
4.3 Opracowanie i zgłoszenie projektów .....	16
4.4 Charakterystyka projektów .....	17
4.5 Charakterystyka wnioskodawców .....	20
<b>5.</b> Weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań .....	<b>23</b>
5.1 Wyniki weryfikacji .....	23
5.2 Doświadczenia przedstawicieli jednostek weryfikujących .....	24
5.3 Kontakt przedstawicieli jednostek weryfikujących z wnioskodawcami .....	24
<b>6.</b> Składanie i rozpatrywanie protestów .....	<b>29</b>
<b>7.</b> Głosowanie .....	<b>31</b>
7.1 Promocja głosowania .....	31
7.2 Promocja projektów na etapie głosowania .....	32
7.3 Głosowanie mieszkańców na projekty .....	33
<b>8.</b> Analiza stopnia realizacji rekomendacji sformułowanych w raporcie ewaluacyjnym VIII edycji BO 2021 .....	<b>47</b>
<b>9.</b> Rekomendacje .....	<b>55</b>
<b>10.</b> Załączniki .....	<b>58</b>

# 1. Wstęp

Budżet obywatelski jest specyficznym rodzajem konsultacji społecznych, których celem jest włączenie mieszkańców w proces decydowania o wydatkowaniu określonej części budżetu miasta. W tym roku budżet obywatelski w Krakowie realizowany był już po raz dziewiąty, a swoją propozycję zadania mógł zgłosić każdy mieszkaniec miasta, niezależnie od miejsca zameldowania oraz wieku. W tym roku mieszkańcy Krakowa mogli decydować o rozdysponowaniu rekordowej sumy 38 milionów złotych, z których 30,4 miliona było do podziału na projekty dzielnicowe, a 7,6 miliona na projekty ogólnomiejskie.

Dziewiąta edycja budżetu obywatelskiego Miasta Krakowa realizowana jest – oprócz przepisów ogólnoustrojowych, jak ustawa o samorządzie gminnym, ustawa o finansach publicznych – w szczególności na podstawie następujących przepisów lokalnych:

- Regulaminu budżetu obywatelskiego Miasta Krakowa przyjętego uchwałą Rady Miasta Krakowa nr LI/1410/21 z dnia 13 stycznia 2021 roku;
- Zarządzenia nr 418/2022 Prezydenta Miasta Krakowa z dnia 21 lutego 2022 r. w sprawie powołania Zespołu ds. budżetu obywatelskiego Miasta Krakowa oraz ustalenia szczegółowej procedury realizacji budżetu obywatelskiego Miasta Krakowa w roku 2022 na poziomie ogólnomiejskim oraz dzielnicowym;

- Zarządzenia nr 3070/2021 Prezydenta Miasta Krakowa z dnia 29 października 2021 r. w sprawie powołania Rady Budżetu Obywatelskiego miasta Krakowa.

Regulamin budżetu obywatelskiego określa zasady realizacji procesu, w szczególności wyznacza jego aktorów (Gmina Kraków, mieszkańcy, Prezydent Miasta, Rada Miasta, Zespół ds. budżetu obywatelskiego, jednostki pomocnicze, wnioskodawcy, Rada Budżetu Obywatelskiego), określa i definiuje zasady realizacji poszczególnych etapów i form: 1) podział środków; 2) zgłaszanie projektów; 3) weryfikację i uzupełnianie projektów; 4) głosowanie i obliczanie wyników; 5) promocję, informację, edukację i ewaluację oraz 6) realizację projektów.

Zarządzenia powołujące Zespół ds. budżetu obywatelskiego i Radę Budżetu Obywatelskiego wyznaczają rolę i zakres kompetencji dwóch istotnych aktorów procesu, odpowiadających za przebieg i ocenę bieżącej edycji i wyznaczenie kierunków zmian na przyszłość.

Raport częściowy obejmuje ewaluację następujących etapów procesu: 1. akcja edukacyjna i kampania promocyjna, 2. zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań, 3. weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań, 4. składanie i rozpatrywanie protestów.

W raporcie posługujemy się następującymi skrótami:

**BO** – Budżet Obywatelski Miasta Krakowa

**Dzielnice** – jednostki pomocnicze gminy funkcjonujące na terenie Gminy Miejskiej Kraków (zgodnie z brzmieniem w Słowniku pojęć Regulaminu BO)

**KO UMK** – komórki organizacyjne Urzędu Miasta Krakowa

**MJO** – miejskie jednostki organizacyjne

**Urząd** – Urząd Miasta Krakowa

**Ambasador** – ambasador lokalnej partycypacji

## 2. Metodologia

Badanie zostało zrealizowane metodami jakościowymi oraz ilościowymi. Zastosowano następujące techniki i narzędzia badawcze:

- analiza danych zastanych;
- badanie opinii interesariuszy;
- badanie terenowe.

Analiza danych zastanych objęła następujące źródła:

- dokumentacja BO 2022 (w tym: dokumenty regulujące funkcjonowanie budżetu obywatelskiego);
- regulaminy budżetów obywatelskich w wybranych miastach;
- bazy danych (projekty, wyniki weryfikacji, protesty);
- doniesienia medialne, strony internetowe, portale społecznościowe.

W ramach badania opinii interesariuszy wykonano:

- 74 telefoniczne wywiady osobiste z wnioskodawcami (tegorocznymi i ubiegłorocznymi), a także ambasadorami lokalnej partycypacji, Dzielnic oraz przedstawicielami Rady Budżetu Obywatelskiego.

W ramach badań terenowych przeprowadzono:

- obserwację uczestniczącą podczas wybranego panelu BO WEBINARIA w dniu 5 kwietnia;
- obserwację uczestniczącą podczas wybranego posiedzenia Rady Budżetu Obywatelskiego w sprawie rozpatrywania protestów w dniu 25 sierpnia;
- lustrację miejscową (obserwacja przestrzeni miasta pod kątem badania outdoorowej kampanii informacyjnej dotyczącej składania wniosków do BO) w pięciu dzielnicach Krakowa (Stare Miasto, Grzegórzki, Prądnik Czerwony, Prądnik Biały, Krowodrza) zrealizowaną w dniu 20 kwietnia.
- lustrację miejscową (obserwacja przestrzeni miasta pod kątem badania outdoorowej kampanii informacyjnej dotyczącej etapu głosowania) w 6 obszarach Krakowa (I, II, VIII, IX, XI, XII), zrealizowaną w dniu 8 października.

Przytoczone w raporcie wypowiedzi respondentów oznaczono [W], [UW], [AM] i [A], gdzie [W] oznacza wnioskodawców, [UW] ubiegłorocznych wnioskodawców, [AM] – ambasadorów, a [A] – mieszkańców, którzy wzięli udział w badaniu ankietowym.

# 3. Kampania promocyjna

## 3.1 KANAŁY PROMOCJI

Główna akcja informacyjna trwała w okresie od 21 marca (pierwszy dzień składania wniosków) do 25 kwietnia (zakończenie przyjmowania wniosków), choć część działań była robiona już od 28 lutego, kiedy opublikowane zostało ogłoszenie Prezydenta Miasta Krakowa o terminie składania projektów do budżetu obywatelskiego oraz o wysokości środków przeznaczonych na ich realizację. Magistrat stosował w tym okresie różne środki w celu dotarcia z przekazem do jak największej liczby mieszkańców. Wśród nich warto wymienić:

- **outdoor** – citylight, ekrany ledowe AMS, monitory UMK, plakaty B1;
- **plakaty** – A3/A4;
- **komunikacja miejska** – Bus-TV, plansze reklamowe w automatach KKM, naklejki na siedzeniach w tramwajach, branding tramwaju;
- **prasa i radio** – przygotowanie materiałów prasowych i spotów reklamowych, publikacja artykułów związanych z tematyką BO;
- **Internet** – banery w serwisach internetowych przekierowujące na stronę [budzet.krakow.pl](http://budzet.krakow.pl), emisja filmów informacyjno-promocyjnych o tematyce BO, materiały informacyjno-promocyjne o tematyce BO.

W porównaniu do ubiegłorocznej edycji, kampania promocyjna zmieniła się jedynie w detalach. Dla przykładu, w tym roku wydrukowano 4500 ulotek oraz zdecydowanie więcej plakatów, co widoczne było w trakcie lustracji miejscowej, która miała miejsce 20 kwietnia. W ubiegłym roku w trakcie lustracji, przeprowadzonej w ośmiu dzielnicach miasta, natrafiono zaledwie na jeden plakat promujący BO. Obecnie, w pięciu dzielnicach, znaleziono ponad trzydzieści plakatów wiszących na słupach ogłoszeniowych. Należy jednak podkreślić, że choć na zewnętrznych szybach filii nr 5 i 21 Biblioteki Kraków wisiały różne plakaty, to żaden z nich nie reklamował BO. Plakatu dotyczącego BO nie znaleziono także na tablicy ogłoszeniowej Rady i Zarządu Dzielnic V Krowodrza.

Także wnioskodawcy, z którymi prowadzono wywiady, byli zdania, że akcja promocyjna dotycząca BO była widoczna na ulicach miasta.

*Nie wiem, może dlatego, że się tym interesuję i zwracam na to uwagę, ale mi się wydaje, że w okresie składania wniosków informacje na temat budżetu były praktycznie na każdym kroku. [...] Kojarzę na pewno wiele plakatów, billboardy, reklamę w autobusach czy na przystankach. [W]*

Kilku rozmówców stwierdziło jednak, że choć informacje o BO są w mieście widoczne, to ich forma raczej nie przekona do uczestnictwa w nim osób, które dotychczas się tym tematem nie interesowały. Propozycje zmian wśród tych osób były zbliżone i dotyczyły promocji BO za pomocą projektów, które już zostały dzięki niemu zrealizowane.

*Jak ktoś wie, czym jest budżet obywatelski, to tak naprawdę tych wszystkich plakatów czy billboardów nie potrzebuje. Większość osób, z którymi rozmawiam, nie ma jednak na ten temat pojęcia, a wielu już samo słowo budżet odstrasza. [...] Jak urząd chce dotrzeć*

*do takich zwykłych ludzi, to powinien skupić się na pokazywaniu efektów budżetu, zrealizowanych projektach itp. Gdzieś w internecie widziałam artykuł na temat różnych zrealizowanych projektów, to było dobre, ale tego powinno być więcej. [...] Może robić jakieś spotkania z wnioskodawcami – ekspertami, żeby pokazać, że projekty piszą zwykli ludzie, którzy dzięki temu mogą mieć wpływ na własne otoczenie, a nawet na całe miasto. [W]*

*Zamiast wydawać pieniądze na reklamę, lepiej w każdej dzielnicy zorganizować wystawę inwestycji czy przedsięwzięć, które udało się przez te wszystkie lata zrealizować w ramach budżetu obywatelskiego. Myślę, że dzięki temu wiele osób mogłoby się tym zainteresować, a przynajmniej dowiedzieć się, o co w tym tak naprawdę chodzi. [W]*

*Jeśli jest zrealizowana jakaś inwestycja w ramach budżetu, to jest potem umieszczona odpowiednia tabliczka z informacją, tu nie mogę się przyczepić. Ale jeśli są organizowane np. jakieś cykliczne zajęcia dla dzieci, to takiej informacji już nie ma, że to wszystko jest za darmo, bo finansowane jest właśnie z budżetu obywatelskiego. W każdym mailu do uczestników czy rodziców, na każdym plakacie, w salach, gdzie odbywają się zajęcia, ta informacja powinna być wszędzie i zawsze. [W]*

*Ja mam stały kontakt z młodzieżą i wiem, że osoby poniżej osiemnastu lat, jeśli w ogóle kiedykolwiek słyszały o budżecie obywatelskim, to rzadko mają świadomość, że one także mogą zgłaszać swoje wnioski czy głosować. [...] Czemu w szkołach nie ma jakiś lekcji na ten temat? Czemu nie ma żadnych plakatów, które zresztą powinny być skierowane wyraźnie do dzieci i młodzieży i mówić: budżet obywatelski jest też dla ciebie, ty też masz prawo w nim uczestniczyć? [W]*

Poza outdoorem uczestnicy wywiadów wskazywali także na inne źródła promocji, na które się natknęli podczas etapu składania wniosków. Nie było ani jednej osoby, która nie spotkała się z informacjami na temat BO w Internecie. Poza tym wiele osób wskazywało media tradycyjne (radio i prasa), a także promocję w pojazdach transportu publicznego. Trzy osoby zwróciły uwagę, że dobrym pomysłem była publikacja cyklu artykułów na portalu [lovekrakow.pl](http://lovekrakow.pl), dotyczących tego, jak projekty realizowane w ramach budżetu obywatelskiego zmieniają poszczególne dzielnice miasta.

### 3.2 STRONA I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE BUDŻETU OBYWATELSKIEGO

Prawie wszyscy rozmówcy, z którymi prowadzono wywiady, mówili, że na stronę internetową dotyczącą BO zaglądają głównie lub wręcz jedynie w trakcie przygotowywania i składania wniosków. Służyła ona przede wszystkim jako miejsce, gdzie należy złożyć projekt, a także do szukania konkretnych informacji, jak harmonogram, mapa czy numery telefonów do odpowiednich KO UMK i MJO. Żadna z osób nie zaglądała na stronę w celu zapoznania się z aktualnościami dotyczącymi BO, choć część przyznała, że jak już na niej było, to przy okazji także je czytała.

Wszystkie osoby, z którymi przeprowadzono wywiady, oceniają stronę bardzo dobrze.

*Ja składam projekty już od kilka lat. Jak zbliża się termin nowej edycji, to nawet co 2-3 dni wchodzę na stronę budżetu. Muszę przyznać, że jest jestem zaskoczona jej poziomem. Bez problemu mogę na niej znaleźć wszystko co potrzebuję. A do tego jest ona*

*prowadzona w sposób bardzo przejrzysty, z ciekawymi grafikami. Jak się z niej korzysta, to aż trudno uwierzyć, że to strona urzędowa.*  
[W]

Osoby szukające świeżych informacji na temat tego, co w danym momencie dzieje się w BO, często korzystają z profilu BO na Facebooku, na którym w „gorącym” okresie od 21 marca do 25 końca kwietnia publikowano średnio jedną informację dziennie. Profil BO na Instagramie jest znacznie mniej popularny (obserwuje go 591 osób, w porównaniu do 11442 osób na Facebooku<sup>1</sup>). Nie może więc dziwić, że żaden z wnioskodawców, z którymi rozmawiano, nie miał z nim styczności i nie był w stanie nic na jego temat powiedzieć.

Poniżej zamieszczono najważniejsze wnioski z analizy strony i mediów społecznościowych BO:

- kampania edukacyjno-informacyjna prowadzona była przede wszystkim za pośrednictwem mediów społecznościowych (Facebook i Instagram), w niewielkim zaś stopniu na stronie internetowej BO, co jest zgodne z oczekiwaniami wnioskodawców;
- w okresie od 21 marca do 25 kwietnia informacje na profilach BO publikowane były z dużą częstotliwością (średnio jedna dziennie, wliczając w to weekendy i dni świąteczne), co jest ważne dla podtrzymywania zainteresowania;
- poza kilkoma wyjątkami w obu kanałach społecznościowych każdego dnia publikowano tą samą informację;

- responsywność publikowanych informacji na Facebooku jest bardzo niska; największą popularnością cieszył się post z 21 marca z informacją o możliwości składania projektów, który miał 20 udostępnień i 13 polubień; zdecydowana większość wpisów ma jednak od 2 do 5 polubień, a do tego żadnych komentarzy i udostępnień;
- responsywność publikowanych informacji na Instagramie jest jeszcze niższa, co wynika głównie z mniejszej ilości obserwujących; tutaj najbardziej popularny post z 21 marca uzyskał 9 polubień;
- użytkownicy obu mediów społecznościowych bardzo rzadko komentują publikowane posty, warto jednak zauważyć, że na Facebooku pojawiło się kilka pytań, na które udzielono odpowiedzi, co jest pozytywną zmianą w stosunku do ubiegłej edycji, kiedy nie reagowano na zadawane pytania;
- na Facebooku ważną rolę odgrywają posty aktywizujące, zachęcające odbiorcę do podjęcia działania: polubienia strony czy wpisu, udostępnienia treści, podjęcia działania; na profilu BO większość postów ma charakter informacyjny, zaś liczba wpisów aktywizujących jest nieduża;
- w okresie od 21 marca do 25 kwietnia na Instagramie nie opublikowano ani jednego postu informującego o zrealizowanych projektach z poprzednich edycji; w tym samym czasie na Facebooku opublikowano dwa linki do artykułów na portalu [lovekrow.pl](http://lovekrow.pl) dotyczących tego, jak budżet obywatelski zmienia dziel-

<sup>1</sup>

Stan na 1 września 2022 r.



nice miasta; publikacja postów dotyczących zrealizowanych projektów to znakomita i bezpłatna promocja budżetu obywatelskiego, z której warto w większym stopniu korzystać podczas etapu zgłaszania projektów;

- posty publikowane w trakcie kampanii edukacyjno-informacyjnej były adresowane do wszystkich kategorii odbiorców, żaden z nich nie był adresowany do specyficznych grup, nie zauważono profilowania z uwagi na takie cechy odbiorców, jak płeć, wiek czy inne, na co pozwalają dane o odbiorcach profili społecznościowych;
- jako element promocji przygotowano także krótki film (niecałe dwie minuty), w którym zastępca dyrektora Wydziału Polityki Społecznej i Zdrowia Mateusz Płoskonka zachęca do składania wniosków i tłumaczy procedurę BO; film został opublikowany na kanale YouTube Miasta Kraków i na moment pisania raportu wstępnego obejrzało go 474 osoby; linku do filmu nie umieszczono na profilach BO na Facebooku i Instagramie.

### 3.3 ZAANGAŻOWANIE DZIELNIC I MIEJSKICH JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH

Strony internetowe oraz profile w portalach społecznościowych miejskich jednostek organizacyjnych oraz Dzielnic są najtańszą formą promocji BO, która z jednej strony może docierać do odbiorców z różnych stron miasta, a z drugiej do osób o różnych zainteresowaniach, odpowiadających obszarom funkcjonowania MJO. Niestety te kanały promocji nie są obecnie optymalnie wykorzystywane.

Poniżej zamieszczono najważniejsze spostrzeżenia z analizy stron i profili MJO i Dzielnic:

- publikacje na temat BO w serwisach internetowych prowadzonych przez dzielnice umieszczane były rzadko i bardzo selektywnie; większość z nich ograniczyła się do jednokrotnej lub dwukrotnej informacji o możliwości składania wniosków; wyjątkiem są tu Dzielnice III, XI, XIV i XVI, które zamieściły także informacje na inne tematy związane z BO oraz Dzielnica VIII Dębniki, która w trakcie całego etapu składania wniosków nie umieściła na ten temat żadnej informacji na własnej stronie internetowej;
- osiem Dzielnic ma na swojej stronie zakładkę dedykowaną budżetowi obywatelskiemu; w przypadku Dzielnic VII Zwierzyniec i X Swoszowice najnowsze informacje, jakie się w nich znajdują na moment pisania raportu wstępnego dotyczą jednak ubiegłorocznej edycji BO;
- w trakcie ewaluacji monitoringowi poddano profile na Facebooku 14 Dzielnic (nie znaleziono profili Dzielnic V, VI i IX, a XVI jest od lat nieaktualizowany); jedynie Dzielnica IV Prądnik Biały nie opublikowała w okresie składania wniosku żadnej informacji na ten temat, to duża zmiana w porównaniu z rokiem 2021, gdzie aż 9 Dzielnic nie informowało o budżecie obywatelskim w trakcie tego etapu;
- najbardziej aktywną na Facebooku była Dzielnica XIV, która w okresie składania wniosków umieściła 7 postów dotyczących budżetu obywatelskiego; w przypadku większości Dzielnic ilość postów na tym etapie wahała się od jednego do trzech;

- żadna Dzielnica w trakcie naboru nie miała na swoim profilu zdjęcia w tle zachęcające do udziału w BO;
- w trakcie ewaluacji monitoringowi poddano profile na Facebooku 16 MJO<sup>2</sup>; w porównaniu z rokiem ubiegłym widać progres, bo jedynie na dwóch profilach (Krakowskie Forum Kultury i Zarząd Budynków Komunalnych w Krakowie) nie było żadnego posta dotyczącego BO
- najbardziej aktywny w mediach społecznościowych był Zarząd Zieleni Miejskiej, gdzie w okresie od 21 marca do 25 kwietnia opublikowano 13 informacji dotyczących BO; najczęściej prezentowały one zwycięskie projekty z lat poprzednich, pojawił się też jednak post z zaproszeniem do złożenia wniosków oraz dotyczący webinarium;
- żaden z postów opublikowanych przez Zarząd Zieleni Miejskiej dotyczących zrealizowanych projektów z lat poprzednich nie zawierał zaproszenia do złożenia wniosku w tej edycji;
- zwraca uwagę, że choć wielu przedstawicieli MJO było ekspertami w trakcie paneli online organizowanych przez urząd, to jedynie na profilach 4 MJO znalazły się zaproszenia na w/w wydarzenia;

- prawie wszystkie wpisy na profilach MJO i Dzielnic odsyłały do strony internetowej BO, nie zauważono za to, żeby linkowały także na profil BO na Facebooku.

Zaangażowanie Dzielnic i MJO w trakcie etapu składania wniosków nie musi się przejawiać wyłącznie w Internecie. Podmioty te mogą angażować się i promować BO także w innych obszarach. Jak już wspomniano wcześniej, w trakcie przeprowadzonej 20 kwietnia lustracji miejscowej sprawdzono dwie filie Biblioteki Kraków oraz natrafiono na tablicę ogłoszeniową Rady i Zarządu Dzielnicy V Krowodrza. W żadnym z tych miejsc nie było powieszonych plakatów dotyczących BO.

Na uwagę zasługuje inicjatywa Dzielnicy III Prądnik Czerwony, która zachęcała mieszkańców do indywidualnego kontaktu z radnymi z Komisji ds. Budżetu Obywatelskiego, w celu udzielenia wsparcia przy pisaniu wniosków. Z kolei Dzielnica XIV Czyżyny zorganizowała 6 kwietnia maraton pisania projektów do BO.

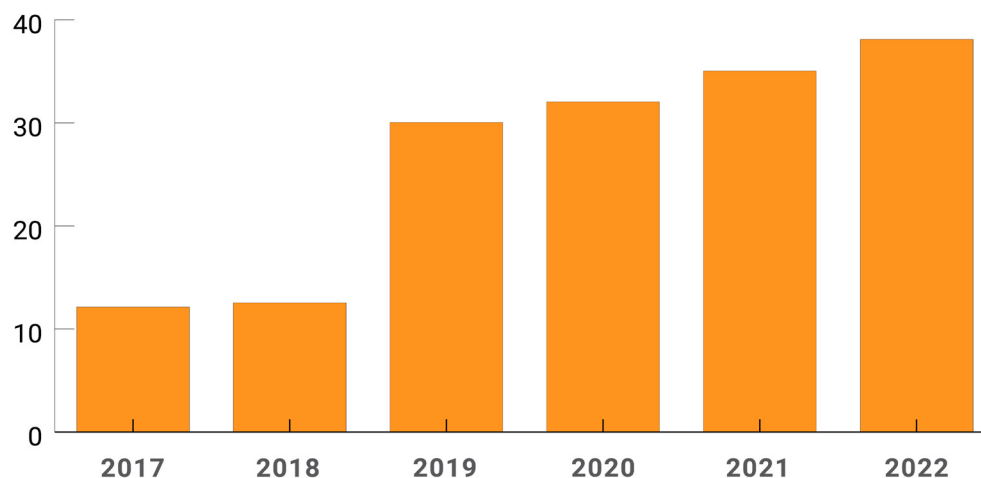
<sup>2</sup> Klimat-Energia-Gospodarka Wodna, Zarząd Budynków Komunalnych w Krakowie, Zarząd Dróg Miasta Krakowa, Zarząd Infrastruktury Sportowej w Krakowie, Zarząd Inwestycji Miejskich w Krakowie, Zarząd Transportu Publicznego w Krakowie, Zarząd Zieleni Miejskiej, <https://www.facebook.com/mops.krakow>, Biblioteka Kraków, Nowohuckie Centrum Kultury, Krakowskie Forum Kultury, Centrum Kultury „Dworek Białooprądnicki”, Centrum Kultury Podgórze, Ośrodek Kultury im. Cypriana Kamila Norwida, Ośrodek Kultury Kraków - Nowa Huta, Ośrodek Kultury - Zespół Pieśni i Tańca „Krakowiacy”

# 4. Zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań

## 4.1 ŚRODKI NA BUDŻET OBYWATELSKI

W obecnej edycji mieszkańcy mają do dyspozycji 38 milionów złotych, co stanowi wzrost o 3 miliony w porównaniu do ubiegłego roku i o 6 milionów w stosunku do roku 2020.

Wykres 1: Wysokość BO w Krakowie (mln zł)



Pod względem przeznaczanych środków krakowski budżet obywatelski jest drugim najwyższym budżetem obywatelskim w Polsce i ustępuje jedynie Warszawie.

Wykres 2: Kwota BO w miastach powyżej 200 tysięcy mieszkańców (w mln pln)



Jeśli porównamy największe miasta w Polsce pod względem kwoty BO w przeliczeniu na jednego mieszkańca, to w tym zestawieniu liderem także jest Warszawa, gdzie wynosi on 56,4 zł. Na drugiej pozycji w tym zestawieniu są Katowice, które przeznaczają średnio 53,6 zł na jednego mieszkańca. Kraków w gronie 14 miast powyżej 200 tysięcy mieszkańców zajmuje trzecią lokatę. Kwota na jednego mieszkańca wynosi tu 48,7 zł i wzrosła w porównaniu do ubiegłego roku o 3,80 zł.

Wykres 3: Kwota BO w przeliczeniu na jednego mieszkańca (w pln)



W tej edycji nie uległ zmianie regulamin BO, środki na BO podzielone są więc tak samo, jak w ubiegłym roku, to znaczy 80% (w tym roku jest to 30,4 mln zł) zostało podzielonych pomiędzy osiemnaście dzielnic, a 20% (7,6 mln) przeznaczono na projekty ogólnomiejskie. Środki na poszczególne dzielnice podzielono według następujących zasad: 70 % środków jest dzielonych zgodnie z podziałem wynikającym ze statutowego podziału środków dla dzielnic dokonanego na podstawie odrębnych uchwał określających ich statuty; 30% środków jest dzielonych zgodnie z podziałem wynikającym z frekwencji liczonej odrębnie dla każdej z dzielnic. Frekwencja liczona jest na podstawie ważnie oddanych głosów w stosunku do liczby mieszkańców danej dzielnicy w ubiegłorocznej edycji budżetu obywatelskiego.

Tabela 1: Kwota BO w dzielnicach w przeliczeniu na mieszkańca (w pln)

DZIELNICA	LICZBA STAŁYCH MIESZKAŃCÓW DZIELNICY*	KWOTA BO NA DZIELNICE (W PLN)	KWOTA BO NA MIESZKAŃCA (W PLN)
I STARE MIASTO	29143	1260803,5	43,26
II GRZEGÓRZKI	29821	1346300,79	45,15
III PRĄDNIK CZERWONY	46104	1545319,32	33,52
IV PRĄDNIK BIAŁY	71788	1967873,34	27,41
V KROWODRZA	29940	1608953,04	53,74
VI BRONOWICE	24218	1673229,08	69,09
VII ZWIERZYNIEC	20330	1921258,19	94,50
VIII DĘBNIKI	64156	2415205,89	37,65
IX ŁAGIEWNIKI-BOREK FAŁĘCKI	15282	1448162,91	94,76
X SWOSZOWICE	29087	1269486,01	43,64
XI PODGÓRZE DUCHACKIE	54140	1658372,38	30,63
XII BIEŻANÓW-PROKOCIM	62797	1848660,19	29,44

DZIELNICA	LICZBA STAŁYCH MIESZKAŃCÓW DZIELNICY*	KWOTA BO NA DZIELNICE (W PLN)	KWOTA BO NA MIESZKAŃCA (W PLN)
XIII PODGÓRZE	38725	2255001,86	58,23
XIV CZYŻYNY	32407	1548961,48	47,80
XV MISTRZEJOWICE	50950	1515945,17	29,75
XVI BIEŃCZYCE	39007	1214309,46	31,13
XVII WZGÓRZA KRZESŁAWICKIE	20057	1629958,66	81,27
XVIII NOWA HUTA	48194	2272198,71	47,15
<b>ŁĄCZNIE</b>	<b>706065</b>	<b>30400000</b>	<b>50</b>

Środki, które trafiają do dzielnic w wyniku tego algorytmu są bardzo zróżnicowane, co widać porównując kwotę BO na jednego mieszkańca (patrz: tabela 1). Z jednej strony w dzielnicy XVII Wzgórza Krzesławickie kwota ta wynosi 81,27 zł, a w dzielnicach VII Zwierzyniec i IX Łagiewniki-Borek Fałęcki odpowiednio aż 94,50 i 94,76 zł. Z drugiej, w dzielnicach IV (Prądnik Biały), XII (Bieżanów-Prokocim), XV (Mistrzejowice), XI (Podgórze Duchackie) i XVI Bieżanów-Kocimierz wynosi ona między 27,41 a 31,13 zł.

Jak tą różnicę postrzegają wnioskodawcy? Większość osób pytanych o to w wywiadach nie ma pojęcia, jak są dzielone kwoty pomiędzy dzielnicami i nie za bardzo się tym interesuje. Kilku pytanych uważało, że ilość przeznaczanych na dzielnicę pieniędzy zależy wyłącznie od liczby mieszkańców. Osoby te uważały taki podział za sprawiedliwy.

*Środki na dzielnice są podzielone w zależności od liczby mieszkańców. Tam gdzie jest ich więcej, jest też więcej pieniędzy na budżet. Uważam, że to najlepsze rozwiązanie. [W]*

Jedynie dwóch rozmówców znało mniej więcej zasady podziału środków. Osoby te były zdania, że w kolejnych edycjach powinny zostać one zmienione.

*Ja akurat mieszkam w dzielnicy, gdzie środki na głowę mieszkańca są jedne z najniższych. Uważam, że jest to niesprawiedliwe. Nie za bardzo rozumiem, czemu frekwencja w głosowaniu ma decydować, gdzie tych pieniędzy jest więcej, a gdzie mniej. To tylko utrwala te różnice, bo jak jest mniej kasy, to potem jest mniej projektów, które wygrywają i mniej ludzi, którzy chce się w to angażować. [W]*

## 4.2 WSPARCIE W ZGŁASZANIU PROJEKTÓW

Wnioskodawcy w trakcie przygotowania projektu mogli w tej edycji skorzystać ze wsparcia w postaci:

- cyklu 7 paneli z wykładami on-line, w których w ramach ekspertów wystąpili m.in. przedstawiciele Zarządu Zieleni Miejskiej, Miejskiego Centrum Obsługi Oświaty, Centrum Kultury Podgórze, Krakowskiego Biura Festiwalowego, Zarządu Dróg Miasta Krakowa, Wydziału Gospodarki Komunalnej i Klimatu, Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej, Wydziału Komunikacji Społecznej i Biblioteki Kraków;
- kontaktu telefonicznego z przedstawicielami merytorycznych komórek organizacyjnych UMK oraz MJO;
- doradztwa udzielanego przez Ambasadorów Lokalnej Partycypacji;
- broszury „Możesz zmieniać Kraków czyli ABC Budżetu Obywatelskiego” dostępnej w wersji papierowej i elektronicznej;
- infolinii budżetu obywatelskiego dostępnej w godzinach pracy Urzędu;
- wsparcia oferowanego na stronie internetowej <https://budzet.krakow.pl/> w postaci poradnika, cennika budżetu obywatelskiego, Banku Pomysłów, kompozycji mapowej i wykazu ważnych telefonów oraz z kontaktu mailowego [budzetobywatelski@um.krakow.pl](mailto:budzetobywatelski@um.krakow.pl)

Wachlarz oferowanego wsparcia w porównaniu do ubiegłorocznej edycji się zmniejszył. Zrezygnowano jednak z tych form, z których i tak niewiele osób korzystało, w tym z możliwości udziału w dyskusjach on-line o potrzebach swojego najbliższego otoczenia na grupach Facebook dedykowanych poszczególnym dzielnicom. Jak sprawdzono w tamtym roku, grupy te nie spełniały swojego założenia. Ich skład osobowy był niewielki, nie toczyły się na nich żadne dyskusje mieszkańców i w praktyce służyły do przeklepania informacji, które umieszczane były na Facebooku Budżet obywatelski miasta Krakowa. Obecnie co prawda te grupy dalej funkcjonują, ale nie są już promowane, a od ubiegłorocznej edycji nikt nie zamieszcza na nich nowych postów.

W tym roku nie organizowano także telefonicznych dyżurów konsultacyjnych. Jak mówili w ubiegłej edycji pracownicy komórek i jednostek organizacyjnych urzędu zainteresowanie dyżurami wśród wnioskodawców było niewielkie. Co jednak ważne, utrzymano możliwość kontaktu telefonicznego z przedstawicielami merytorycznych komórek organizacyjnych UMK oraz MJO. Na podstawie rozmów z wnioskodawcami można stwierdzić, że to jest najbardziej skuteczna forma wsparcia. Większość osób z niej nie korzysta, ale ci, którzy zdecydowali się na takie wsparcie, byli z tego bardzo zadowoleni.

*Ja już od kilku lat piszę projekty i zawsze dzwonię do odpowiednich wydziałów i o wszystko się dopytuję. Wszystkie osoby, z którymi rozmawiam, zawsze są chętne do pomocy i kompetentne i dzięki temu z ich pomocą zawsze mogę dopracować moje projekty i potem nie jestem zaskakiwana podczas weryfikacji. [W]*

*Kilka razy miałem wątpliwości i zadzwoniłem do urzędu z pytaniami. Za każdym razem szybko i bez problemów uzyskiwałem to, co chciałem i naprawdę mogę tę formę kontaktu z urzędem polecić. [W]*

Kolejną formą wsparcia, która w tym roku kontynuowano, był cykl paneli z wykładami online. Wśród wnioskodawców, z którymi przeprowadzono wywiady, nie było jednak ani jednej osoby, która w tych panelach brała udział. Część, szczególnie tych, którzy w tym roku składali projekt po raz pierwszy, w ogóle o takiej możliwości nie wiedziała.

*Ja się od pani dowiaduję, że coś takiego w ogóle było. A szkoda, bo tak jak mówiłam, ja w tym roku pierwszy raz pisałam wniosek i myślę, że takie spotkanie na pewno mogłoby mi pomóc. [W]*

Część osób mówiła, że nie miała czasu, kiedy był panel na interesujący je temat, a większość, szczególnie tych, którzy składali projekty także w ubiegłych latach, twierdziła, że takie spotkania w niczym by im nie pomogły.

*Ja już mam na tyle doświadczenia, że takie ogólne spotkania nie są już dla mnie. Jak mam jakieś wątpliwości dotyczące mojego wniosku, to po prostu dzwonię do odpowiedniej komórki i rozmawiam konkretnie na jego temat. [W]*

Warto zauważyć, że urząd w tej edycji zdecydował się publikować prezentacje wykorzystywane w trakcie paneli. Dzięki temu osoby, które z różnych przyczyn nie wzięły udziału w spotkaniu, mogły skorzystać z przekazywanej podczas nich wiedzy. Część z tych prezentacji składała się jednak z zaledwie kilku niewiele mówiących slajdów i nie mogła służyć pomocą nikomu, kto nie uczestniczył w panelu.

Poza pomocą ze strony urzędu, część wnioskodawców, którzy w tym roku składali wniosek po raz pierwszy, korzystała ze wsparcia bardziej doświadczonych znajomych.

*Mi we wszystkim pomagała znajoma, która mnie zresztą przekonała do napisania projektu. Bez niej myślę, że bym sobie nie poradził, bo robiłem to pierwszy raz i wszystko było dla mnie nowe. [W]*

Ostatnią formą uzyskania wsparcia byli ambasadory lokanej partycypacji. Urząd nie prowadził żadnego naboru na ambasadorów. Ograniczono się do wysłania e-maila do osób, które pełniły tę funkcję w poprzedniej edycji z pytaniem, czy nadal są zainteresowani współpracą. Osoby, które wyraziły taką chęć nie otrzymały potem jednak żadnego wsparcia ze strony magistratu.

*Na początku roku otrzymałem maila z pytaniem, czy nadal chcę pełnić rolę ambasadora. Odpisałem, że tak, a potem nastąpiła cisza. Po jakimś czasie ja wysłałem maila z pytaniem, czy planowane jest dla nas jakieś szkolenie, ale uzyskałem odpowiedź, że nie. [A]*

W trakcie etapu składania wniosków zakładka z ambasadarami znajdowała się na stronie BO. Była jednak na samym dole i trudno było do niej dotrzeć. Urząd samych ambasadorów także nie promował i nie informował o ich działaniu. Nie może więc dziwić, że żaden z wnioskodawców, z którymi prowadzono wywiad, nie korzystał z ich wsparcia. Większość, w tym wszyscy, którzy w tym roku składali projekt po raz pierwszy, w ogóle o ambasadarach nie słyszała. Część osób z większym stażem w BO miała wiedzę o ich istnieniu, ale nie czuła potrzeby kontaktu z nimi.

## 4.3 OPRACOWANIE I ZGŁOSZENIE PROJEKTÓW

Wnioskodawcy, z którymi prowadzone były wywiady, generalnie są zdania, że napisanie i złożenie wniosku do budżetu obywatelskiego jest proste, co kontrastuje z wynikami weryfikacji (38% projektów przed rozpatrzeniem protestów zostało ocenionych negatywnie). Wśród trudności przy opracowywaniu projektów rozmówcy wymieniali głównie przygotowanie kosztorysu, co nie jest obligatoryjne) i określenie, czy dane grunty pozostają we władaniu miasta. Na stronie BO znajduje się dostęp do map, jednak część osób twierdziła, że praca z nimi nie jest intuicyjna i sprawia problemy, a zdarzali się także wnioskodawcy, którzy o istnieniu tego typu wsparcia nie wiedzieli.

Wnioskodawcy dobrze oceniali także formularz wniosku, który postrzegają jako zrozumiałą oraz platformę internetową, służącą do składania propozycji zadań, którą większość osób oceniała jako przejrzystą i łatwą w obsłudze. W przypadku platformy dwie osoby powiedziały, że miały problem ze znalezieniem przycisku „Wyślij projekt”, kolejne dwie w ogóle nie potrafiły zlokalizować samej platformy, a kilka osób wskazało, że choć sami nie mieli z nią problemów, to sam fakt, że wnioski można wysyłać tylko za jej pośrednictwem może dyskryminować osoby starsze.

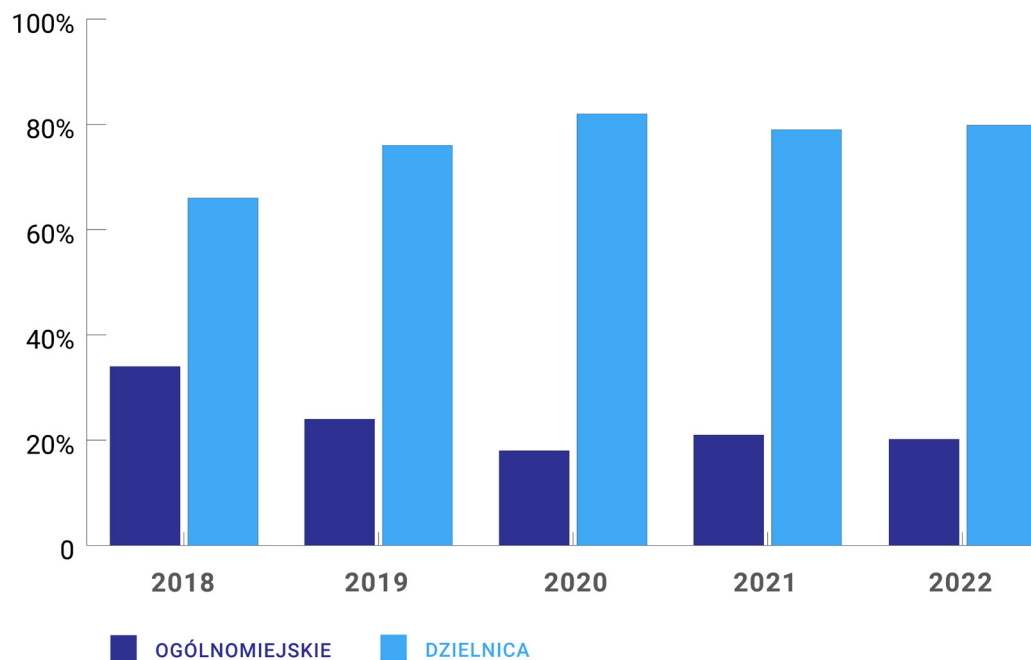
*Ja się cieszę, że mogę robić wszystko przez Internet. Jest jednak wiele osób starszych, które bądź w ogóle nie korzystają z Internetu bądź w sposób mocno ograniczony i dla nich wysłanie wniosku za pomocą platformy online może być nie do przeskoczenia. [W]*



## 4.4 CHARAKTERYSTYKA PROJEKTÓW

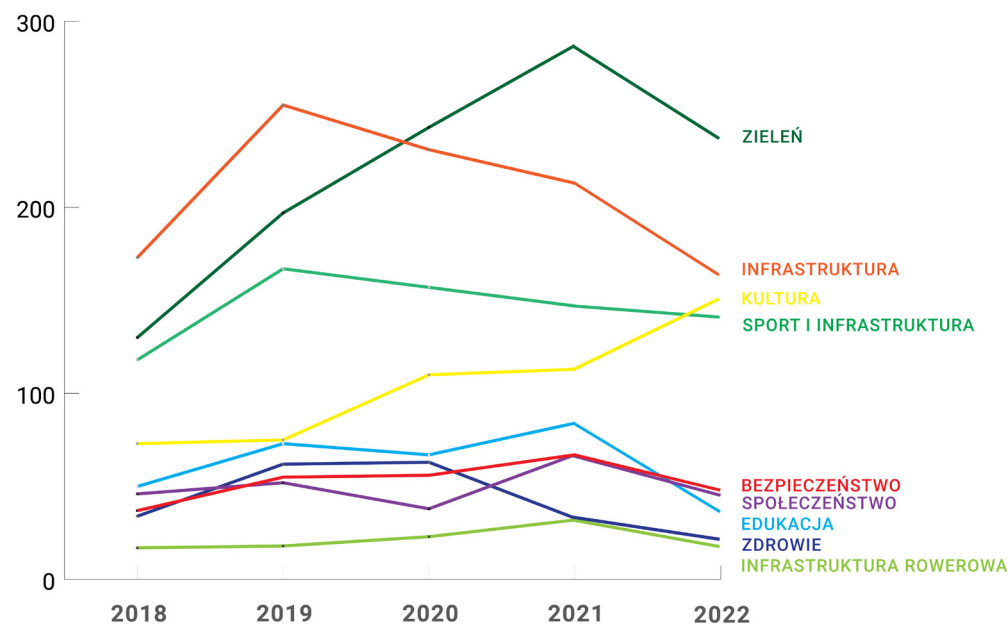
W IX edycji budżetu obywatelskiego zgłoszono w sumie 862 projekty, z czego 693 (80%) dzielnicowych i 169 (20%) ogólnomiejskich. Jak widać na wykresie 4 zachowana więc została proporcja pomiędzy wnioskami dzielnicowymi a ogólnomiejskimi.

Wykres 4: Rodzaj składanej propozycji zadania



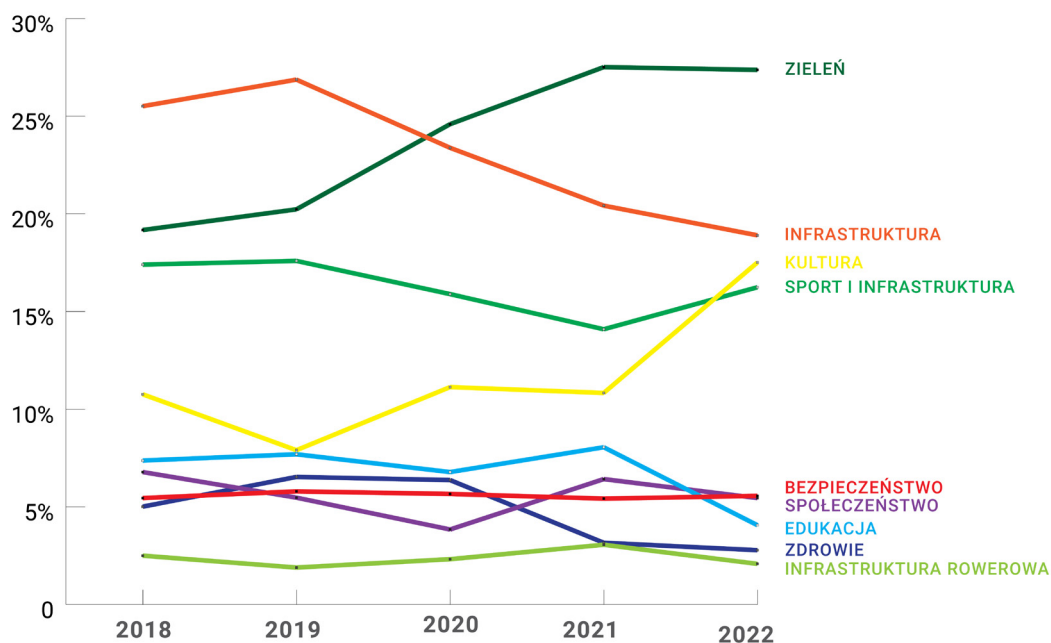
Wśród zgłoszonych projektów zdecydowanie najwięcej dotyczyło zieleni i ochrony środowiska (236), a następnie infrastruktury (163) oraz kultury (151). Najmniejszym zainteresowaniem mieszkańców cieszyła się infrastruktura rowerowa (18) oraz zdrowie (24), co w związku z tym, że ciągle żyjemy w okresie niepewności związanej z pandemią może zaskakiwać.

Wykres 5: Zgłoszone projekty w podziale na kategorie tematyczne (porównanie w latach)



Jak widać na wykresie 6 udział projektów dotyczących zieleni i ochrony środowiska w BO utrzymał się na poziomie z zeszłego roku i wciąż jest to obszar zdecydowanie najpopularniejszy wśród wnioskodawców. Kolejny rok z rzędu maleje znaczenie projektów dotyczących infrastruktury, za to w tej edycji bardzo dużą popularnością cieszył się obszar kultury. Choć mieszkańcy złożyli łącznie 181 projektów mniej niż w ubiegłym roku, to ilość wniosków związanych z kulturą wzrosła ze 113 do 151.

Wykres 6: Procentowy udział poszczególnych kategorii tematycznych



W tabeli 2 przedstawiona została liczba złożonych projektów do BO w poszczególnych Dzielnicach. Pomimo mniejszej ilości wniosków w tej edycji w porównaniu do poprzedniej, zwraca uwagę znaczący wzrost złożonych propozycji zadań w Dzielnicy XVI (28%) oraz III (17%). Zresztą w obu Dzielnicach od kilku lat utrzymuje się tendencja wzrostowa. W porównaniu z 2018 r. ilość składanych projektów w Bieńczykach wzrosła aż o 171%, a w Prądniku Czerwonym o 100%.

Z drugiej strony największy spadek zanotowano w Dzielnicy IX, gdzie złożono aż o 58% mniej projektów niż w poprzedniej edycji (obecnie 15, rok wcześniej 36) oraz w Dzielnicy XVII, w której w 2021 r. złożono 58 zadań, a w tym 35 (spadek o 40%).

W podrozdziale dotyczącym środków na BO wspomniane zostało, że kwota na jednego mieszkańca, która trafia do poszczególnych Dzielnic jest bardzo zróżnicowana. Sprawdzone więc, czy i jaki ma to wpływ na liczbę wniosków składanych w Dzielnicach. Jak widać w tabeli 2, okazuje się, że ten wpływ jest wyraźny. Z pięciu dzielnic, z największymi środkami na głowę mieszkańca, cztery są liderami pod względem liczby wniosków na 1000 osób (od 1,29 do 1,75). Z drugiej strony z pięciu dzielnic, gdzie kwota na mieszkańca jest najniższa, trzy ma także najniższy wskaźnik wniosku na 1000 osób (od 0,57 do 0,72). Temu schematowi wymykają się dwie dzielnice. Łągiewniki-Borek Fałęcki mają najwyższą kwotę na jednego mieszkańca (94,76), a pod względem ilości wniosków na 1000 osób plasują się w środku (0,98). Z kolei we wspomnianych wcześniej Bieńczykach, gdzie kwota na mieszkańca wynosi 31,13 PLN, ilość wniosków na 1000 osób znacząco przewyższa średnią dla wszystkich dzielnic (1,18).

Tabela 2: Liczba złożonych projektów do BO w poszczególnych dzielnicach

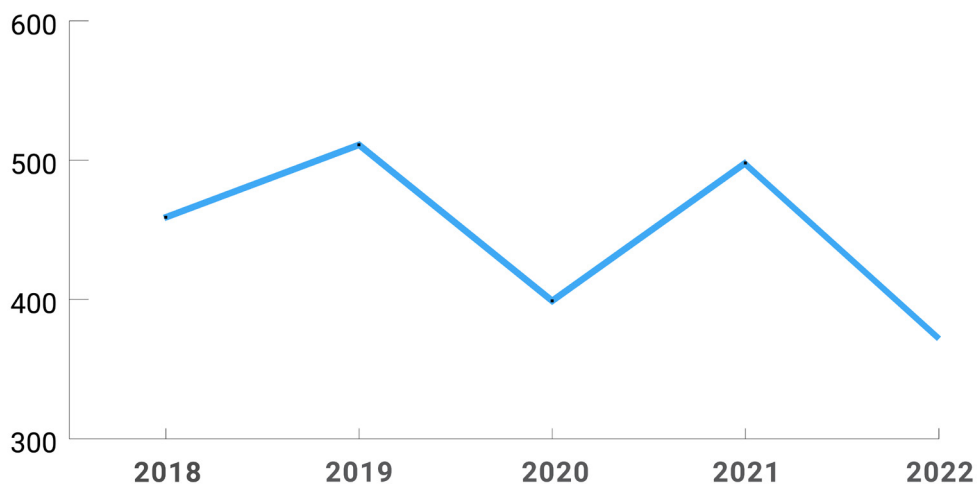
DZIELNICA	LICZBA STAŁYCH MIESZKAŃCÓW DZIELNICY*	KWOTA BO NA DZIELNICE (W PLN)	KWOTA BO NA MIESZKAŃCA (W PLN)	LICZBA ZŁOŻONYCH WNIOSKÓW	LICZBA ZŁOŻONYCH WNIOSKÓW NA 1000 MIESZKAŃCÓW
I STARE MIASTO	29143	1260803,5	43,26	37	1,27
II GRZEGÓRZKI	29821	1346300,79	45,15	24	0,81
III PRĄDNIK CZERWONY	46104	1545319,32	33,52	56	1,21
IV PRĄDNIK BIAŁY	71788	1967873,34	27,41	66	0,92
V KROWODRZA	29940	1608953,04	53,74	29	0,97
VI BRONOWICE	24218	1673229,08	69,09	31	1,29
VII ZWIERZYNEC	20330	1921258,19	94,50	28	1,38
VIII DĘBNIKI	64156	2415205,89	37,65	39	0,61
IX ŁAGIEWNIKI-BOREK FAŁĘCKI	15282	1448162,91	94,76	15	0,98
X SWOSZOWICE	29087	1269486,01	43,64	31	0,66
XI PODGÓRZE DUCHACKIE	54140	1658372,38	30,63	37	0,68
XII BIEŻANÓW-PROKOCIM	62797	1848660,19	29,44	45	0,72
XIII PODGÓRZE	38725	2255001,86	58,23	54	1,39
XIV CZYŻYNY	32407	1548961,48	47,80	37	1,14
XV MISTRZEJOWICE	50950	1515945,17	29,75	29	0,57
XVI BIEŃCZYCE	39007	1214309,46	31,13	46	1,18
XVII WZGÓRZA KRZESŁAWICKIE	20057	1629958,66	81,27	35	1,75
XVIII NOWA HUTA	48194	2272198,71	47,15	54	1,12
<b>ŁĄCZNIE</b>	<b>706065</b>	<b>3040000</b>	<b>50</b>	<b>693</b>	<b>0,98</b>

\*stan na 31.12.2021 ([https://www.bip.krakow.pl/?dok\\_id=149477](https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=149477))

## 4.5 CHARAKTERYSTYKA WNIOSKODAWCÓW

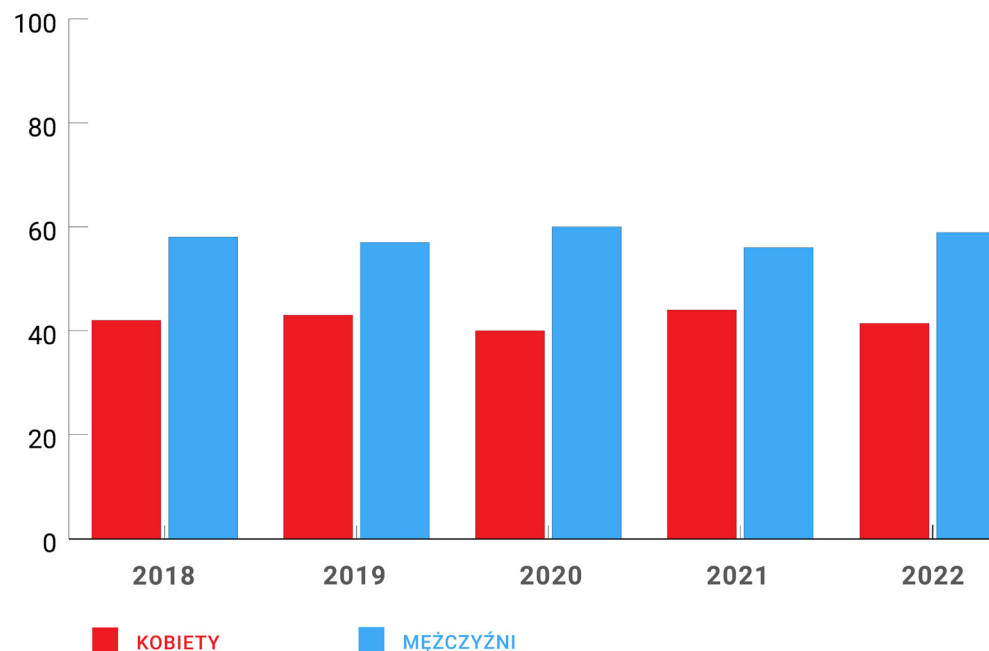
Liczba złożonych wniosków spadła w tej edycji w porównaniu z ubiegłoroczną o 17%. Jeszcze bardziej, bo aż o 26% spadła liczba wnioskodawców. W tym roku na złożenie projektu zdecydowało się 370 osób, to jest o 128 mniej niż rok wcześniej. Jest to zarazem najniższa liczba w porównywanym okresie pięciu lat.

Wykres 7: Liczba wnioskodawców



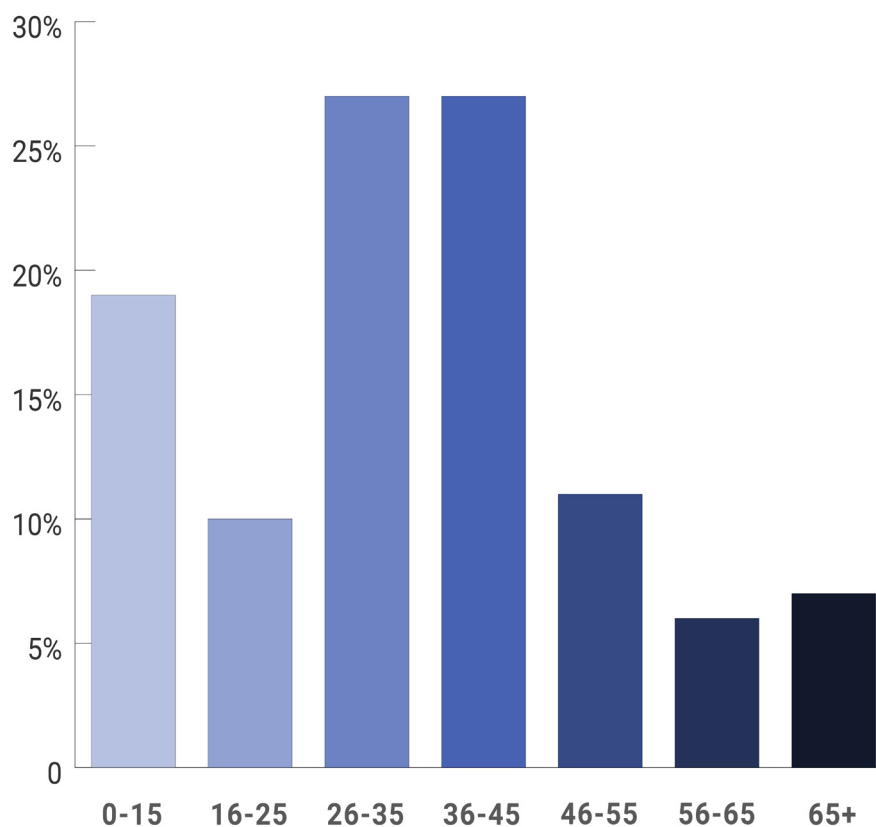
Tak jak w poprzednich edycjach, większość osób biorących udział w BO stanowią mężczyźni. W tym roku różnica pomiędzy oboma płciami nieznacznie wzrosła i wynosi osiemnaście punktów procentowych.

Wykres 8: Płeć wnioskodawców



Podobnie jak to ma miejsce w innych polskich miastach i zgodnie z tendencją z lat ubiegłych, w budżecie obywatelskim biorą udział przede wszystkim osoby w przedziale wieku 27-45 lat, które stanowią 56% wszystkich wnioskodawców. W obecnej edycji odsetek osób w tym wieku zmniejszył się jednak o sześć punktów procentowych. Nieznacznie, o 1 procent, zmniejszył się także odsetek najmłodszych projektodawców, wzrósł za to w każdym przedziale wiekowym odsetek wnioskodawców w wieku powyżej 45 lat (łącznie o siedem punktów procentowych).

Wykres 9: Wiek wnioskodawców



W ramach ewaluacji sprawdzono, jaka liczba wnioskodawców składała propozycje zadań także w latach ubiegłych, a ile robiło to po raz pierwszy. 48% nowych wnioskodawców, to wynik niższy od ubiegłorocznego o 12 punktów procentowych i zarazem najniższy wskaźnik w porównywanym okresie pięciu lat. Warto przyglądać się tej tendencji w kolejnych latach, bo jeśli będzie się utrzymywała, to by oznaczało, że BO stracił siłę przyciągania nowych osób.

Należy zwrócić uwagę, że pomimo tego, że po raz pierwszy w porównywanym pięciu latach procentowy udział projektodawców doświadczonych (w tym roku złożyli wniosek co najmniej po raz drugi) wyniósł ponad 50%, to jednak aż 307 osób, czyli 62% ubiegłorocznych wnioskodawców, w tej edycji nie złożyło swojej propozycji zadania. W celu zweryfikowania, jakie były powody rezygnacji tych osób przeprowadzono 20 wywiadów indywidualnych z ubiegłorocznymi wnioskodawcami, którzy w tej edycji nie wystartowali. Ponad połowa rozmówców zniechęciła się całym procesem nie zgadzając się z uzasadnieniem odrzucenia wniosków lub czując, że mają niewielkie szanse podczas głosowania z wnioskodawcami, za którymi stoją rady dzielnic czy różne organizacje. Większość tych osób dodawała, że nakład pracy potrzebny do osiągnięcia sukcesu jest niewspółmierny z możliwością osiągnięcia pożądanego rezultatu.

*Jest to ogromny wysiłek z punktu widzenia osoby zgłaszającej. Promowanie projektu w lokalnej społeczności, żeby mieć szansę wygrać, jest bardzo kosztowne z punktu widzenia wnioskodawcy, dlatego że nie ma żadnego wsparcia, jeśli chodzi o druk ulotek czy promocję w Internecie. Zajmuje to mnóstwo dni, nocy. Jest to nieprawdopodobny wydatek czasowy. To praca na cały etat przez kilka tygodni. [UW]*

*Ponieważ jest to bardzo duży nakład pracy, żeby zebrać wsparcie, podpisy, wypromować cały projekt. A na koniec, choć osiągnąłem dobry wynik, to jednak trochę punktów zabrakło. W tym roku mam większy nakład pracy zawodowej i w związku z tym nie zdecydowałem się na ponowny udział w budżecie obywatelskim. [UW]*

*Wniosek, który składałem w zeszłym roku został odrzucony. Jak Pani popatrzy, jaki procent wniosków zostaje odrzucony, to się Pani zdziwi. Urzędnicy puszczają sobie po prostu te wnioski, które im pasują, a jak nie pasują, to je w ogóle odrzucają. [UW]*

Co ciekawe, dwóch rozmówców jako przyczynę rezygnacji z uczestnictwa w BO podało, że w ubiegłym roku napisało wniosek, bo mieli taki obowiązek na studiach.

*Rok temu składałem w ramach studiów. Mieliśmy taki przedmiot, gdzie przygotowaliśmy projekty i to było umotywowane tym, że musieliśmy robić to w ramach studiów. W tym roku tego przedmiotu już nie mam, więc mam spokój. [UW]*

Z pozostałych osób jedna wyprowadziła się z Krakowa, jedna powiedziała, że nigdzie w tym roku nie spotkała się z informacjami o możliwości złożenia wniosku, inna nie miała żadnego pomysłu na projekt, a kolejna powiedziała, że nie jest zadowolona z całej procedury, ale nie chciała tego uzasadnić.

# 5. Weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań

## 5.1 WYNIKI WERYFIKACJI

Wnioski w ramach tegorocznej edycji BO można było składać do 25 kwietnia, a publikacja wyników weryfikacji miała miejsce 8 sierpnia. Oznacza to, że urząd miał około 3,5 miesiąca na analizę projektów i wydanie opinii. To o trzy tygodnie więcej niż w roku ubiegłym. Dodając do tego, że w obecnej edycji wpłynęło mniej wniosków, przedstawiciele jednostek weryfikujących mieli więcej czasu na analizę propozycji zadań, dzięki czemu procent wniosków ocenionych pozytywnie, przed etapem zgłaszania i rozpatrywania protestów, wyniósł 62%. Jest to najlepszy wynik w ciągu analizowanych pięciu lat, aż o 9 punktów procentowych wyższy niż w ubiegłym roku. To bardzo ważne, tym bardziej, że jak napisano w poprzednim rozdziale, część osób zniechęca się do budżetu obywatelskiego właśnie ze względu na niesłuszne ich zdaniem odrzucenie ich projektu.

Pomimo wyraźnego progresu, opinia publiczna przyjęła wyniki weryfikacji raczej negatywnie, co widać na podstawie analizy lokalnych mediów. Portal [krknews.pl](http://krknews.pl) zatytułował artykuł dotyczący weryfikacji w następujący sposób: „Pogrom w budżecie obywatelskim. Po ocenie urzędników co trzeci projekt wylądował w koszu”. TVP3 Kraków

poszła jeszcze dalej mówiąc o „budżecie (nie)obywatelskim”. Negatywne opinie zabrzmiały także między innymi w Radiu Kraków i ESKA.

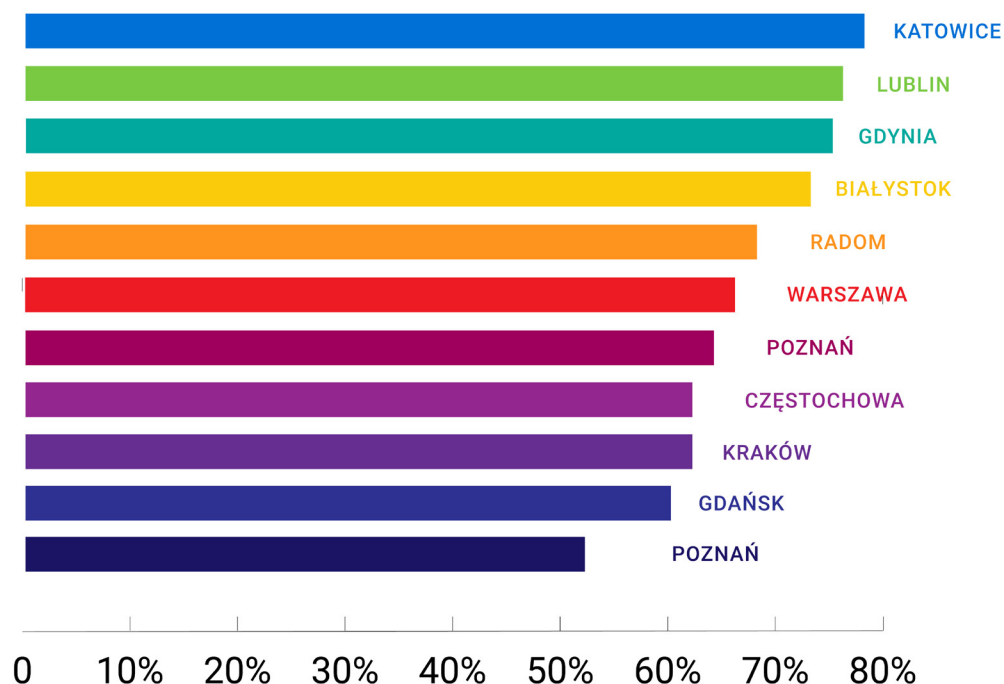
Jeszcze przed rozpatrzeniem protestów skontaktowano się z dziesięcioma osobami, których wnioski zostały odrzucone na etapie weryfikacji, żeby poznać ich opinie. Wszystkie nie kryły rozczarowania, a sześć z nich zapowiedziało, że w kolejnym roku nie będzie już uczestniczyło w BO. Cztery zapowiedziały także złożenie protestu, a kolejne trzy się nad tym zastanawiały.

*W uzasadnieniu negatywnej opinii do mojego projektu napisano, że na tym samym terenie planowane są jakieś inne działania. Ja się pytam, czemu nikt się ze mną wcześniej w tej sprawie nie skontaktował? Przecież mogłabym jeszcze ten wniosek zmienić, zmienić jego lokalizację, a teraz już jest za późno. Dla nie to po prostu brak szacunku do mojej osoby. [W]*

*W zeszłym roku ten sam wniosek przeszedł, a w tym został odrzucony. Będę na pewno się odwoływał, bo to absurd. [W]*

Porównując wyniki weryfikacji w Krakowie z dziesięcioma miastami powyżej 200 tysięcy mieszkańców, które w bieżącym roku zakończyły już ten etap i udostępniają dane w tym zakresie, widać, że można na tym polu wciąż wiele usprawnić. Niższy odsetek pozytywnie zweryfikowanych wniosków przed etapem protestów ma jedynie Gdańsk, gdzie wyniósł on 60% i Wrocław (52%). W kolejnych czterech miastach (Częstochowa, Poznań, Warszawa i Radom) jest on zbliżony lub niewiele wyższy, za to w Białymstoku, Lublinie, Gdynie i Katowicach jest on znacznie wyższy i wynosi od 73 do 78 procent. Oznacza to, że na każde 100 złożonych zadań w Katowicach weryfikację pozytywnie przechodzi o 16 projektów więcej niż w Krakowie.

Wykres 10: Odsetek projektów zweryfikowanych pozytywnie w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców (przed rozpatrzeniem protestów)



Porównując te liczby należy zwrócić jednak uwagę na jeden fakt. W pozostałych miastach, które analizowano, listy z poparciem należy dostarczyć do urzędu w tym samym momencie, co wnioski. W Krakowie wnioskodawcy na dostarczenie list poparcia mają 10 dni od dnia złożenia projektu. W skutek tego aż 67 projektów (8%) zostało odrzuconych, bo nie dostarczono list. Do tego doszło jeszcze 26 wniosków (3%), które zostały wycofane przez wnioskodawców i cztery kolejne, które zostały połączone z innymi projektami. Gdyby odliczyć te wnioski, to okazałoby się, że faktyczna liczba pozytywnie ocenionych zadań wyniosła w tym roku w Krakowie 70%. To nadal mniej niż w Białymstoku, Lublinie, Gdyni czy Katowicach, ale jednak znacznie więcej niż w pozostałych analizowanych miastach.

## 5.2 DOŚWIADCZENIA PRZEDSTAWICIELI JEDNOSTEK WERYFIKUJĄCYCH

Pomimo mniejszej ilości projektów, które w tym roku wpłynęły do urzędu i zwiększonego o 3,5 tygodnia okresu ich weryfikacji w porównaniu do ubiegłego roku, pracownicy części najbardziej obłożonych KO UMK i MJO nadal wskazywali na nadmiar pracy i niewystarczającą ilość czasu. Powodów takiego stanu rzeczy jest kilka. Jednym z nich jest ilość spływających projektów i mała liczba osób, które zajmują się ich oceną.

*Nad oceną kilkuset projektów, które do nas wpływają, pracują 3 osoby, Tak nie może być. [U]*

*My w tym roku opiniowaliśmy 142 „naszych” projektów i dodatkowo musieliśmy przesłać opinie częściowe do kolejnych 136. [U]*

Urzednicy twierdzą, że ilość projektów to jedno, ale bardzo duże znaczenie ma także stopień ich skomplikowania.

*Ilość wniosków, które do nas spływają to jedno. Ważne jest także to, co one w sobie zawierają. Trafił do nas np. projekt „Wygodniej rowerem - 100 równych przejazdów rowerowych”. Żeby go ocenić trzeba było sprawdzić wszystkie podane lokalizacje, a nieraz jeszcze prosić o opinię inne jednostki. To tak jakbyśmy analizowali sto różnych projektów, a to nie jest wyjątek. Podobnie było np. z wnioskiem dotyczącym stu stojaków rowerowych. [U]*



*Część projektów jest bardzo rozbudowanych, a każdy fragment dotyczy kompetencji innej jednostki. Uważam, że one powinny być odrzucane. Jedno to jest nasza praca w trakcie weryfikacji, ale jeszcze większe problemy bywają, jak taki wniosek zostanie zgłoszony, bo często trudno jest w ogóle potem znaleźć wykonawcę, który to wszystko zrealizuje. [U]*

Kolejnym elementem, na który wskazywały osoby przeprowadzające weryfikację, jest jakość współpracy z wnioskodawcami i ich otwartość na sugestie dotyczące ich projektów.

*Przy jednym z projektów, który do nas wpłynął, potrzebowaliśmy opinii z Zakładu Zieleni Miejskiej i Zarządu Infrastruktury Sportowej. Następnie przekazaliśmy wnioskodawcy nasze stanowisko. Projekt został zmieniony, ale nie tak, jak sugerowaliśmy i znowu musieliśmy wystąpić po opinie ZZM-u i ZIS-u, a potem z powrotem kontaktować się z wnioskodawcą i tak w kółko. Całość zajęła nam pełne trzy miesiące. A to tylko jeden projekt. [U]*

*Jeśli wnioskodawcy się coś proponuje, to on to potem zmienia, często po swoim i my od nowa musimy wszystko analizować i występować do innych jednostek po opinię. [U]*

Rozmówcy wskazywali także na problem z dekretacją wniosków do poszczególnych KO UMK i MJO, która nie zawsze ich zdaniem jest prawidłowa, a często bardzo trudna ze względu na złożoność wniosków.

*W Referacie ds. Partycypacji i Dialogu chyba czasem nie do końca czytają te projekty i wysyłają nam je bez sensu. [U]*

*Dla mnie kluczowym problemem jest dekretowanie wniosków na podstawie tytułów. Bardzo często bowiem treść wniosków rozbija się kompletnie z kompetencjami danej jednostki. [U]*

*Jako że zajmujemy się oświatą, to trafił do nas wniosek dotyczący utworzenia ogrodu przy jednej ze szkół. My się na tym nie znamy, więc przekazaliśmy to do Zarządu Zieleni Miejskiej. Oni jednak mają w swoim statucie zapis, że prowadzą działania wyłącznie na terenie parków, zieleńców czy skwerów i ostatecznie to my musieliśmy się tym zajmować chociaż nie mamy w tym obszarze żadnej wiedzy. [U]*

Podobnie jak w ubiegłej edycji, zastrzeżenie wśród osób opiniujących wnioski budzi możliwość dostarczania listy z poparciem w późniejszym terminie. Ich zdaniem powoduje to wykonywanie pracy, która potem może okazać się niepotrzebna.

*Wszystkie niezbędne dokumenty są załączane razem z wnioskiem i tak powinno być także z listami poparcia. W tym roku po raz kolejny zdarzyła nam się praca nad wnioskami, do których te listy nie są finalnie dostarczane. Mamy mnóstwo wniosków, mało czasu, więc dlaczego marnujemy go na robienie niepotrzebnej roboty? [U]*

Inną kwestią, na którą wskazywało wielu rozmówców, jest jakość części składanych wniosków i brak możliwości wydania im opinii negatywnej ze względów merytorycznych. Część z nich w trakcie rozmowy przyznało, że zdarza im się niejako na siłę szukać przyczyn ich odrzucenia, bo nie mogą po prostu napisać, że są one niegospodarne.

*W przypadku niektórych projektów, które do nas spływają, mamy do czynienia z niewspółmiernością kosztów do planowanych rezultatów. My nie możemy jednak ich odrzucić ze względu na brak racjonalności czy po prostu niegospodarność. [U]*

*Trafia do nas projekt, który jest słaby merytorycznie, dla nas zupełnie bez sensu, ale nie mamy możliwości, żeby go odrzucić. [U]*

*Nie mogliśmy odrzucić tego wniosku ze względów merytorycznych, więc musieliśmy szukać różnych kruczków prawnych, żeby uzasadnić jego negatywną ocenę. [U]*

*Czasem udaje nam się znaleźć jakieś uzasadnienie do odrzucenia projektu, który jest po prostu bez sensu, a czasem nie. Bywa, że ten projekt potem przechodzi i na etapie realizacji zderzamy się ze ścianą. [U]*

Pracownicy KO UMK i MJO zajmujący się weryfikacją wniosków, wspominali także o innych problemach. Część z nich związana była z okresem prowadzenia weryfikacji, a inne z niejasnymi postanowieniami regulaminu bądź brakiem jakiś regulacji.

*Rozumiem, że cały harmonogram jest tak skonstruowany, żeby mieszkańcy nie musieli wykonywać żadnych działań w trakcie urlopów. Czemu jednak nikt nie myśli o nas i o naszych urlopach? [U]*

*Projekty, które do realizacji wymagają specjalistycznych konsultacji czy analiz nie powinny być dopuszczane do głosowania. Jeśli bowiem taki wniosek wygra, a z przeprowadzonej analizy wyjdzie, że nie powinien zostać wykonany, to potem tylko spotykamy się z niezadowolaniem mieszkańców. [U]*

*Zdarzają się wnioski, które mają charakter polityczny, religijny lub dotyczą upamiętniania jakiś wydarzeń. Uważam, że w regulaminie powinien być przepis, który pozwalałby nam je odrzucać. [U]*

*Wnioskodawcy nie mają obowiązku podawania kosztorysu, wymyślają różne rzeczy, a potem mają pretensje, gdy ich informujemy, że za środki dostępne w budżecie obywatelskim tego się nie da zrealizować. [U]*

*W regulaminie wyraźnie napisane jest, że trzeba wskazać miejsce realizacji projektu. Jeśli ktoś nie podaje dokładnej lokalizacji, to my coś takiego opiniujemy negatywnie, a potem rada to każe z powrotem przywrócić. Ja tego nie rozumiem. [U]*

Na koniec warto jeszcze przedstawić dwie opinie, które wykraczają poza zakres samej weryfikacji. Jedna z osób podzieliła się swoim dylematem dotyczącym ciekawych pomysłów mieszkańców, które nie mieszczą się w ramach BO, a inna skrytykowała obecne rozwiązanie dotyczące wyboru projektów, które zakłada, że „jeżeli środki na realizację kolejnego projektu z listy nie będą wystarczające, uwzględniony zostanie pierwszy z następnych projektów na liście, którego koszt nie spowoduje przekroczenia dostępnych środków.”

*Czasem zdarza się, że wpływa do nas jakiś ciekawy pomysł, ale trudny do wykonania w ramach budżetu obywatelskiego. Chciałabym, żebyśmy mieli możliwość przekazywania takich wniosków np. do Rady Budżetu Obywatelskiego, żeby ona mogła je ewentualnie rekomendować do realizacji poza tą procedurą. [U]*

*Powinno się stworzyć jakiś limit głosów, żeby dany projekt mógł zostać wybrany do realizacji. Obecne rozwiązanie powoduje, że czasem wygrywają projekty z bardzo małym poparciem, ale po prostu dlatego, że mają wystarczająco niski budżet. [U]*

Osoby prowadzące weryfikację poproszone zostały także o zaproponowanie zmian, które ich zdaniem wpłynęłyby pozytywnie na ich pracę. Wśród nich wymieniono m.in. :

- wydłużenie okresu opiniowania wniosków;
- wprowadzenie zasad ograniczających stopień skomplikowania składanych wniosków;
- możliwość wydania opinii negatywnej ze względu na niewspółmierność kosztów do przewidywanych rezultatów
- możliwość wydania opinii negatywnej ze względu na wartość merytoryczną projektu;
- możliwość wydania opinii negatywnej ze względu na brak dostępności dla osób ze szczególnymi potrzebami;
- brak możliwości realizacji projektów mających charakter polityczny, religijny lub dotyczących upamiętniania jakichś wydarzeń;
- brak możliwości realizacji projektów wymagających specjalistycznych konsultacji czy analiz;
- obowiązek dostarczania list poparcia w momencie wysyłania wniosku;

- wpisanie do regulaminu obowiązku wskazania konkretnego miejsca realizacji projektu;
- wpisanie do regulaminu obowiązku oszacowania szczegółowego budżetu projektu;
- wpisanie do regulaminu minimalnej ilości głosów poparcia dla danego projektu, żeby mógł on być realizowany;
- wpisanie do regulaminu zasady, że każdy projekt może dotyczyć tylko jednej lokalizacji;
- poszerzenie systemu wsparcia dla osób przygotowujących wnioski (m.in. zakładka FAQ i przykładowy wypełniony wniosek na stronie <https://budzet.krakow.pl/>);
- stworzenie listy pytań weryfikujących poprawność złożenia wniosku w trakcie jego wypełniania;
- uniemożliwienie składania tego samego wniosku raz jako dzielnicowy, a drugi raz jako ogólnomiejski.

### 5.3 KONTAKT PRZEDSTAWICIELI JEDNOSTEK WERYFIKUJĄCYCH Z WNIOSKODAWCAMI

Kontakt przedstawicieli jednostek weryfikujących z wnioskodawcami jest jednym z kluczowych elementów BO, który ma duży wpływ na to, czy osoby, które zdecydowały się na złożenie swojej propozycji zadania będą zadowolone z uczestnictwa w całej procedurze czy wręcz przeciwnie.

Zgodnie z postanowieniami regulaminu osoby dokonujące weryfikacji mają obowiązek kontaktu z wnioskodawcami, przekazania im informacji o problemach i ich przyczynach oraz wsparcia ich w takim przekształceniu wniosku, żeby mógł zostać oceniony pozytywnie.

Wśród dziesięciu osób, z którymi rozmawiano po etapie oceny merytorycznej, których projekty zostały odrzucone, nie było ani jednej, która miała kontakt z osobami oceniającymi jej wniosek. Trudno więc coś więcej na ten temat powiedzieć. Część z tych osób w trakcie wywiadów wspominała o przepisach wynikających z regulaminu i nie kryła swojego rozczarowania, choć warto zaznaczyć, że według brzmienia § 16. 1. regulaminu wnioskodawca zostanie niezwłocznie poinformowany telefonicznie i pocztą elektroniczną o konieczności dokonania uzupełnień lub modyfikacji zakresu rzeczowego projektu „w razie stwierdzenia podczas weryfikacji, że złożony projekt nie zawiera istotnych informacji potrzebnych do analizy lub jest niezgodny z limitami finansowymi, o których mowa w § 13 ust. 2 – 3”.

*Zdaniem osoby opiniującej projekt, część mojego projektu spełnia kryteria budżetu obywatelskiego, a część nie. Gdyby ktoś z tym do mnie zadzwonił, tak jak to wynika z regulaminu i mnie poinformował, to przecież mógłbym to odpowiednio zmienić. [W]*

Problem braku kontaktu przedstawicieli jednostek weryfikujących widać było wyraźnie w trakcie spotkania konsultacyjnego w sprawie rozpatrywania protestów, które odbyło się w dniu 25 sierpnia. Z 17 protestów, nad którymi pochyliła się Rada Budżetu Obywatelskiego tego dnia, aż w czterech przypadkach zdecydowano o przesunięciu rozstrzygnięcia na kolejne spotkanie 29 sierpnia. Wynikało to z tego, że wnioski w obecnej formie nie spełniały wymogów regulaminu, ale po ich odpowiednim zwężeniu mogły zostać przyjęte. Warunkiem jednak była współpraca urzędników z projektodawcami. W rezultacie dwa z tych projektów znajdują się na liście do głosowania. W cztery dni (włączając w to sobotę i niedzielę) udało się więc zrobić to, czego wcześniej nie zrobiono w ciągu kilku miesięcy.

W przypadku sporej części pozostałych projektów, które były rozpatrywane przez Radę Budżetu Obywatelskiego 25 sierpnia, także nie było wcześniejszego kontaktu osób sprawdzających wnioski z projektodawcami. W pewnym momencie przewodniczący Rady zapytał nawet jednej z urzędniczek: „Rozumiem, że w tym przypadku także się Państwo nie kontaktowali z wnioskodawcą?”

Jak się do tych problemów odnosiły same osoby zajmujące się weryfikacją? W trakcie przeprowadzonego wywiadu grupowego podkreślali, że z dużą częścią wnioskodawców się kontaktowali, często wręcz wielokrotnie, o czym mowa jest w poprzednim podrozdziale. Przyznawali jednak, że czasem nie podejmowali prób kontaktu z autorami projektów czy to w związku z presją czasu, czy po prostu nie widzieli takiej potrzeby.

*Jeśli jest projekt, kiedy jest sprawa ewidentna, to nie ma sensu się z wnioskodawcami kontaktować.[U]*

## 6. Składanie i rozpatrywanie protestów

Na etapie weryfikacji odrzuconych zostało 330 wniosków, w tym, jak zostało napisane w poprzednim rozdziale, 67 z powodu niedostarczenia list poparcia. Poza tym 26 zostało wycofanych przez wnioskodawców i cztery kolejne zostały połączone z innymi projektami. Spośród pozostałych 233 negatywnie ocenionych projektów, wnioskodawcy złożyli protest w 48 przypadkach (21%). To znacznie mniej niż w roku ubiegłym, gdzie protest złożono w przypadku 32% odrzuconych wstępnie projektów.

Należy także zwrócić uwagę, że nie spełniły się czarne scenariusze strony społecznej, która nie kryła oburzenia i obaw po rozwiązaniu przez Prezydenta Miasta w październiku ubiegłego roku ówczesnej Rady Budżetu Obywatelskiego i zastąpienia jej nową, w której ograniczono ilość zasiadających w niej wnioskodawców i przedstawicieli rad dzielnic. W mediach pojawiły się wtedy opinie, że nowo wybrana Rada nie będzie już przywracać takiej ilości wniosków, jak to miało miejsce wcześniej. Okazuje się, że jest wprost przeciwnie. W ubiegłym roku, dzięki działaniom Rady przywróconych i poddanych pod głosowanie zostało 39% wcześniej odrzuconych wniosków, a w tej edycji ta liczba wyniosła aż 60%.

Do tego wyraźnie poprawiła się frekwencja na posiedzeniach Rady zajmujących się rozpatrywaniem protestów. Choć w poprzedniej edycji uprawnionych do głosowania w trakcie rozpatrywania protestów było 26 członków Rady, to w zależności od projektu nad jego dalszym losem głosowało od zaledwie 3 do maksymalnie 13 osób. Obecny skład Rady wynosi 14 członków, a w głosowaniu nad projektami brało udział od 6 do 10 osób. Najlepiej pod tym względem prezentowali się przedstawiciele strony społecznej i urzędu, a zdecydowanie najslabiej reprezentanci Rady Miasta Krakowa. Żaden z nich nie wziął udziału we wszystkich trzech posiedzeniach, a dwóch na rozpatrywaniu protestów nie pojawiło się w ogóle.

Na koniec warto jeszcze przyjrzeć się, jaki procent złożonych projektów trafił ostatecznie na listę do głosowania w Krakowie, w porównaniu do innych dużych polskich miast, gdzie na moment pisania raportu także zakończono już ten etap całego procesu. Jak widać na wykresie 11 niekwestionowanym liderem w tym zestawieniu są Katowice. Jest to jedyne miasto, gdzie ponad 80% złożonych projektów poddanych zostało głosowaniu. Na podstawie wywiadu przeprowadzonego z jedną z urzędniczek odpowiedzialną za organizację budżetu obywatelskiego w Katowicach oraz analizy dokumentów regulujących jego funkcjonowanie ciężko jest stwierdzić, co jest przyczyną tak wysokiego wskaźnika. Zarówno wsparcie dla wnioskodawców, jak i czas na weryfikację zgłaszanych zadań nie odbiegają tu bowiem od działań prowadzonych w innych miastach.

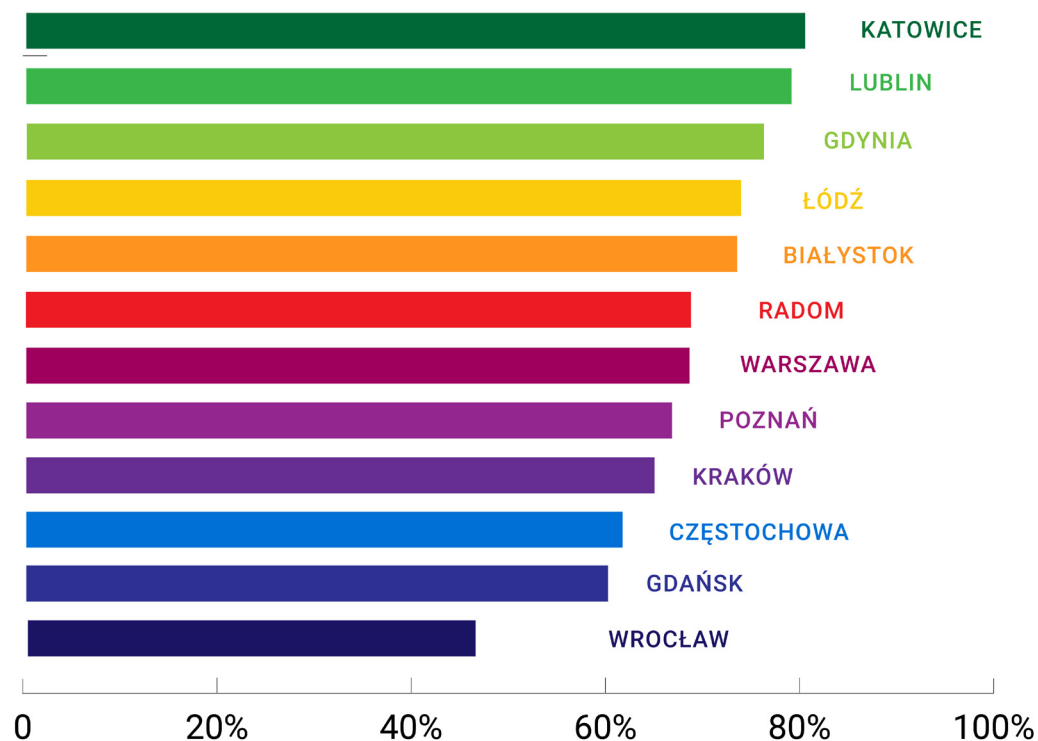
W kolejnych czterech miastach (Lublin, Gdynia, Łódź, Białystok) do etapu głosowania dotarło ponad 70% złożonych wniosków. Urzędniczka odpowiedzialna za realizację budżetu obywatelskiego w Gdyni

w trakcie wywiadu powiedziała, że wysoka skuteczność projektodawców może być związana z dużym odsetkiem osób, które składały już swoje wnioski w poprzednich edycjach (ponad 60%). Warto jednak także zwrócić uwagę na formy wsparcia dla wnioskodawców, które stosowane są w Gdyni. Wśród nich np.:

- dwa maratony pisania wniosków (w tym jeden dedykowany seniorom), podczas których autorzy projektów mogli je konsultować z ekspertami z różnych dziedzin;
- Dzień Otwarty BO2022, w trakcie którego przewidziano m.in. konsultacje indywidualne dla autorów projektów, instruktaż jak wypełnić wniosek oraz wywiad z autorami zwycięskich projektów z poprzednich edycji;
- spotkanie młodzieżowe BO2022 o tym jak wygląda wniosek i jak go poprawnie napisać, o procedurach związanych ze składaniem wniosków oraz o pomysłach i inspiracjach młodych;
- Budżet Wieczorową Porą - konsultacje prowadzone przez urzędników, organizowane w cztery kolejne wtorki w godz. 17.00-20.00.

Kraków w grupie 12 analizowanych miast znajduje się na ósmej pozycji. Mniejszą ilość złożonych wniosków, które poddane zostały głosowaniu, odnotowano jedynie w Częstochowie, Gdańsku i przede wszystkim we Wrocławiu, który jest jedynym dużym miastem, gdzie ten wskaźnik nie przekroczył 50%.

Wykres 11: Odsetek projektów dopuszczonych do głosowania w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców



# 7. Głosowanie

## 7.1 PROMOCJA GŁOSOWANIA

Podczas głosowania urząd korzystał z podobnych środków promocji, jak to miało miejsce w trakcie procesu składania wniosków. Nowością było zaangażowanie do promocji młodzieży. W ramach konkursu #BOMłodzi wyłoniono Młodzieżowych Ambasadorów Budżetu Obywatelskiego, którzy wzięli udział w sesjach fotograficznych realizowanych na terenach związanych z projektami Budżetu Obywatelskiego (BO) i w ten sposób zachęcali swoich rówieśników do głosowania w tegorocznej edycji BO. Poza tym zrealizowano wystawę w 25 punktach miasta, która promowała projekty zrealizowane w poprzednich edycjach oraz informowała i zachęcała do głosowania.

Na Facebooku Budżetu Obywatelskiego miasta Krakowa promocja tego etapu rozpoczęła się 26 września informacją, że już w najbliższy piątek rozpocznie się głosowanie oraz przypomnieniem listy wszystkich projektów, na które można było oddać głos. Od tego momentu urząd publikował najpierw po jednym, a następnie po dwa wpisy dziennie zachęcające do oddania głosu. 14 października, w ostatni dzień głosowania, na profilu na Facebooku pojawiły się aż cztery wpisy. Warto jednak zauważyć, że pod jednym z nich w komentarzach mieszkańcy informowali o problemach z serwerem i trudnościach w oddaniu głosu, ale nie otrzymali żadnej informacji zwrotnej, wyjaśniającej całą sytuację.

W trakcie etapu głosowania prowadzono także monitoring stron internetowych oraz profili w portalach społecznościowych miejskich jednostek organizacyjnych oraz Dzielnic. Jest to najtańsza forma promocji

BO, która z jednej strony może docierać do odbiorców z różnych stron miasta, a z drugiej do osób o różnych zainteresowaniach, odpowiadających obszarom funkcjonowania MJO. Kanały te podczas głosowania były jednak rzadziej wykorzystywane, niż miało to miejsce w trakcie etapu składania wniosków.

Poniżej zamieszczono najważniejsze spostrzeżenia z analizy stron i profili MJO i Dzielnic:

- na stronie internetowej informację o głosowaniu zamieściło 15 z 18 Dzielnic. Warto tu zauważyć, że w serwisie Dzielnic 5, poza publikacją z dnia 30 września zachęcającą do uczestnictwa w głosowaniu, w dniu 13 października pojawił się również wpis zachęcający do poparcia konkretnego projektu „Marszobieg po Zdrowie dla Rodziny w tym jogging dla seniorów”.
- w trakcie ewaluacji monitoringowi poddano profile na Facebooku 14 Dzielnic (nie znaleziono profili Dzielnic V, VI i IX, a XVI jest od lat nieaktualizowany); cztery z nich w ciągu całego okresu głosowania nie umieściło żadnego postu w tym temacie, większość jednak opublikowała co najmniej 3-4 wpisy zachęcające do udziału w głosowaniu, a Dzielnica 1 stworzyła nawet w tej sprawie wydarzenie;
- w trakcie ewaluacji monitoringowi poddano profile na Facebooku 16 MJO; 8 z nich umieściło po jednym poście w tym temacie, a na profilu jednostki Klimat-Energia-Gospodarka Wodna opublikowano aż 3 wpisy dotyczące etapu głosowania;
- zaskakujące jest, że żadnego postu dotyczącego etapu głosowania nie opublikowano na profilu Zarządu Zieleni Miejskiej, choć tematy związane z zielenią i ochroną środowiska są od lat w budżecie obywatelskim najpopularniejsze.

## 7.2 PROMOCJA PROJEKTÓW NA ETAPIE GŁOSOWANIA

Większość wnioskodawców, z którymi prowadzono wywiady promowała swoje projekty samodzielnie. Część korzystała z pomocy, głównie rodziny lub znajomych. Najczęściej używanym narzędziem do promocji wniosków były social media, z których korzystali niemal wszyscy rozmówcy. Dla niektórych, ze względu na czas i/lub pieniądze, był to jedyny sposób promocji, na jaki się zdecydowali.

*Ja się promowałem głównie na Facebooku. Stworzyłem wydarzenie z informacją dotyczącą moich projektów, starałem się także wstawiać komentarze na różnych stronach z zachętą do ich poparcia. [W]*

Mniej więcej połowa osób, z którymi rozmawiano, promowała swoje projekty także za pomocą poczty pantoflowej wśród sąsiadów i znajomych. Część z nich korzystała w tych działaniach z wydrukowanych przez siebie plakatów czy ulotek.

*Mi się już udało we wcześniejszych latach wygrać kilka projektów i mnie już u nas w dzielnicy dużo osób zna. Uważam, że najskuteczniejszym sposobem jest po prostu rozmawianie z mieszkańcami, proszenie ich o wsparcie, ale także pomoc w docieraniu do kolejnych osób. Wiem, że różni znajomi także opowiadali o moim projekcie i tak powoli się dociera do coraz szerszych kręgów. [W]*

Kolejnym poruszonym tematem było ewentualne wsparcie ze strony urzędu lub radnych dzielnic. Zdaniem rozmówców powinno się one ograniczać do promocji samego głosowania. Dwie osoby zwróciły uwagę, że w przypadku osób zasiadających w zarządach dzielnic nie zawsze tak jest.

*U nas przewodniczący promował kilka projektów, wiem, że w innych dzielnicach też tak bywa. [W]*

Kilku wnioskodawców podkreśliło, że promocja głosowania powinna być bardziej aktywna i nie powinna się ograniczać jedynie do Internetu.

*Dla mnie tej promocji jest za mało. To że są w mieście różne plakaty czy banery reklamowe czy promocja w mediach społecznościowych, to jest standard, takie minimum. Uważam, że w okresie głosowania powinny być organizowane jakieś pikniki czy festyny z budżetem obywatelskim, gdzie wnioskodawcy mogliby promować swoje projekty, a mieszkańcy oddawać głos. [W]*

Urząd, jak co roku, przygotował dla wnioskodawców przed rozpoczęciem głosowania generator plakatów i banerów. Wystarczyło załogować się na założone konto w platformie budżetu obywatelskiego aby pobrać: plakaty A3 i A4, ulotkę i grafiki do wykorzystania w mediach społecznościowych. Informacja o tym została podana na profilu budżetu obywatelskiego na Facebooku. Część rozmówców z tego rozwiązania skorzystało, część uznała, że było im niepotrzebne, ale było też kilka osób, do których ta informacja nie trafiła i myśleli, że w tej edycji takiego rodzaju wsparcia nie było.

*Podobnie jak w ubiegłym roku skorzystałam z gotowych wzorów plakatów i banerów, które udostępnił urząd. Wykorzystywałam to głównie do promocji w Internecie, ale trochę także wydrukowałam i rozwiesiłam w dzielnicy. [W]*

*W porównaniu z ostatnią edycją wsparcia ze strony urzędu było żadne. Nawet nie było plakatów do pobrania, a szkoda. [W]*

*Jestem w tym roku bardzo zawiedziona, bo nie było nawet plakatów czy ulotek do pobrania. [W]*



### 7.3 GŁOSOWANIE MIESZKAŃCÓW NA PROJEKTY

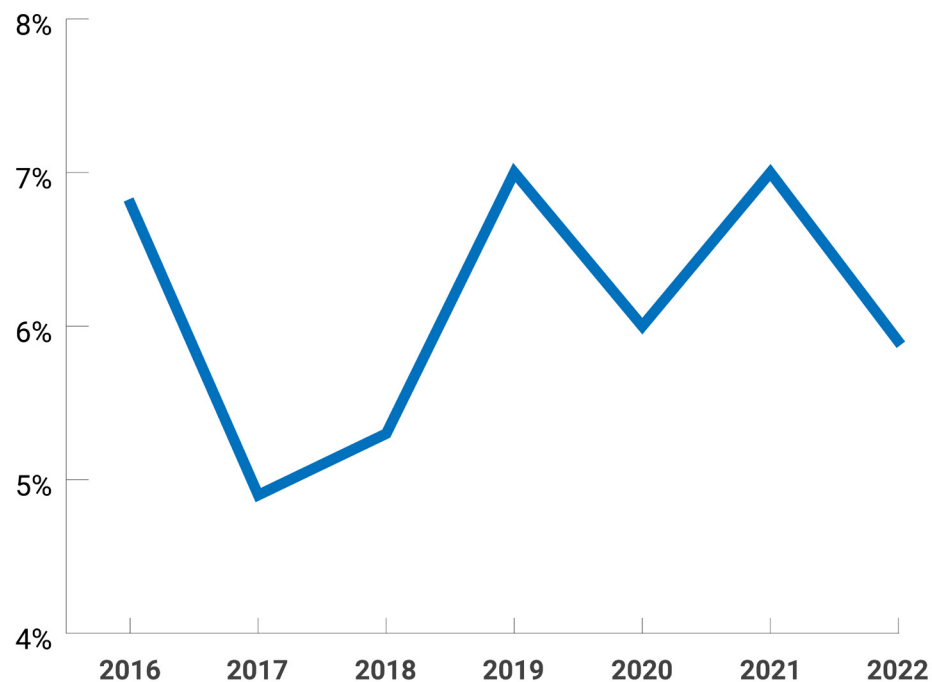
Głosowanie mieszkańców odbywało się w dniach od 30 września do 14 października. W obecnej edycji do głosowania dopuszczonych zostało 558 projektów, w tym 93 to wnioski ogólnomiejskie oraz 465 dzielnicowe. Podobnie jak w ubiegłych latach, można było głosować na sześć różnych projektów. Trzy głosy przypadały na projekty dzielnicowe (w dzielnicy swojego zamieszkania) i trzy głosy na projekty ogólnomiejskie. Najwyżej oceniony przez głosującego projekt otrzymywał 3 punkty, a najniżej 1 punkt. Zagłosować można było elektronicznie, za pomocą specjalnej platformy dostępnej na stronie <https://budzet.krakow.pl/>, bądź w sposób tradycyjny w jednym z punktów do głosowania rozmieszczonych na terenie całego miasta. Aby zagłosować elektronicznie, należało zarejestrować się na stronie <https://budzet.krakow.pl/> podając swoje dane: imię i nazwisko, adres zamieszkania, numer PESEL, a dla osób, które go nie mają: datę urodzenia i płeć, numer telefonu komórkowego oraz numer i nazwę dzielnicy zgodnie z adresem zamieszkania. Osoby, które głosowały elektronicznie już w poprzednich latach, nie musiały zakładać nowego konta, wystarczyło zalogować się na już istniejące, podając adres e-mail oraz hasło.

Lista punktów, w których można było oddać swój głos, opublikowana została na stronie internetowej BO. Znalazło się na niej łącznie 154 punkty, a więc znacznie więcej niż w poprzednich edycjach (w 2021 r. było 125 punktów, a 2020 r. 85). Punkty zlokalizowane były głównie w filiach Biblioteki Kraków, w centrach i domach kultury, w ośrodkach Programu Aktywności Lokalnej oraz w siedzibach rad i zarządów dzielnic, ale także m.in. na terenie kilku kościołów, parków, siedzib organizacji pozarządowych czy w holu głównym Galerii Mozaika i Cukierni Lisiccy. Najwięcej punktów do głosowania tradycyjnego znalazło się w Dzielnicy XIII Podgórze (19) oraz Dzielnicach VIII (16) i XVIII (14). Najmniej zlokalizowano ich zaś w Dzielnicy XVI (3) oraz XIV (4).

Na udostępnionej liście, poza adresem, w którym zlokalizowany został punkt do głosowania oraz podaniem dni i godzin jego otwarcia, zaznaczone zostały także informacje dotyczące ich dostępności dla osób z niepełnosprawnościami. Podobnie jak w poprzedniej edycji, w jednym z nich, zlokalizowanym w siedzibie Polskiego Związku Głuchych Oddział Małopolski, zadbano nawet o dostępność dla osób głuchych i przewidziano obecność tłumacza na PJM (polski język migowy).

Ostatecznie w ciągu 15 dni głosowania oddano łącznie 46095 głosów, w tym 42965 (93%) głosów ważnych i 3130 (7%) nieważnych. Tegoroczna frekwencja wyniosła 5,9%, a więc mniej niż w ubiegłym roku, kiedy zagłosowało 7% mieszkańców. Porównując dane z ostatnich siedmiu lat można jednak przyjąć, że udział mieszkańców w głosowaniu jest stabilny i wynosi 5 – 7%.

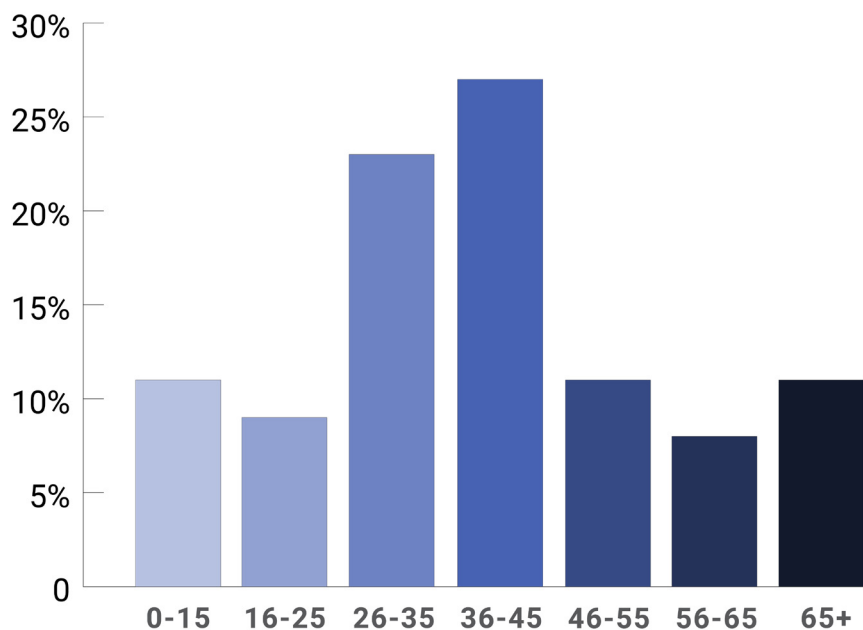
Wykres 12: Frekwencja podczas głosowania w latach 2016-2022



Zaskakująco wygląda porównanie głosów oddanych przez Internet i w sposób tradycyjny. W ostatnich latach głosów elektronicznych oddawano ponad dwukrotnie więcej niż papierowych. Obecnie także częściej głosowano przez Internet, ale ta różnica nie była już taka duża (60% do 40%), a wśród osób najmłodszych (do 15 lat) i najstarszych (powyżej 56 lat) więcej osób zagłosowało właśnie w sposób tradycyjny. Należy jednak zauważyć, że popularność tego typu głosowania w grupie najmłodszej może w dużej mierze wynikać z tego, że w celu głosowania elektronicznego trzeba posiadać swój własny numer telefonu, a wiele osób w tym wieku jeszcze go nie posiada.

Najliczniejszymi grupami wiekowymi biorącymi udział w głosowaniu są osoby z przedziałów 26 – 35 i 36 – 45 lat, które stanowią łącznie 50% głosujących. W pozostałych przedziałach wiekowych liczba oddanych głosów jest zdecydowanie niższa. Można więc przyjąć tezę, że w BO biorą udział głównie osoby w średnim wieku.

Wykres 13: Wiek osób głosujących



Jak wspomniano powyżej, frekwencja w głosowaniu w całym mieście wyniosła 5,9%. Porównując frekwencję w poszczególnych dzielnicach, podobnie jak w poprzedniej edycji najwyższą może pochwalić się Dzielnicą XIII Podgórze, gdzie zagłosowało 10,99% mieszkańców. Dziesięcioprocentową frekwencję udało się jeszcze przekroczyć w Dzielnicy XVII (10,05%) i XVIII (10,01%). Najniższą frekwencję odnotowana zaś w Dzielnicach: I (3,69%), XV (3,70%) i XVI (3,82%).

Wykres 14: Frekwencja mieszkańców w dzielnicach

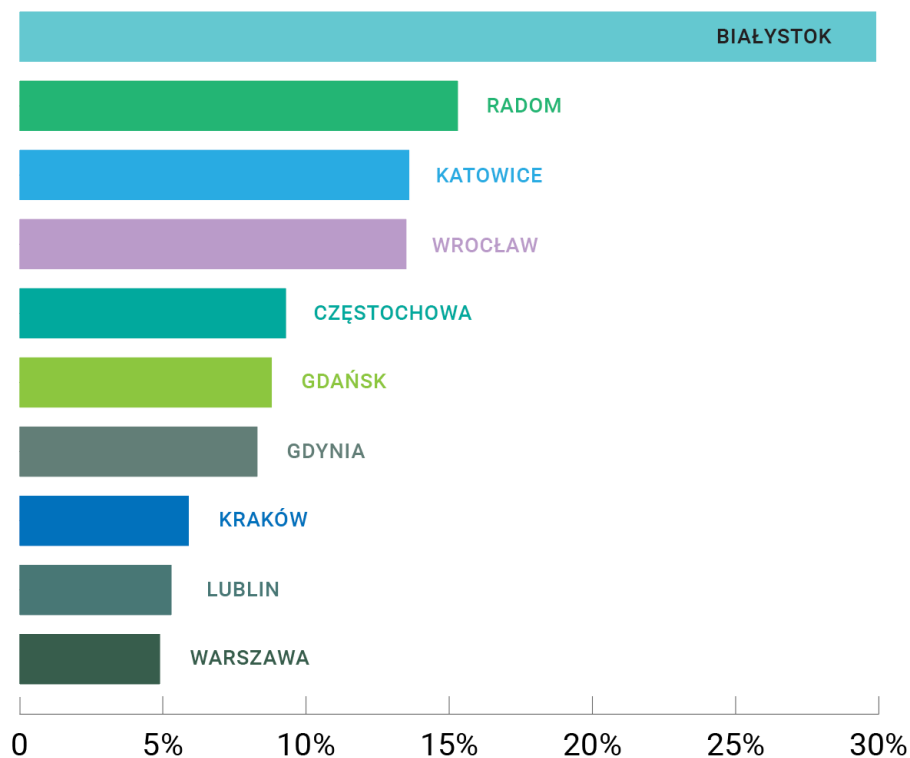


Porównując frekwencję w głosowaniu z danymi dotyczącymi środków, które przeznaczone zostały na dzielnice, widać że ze wzrostem pieniędzy na głowę mieszkańca rośnie także liczba osób biorących udział w głosowaniu. Z pięciu dzielnic z najwyższą frekwencją cztery były w grupie tych, gdzie środki na jednego mieszkańca były najwyższe. Wyjątkiem jest tu Dzielnica VII Zwierzyniec, gdzie frekwencja była niższa niż średnia dla całego miasta, a pod względem kwoty na jednego mieszkańca znajduje się ona na drugiej pozycji.

Z drugiej strony, wśród dzielnic z najmniejszą pulą środków frekwencja w głosowaniu była poniżej średniej dla całego miasta. Tu jednak także jest wyjątek, który stanowi Dzielnica XII Bieżanów-Prokocim, gdzie zagłosowało 6,02% mieszkańców.

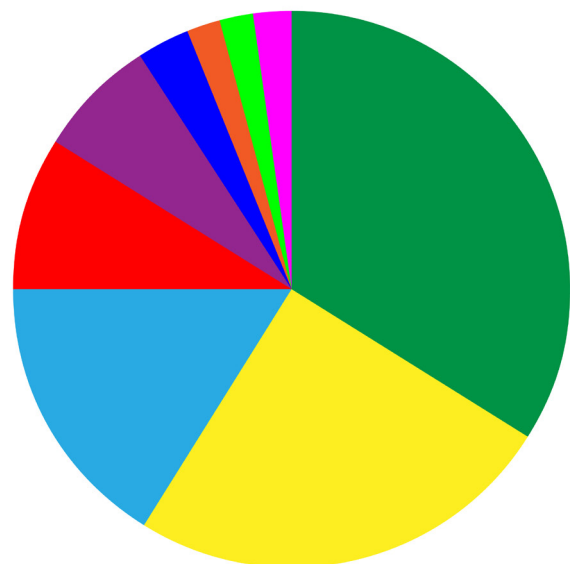
Kończąc temat frekwencji warto jeszcze porównać Kraków z innymi dużymi polskimi miastami, gdzie zakończył się już etap głosowania. Jak widać na wykresie 15 zdecydowanym liderem w tym zestawieniu jest Białystok, gdzie w głosowaniu wzięło udział niemal 30% mieszkańców. W kolejnych trzech miastach frekwencja wyniosła od 13 do 15 procent, a więc było ok. dwa razy mniejsza. Kraków wśród dziesięciu porównywanych miast znalazł się na trzecim miejscu od końca. Niższą frekwencję odnotowano jedynie w Warszawie (4,9%) i Lublinie (5,3%).

Wykres 15: Frekwencja mieszkańców w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców



Wyniki głosowania zostały przedstawione przez magistrat zgodnie z harmonogramem 7 listopada. Ostatecznie spośród 558 projektów, które znalazły się na listach, mieszkańcy wybrali 185, w tym . 13 ogólnomiejskich oraz 172 dzielnicowych. Jak widać na wykresie 16 największą popularnością cieszą się zadania dotyczące zieleni i ochrony środowiska, które stanowią aż 34% wszystkich wybranych projektów. Na kolejnym miejscu są projekty związane z kulturą (25%) oraz sportem i infrastrukturą sportową (16%). Z drugiej strony najrzadziej wybierane przez krakowian były projekty dotyczące zdrowia, społeczeństwa i infrastruktury rowerowej (po 2%).

Wykres 16: Kategorie najchętniej wybieranych projektów

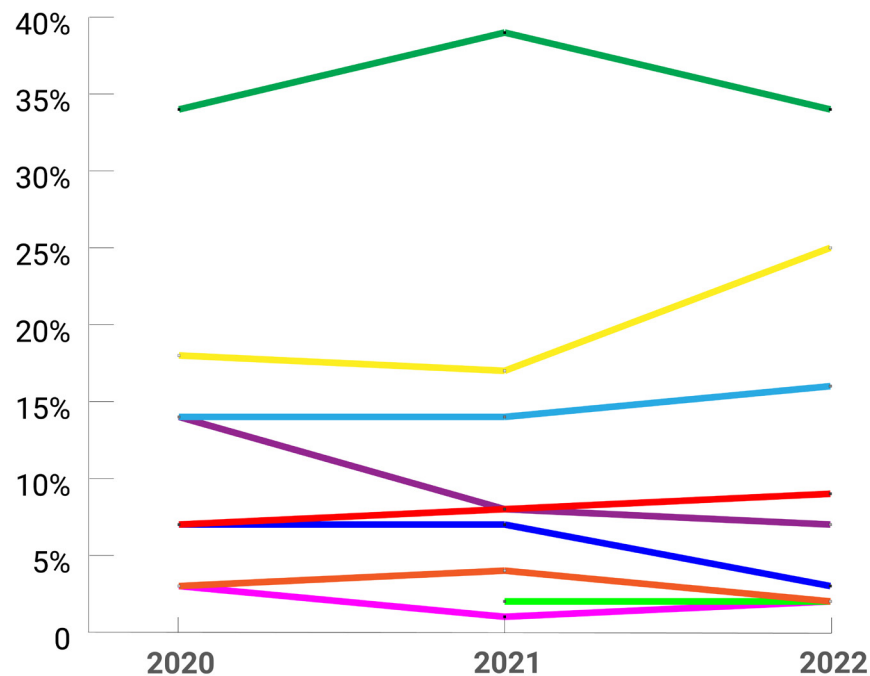


- ZIELEŃ I OCHRONA ŚRODOWISKA
- KULTURA
- SPORT I INFRASTRUKTURA SPORTOWA
- BEZPIECZEŃSTWO
- INFRASTRUKTURA
- EDUKACJA
- SPOŁECZEŃSTWO
- INFRASTRUKTURA ROWEROWA
- ZDROWIE

Na wykresie 17 przedstawiono, jaką popularnością wśród krakowian cieszyły się poszczególne kategorie na przestrzeni ostatnich trzech lat. Jak widać nie ma tutaj dużych zmian, choć warto zauważyć, że w tym roku w porównaniu do ubiegłego rządu wybierano projekty związane z zielenią i ochroną, za to częściej zdecydowano się na kulturę.

Trzeci rok z rzędu zmniejsza się za to popularność zadań dotyczących infrastruktury, a rośnie, powoli ale systematycznie, znaczenie wniosków w obszarze bezpieczeństwa.

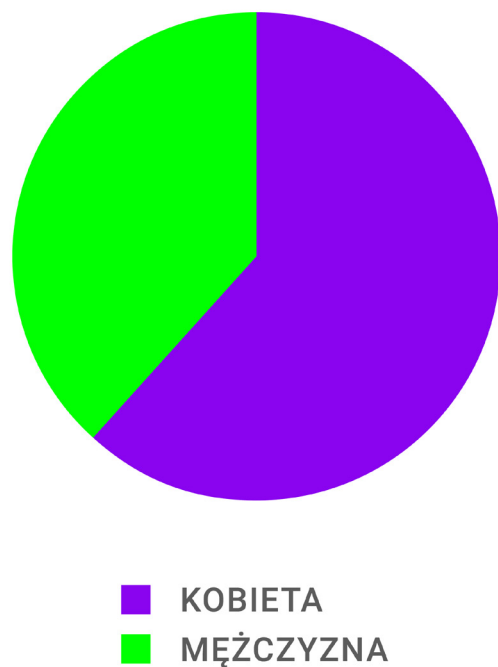
Wykres 17: Kategorie najchętniej wybieranych projektów w latach 2020-2022



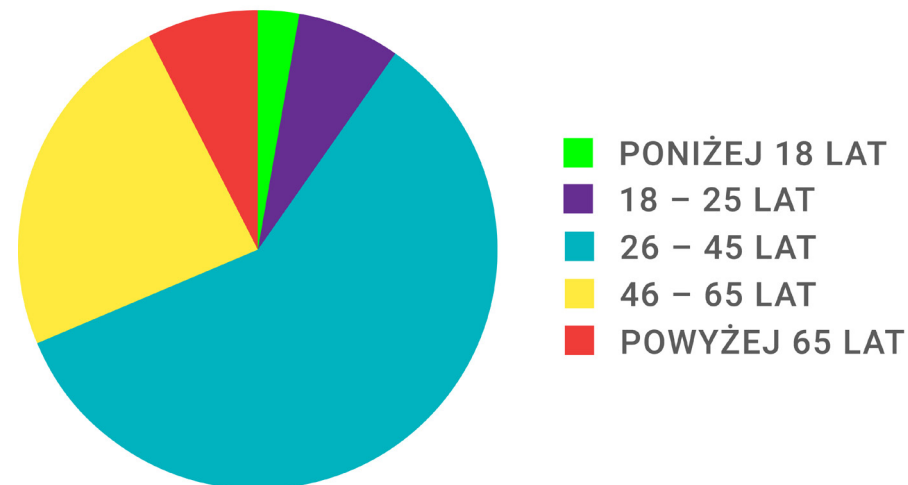
- ZIELEŃ I OCHRONA ŚRODOWISKA
- KULTURA
- SPORT I INFRASTRUKTURA SPORTOWA
- BEZPIECZEŃSTWO
- INFRASTRUKTURA
- EDUKACJA
- SPOŁECZEŃSTWO
- INFRASTRUKTURA ROWEROWA
- ZDROWIE

Aby uzyskać opinię jak największej ilości mieszkańców miasta dotyczącą etapu głosowania oraz ogólnie postrzegania BO, osoby biorące udział w głosowaniu miały możliwość wypełnienia ankiety internetowej. Ankiety ewaluacyjną IX edycji Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa wypełniło 7510 osób w tym 4645 kobiet i 2865 mężczyzn (odpowiednio 61.85% i 38.15%). Były to osoby z każdego przedziału wiekowego - od poniżej 18 lat do powyżej 65 roku życia. Najwięcej ankiet wypełnili respondenci z przedziału 26 - 45 lat (58.95%), a następnie 46 - 65 lat (23.78%), powyżej 65 lat (7.48%), 18 - 25 lat (6.87%) oraz poniżej 18 lat (2.92 %).

Wykres 18: Podział respondentów ze względu na płeć



Wykres 19: Podział respondentów ze względu na wiek



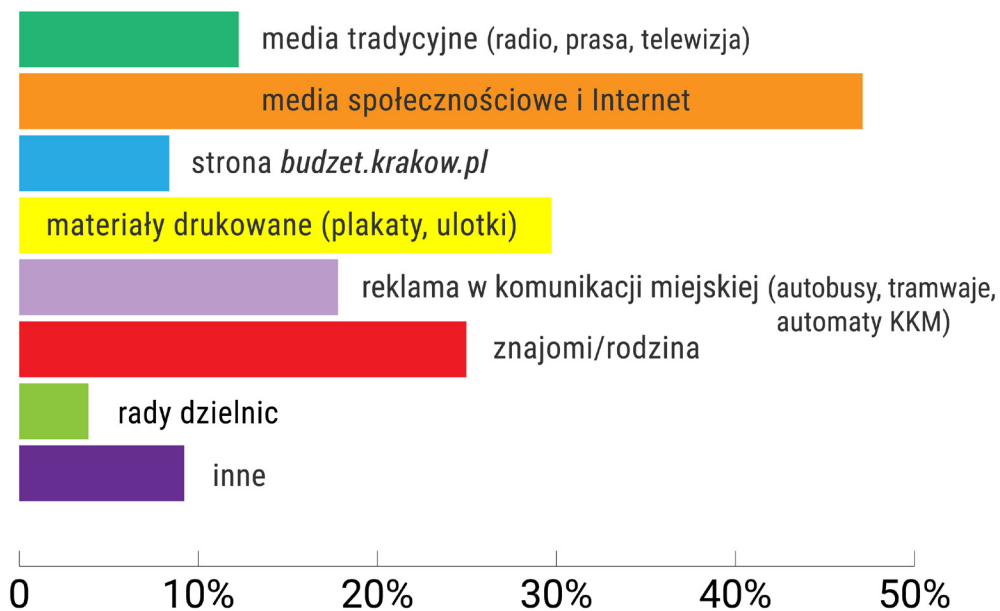
W pierwszym pytaniu zapytano, skąd osoby biorące udział w badaniu dowiedziały się o możliwości głosowania w ramach tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego. Jak przedstawia wykres nr 20 najpopularniejszymi mediami informującymi ankietowanych o Budżecie Obywatelskim były portale społecznościowe (47,10%), a następnie materiały drukowane (29,73%) oraz znajomi i rodzina (24,97%). Kolejne źródła informacji wskazywano już znacznie rzadziej. Były to w kolejności: reklamy w komunikacji miejskiej (17,80%), media tradycyjne (12,25%), strona <https://budzet.krakow.pl> (8,38%) oraz rady dzielnic (3,86%). Ponad 9% respondentów zaznaczyło także odpowiedź *Inne*, w której często wymieniano szkoły, kościoły, zakład pracy, biblioteki. Duża grupa osób napisała także, że pamięta o głosowaniu do Budżetu Obywatelskiego ponieważ biorą w nim udział co roku i po prostu dobrze ten mechanizm znają.

*Interesuję się życiem miasta. Budżet obywatelski już dawno jest oczywistością, po prostu wiem o nim bo pamiętam jak powstał i brałem udział w poprzednich edycjach. [A]*

*Po prostu o tym już pamiętam, jest to dla mnie sprawa ważna i sprawdzam na stronie. [A]*

*Głosuję już od jakiegoś czasu, to jest już pewna tradycja:) [A]*

Wykres 20: Skąd dowiedział/a się Pan/i o możliwości głosowania w ramach tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)



Głównymi powodami dla ankietowanych do wzięcia udziału w głosowaniu w BO były: chęć wpływu na co wydawane są pieniądze publiczne (73,32%), możliwość zmiany najbliższego otoczeniu dzięki Budżetowi Obywatelskiemu (60,59%) oraz możliwość zmiany miasta dzięki Budżetowi Obywatelskiemu (55,47%). Z drugiej strony, najrzadziej wybieranymi opcjami było poczucie obywatelskiego obowiązku (22,60%) i przede wszystkim zachęcenie przez kampanię promocyjną (1,90%). Osoby, które wybrały opcję Inne najczęściej zwracały uwagę, że na ich decyzję wpłynął sukces projektów z poprzednich edycji.

*Widzę, co już zmieniło się, poprawiło dzięki poprzednim głosowaniom. [A]*

*Brałem udział w zeszłym roku w projekcie z BO - łączymy bronowickie parki i był świetny! Dzięki niemu uwierzyłam z sens takiego głosowania. [A]*

Część osób jako motywację wskazywało także chęć zazielenienia miasta i „walkę z betonem”.

*Chcę odbetonować i oddevelopkować Kraków. [A]*

*Bo to chyba jedyny sposób, żeby zazielenić Kraków. [A]*

*Chcę żeby chociaż ułamek budżetu miasta został wykorzystany prawidłowo, a nie na betonozę i patodeveloperkę. [A]*

Motywacje mogły być jednak różne, o czym świadczą wybrane wpisy zamieszczone poniżej.

*Dzięki projektom z budżetu obywatelskiego można zrealizować projekty, których miasto nie chce realizować. [A]*

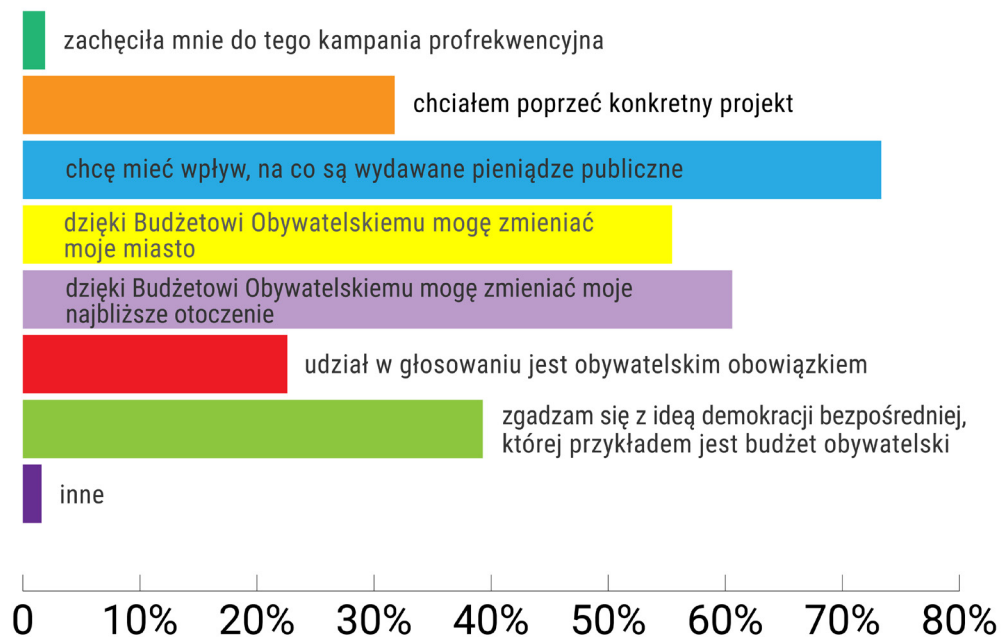
*Jako nauczyciel nie mogłam postąpić inaczej:) [A]*

*Głosowałem na lekcji, przez co straciłem jedną godzinę lekcyjną. [A]*

*By zminimalizować szanse projektów, którym jestem przeciwny:) [A]*

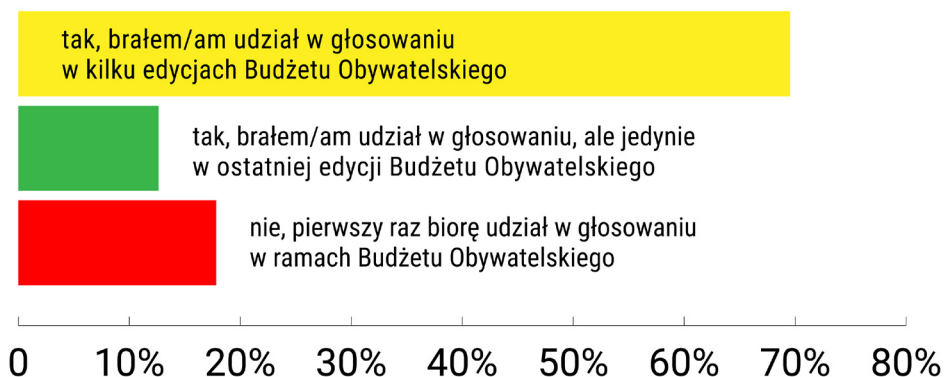
*Byłoby mi wstyd. [A]*

Wykres 21: Dlaczego zdecydował/a się Pan/i na udział w głosowaniu? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)



W następnym pytaniu respondenci mieli za zadanie wskazać, czy uczestniczyli już w głosowaniu w poprzednich edycjach BO. Jak widać, na wykresie 22 stosunkowo niewielka grupa osób zagłosowała po raz pierwszy (17,82%). Większość uczestników ankiety brało udział w głosowaniu w kilku edycjach BO (69,55%) lub co najmniej w zeszłym roku (12,64%).

Wykres 22: Czy brał Pan/i udział w głosowaniu w poprzednich edycjach Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa?



Wykres 23 przedstawia opinie ankietowanych na temat trudności samego głosowania w bieżącej edycji. Dla większości osób było ono bardzo lub raczej łatwe (90,29%), a jedynie 3,59% wskazało opcje przeciwne (bardzo trudne lub raczej trudne). Co ciekawe, wpływ na poczucie trudności ma uczestnictwo lub jego brak w etapie głosowania w poprzednich edycjach. Wśród osób, które to doświadczenia miały, 91,63% zaznaczyło, że głosowanie było bardzo lub raczej łatwe, a tylko 2,58%, że było raczej trudne (nikt nie zaznaczył, że było bardzo trudne). Wśród respondentów, którzy brali udział w głosowaniu pierwszy raz, 85,36% wskazało, że było ono bardzo łatwe lub raczej łatwe, a 5,53 ma opinię odwrotną, w tym 1,27% uważa, że głosowanie było bardzo trudne.

Wśród problemów, na jakie zwracali uwagę głoszący, najczęściej wymieniano mało intuicyjny system, mało przyjazny system dla użytkowników urządzeń mobilnych, konieczność podawania danych wrażliwych, trudności w wyszukaniu konkretnego projektu, problemy z logowaniem i rejestracją oraz trudność ze zrozumieniem samej procedury głosowania.

*Niestety, pomimo tego, że nie mam zwykle trudności w poruszaniu się w świecie Internetu - głosowanie online w Budżecie było dla mnie bardzo trudne. Strona głosowania jest bardzo skomplikowana i nielogiczna, niełatwo domyślić się gdzie co klikać. Nie ma linearności w procesie, trzeba manualnie i na wyczucie wracać np.do koszyka. Nie ma opcji usunięcia z koszyka raz wybranych projektów (a przecież ludzie popełniają błędy). Wiele osób to wszystko zniechęca do głosowania i udziału. [A]*

*Beznadziejnie strona działa na urządzeniach mobilnych. [A]*

*Brak możliwości głosowania bez rejestracji i podania danych "wrażliwych". [A]*

*W pierwszej chwili nie zauważyłam przycisków: "zaloguj", "zarejestruj" i chwilę szukałam linku pod którym mogę zagłosować. Dopiero pan na infolinii mnie pokierował. [A]*

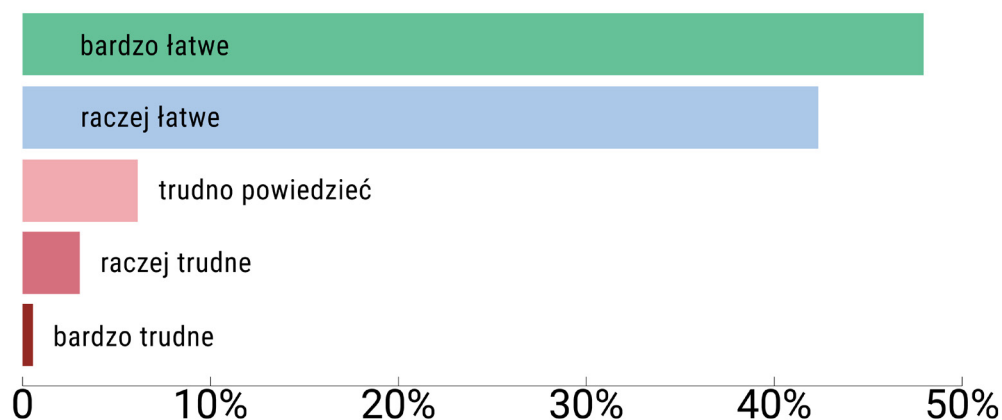
*Zbyt skomplikowany proces głosowania - wybór projektu powinien od razu być połączony z wyborem ilości punktów, poza tym przy przyznawaniu punktów projektom w koszyku strona nie powinna się odświeżać - powoduje to konieczność scrollowania z powrotem do projektu. [A]*

*W systemie głosowania brakuje możliwości usuwania projektów bezpośrednio z koszyka. Jeśli dodam do koszyka za dużo projektów*

*(co się zdarza przy ich czytaniu), aby usunąć konkretny projekt z koszyka, muszę przejść na stronę projektu, tam usunąć z koszyka i dopiero wracać do koszyka. Jest to kłopotliwe. [A]*

*Niejasne zasady przydzielania głosów projektom, po prostu nie wiadomo, co zrobić na tym etapie. [A]*

Wykres 23: Czy głosowanie w tegorocznej edycji było dla Pana/i łatwe czy trudne?



Większość ankietowanych (95,95%) nie składała własnego wniosku w tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego. Głównymi powodami były: brak pomysłu na projekt (34,01%), brak czasu na napisanie projektu (24,03%) oraz brak zainteresowania składaniem wniosku (21,45%). Wśród innych często wymienianych odpowiedzi znalazło się przekonanie o tym, że składanie wniosku jest zbyt trudne (17,59%), niewiedza o możliwości złożenia wniosku (15,77%) oraz brak pomysłów na promocję wniosku (10,16%). Niewielka część osób wskazała także, że zniechęciła się do tego w związku ze składaniem wniosku w poprzednich edycjach (0,99%).

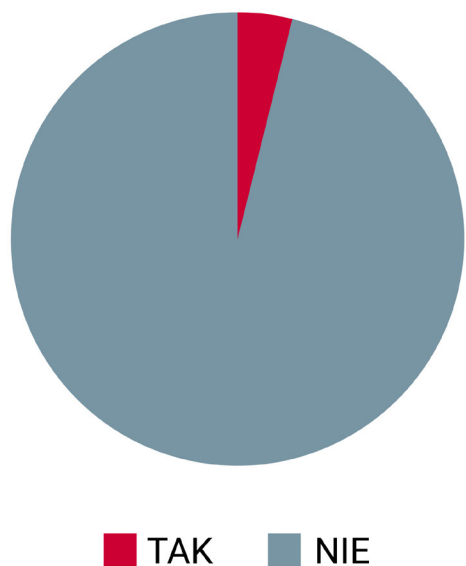


Część osób wskazywał także na inne powody nieskładania wniosków, w tym konieczność zbierania danych wrażliwych czy brak wiary w sukces.

*Nie ma możliwości zbierania podpisów przez Internet z zachowaniem ochrony danych osobowych, a mam opory przed proszeniem nieznanym ludzi o podanie mi adresu i numeru PESEL. [A]*

*Uważałam, że mój projekt i tak nie przejdzie. [A]*

Wykres 24: Czy składał Pan/i własny wniosek w tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego?



Wykres 25: Dlaczego nie złożył/a Pan/i własnego wniosku? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)



W kolejnym pytaniu ankietowani mieli za zadanie odpowiedzieć na pytanie, czy zgadzają się z kilkoma stwierdzeniami dotyczącymi BO. Najwięcej osób (ponad 94%) zgodziło się z tezą, że dzięki Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować swoje najbliższe otoczenie. Ponad 90% ankietowanych sądzi także, że Budżet Obywatelski włącza mieszkańców do współdecydowania o sposobie wydatkowania pieniędzy publicznych (93,35%) oraz że dzięki Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować miasto, proponując własne pomysły (92,94). Z drugiej strony najmniej respondentów zgodziło się z tezą, że każdy mieszkaniec miasta może złożyć wniosek w ramach Budżetu Obywatelskiego (77,6%).

Tabela 3: Czy zgadza się Pan/i z następującymi stwierdzeniami?

STWIERDZENIE	ZDECYDOWANIE TAK	RACZEJ TAK	TRUDNO POWIEDZIEĆ	RACZEJ NIE	ZDECYDOWANIE NIE
Dzięki Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować miasto, proponując własne pomysły.	<b>55.27%</b>	<b>37.67%</b>	<b>5.43%</b>	<b>1.29%</b>	<b>0.49%</b>
Dzięki Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować swoje najbliższe otoczenie.	<b>57.50%</b>	<b>36.62%</b>	<b>4.42%</b>	<b>1.20%</b>	<b>0.27%</b>
Budżet Obywatelski to nowoczesna forma zarządzania miastem.	<b>55.53%</b>	<b>31.86%</b>	<b>9.95%</b>	<b>2.00%</b>	<b>0.67%</b>
Budżet Obywatelski włącza mieszkańców do współdecydowania o sposobie wydatkowania pieniędzy publicznych	<b>59.67%</b>	<b>33.68%</b>	<b>4.83%</b>	<b>1.45%</b>	<b>0.37%</b>

<b>STWIERDZENIE</b>	<b>ZDECYDOWANIE TAK</b>	<b>RACZEJ TAK</b>	<b>TRUDNO POWIEDZIEĆ</b>	<b>RACZEJ NIE</b>	<b>ZDECYDOWANIE NIE</b>
Dzięki Budżetowi Obywatelskiemu budujemy w naszym mieście społeczność obywatelskie.	<b>49.19%</b>	<b>34.91%</b>	<b>12.76%</b>	<b>2.58%</b>	<b>0.56%</b>
Budżet Obywatelski sprzyja wzrostowi aktywności społecznej mieszkańców miasta.	<b>48.02%</b>	<b>37.64%</b>	<b>11.94%</b>	<b>2.01%</b>	<b>0.39%</b>
Każdy mieszkaniec miasta może złożyć wniosek w ramach Budżetu Obywatelskiego.	<b>43.81%</b>	<b>33.79%</b>	<b>18.43%</b>	<b>2.98%</b>	<b>0.99%</b>
Budżet Obywatelski daje możliwość głosowania wszystkim mieszkańcom miasta.	<b>59.35%</b>	<b>29.72%</b>	<b>7.72%</b>	<b>2.38%</b>	<b>0.83%</b>

Respondenci zostali także poproszeni o opinię, w jaki sposób można zwiększyć uczestnictwo mieszkańców w kolejnych edycjach BO. Choć było to pytanie otwarte, odpowiedziało na nie aż 54,62% ankietowanych.

Wiele osób w komentarzach wskazywało na konieczność promowania BO za pomocą zrealizowanych z sukcesem projektów z poprzednich edycji.

*Pokazywać na plakatach i w mediach projekty zrealizowane. [A]*

*Informowanie, co zostało zrobione dzięki Budżetowi Obywatelskiemu. To mogłoby zachęcić w przyszłości innych mieszkańców do wzięcia udziału w akcji. [A]*

Wskazywano także, że część osób zniechęca się do BO w związku z tym, że niektóre projekty są realizowane wolno lub w ogóle.

*Kluczową kwestią jest realizacja zwycięskich projektów. Nawet te lokalne potrafią być realizowane kilka lat. Jeżeli głosujący ludzie nie widzą po długim czasie od głosowania wykonania tego za czym głosowali, to nie widzą dalszego sensu uczestnictwa. Również projektodawcy się zniechęcają, jeżeli realizacja trwa kilka lat (w moim przypadku 4 i wciąż projekt nie zrealizowany). [A]*

*Pamiętam np. wniosek o sekundniki na skrzyżowaniach, który wygrał ale nie został zrealizowany ze względów technicznych. Nie ma efektu, może to oznaczać dla niektórych ludzi, że nie warto. [A]*

*Realizując w 100% zadania wybrane przez nich w poprzednich edycjach. Spotkałem się z opiniami, że całe głosowanie jest*

*nic nie warte, gdyż projekty z poprzednich edycji zostały zrealizowane tylko częściowo lub wcale. [A]*

Wiele osób wskazywało na konieczność większej promocji w przestrzeni miasta czy w Internecie.

*Reklamy w mediach społecznościowych, współpraca z operatorami telefonii komórkowej. [A]*

*Więcej kampanii w mediach takich jak TV czy rozgłośnie radiowe oraz utrzymanie kampanii w gazetach! To pomoże zaangażować seniorów. [A]*

*Więcej plakatów np. na przystankach i w pojazdach komunikacji miejskiej i loteria nagród jak kilka lat temu. [A]*

*Namiet z ulotkami w tłocznych miejscach np. Rondo mogiłskie, centra handlowe. [A]*

*Więcej informacji "na mieście". Zwłaszcza w lokalnych małych sklepach. [A]*

Dużo opinii dotyczyło także większego zaangażowania szkół w promowanie BO i zachęcanie dzieci i młodzieży do uczestnictwa.

*Może jakieś kampanie w szkołach? Sama niedawno byłam jeszcze w liceum i szczerze w ogóle nie wiedziałam, że takie coś się odbywa. [A]*

*Myslę, że warto przybliżyć temat i nauczyć dzieci głosowania na lekcjach wychowawczych lub HiT w szkołach. [A]*

*Warto promować ideę bezpośrednio w szkołach. Młodzież nadal za mało o wie o tej inicjatywie. [A]*

Proponowano także prowadzenie kampanii ukierunkowanej na konkretne grupy mieszkańców.

*Kampanie w klubach seniorów, szkołach średnich itp. [A]*

*Jeśli chodzi o zgłaszanie projektów, najlepiej angażować ludzi zorganizowanych: młodzież w szkołach, w klubach sportowych, domach kultury, rodziców młodzieży szkolnej, spółdzielnie mieszkaniowe, wspólnoty, radnych dzielnicowych, parafię, NGO-osy. [A]*

*Warsztaty projektowe, np. tematyczne, ochrona zwierząt, ekologia. [A]*

Zdarzały się także pojedyncze głosy z innymi pomysłami.

*Można spróbować dołączać informację o BO do faktur, rachunków czy paragonów wydawanych przez jednostki miejskie mieszkańcom. [A]*

*Wrzucić ulotki do skrzynek pocztowych. [A]*

*Znieść obowiązek zebrania x podpisów pod wnioskiem, to głupota, ja nie mam czasu chodzić za takimi sprawami. [A]*

*Utworzyć punkty doradców merytorycznych w pisaniu projektów. [A]*

*Nie wiem, czy wspólnoty mieszkaniowe nie powinny zostać w to włączone, przynajmniej informowane i proszone, żeby informacje przekazywały dalej. Takie mikrospołeczności są najbliższe mieszkańcom. [A]*

Ostatnie pytanie także było otwarte. Ankietowani zostali w nim poproszeni o wskazanie, w jaki sposób ich zdaniem można usprawnić funkcjonowanie Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa w następnej edycji. Wiele pomysłów pokrywało się tu z opiniami przytoczonymi w poprzednim pytaniu i dotyczyło m.in. promowania BO za pomocą zrealizowanych z sukcesem projektów z poprzednich edycji, sprawniejszej realizacji zadań wybranych przez mieszkańców, większej promocji w przestrzeni miasta i w Internecie czy większego zaangażowania szkół w promowanie BO.

Pojawiły się także inne propozycje. Grupa osób postulowała wprowadzenie możliwości głosowania negatywnego.

*Należy wprowadzić możliwość głosów również negatywnych. [A]*

*Należy KONIECZNIE dodać możliwość głosowania "ujemnie/negatywnie". Jeżeli zgodnie z regulaminem BO sam Budżet Obywatelski jest formą konsultacji społecznych to winna być możliwość nie zgodzenia się na jakiś projekt. Stąd konieczne jest wprowadzenie oprócz "dodatnich" punktów jak to jest obecnie w wadze +1, +2, +3 pkt, "ujemnych / negatywnych" - takich, na które kategorycznie się nie zgadzamy również w wadze -1, -2, -3 pkt. [A]*

Sporo osób proponowała także, żeby można było głosować na projekty spoza dzielnicy, w której się mieszka.

*Możliwość głosowania na projekt w każdej dzielnicy, a nie wyłącznie przepisanej z adresu ulicy. [A]*

*Powinno mieć możliwość głosowania na wybraną dzielnicę (przebież nawet mieszkając w centrum, mogę większość dnia i życia spędzać np. na Kazimierzu). [A]*

*Mieszkam przy styku 3 dzielnic, a w głosowaniu nie mogłam wybrać projektów z innych dzielnic (np. dla biblioteki na ul. Lakowej), gdzie mam najbliżej, czy projektu związanego z parkiem Lotników, do którego mam 2 min i w którym jestem często. To duży minus. W ramach 3 projektów dzielnicowych powinno móc wybrać też inną dzielnicę - co byłoby równoważne z tym, gdzie naprawdę mieszkam i poruszam się na co dzień. [A]*

Inni proponują odejście od konieczności wybierania w trakcie głosowania trzech projektów.

*Nie powinno być przymusu głosowania na 3 projekty. Zdarza się (np. w tym roku, Dz. VII), że nie ma ciekawych i sensownych projektów do wyboru. Wolałabym zagłosować na jeden porządny projekt i przyznać mu wszystkie 6 punktów (lub tylko 3) niż na siłę dobierać kolejne. [A]*

*Nie powinno być przymusu głosowania na 3 projekty, jeśli nie uważam ich za ciekawe. [A]*

*Sugerowałabym możliwość głosowania na mniejszą liczbę projektów - np. na 1. Wybór "na siłę" irytuje. [A]*

W ankiecie pojawiły się także głosy postulujące ograniczenie możliwości składania wniosków, z których może skorzystać niewielka grupa osób.

*Wstępnie odrzucić wszystkie projekty, których beneficjentami jest bardzo wąska grupa osób i z założenia nie mają możliwości skorzystać z nich wszyscy mieszkańcy (np. kursy dla grupy kilkudziesięciu osób). [A]*

*Moim zdaniem projekty skierowane do bardzo wąskiej grupy odbiorców a wprost dotujące jakiś podmiot gospodarczy (np. wejściówki do kina, teatru) wprost godzą w ideę BO i nie powinny zostać dopuszczone. [A]*

*Zmniejszyć liczbę projektów przygotowanych ewidentnie na zarobek konkretnych firm lub tylko dla małej wybranej grupy osób (kino Paradox czy lekcje angielskiego / śpiewu / tańców). [A]*

Nie zabrakło także propozycji zwiększenia puli środków na BO.

*Byłoby znakomicie, gdyby pula środków była większa. [A]*

*Należy zwiększyć pieniądze przeznaczone na budżet obywatelski. [A]*

Z innych uwag, które zostały zamieszczone w ankietach, wspomniano także o organizacji warsztatów dla potencjalnych wnioskodawców, nagrodach za udział w głosowaniu, większym zaangażowaniu w BO rad dzielnic, organizowaniu punktów do głosowania w miejscach, do których uczęszcza wiele osób, współpracy w promocji BO ze spółdzielniami mieszkaniowymi czy powrocie do poprzedniego składu Rady Budżetu Obywatelskiego.

# 8. Analiza stopnia realizacji rekomendacji sformułowanych w raporcie ewaluacyjnym VIII edycji BO 2021

Poniżej przedstawione są rekomendacje sformułowane w raporcie ewaluacyjnym VIII edycji BO 2021 oraz stopień ich realizacji.

REKOMENDACJA	REALIZACJA
Stopniowa zmiana sposobu wyboru projektów do realizacji: z głosowania na rzecz deliberacji. Warto tu skorzystać z doświadczeń wprowadzanych od kilku lat w Dąbrowie Górniczej, gdzie etap głosowania ma marginalne znaczenie.	NIE WDROŻONO.
Uzupełnienie składu Rady Budżetu Obywatelskiego o przedstawicieli różnych ciał dialogu społecznego funkcjonujących w mieście (np. rada seniorów, młodzieżowa rada miasta, rada działalności pożytku publicznego).	NIE WDROŻONO.
Wprowadzenie zmian w algorytmie podziału środków na dzielnice, dzięki którym środki na jednego mieszkańca w każdej dzielnicy będą do siebie zbliżone.	NIE WDROŻONO.

REKOMENDACJA	REALIZACJA
<p>Skoncentrowanie działań na budowaniu relacji z mieszkańcami biorącymi udział w procesie BO (głosujący, wnioskodawcy) i zabieganie o ich ponowny udział w kolejnych edycjach.</p>	<p><b>BRAK INFORMACJI O DZIAŁANIACH W TYM ZAKRESIE.</b></p>
<p>Przeznaczenie większych środków na wsparcie procesu BO i większe zaangażowanie urzędników w poszczególne etapy BO. Wypracowanie skutecznych mechanizmów współpracy i komunikacji pomiędzy UMK a dzielnicami w zakresie BO. Zasady te powinny zostać wypracowane przez obie strony na specjalnie w tym celu zorganizowanych warsztatach prowadzonych przez zewnętrznych ekspertów.</p>	<p><b>BRAK INFORMACJI O DZIAŁANIACH W TYM ZAKRESIE.</b></p>
<p>Wydłużenie całej procedury BO, tak żeby zaczynała się na początku stycznia. Dzięki temu będzie można wydłużyć etap składania wniosków i weryfikacji i poprawić jakość współpracy na linii wnioskodawcy – urzędnicy.</p>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> W porównaniu do VIII edycji etap składania projektów rozpoczął się trzy tygodnie wcześniej.</p>
<p>Zwiększenie udziału w BO osób z grup do tej pory rzadziej w nim uczestniczących (np. środowiska osób z niepełnosprawnościami, młodzież, seniorzy, bezdomni, bezrobotni) poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organizację warsztatów pisania wniosków (np. w szkołach, organizacjach pozarządowych pracujących w tych środowiskach);</li> <li>• wprowadzenie mikrograntów dla organizacji pozarządowych i lokalnych grup nieformalnych służących włączeniu w proces BO grup nie biorących w nim dotychczas udziału bądź uczestniczących w niewielkim stopniu, poprzez stworzenie sieci animatorów BO, których zadaniem będzie praca z w/w grupami i ich aktywizacja.</li> </ul>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> Przygotowano film z zasadami założenia konta i głosowania poprzez platformę z tłumaczem Polskiego Języka Migowego oraz stworzono szablon plakatu informującego o spotkaniu nt. BO z tłumaczem Polskiego Języka Migowego.</p>



REKOMENDACJA	REALIZACJA
<p>Likwidacja instytucji Ambasadora Lokalnej Partycypacji bądź wypracowanie z Ambasadorami działającymi w obecnej edycji ich roli, zasad ich wsparcia, rekrutacji i współpracy na linii Ambasadorzy – UMK, a także promocji ich działań.</p>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> Choć instytucja Ambasadorów Lokalnej Partycypacji nadal istnieje, to w IX edycji została w praktyce wygaszona.</p>
<p>Wprowadzenie na stronie <a href="https://budzet.krakow.pl/">https://budzet.krakow.pl/</a> zakładki FAQ, gdzie byłyby odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania czy podpowiedzi, jak unikać najczęściej popełnianych błędów w trakcie przygotowywania wniosków.</p>	<p><b>NIE WDROŻONO.</b></p>
<p>Profilowanie przekazów w ramach kampanii informacyjno-edukacyjnej z uwzględnieniem zróżnicowanych cech potencjalnych odbiorców, w tym przede wszystkim wieku, wykształcenia czy płci.</p>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> W trakcie głosowania urząd zorganizował Projekt #Bomłodzi, który polegał na promowaniu i zachęcaniu krakowskiej młodzieży do głosowania w tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego.</p>

## REKOMENDACJA

Organizacja w różnych częściach miasta w trakcie kampanii informacyjno-edukacyjnej wystaw zrealizowanych projektów w poprzednich edycjach BO i pokazanie „mocy sprawczej” mieszkańców.

Publikacja w okresie kampanii informacyjno-edukacyjnej postów w mediach społecznościowych informujących o zrealizowanych projektach z poprzednich edycji.

## REALIZACJA

### WDROŻONO.

W bieżącej edycji UMK zrealizował wystawę plenerową prezentującą zdjęcia zrealizowanych zadań – plansze były ustawione w 25 lokalizacjach. Poza tym ramach projektu #Bomłodzi Młodzieżowi Ambasadorzy Budżetu Obywatelskiego brali udział w profesjonalnych sesjach fotograficznych zorganizowanych na terenach projektów BO zrealizowanych w poprzednich edycjach przedsięwzięcia. Zdjęcia i realizowane projekty były udostępniane w Internecie.

### WDROŻONO.

Na portalu [lovekrakow.pl](http://lovekrakow.pl) opublikowano cykl artykułów, dotyczących tego, jak projekty realizowane w ramach budżetu obywatelskiego zmieniają poszczególne dzielnice miasta. Poza tym publikowano zdjęcia zrealizowanych projektów na stronie [www.budzet.krakow.pl](http://www.budzet.krakow.pl) w zakładce fotogaleria

REKOMENDACJA	REALIZACJA
<p>Tworzenie w mediach społecznościowych postów aktywizujących, zachęcających odbiorcę do podjęcia działania: polubienia strony lub wpisu czy udostępnienia treści.</p>	<p>NIE WDROŻONO.</p>
<p>Udzielanie odpowiedzi na wszystkie pytania i komentarze zamieszczane pod postami publikowanymi w mediach społecznościowych.</p>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> Na część pytań i komentarzy udzielano odpowiedzi, ale w każdym przypadku.</p>
<p>Wypracowanie wspólnie z MJO oraz dzielnicami zasad współpracy dotyczącej promocji BO.</p>	<p>NIE WDROŻONO.</p>
<p>Udostępnianie na stronie <a href="https://budzet.krakow.pl/">https://budzet.krakow.pl/</a> nagrań z przeprowadzonych paneli online.</p>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> Nie udostępniono całych nagrań, ale wykorzystywane w ich trakcie prezentacje.</p>
<p>Kontynuowanie działań w rodzaju konkursu #BOlepiej na lepieje o budżecie obywatelskim, dzięki którym można zaangażować mieszkańców do promocji całego procesu.</p>	<p><b>WDROŻONO.</b> W obecnej edycji zorganizowano projekt #Bomłodzi.</p>

REKOMENDACJA	REALIZACJA
<p>Nawiązanie współpracy ze spółdzielniami i wspólnotami mieszkaniowymi mającej na celu zwiększenie zasięgu promocji BO.</p>	<p><b>WDROŻONO.</b> Została zrealizowana dystrybucja plakatów do zainteresowanych wspólnot i spółdzielni.</p>
<p>Wprowadzenie maratonów pisania projektów organizowanych we wszystkich dzielnicach miasta.</p>	<p><b>NIE WDROŻONO.</b></p>
<p>Wprowadzenie zasady, że listy poparcia składane są w tym samym momencie co wniosek, co usprawni pracę osób zajmujących się weryfikacją wniosków.</p>	<p><b>NIE WDROŻONO.</b></p>
<p>Wprowadzenie możliwości dodania wielu autorów, przy jednoczesnym zachowaniu obowiązku wskazania jednej osoby jako osoby kontaktowej w sprawie wniosku.</p>	<p><b>NIE WDROŻONO.</b></p>
<p>Wydłużenie czasu na składanie projektów oraz wprowadzenie mechanizmu umożliwiającego rozbudowanie współpracy przy dopracowywaniu propozycji zadań przed ich weryfikacją.</p>	<p><b>NIE WDROŻONO.</b></p>
<p>Wydłużenie o co najmniej miesiąc czasu na weryfikację wniosków.</p>	<p><b>WDROŻONO.</b></p>

REKOMENDACJA	REALIZACJA
<p>Wprowadzenie zasady, że osoba opiniująca projekt, która chce go odrzucić podczas etapu weryfikacji ma obowiązek kontaktu z projektodawcą, wyjaśnienia przyczyn odrzucenia wniosku i wsparcia go we wprowadzeniu takich zmian, które pozwolą na wydanie opinii pozytywnej.</p>	<p>NIE WDROŻONO.</p>
<p>Usprawnienie systemu obsługującego BO w celu udrożnienia komunikacji pomiędzy jednostkami weryfikującymi, a także pomiędzy jednostkami weryfikującymi a Wnioskodawcą.</p>	<p>NIE WDROŻONO.</p>
<p>Doprecyzowanie zasad wydawania pozytywnych i negatywnych opinii dotyczących wniosków, tak aby wszystkie jednostki prowadzące weryfikację interpretowały regulamin w ten sam sposób.</p>	<p>NIE WDROŻONO.</p>
<p>Określenie terminu 30 dni na wyznaczenie jednostki opiniującej w przypadku wniosków, które są na granicy kompetencji dwóch, a czasem nawet kilku komórek.</p>	<p><b>WDROŻONO CZĘŚCIOWO.</b> Termin ten został skrócony w porównaniu do poprzedniej edycji, ale nadal przekracza 30 dni.</p>
<p>Doprecyzowanie zasad obiegu propozycji zadań pomiędzy jednostkami np. wprowadzenie maksymalnego czasu, w którym jednostka weryfikująca musi odesłać propozycję zadania.</p>	<p>NIE WDROŻONO.</p>

REKOMENDACJA	REALIZACJA
Wprowadzenie dodatkowej funkcjonalności platformy, która umożliwiłaby monitoring kontaktu z wnioskodawcą.	NIE WDROŻONO.
Określenie zakresu możliwych zmian w propozycji zadania w trakcie protestu (np. dostosowanie lokalizacji, zmiana kosztorysu) – spójnie z przyjętymi praktykami na etapie weryfikacji.	NIE WDROŻONO.
Opracowanie (we współpracy z samymi zainteresowanymi) zasad promocji projektów w Dzielnicach.	NIE WDROŻONO.
Podobnie jak ma to miejsce przy etapie składania wniosków, wprowadzenie zasady umożliwiającej oddanie głosu na projekty w dowolnej dzielnicy, nie tylko w tej, gdzie się zamieszkuje.	NIE WDROŻONO.
Organizacja pikników dzielnicowych, podczas których prezentowane będą wnioski poddane dogłosowania.	NIE WDROŻONO.
Utrzymanie głosowania stacjonarnego.	WDROŻONO.
Wydłużenie o co najmniej tydzień czasu na promocję projektów.	WDROŻONO CZĘŚCIOWO. Wydłużono głosowanie o 5 dni.

# 9. Rekomendacje

## ETAP 0

1. Wprowadzenie zmian w algorytmie podziału środków na dzielnice, dzięki którym środki na jednego mieszkańca w każdej dzielnicy będą do siebie zbliżone.
2. Skoncentrowanie działań na budowaniu relacji z mieszkańcami biorącymi udział w procesie BO (głosujący, wnioskodawcy) i zabieganie o ich ponowny udział w kolejnych edycjach.
3. Wypracowanie skutecznych mechanizmów współpracy i komunikacji pomiędzy UMK a dzielnicami w zakresie BO. Zasady te powinny zostać wypracowane przez obie strony na specjalnie w tym celu zorganizowanych warsztatach prowadzonych przez zewnętrznych ekspertów.
4. Wydłużenie całej procedury BO. Dzięki temu będzie można wydłużyć etap składania wniosków i weryfikacji i poprawić jakość współpracy na linii wnioskodawcy – urzędnicy.

## ETAP 1 KAMPANIA INFORMACYJNO-EDUKACYJNA

1. Zwiększenie udziału w BO osób z grup do tej pory rzadziej w nim uczestniczących (np. środowiska osób z niepełnosprawnościami, młodzież, seniorzy, bezdomni, bezrobotni) poprzez organizację warsztatów pisania wniosków (np. w szkołach, klubach seniora czy organizacjach pozarządowych pracujących w tych środowiskach).
2. Stworzenie stanowiska animatora BO działającego pilotażowo w 2 wybranych Dzielnicach. Jego zadaniem będzie aktywizowanie

i wspieranie mieszkańców, w tym grup formalnych i nieformalnych, w procesie wypracowywania i składania wniosków do BO.

3. Likwidacja instytucji Ambasadora Lokalnej Partycypacji bądź wypracowanie z Ambasadorami działającymi w obecnej edycji ich roli, zasad ich wsparcia, rekrutacji i współpracy na linii Ambasadorzy – UMK, a także promocji ich działań.
4. Wprowadzenie na stronie <https://budzet.krakow.pl/> zakładki FAQ, gdzie byłyby odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania czy podpowiedzi, jak unikać najczęściej popełnianych błędów w trakcie przygotowywania wniosków.
5. Profilowanie przekazów w ramach kampanii informacyjno-edukacyjnej z uwzględnieniem zróżnicowanych cech potencjalnych odbiorców, w tym przede wszystkim wieku, wykształcenia czy płci.
6. Kontynuacja organizacji w trakcie kampanii informacyjno-edukacyjnej wystaw zrealizowanych projektów w poprzednich edycjach BO i pokazanie „mocy sprawczej” mieszkańców.
7. Publikacja w okresie kampanii informacyjno-edukacyjnej postów w mediach społecznościowych informujących o zrealizowanych projektach z poprzednich edycji.
8. Tworzenie w mediach społecznościowych postów aktywizujących, zachęcających odbiorcę do podjęcia działania: polubienia strony lub wpisu czy udostępnienia treści.
9. Udzielanie odpowiedzi na wszystkie pytania i komentarze zamieszczane pod postami publikowanymi w mediach społecznościowych.
10. Wypracowanie wspólnie z MJO oraz Dzielnicami zasad współpracy dotyczącej promocji BO.

**11.** Udostępnianie na stronie <https://budzet.krakow.pl/> nagrań z przeprowadzonych paneli online, podobnie jak ma to miejsce z nagraniami z części odbywających się w mieście spotkań konsultacyjnych.

**12.** Kontynuowanie działań w rodzaju konkursów #BOlepiej czy #BOMłodzi, dzięki którym można zaangażować mieszkańców do promocji całego procesu.

**13.** Nawiązanie współpracy ze spółdzielniami i wspólnotami mieszkaniowymi mającej na celu zwiększenie zasięgu promocji BO.

**14.** Wprowadzenie maratonów pisania projektów organizowanych w różnych dzielnicach miasta.

## ETAP 2 ZGŁASZANIE PRZEZ MIESZKAŃCÓW PROPOZYCJI ZADAŃ

**1.** Wprowadzenie zasady, że listy poparcia składane są w tym samym momencie co wnioski, co usprawni pracę osób zajmujących się ich opiniowaniem, a także zmniejszy ilość projektów odrzuconych w trakcie weryfikacji.

**2.** Wydłużenie czasu na składanie projektów oraz wprowadzenie mechanizmu umożliwiającego rozbudowanie współpracy przy dopracowywaniu propozycji zadań przed ich weryfikacją.

**3.** Wprowadzenie do regulaminu zasady, na wzór Gdyni, że w ramach BO wyłączone są projekty, które wymagają pogłębionych analiz związanych z oceną skutków proponowanych rozwiązań dla ruchu na drogach publicznych i wewnętrznych.

**4.** Wprowadzenie do regulaminu zasady, na wzór Poznania, że w ramach BO wyłączone są projekty, polegające na budowie pomników lub innych form upamiętnienia.

**5.** Wprowadzenie do regulaminu zasady, na wzór Gdyni, że w ramach BO wyłączone są projekty, które zakładają zadania inwestycyjne w więcej niż jednej lokalizacji, jeżeli dotyczą różnych celów.

**6.** Wprowadzenie do regulaminu zasady, na wzór Warszawy, że w przypadku, gdy projekt skierowany jest do ograniczonej grupy odbiorców należy w nim wskazać zasady rekrutacji, w tym sposób informowania o rekrutacji, termin jej rozpoczęcia i zakończenia oraz kryteria naboru.

## ETAP 3 WERYFIKACJA I OPINIOWANIE PROPOZYCJI ZADAŃ

**1.** Ponowne wydłużenie okresu opiniowania wniosków. Przykładowo w Gdyni, gdzie w tegorocznej edycji złożono 323 wnioski, urzędnicy mieli na ich opiniowanie 4 miesiące.

**2.** Usprawnienie systemu obsługującego BO w celu udroźnienia komunikacji pomiędzy jednostkami weryfikującymi, a także pomiędzy jednostkami weryfikującymi a Wnioskodawcą.

**3.** Doprecyzowanie zasad wydawania pozytywnych i negatywnych opinii dotyczących wniosków, tak aby wszystkie jednostki prowadzące weryfikację interpretowały regulamin w ten sam sposób.

**4.** Określenie terminu 30 dni na wyznaczenie jednostki opiniującej w przypadku wniosków, które są na granicy kompetencji dwóch, a czasem nawet kilku komórek.

**5.** Doprecyzowanie zasad obiegu propozycji zadań pomiędzy jednostkami np. wprowadzenie maksymalnego czasu, w którym jednostka weryfikująca musi odesłać propozycję zadania.

**6.** Wprowadzenie do regulaminu zasady, na wzór Białegostoku, że w ramach BO nie mogą być realizowane projekty, które nie spełniają



kryterium celowości i gospodarności. W przypadku wydania takiej opinii przez jednostkę weryfikującą, wniosek automatycznie, bez konieczności pisania odwołania przez wnioskodawcę, powinien być kierowany do Rady Budżetu Obywatelskiego.

## ETAP 5 GŁOSOWANIE

1. Podobnie jak ma to miejsce przy etapie składania wniosków, wprowadzenie zasady umożliwiającej oddanie głosu na projekty w dowolnej dzielnicy, nie tylko w tej, gdzie się zamieszkuje.
2. Tworzenie mobilnych punktów do głosowania w miejscach dużego zagęszczenia mieszkańców.
3. Organizacja pikników dzielnicowych, podczas których prezentowane będą wnioski poddane do głosowania, a mieszkańcy będą mieli także możliwość oddania głosu.
4. Wydłużenie etapu głosowania o co najmniej tydzień, co ułatwi organizację pikników dzielnicowych i mobilnych punktów do głosowania.
5. Rezygnacja z konieczności wyboru podczas głosowania 3 projektów dzielnicowych i ogólnomiejskich i zastąpienie tego możliwością wyboru od 1 do maksymalnie 3 projektów.
6. Wpisanie do regulaminu minimalnej ilości głosów poparcia dla danego projektu zarówno na poziomie dzielnicowym, jak i ogólnomiejskim, żeby mógł on być wybrany do realizacji. Takie rozwiązanie stosowane jest m.in. w Gdyni, Gdańsku i Warszawie.
7. W celu zachęcenia mieszkańców do głosowania, wprowadzenie zasady, że w trzech dzielnicach z największą frekwencją do realizacji zostanie skierowane dodatkowo po jednym projekcie z największą ilością głosów wśród nie wybranych w trakcie głosowania.

Aby pobudzić rywalizację można na wzór Katowic czy Gdyni na bieżąco publikować na portalu społecznościowym BO aktualne informacje dotyczące frekwencji w poszczególnych dzielnicach.

8. Uprawnienie systemu do głosowania dla osób korzystających z urządzeń mobilnych.
9. Usprawnienie systemu do głosowania (możliwość usuwania projektów bezpośrednio z koszyka, strona nie powinna się odświeżać przy przyznawaniu punktów projektom w koszyku itp.).
10. Wprowadzenie drobnych nagród za uczestnictwo w głosowaniu. Takie rozwiązanie stosowane jest np. w Gdańsku (<https://www.gdansk.pl/budzet-obywatelski/Nagrody-za-glosowanie,a,228013>).

# 10. Załączniki

## SPIS WYKRESÓW:

WYKRES 1: Wysokość BO w Krakowie (mln zł)

WYKRES 2: Kwota BO w miastach powyżej 200 tysięcy mieszkańców (w mln pln)

WYKRES 3: Kwota BO w przeliczeniu na jednego mieszkańca (w pln)

WYKRES 4: Rodzaj składanej propozycji zadania

WYKRES 5: Zgłoszone projekty w podziale na kategorie tematyczne (porównanie w latach)

WYKRES 6: Procentowy udział poszczególnych kategorii tematycznych w BO (porównanie w latach)

WYKRES 7: Liczba wnioskodawców

WYKRES 8: Płeć wnioskodawców

WYKRES 9: Wiek wnioskodawców

WYKRES 10: Odsetek projektów zweryfikowanych pozytywnie w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców (przed rozpatrzeniem protestów)

WYKRES 11: Odsetek projektów dopuszczonych do głosowania w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców

WYKRES 12: Frekwencja podczas głosowania w latach 2016-2022

WYKRES 13: Wiek osób głosujących

WYKRES 14: Frekwencja mieszkańców w dzielnicach

WYKRES 15: Frekwencja mieszkańców w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców

WYKRES 16: Kategorie najchętniej wybieranych projektów

WYKRES 17: Kategorie najchętniej wybieranych projektów w latach 2020-2022

WYKRES 18: Podział respondentów ze względu na płeć

WYKRES 19: Podział respondentów ze względu na wiek

WYKRES 20: Skąd dowiedział/a się Pan/i o możliwości głosowania w ramach tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego?

WYKRES 21: Dlaczego zdecydował/a się Pan/i na udział w głosowaniu?

WYKRES 22: Czy brał Pan/i udział w głosowaniu w poprzednich edycjach Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa?

WYKRES 23: Czy głosowanie w tegorocznej edycji było dla Pana/i łatwe czy trudne?

WYKRES 24: Czy składał Pan/i własny wniosek w tegorocznej edycji Budżetu Obywatelskiego?

WYKRES 25: Dlaczego nie złożył/a Pan/i własnego wniosku?

