

RAPORT KOŃCOWY

Z EWALUACJI PROCESU WDRAŻANIA
SZCZECIŃSKIEGO BUDŻETU OBYWATELSKIEGO 2025

KAROLINA GINEJKO



Stowarzyszenie Aktywności
Obywatelskiej Bona Fides

GRUDZIEŃ 2024

Spis treści

1. Wstęp	3
2. Metodologia	4
3. Kampania promocyjna	6
3.1 Kanały promocji	6
3.2 Strona i media społecznościowe budżetu obywatelskiego	11
3.3 Zaangażowanie rad osiedli i jednostek organizacyjnych urzędu	13
4. Zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań	15
4.1 Środki na budżet obywatelski	15
4.2 Wsparcie w zgłaszaniu projektów	20
4.3 Opracowanie i zgłoszenie projektów	22
4.4 Charakterystyka wniosków i wnioskodawców	24
5. Weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań	28
5.1 Wyniki weryfikacji	28
5.2 Doświadczenia przedstawicieli jednostek weryfikujących	29
5.3 Rada ds. Budżetu Obywatelskiego i Komisja Odwoławcza	31
6. Głosowanie	34
6.1 Promocja projektów na etapie głosowania	34
6.2 Głosowanie mieszkańców na projekty	35
7. Rekomendacje	55
8. Podsumowanie	58
9. Załączniki	58

1. Wstęp

Budżet obywatelski to forma demokracji bezpośredniej, która umożliwia mieszkańcom bezpośrednie decydowanie o przeznaczeniu części środków finansowych z budżetu gminy, miasta lub województwa. Idea ta wywodzi się z Brazylii, gdzie w latach 80. XX wieku po raz pierwszy zastosowano ją w Porto Alegre. Obecnie budżety obywatelskie funkcjonują w wielu krajach, w tym w Polsce, gdzie w ostatnich kilkunastu latach stały się najpopularniejszym narzędziem służącym do angażowania mieszkańców w procesy partycypacyjne.

W ramach budżetu obywatelskiego mieszkańcy mogą zgłaszać projekty, które ich zdaniem powinny zostać zrealizowane w ich społeczności. Projekty te mogą dotyczyć różnych obszarów, takich jak infrastruktura, zieleń miejska, kultura, sport, edukacja czy bezpieczeństwo. Po etapie zgłaszania propozycji odbywa się weryfikacja formalna i merytoryczna zgłoszonych pomysłów, a następnie mieszkańcy głosują na wybrane inicjatywy. Projekty, które zdobędą największe poparcie, zostają wpisane do budżetu i zrealizowane w kolejnym roku.

Budżet obywatelski ma na celu zwiększenie zaangażowania obywateli w życie lokalne, promowanie współpracy między mieszkańcami a władzami samorządowymi oraz realizację inicjatyw, które najlepiej odpowiadają na realne potrzeby społeczności. Dzięki temu mechanizmowi mieszkańcy zyskują poczucie wpływu na rozwój swojego otoczenia, a władze samorządowe mogą lepiej poznać priorytety lokalnej społeczności.

Podobnie jak w ubiegłorocznej edycji, środki na budżet obywatelski w Szczecinie podzielone były na dwie pule: na projekty lokalne, które są zgłaszane w 22 obszarach oraz na projekty Zielonego SBO, które są związane z ochroną miejskiego środowiska przyrodniczego. W tym roku mieszkańcy Szczecina mogli decydować o rozdysponowaniu 17 200 000 zł. Kwota przeznaczona na realizację projektów o charakterze lokalnym wynosiła 12 040 000 zł, a na Zielone SBO 5 160 000 zł.

Tegoroczna edycja Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego realizowana jest – oprócz przepisów ogólnoustrojowych, jak ustawa o samorządzie gminnym, ustawa o finansach publicznych – w szczególności na podstawie następujących przepisów lokalnych:

- Uchwały nr XLI/1123/22 Rady Miasta Szczecin z dnia 28 czerwca 2022 r. w sprawie wprowadzenia zasad i trybu przeprowadzania Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego;
- Zarządzenie nr 91/24 Prezydenta Miasta Szczecin z dnia 19 lutego 2024 r. w sprawie przeprowadzenia konsultacji społecznych z mieszkańcami Miasta Szczecin dotyczących Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego 2025
- Zarządzenie nr 257/23 Prezydenta Miasta Szczecin z dnia 29 maja 2023 r. w sprawie zasad losowania i naboru do Rady ds. Budżetu Obywatelskiego oraz Komisji Odwoławczej, ogłoszenia naboru oraz regulaminu funkcjonowania Rady i Komisji
- Zarządzeniu nr 362/24 Prezydenta Miasta Szczecin z dnia 10 lipca 2024 r. zmieniające zarządzenie w sprawie powołania Rady ds. Budżetu Obywatelskiego i Komisji Odwoławczej działających w ramach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego

Regulamin Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego określa zasady realizacji procesu w szczególności wyznacza jego aktorów (Prezydenta Miasta Szczecin, Urząd Miasta Szczecin; Radę ds. Budżetu Obywatelskiego; Komisję Odwoławczą; wnioskodawcy; mieszkańcy) oraz określa i definiuje zasady realizacji poszczególnych etapów i form: 1) podział środków; 2) zgłaszanie projektów; 3) weryfikację i uzupełnianie projektów; 4) głosowanie; 5) wybór projektów oraz 6) ewaluację procesu i realizację projektów.

Zarządzenia powołujące Radę ds. budżetu obywatelskiego i Komisję Odwoławczą wyznaczają rolę i zakres kompetencji dwóch istotnych aktorów biorących aktywny udział w procesie weryfikacji projektów i ich dopuszczeniu do głosowania.

W raporcie posługujemy się następującymi skrótami:

SBO – Szczeciński Budżet Obywatelski

BO – Budżet Obywatelski

Urząd – Urząd Miasta Szczecin

Akademia – Akademia SBO

Komisja – Komisja Odwoławcza

Rada – Rada ds. Budżetu Obywatelskiego

BDO – Biuro Dialogu Obywatelskiego

MJO – miejskie jednostki organizacyjne

Regulamin – Regulamin Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego przyjęty uchwałą nr XLI/1123/22

Rady Miasta Szczecin z dnia 28 czerwca 2022 r. w sprawie wprowadzenia zasad i trybu przeprowadzania Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego

2. Metodologia

W trakcie badania ewaluacyjnego ocenie zostały poddane:

- użyteczność, skuteczność i efektywność kampanii informacyjnej na etapie składania wniosków oraz głosowania,
- proces składania projektów oraz wsparcie udzielone wnioskodawcom,
- proces weryfikacji i opiniowania złożonych wniosków,
- przebieg głosowania,
- trafność, użyteczność, skuteczność i efektywność prac Rady ds. Budżetu Obywatelskiego oraz Komisji Odwoławczej,
- trafność, użyteczność, skuteczność i efektywność przyjętego modelu SBO.

Badanie zostało zrealizowane metodami jakościowymi oraz ilościowymi, a uzupełnione analizą wybranych danych zastanych. Zastosowano następujące techniki i narzędzia badawcze:

- analiza danych zastanych;
- badanie opinii interesariuszy.

Analiza danych zastanych objęła następujące źródła:

- dokumentacja SBO 2025 (w tym: dokumenty regulujące funkcjonowanie Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego);
- bazy danych (w tym: projekty, wyniki weryfikacji);
- doniesienia medialne, strony internetowe, portale społecznościowe;
- raporty ewaluacyjne z poprzednich edycji SBO.

W ramach badania opinii interesariuszy wykonano:

- 18 telefonicznych wywiadów pogłębionych z wnioskodawcami,
- 1 telefoniczny wywiad pogłębiony z przedstawicielami organizacji pozarządowej, odpowiedzialnej za prowadzenie Akademii SBO,
- 6 telefonicznych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami rad osiedli,
- 6 telefonicznych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami Rady ds. Budżetu Obywatelskiego,
- 2 telefoniczne wywiady pogłębione z przedstawicielami Komisji Odwoławczej,
- wywiad pogłębiony z dwoma przedstawicielami Urzędu Miasta Szczecin odpowiadającymi za organizację i promocję SBO,
- wywiad pogłębiony z przedstawicielką Urzędu Miasta Szczecin odpowiedzialną za promocję SBO,
- jeden zogniskowany wywiad grupowy (focus) z przedstawicielami jednostek weryfikujących, w którym uczestniczyło 40 osób,
- badanie ankietowe (CAWI) zrealizowane w trakcie etapu głosowania.

Celem wywiadów pogłębionych oraz badania ankietowego było uzyskanie wielowymiarowej analizy procesu organizacji SBO, tak aby lepiej zrozumieć jego skuteczność oraz zidentyfikować obszary do poprawy, w tym m.in.:

- dogłębne zrozumienie perspektyw uczestników, w tym ich potrzeb, oczekiwań oraz wrażeń z realizacji SBO;
- identyfikacja ukrytych barier i problemów;
- jakościowa analiza procesów i relacji zachodzących między różnymi grupami oraz tego w jaki sposób poszczególni uczestnicy postrzegają rolę SBO;
- pozyskanie konkretnych rekomendacji, które mogłyby usprawnić organizację SBO w przyszłości.

Analiza danych w ewaluacji Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego obejmowała szerokie spektrum źródeł, co zapewnia kompleksowe spojrzenie na funkcjonowanie tego mechanizmu partycypacyjnego. Dokumentacja SBO 2025, w tym regulaminy i inne dokumenty organizacyjne, stanowiła podstawę do oceny zgodności działań z przyjętymi zasadami. Wykorzystanie baz danych dotyczących projektów oraz wyników ich weryfikacji pozwoliło na szczegółowe zbadanie procesu zgłaszania, oceny i realizacji inicjatyw.

Dodatkowym źródłem były doniesienia medialne, strony internetowe oraz portale społecznościowe, które dostarczyły informacji o odbiorze społecznym i sposobach promocji budżetu obywatelskiego w przestrzeni publicznej. Analiza raportów ewaluacyjnych z poprzednich edycji SBO umożliwiła identyfikację powtarzających się wyzwań oraz ocenę skuteczności wprowadzonych zmian. Dzięki tak różnorodnym źródłom możliwe było nie tylko zrozumienie działania SBO w bieżącej edycji, ale także wskazanie obszarów wymagających poprawy i potencjalnych kierunków rozwoju.

3. Kampania promocyjna

3.1 KANAŁY PROMOCJI

Podobnie jak to miało miejsce w ubiegłym roku, kampania informacyjna dotycząca SBO została podzielona na dwa etapy: składania projektów oraz głosowania. Etap składania wniosków trwał od 20 lutego do 20 marca, zaczął się więc prawie miesiąc wcześniej niż w 2023 r., kiedy propozycje zadań można było zgłaszać od 14 marca. Pierwszy post na Facebooku, z informacją o terminach i zachęcający do uczestnictwa w całej procedurze pojawił się jednak z około dwutygodniowym wyprzedzeniem, bo już 5 lutego. Etap głosowania także został przesunięty w czasie. W ubiegłym roku trwał on bowiem w okresie od 8 do 23 listopada, a obecnie rozpoczął się 1 października (pierwszy dzień oddawania głosów), a zakończył się 16 października (zakończenie głosowania). W tym przypadku kampania informacyjna również zaczęła się na kilkanaście dni przed inauguracją głosowania - 13 września.

Promocja tegorocznej edycji była zbliżona do tej z ubiegłego roku i koncentrowała się w dużej mierze na działaniach online, co związane było z ograniczonymi środkami finansowymi. Nie ograniczono się jednak jedynie do Internetu. Informacje o SBO na obu etapach były również prezentowane na ekranach w ważnych punktach miasta oraz w pojazdach komunikacji miejskiej. Dodatkowo przygotowano plakaty i ulotki, które rozmieszczono m.in. w centrach kultury i szkołach czy w części siedzib rad osiedli (nie wszystkie odebrały przygotowane dla nich materiały). Do mediów trafiły także informacje prasowe.

Nowością w porównaniu do zeszłorocznej edycji było także osiem tzw. słupów barcelońskich ustawionych w centralnych punktach miasta (korzystano z nich także w 2020 r., ale w mniejszej skali) oraz odbywająca się od połowy sierpnia do końca października (a więc w okresie głosowania) wystawa na Jasnych Błoniach, na której można było oglądać wybrane projekty zrealizowane w ciągu 11 lat funkcjonowania Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego.

Wielką pracą związaną z promocją wykonała także Fundacja „Możesz”, która w tym roku po raz pierwszy zajmowała się prowadzeniem Akademii SBO. Fundacja na swojej stronie pisze, że jest ambasadorem wszystkich osób, które zmagają się z różnego rodzaju wykluczeniem społecznym – ze względu na swoją niepełnosprawność, neuroatypowość, orientację, pochodzenie, etniczność. Widać to było także w jej działaniach w ramach Akademii np. poprzez stworzenie w trakcie etapu głosowania instrukcji głosowania dla osób głuchych. Działania Fundacji spowodowały, że w tym roku przedstawiciele środowiska osób z niepełnosprawnościami także złożyli swoje projekty w ramach SBO, co pokazuje, że tego typu działania przynoszą pozytywne rezultaty.

W ramach swoich działań Akademia prowadziła warsztaty stacjonarne i konsultacje online pomagające zdobyć umiejętności potrzebne do tworzenia projektów w ramach SBO. Nagrała także filmiki

na You Tubie - scenariusze lekcji dla dzieci, które miały pomóc nauczycielom w przeprowadzaniu zajęć na temat SBO. Jak zauważają przedstawicielki organizacji:

„Media społecznościowe mają ogromną siłę, ale warto wykorzystać również tradycyjne kanały komunikacji”.

Organizacja widziała dużą wartość w angażowaniu różnych grup wiekowych, podkreślając, że dzieci również mogą głosować w SBO, co pomaga budować w nich nawyki aktywności obywatelskiej od najmłodszych lat. Wszystkie materiały i wiedza są dostępne online na profilach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego, w tym na Facebooku, YouTube, a także TikToku, który w tym roku został wykorzystany do promocji SBO po raz pierwszy, żeby dotrzeć do młodszego grona odbiorców.

Akademia skupiała się także na pomocy mieszkańcom w głosowaniu.

„W takim przypadku, gdzie mieszkańcy nie wiedzą jak to zrobić bardzo ważna jest obecność osoby, która wesprze obywateli w tym procesie, tłumacząc krok po kroku, jak oddać głos. Może to być np. pracownik biblioteki czy domu kultury, który pomoże w obsłudze komputera lub tabletu”.

To pokazuje, jak istotna jest rola wsparcia w procesie głosowania. Dla wielu osób obawy dotyczące bezpieczeństwa danych, zwłaszcza w kontekście podawania numeru PESEL, mogą stanowić barierę.

„Często osoby obawiają się podać swoje dane, np. numer PESEL, dlatego warto zapewnić je, że system jest bezpieczny, a dane są chronione, zwłaszcza gdy strona należy do urzędów miejskich”.

To poczucie bezpieczeństwa jest kluczowe, aby osoby czuły się komfortowo oddając swój głos.

Fundacja w ramach Akademii prowadziła także inne działania promocyjne, w tym m.in. punkt konsultacyjny podczas Alejowego Dnia Kobiet (składanie wniosków) czy punkty konsultacyjne w CH Galaxy podczas wydarzenia „Sąsiedzi! Badajcie się!”, na wydarzeniu „Jezioro Szmaragdowe Retro” oraz podczas spaceru na Jasnych Błoniach (głosowanie).

Jeśli chodzi o strategię promocji w trakcie głosowania, to podobnie jak w ubiegłym roku kluczowe było wsparcie dla wnioskodawców, żeby to oni zachęcali mieszkańców do udziału w głosowaniu. Jedna z urzędniczek tłumaczyła:

“Wsparcie projektodawców jest według mnie najbardziej skuteczną, a przy tym ekonomiczną formą promocji. Nikt tak dobrze nie trafi do mieszkańców, jak sami mieszkańcy, którzy przygotowali własne projekty i chcą, żeby wygrały one w głosowaniu”.

W tym celu osoby, które złożyły projekt mogły skorzystać z przygotowanych specjalnie dla nich plakatów, gdzie wystarczyło jedynie wpisać nazwę określonego projektu i jego numer. Poza tym w ramach Akademii SBO prowadzony był cykliczny poradnik na facebookowym profilu SBO dotyczący promocji projektów, a także organizowano szkolenia i indywidualne spotkania, które miały na celu wsparcie autorów zadań w tworzeniu pomysłów na promocję.

A jak promocję SBO zarówno na etapie składania propozycji zadań, jak i głosowania postrzegają sami wnioskodawcy oraz urzędnicy zajmujący się organizacją tego procesu? Część osób w tym roku zauważyło pewną poprawę, szczególnie dzięki działaniom Fundacji „Możesz”, która zajmowała się promocją SBO poprzez media społecznościowe.

„Taka organizacja pozarządowa, która zajmowała się Akademią SBO, poszła też w kierunku TikToka i te TikToki może spodziewaliśmy się, że jednak będą jakoś bardziej tutaj robić robotę, ale mam wrażenie, że jeszcze nie, jeszcze jakoś się to nie przebiło”.

Pomimo prób dotarcia do młodszych użytkowników przez takie platformy jak TikTok, nadal uważa się, że najważniejszym medium, które angażuje uczestników SBO, jest Facebook:

„Ja uważam, że to Facebook nadal jest takim jednym z głównych mediów, bo stamtąd najczęściej dowiadują się osoby, które są już zaangażowane i są z procesem zaznajomione już od wielu, wielu lat” - mówi jeden z projektodawców.

Facebook, mimo że jest efektywnym narzędziem komunikacji, nie wystarcza jednak, aby w pełni przyciągnąć nowych uczestników:

„Uważam, że to Facebook, a nie strona SBO jest ważniejszym medium, jeśli chodzi o dotarcie do ludzi. Ale podlinkowanie strony budżetu na Facebooku nie wystarcza, żeby ludzie na tę stronę trafiali. To jest dla mnie niezrozumiałe, nie wiem co można by zrobić innego” – zastanawia się urzędnik, z którym przeprowadzono wywiad.

Jeżeli chodzi o promowanie SBO w przestrzeni miejskiej większość rozmówców uważała, że kampania promująca SBO była dość ograniczona i nie dotarła do wystarczająco szerokiego kręgu odbiorców.

„Jeśli ktoś nie wiedział, że coś takiego istnieje, to była bardzo znacząca szansa, że się nie dowie, że może złożyć taki projekt”.

Wskazuje to na problem z dotarciem do osób, które nie są bezpośrednio zaangażowane w procesy społeczne czy nie śledzą aktywnie mediów miejskich. Inny rozmówca zauważył:

„Może widziałem w dwóch autobusach, które dość często jeździły reklamę 'złóż projekt', ale tylko w dwóch, więc niezbyt wiele. Dużo moich znajomych w ogóle nie wiedziało, że można składać projekty, a raczej sądzili, że to po prostu jakaś akcja reklamowa urzędu miasta, ale nie otwarta dla mieszkańców”.

Inny głos podkreśla z kolei, że kampania była dostrzegana przez tych, którzy byli już świadomi istnienia SBO:

„Ta kampania naprawdę jest widoczna. Jeżeli ktoś ma takie potrzeby, to na pewno łatwo się na nią natknie i zwróci na nią uwagę. Problem jest tylko taki, że ona według mnie trafia do tych, którzy i tak już mają na ten temat wiedzę, a nie do nowych mieszkańców, którzy w tym procesie jak dotąd nie uczestniczyli”.

Dodatkowo część osób doceniła spójność wizualną kampanii, zwracając uwagę na kolorystykę, która zapada w pamięć:

„To, co jest ważne wizerunkowo, to kolorystyka SBO. Od paru lat jest taka sama, dobrze dobrana – żółty z czarnym i białym. I faktycznie to zapada w pamięć”.

Jednakże wielu respondentów podkreśla, że widoczność kampanii w przestrzeni miejskiej była niewystarczająca. Jeden z mieszkańców stwierdza:

„Jeżdżę po Szczecinie samochodem codziennie przejeżdżając praktycznie całe miasto, ponieważ mieszkam po drugiej stronie rzeki. No i absolutnie żadnego widocznego billboardu SBO na etapie głosowania nie widziałem”.

Inny zauważa:

„Było to miało widoczne, nie robili tam niczego przesadnego, ale jak człowiek jechał tym autem, to jednak mógł to zobaczyć”.

Z kolei niektórzy dostrzegają, że kampania miała pewne pozytywne elementy, takie jak plakaty w przestrzeni publicznej i audycje radiowe.

„Wiem, że w niektórych liniach autobusowych pojawiły się plakaty i pojawiły się wyświetlane informacje SBO w niektórych miejscach życia publicznego, życia kulturalnego, takich jak fabryka wody, teatry i tak dalej. Tam takie plakaty miały miejsce. Także to było w przestrzeni miejskiej, tylko było tego mniej. Pojawiły się także audycje radiowe, co jest bardzo, bardzo fajnym krokiem do przodu, bo mam wrażenie, że tych komunikatów radiowych było więcej niż w poprzednich latach”.

Jednak nie wszyscy podzielają to zdanie – jeden z mieszkańców zwrócił uwagę na brak promocji składania wniosków, zauważając:

„Nie kojarzę żadnego billboardu. Dopiero się zetknąłem z plakatami, które zachęcały do głosowania, za mało było na temat składania wniosków”.

Ważnym punktem, który pojawił się w kilku wypowiedziach, było zaangażowanie w promocję SBO rad osiedli. Sami przedstawiciele rad, z którymi rozmawiano, mieli bardzo rozbieżne zdanie na temat współpracy z urzędem. Część wypowiedziadała się na jej temat bardzo krytycznie. Jedna z rozmówczyń stwierdziła:

„Jedyną formą promocji, o jaką prosi nas urząd, jest taka, że dostajemy dwa plakaty w formie papierowej. Kilukrotnie prosiłam o materiały w formacie .jpeg czy .pdf, żebyśmy mogli udostępnić je w naszych mediach społecznościowych i zawsze bez odzewu”.

Inny przewodniczący dodaje:

„W ostatnich latach nikt się do nas jako do rady nie zgłosił z prośbą o promocję budżetu obywatelskiego, co jest dziwne, bo wcześniej zawsze taka prośba była”.

Ten brak kontaktu ze strony urzędu prowadzi zdaniem niektórych rozmówców do marginalizacji rad osiedli w procesie SBO:

“Czujemy się zmarginalizowani i nikomu niepotrzebni, a przecież to my jesteśmy najbliżej mieszkańców i aż się prosi, żeby korzystać z naszego wsparcia”.

Inni przewodniczący mieli jednak odmienne zdanie na temat współpracy z urzędem przy promocji SBO.

„Z referatu osiedlowego otrzymaliśmy plakaty, które umieściliśmy w gablotach”,

„Dostaliśmy materiały od urzędu, także w wersji elektronicznej, nie wiem, czemu niektórzy twierdzą, że nie”.

Większość przedstawicieli rad osiedli, z którymi prowadzono wywiady, wyrażało również swoje niezadowolenie dotyczące zakazu w trakcie etapu głosowania promocji konkretnych projektów, które miałyby zostać zrealizowane na określonym osiedlu:

„Nie możemy nawet promować projektów z własnego osiedla i możemy tylko promować samą ideę SBO”,

“Rozumiem, że gdybyśmy mieli więcej projektów na osiedlu, to nieetyczne byłoby promowanie np. jednego. Ale mieliśmy tylko jeden i zupełnie nie rozumiem czemu jako rada osiedla nie mamy prawa powiedzieć mieszkańcom, żeby właśnie ten projekt poparli”.

Część reprezentantów rad osiedli zwracała także uwagę na brak równości pomiędzy nimi, a radnymi miasta:

„Urząd zupełnie się z nami nie kontaktuje, a wręcz jesteśmy upominani przez innych, na przykład radnych miejskich, za to, że promujemy jakiś projekt mieszkańców na Facebooku”,

“Do nas mają pretensje jak promujemy wniosek dotyczący naszego osiedla, a radni miejscy promują swoje własne projekty i wszystko jest ok”.

Przedstawiciele Biura Dialogu Obywatelskiego, które zajmuje się organizacją SBO, podkreślali podczas wywiadu znaczenie rad osiedli w trakcie promocji. Urzędnicy mówili, że starają się zachęcać rady do aktywności na rzecz SBO, a także dbać o płynną komunikację między tymi ciałami a urzędem:

“Rada osiedla powinna aktywnie działać na rzecz promowania idei budżetu obywatelskiego w swoim lokalnym środowisku. To oznacza, że może wręcz oczekiwać wsparcia w formie materiałów promocyjnych czy to w formie papierowej, czy elektronicznych, a my z naszej strony zawsze staramy się udzielać im wsparcia na ile możemy”,

“Naszym zadaniem jest zapewnienie sprawnej komunikacji. Informujemy rady osiedla o kluczowych działaniach, na przykład o zbliżającym się naborze projektów”.

Urzędnicy w trakcie rozmowy dodali, że w Biurze Dialogu Obywatelskiego pracują trzy osoby, które zajmują się nie tylko całą organizacją SBO, ale także odpowiadają za funkcjonowanie innych narzędzi partycypacyjnych w Szczecinie, np. inicjatywy lokalnej. W związku z tym oczekują, że rady osiedli same będą się aktywizowały i wspierały promocję SBO, a z tym ich zdaniem w różnych radach jest bardzo różnie.

“W trakcie etapu składania wniosków jest tyle pracy, że czasem nie da się zrobić wszystkiego. Chciałabym, żeby rady osiedli zamiast czekać na nas, same wychodziły z pomysłami promowania budżetu na swoim terenie”,

„Są Rady prężne, a są też takie, którym nie chce się nawet podejść do urzędu i odebrać kilku plakatów, żeby powiesić je w swoich gablotach. W przypadku kilku rad do dzisiaj w urzędzie są nieodebrane plakaty zachęcające mieszkańców do głosowania”.

3.2 STRONA I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE BUDŻETU OBYWATELSKIEGO

Opinie mieszkańców na temat promowania Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego w internecie wskazują na pewne postępy w porównaniu do ubiegłego roku, ale także na istniejące niedociągnięcia. Wnioskodawcy, z którymi zostały przeprowadzone wywiady pogłębione zauważają, że strona internetowa SBO jest istotna, ale jej użyteczność mogłaby zostać poprawiona.

„Strona internetowa to jest priorytet, ale fajnie, gdyby była ona bardziej dostępna, szybsza i łatwiejsza do znalezienia”.

Istnieje potrzeba, by była bardziej intuicyjna, umożliwiająca łatwiejszy dostęp do informacji, szczególnie dla osób mniej zaznajomionych z technologią.

Nie wszyscy użytkownicy strony są zadowoleni z jej funkcjonalności:

„Stronę znam, oczywiście, ale nie korzystałam zbyt wiele. Uzyskiwałam tam tylko podstawowe informacje”.

Z kolei następny rozmówca zauważył, że strona SBO nie jest wystarczająco intuicyjna. Wspomina o problemie z odnalezieniem odpowiednich sekcji:

„Wpisuję SBO i teraz tak, normalna osoba wpisałaby SBO 2024, bo mamy 2024 rok, prawda? A tu trzeba wpisać SBO 2025. I dopiero wtedy otwiera się strona. No, pojawiają się zasady, jak zgłosić projekt czy Akademia SBO. Ale dopiero u góry jest menu i trzeba wiedzieć, gdzie szukać na przykład harmonogramu”.

Jest także opinia, że strona SBO jest dobrze zaprojektowana dla osób, które mają doświadczenie w korzystaniu z budżetu obywatelskiego:

„Faktycznie strona SBO jest dobrze przygotowana. Znajdują się tam wszystkie potrzebne informacje, szczególnie dla osób, które już brały udział w SBO i wiedzą, jak się posługiwać tą stroną”.

Jednakże nawet osoby posiadające większe doświadczenie w składaniu projektów uważają, że strona nie jest zbyt dostępna dla wszystkich mieszkańców:

„Uważam, że te informacje nie są zbyt dostępne, bo patrzę na to z perspektywy osoby, która jest świadoma i potrafi skontaktować się z urzędem”.

Jednym z większych zarzutów wobec strony jest brak interaktywności.

„Strona dużo nie podpowiedziała, nie oszukujmy się, nie było tam odpowiedzi na moje pytania” - stwierdza jeden z wnioskodawców. Zgłasza on problem z nieczytelnym interfejsem, gdzie wyświetla się tylko hasło „złóż projekt”, które sprawia wrażenie elementu graficznego, a nie aktywnego przycisku prowadzącego do formularza.

„Wchodząc głębiej nie było napisane, jak napisać ten projekt. Więc tam też był problem, bo kiedy wchodziło się w załączniki, wyszukując jakiegokolwiek instrukcje, to zostawało się przysypanym regulaminami prawnymi”. To wskazuje na konieczność wprowadzenia jasnych, przystępnych instrukcji, które poprowadzą użytkowników przez proces składania wniosków.

W trakcie wywiadów rozmówcy pytani byli także o ich opinie na temat profilu SBO na Facebooku. Jednym z pozytywnych głosów było stwierdzenie, że w tym roku aktywność na Facebooku była znacznie wyższa niż w latach poprzednich:

„Definitywnie w tym roku Facebook był znacznie bardziej aktywny niż w latach ubiegłych. Było też znacznie więcej postów, co według mnie jest zasługą Akademii SBO. Te posty trafiały do szerszej publiki i może nie widać tego po lajkach, ale mam takie nieodparte wrażenie, że jak na Facebooku jest więcej postów, to jest większa siła przebicia po prostu dla pozostałych użytkowników portalu, że gdzieś tam to SBO się wkradnie”.

Jednak nie wszyscy mieszkańcy są aktywnymi użytkownikami profilu SBO na Facebooku. Jeden z uczestników procesu przyznaje:

„Profil SBO na Facebooku? Nie, zupełnie nie. Nawet chyba nigdy na nim nie byłem. Ja po prostu wpisuję SBO w przeglądarkę.”

Ale są też osoby, które dostrzegają pozytywny wpływ Facebooka na promocję SBO. Jak mówi jeden z użytkowników:

„W internecie, jeśli liczymy Facebooka, to na Facebooku było dobrze”.

Poniżej zamieszczono najważniejsze wnioski z analizy strony internetowej i portalu społecznościowego Facebook SBO:

- kampania informacyjna zarówno na etapie składania wniosków, jak i głosowania prowadzona była przede wszystkim za pośrednictwem portalu społecznościowego Facebook, w niewielkim zaś stopniu na stronie internetowej SBO, co jest zgodne z oczekiwaniami wnioskodawców;

- w okresie od 20 lutego do 20 marca opublikowano łącznie 28 wpisów informujących i zachęcających do składania wniosków (w tym 2 filmiki) oraz 5 wpisów dotyczących wydarzeń organizowanych w ramach Akademii SBO, co daje mniej więcej jedną informację na dzień; jest to więcej niż w zeszłym roku, ale dalej jest to stosunkowo niewiele zważywszy, że urzędowi powinno zależeć w tym okresie na dotarciu w tym okresie do jak największej grupy mieszkańców;

- w okresie głosowania od 1 do 16 października informacje na profilu SBO publikowane były znacznie częściej niż w trakcie etapu składania projektów (średnio trzy razy dziennie, jedynym dniem gdzie nie pojawił się żaden post była sobota 12 października);

- zaangażowanie użytkowników na Facebooku było stosunkowo niewielkie; największym zainteresowaniem w okresie składania projektów cieszyły się posty opublikowane 20 i 21 lutego dotyczące rozpoczęcia naboru projektów oraz podstawowych informacji o SBO – każde z nich zdobyło po 12 polubień, posty z 1 i 3 marca, zawierające informacje o spotkaniach w ramach Akademii SBO, uzyskały po 10 polubień;

- największą popularnością w trakcie okresu głosowania cieszył się post z 4 października z informacją o trwaniu głosowania SBO, który polubiło 61 osób, 28 skomentowało i 28 udostępniło;
- użytkownicy mediów społecznościowych bardzo rzadko komentują publikowane posty, dodatkowo część z pojawiających się komentarzy jest negatywnych, ani razu nie znaleziono odpowiedzi ze strony moderatorów na uwagi użytkowników;
- w poprzedniej edycji urząd w ostatnich dniach głosowania prowadził na Facebooku konkursy, które aktywizowały użytkowników, w tym roku niestety z tego działania zrezygnowano;
- posty publikowane w trakcie etapu składania wniosków oraz głosowania były adresowane do wszystkich kategorii odbiorców, nie zauważono profilowania z uwagi na takie cechy odbiorców, jak płeć, wiek czy inne, na co pozwalają dane o odbiorcach profili społecznościowych; pozytywnym wyjątkiem był filmik adresowany do osób głuchych, który w języku migowym tłumaczył jak zagłosować w SBO;
- na Facebooku ważną rolę odgrywają posty aktywizujące, zachęcające odbiorcę do podjęcia działania: polubienia strony czy wpisu, udostępnienia treści, podjęcia działania; na profilu SBO większość postów ma charakter informacyjny, zaś liczba wpisów aktywizujących jest nieduża;
- w okresie od stycznia do września na profilu SBO pojawiło się dziewięć postów dotyczących realizacji zwyczajnych projektów z poprzednich edycji; jest to pozytywna zmiana w porównaniu do ubiegłorocznej edycji, kiedy takich informacji nie publikowano;
- w tym roku do promocji został wykorzystany TikTok, na którym pojawiło się 12 rolek, które odtworzono łącznie 15539 razy, zdobyły one 31 lajków; sam profil obserwuje jak dotąd 8 osób, co na pewno w kolejnych edycjach wymaga poprawy;
- urząd do promocji SBO nie wykorzystuje Instagrama.

3.3 ZAANGAŻOWANIE RAD OSIEDLI I JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH URZĘDU

Jednym z najtańszych sposobów promowania SBO, który jednocześnie pozwala dotrzeć do szerokiego grona mieszkańców z różnych rejonów miasta i o zróżnicowanych zainteresowaniach, są profile na portalach społecznościowych miejskich jednostek organizacyjnych oraz rad osiedli. Mimo to ten kanał promocji wciąż pozostaje wykorzystywany w minimalnym zakresie.

Poniżej zamieszczono najważniejsze spostrzeżenia z analizy profili MJO i rad osiedla:

- na 37 rad osiedla działających w mieście sześć nie ma profilu na portalu Facebook; w trakcie ewaluacji monitoringowi poddano więc 31 istniejących profili w dwóch kluczowych okresach: od 20 lutego do 20 marca oraz od 1 do 16 października;
- publikacje na temat SBO w portalach społecznościowych prowadzonych przez rady osiedla umieszczane były rzadko, w trakcie pierwszego etapu tylko dwie rady udostępniły informację

dotyczącą możliwości składania wniosków do SBO, były to: Rada Osiedla Arkońskie-Niemierzyn oraz Rada Osiedla Warszewo;

- w drugim monitorowanym okresie aktywność profili była nieznacznie wyższa; o możliwości głosowania informowało czternaście rad osiedli (z czego trzy promowały konkretny projekt);
- spośród jedenastu rad osiedli najbardziej aktywne były Rada Osiedla Stłoczyn, Rada Osiedla Żelechowa, Rada Osiedla Śródmieście Zachód, Rada Osiedla Słoneczne, Rada Osiedla Skolwin, które w trakcie etapu głosowania udostępniły po 2 posty dotyczące SBO;
- posty zachęcające do wzięcia udziału w głosowaniu zamieściły także; Rada Osiedla Stare Miasto, Rada Bukowe-Kłęskowo, Rada Osiedla Żydowce-Klucz, Rada Osiedla Podjuchy, Rada Osiedla Dąbie, Rada Osiedla Warszewo (każda po jednym);
- Rada Osiedla Osów oraz Rada Osiedla Krzekowo-Bezrzecze - Kasztanowe w trakcie etapu głosowania udostępniły po jednym poście, które zachęcały do oddania głosu na konkretny projekt, co nie powinno mieć miejsca; podobna sytuacja miała miejsce w przypadku Rady Osiedla Płonia Śmierdnica Jezierzycze, która opublikowała dwa tego rodzaju wpisy;
- monitoringowi poddano także profile na Facebooku dziewięciu jednostek organizacyjnych; w okresie od 20 lutego do 20 marca nie opublikowano na nich żadnej informacji dotyczącej możliwości składania wniosków do Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego, natomiast w okresie od 1 do 16 października informacje na temat głosowania udostępniono jedynie na profilu Miejskiej Biblioteki Publicznej w Szczecinie (1 post).

W kwestii promowania konkretnych projektów przez rady osiedli istnieją dwa odmienne stanowiska. Biuro Dialogu Obywatelskiego kładzie duży nacisk na przestrzeganie zasad etyki zawodowej, wskazując, że funkcji zawodowych nie można wykorzystywać do promowania wybranych inicjatyw.

„W naszym urzędzie wszyscy staramy się solidarnie stosować zasadę, która dotyczy zarówno jednostek pomocniczych, szkół, jak i samego urzędu. Polega ona na tym, że w ramach pełnionych obowiązków zawodowych nie wykorzystujemy swoich funkcji ani narzędzi do promowania konkretnych projektów. Uważamy takie postępowanie za nieetyczne i niedopuszczalne”.

Istotnym elementem tej zasady jest także przeciwdziałanie potencjalnym konfliktom interesów, zwłaszcza w sytuacjach, gdy rady osiedli wspierają projekty autorów związanych z ich lokalną społecznością.

„Zależy nam na unikaniu sytuacji, które mogłyby budzić wątpliwości, np. gdy rada osiedla promuje projekty zgłoszone przez mieszkańców swojego osiedla. Chociaż rozumiemy potrzebę wspierania lokalnych inicjatyw, takie działania mogą prowadzić do konfliktów interesów”.

Jednak część rad osiedli uważa takie podejście za krzywdzące, ponieważ czują się ograniczone w swojej roli. Niektórzy członkowie rad wyrażają niezrozumienie wobec zakazu promowania projektów związanych z ich osiedlem, podkreślając, że mogą jedynie propagować ogólną ideę BO.

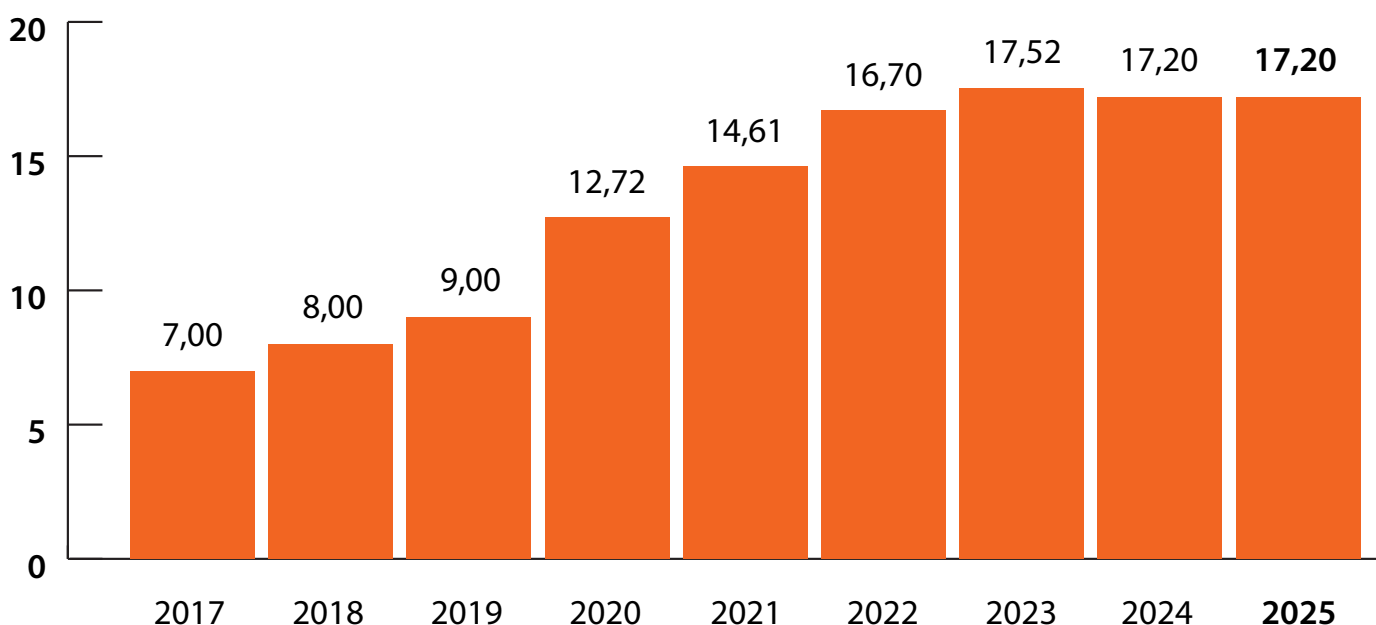
„Nie możemy nawet promować projektów z naszego osiedla, a jedynie ogólnie zachęcać do udziału w SBO. To dla nas niezrozumiałe, bo przecież to my jesteśmy najbliżej mieszkańców i najlepiej znamy ich potrzeby”.

4. Zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań

4.1 ŚRODKI NA BUDŻET OBYWATELSKI

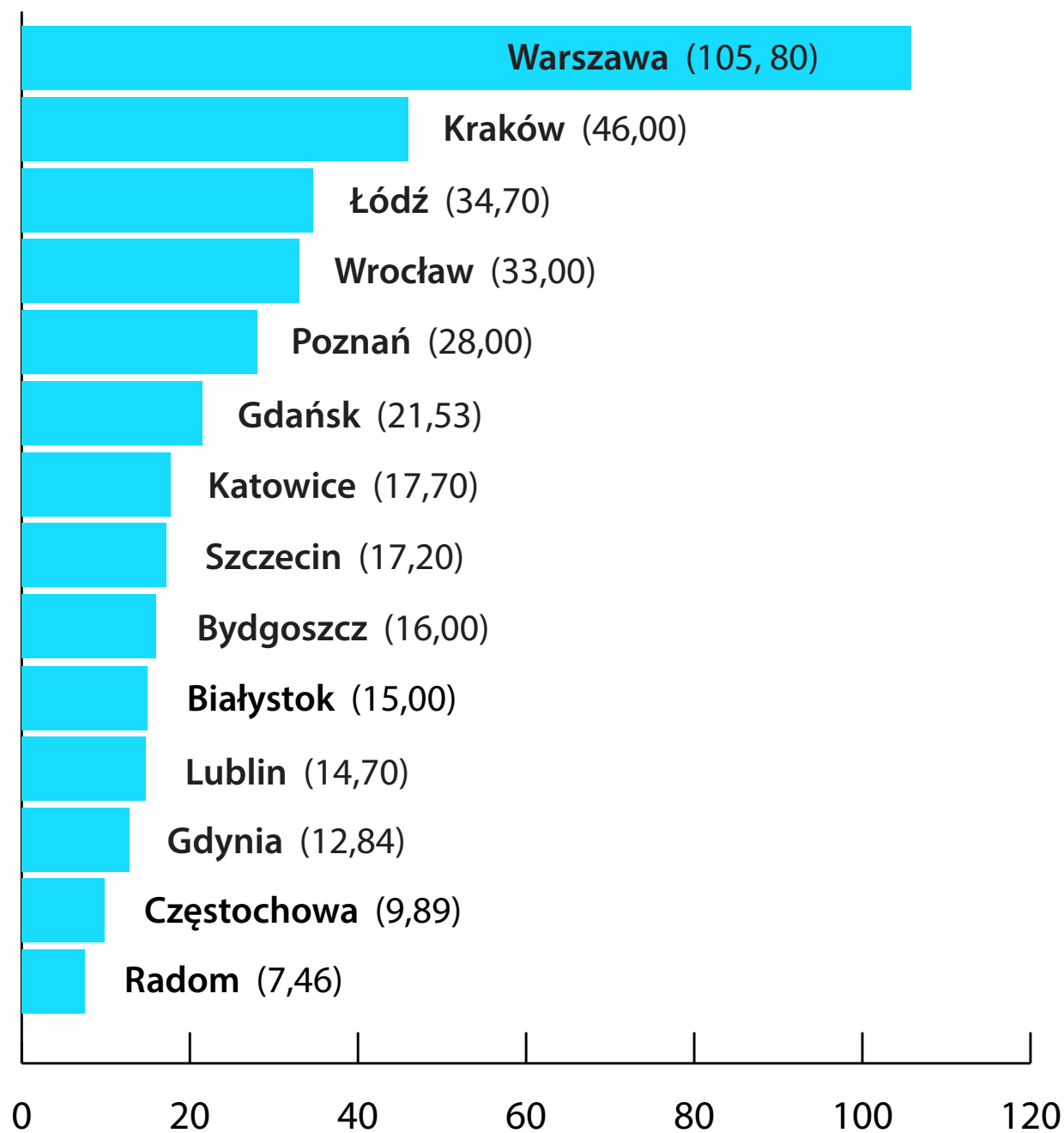
W tegorocznej edycji budżetu obywatelskiego mieszkańcy mieli możliwość rozdysponowania kwoty 17 200 000 zł, co oznacza, że suma środków pozostała na tym samym poziomie co w ubiegłym roku. Warto jednak zaznaczyć, że choć nominalna kwota przeznaczona na SBO pozostała taka sama jak w poprzedniej edycji, to realna wartość tych środków zmalała z powodu inflacji. Wzrost cen towarów i usług oznacza, że za tę samą sumę można zrealizować mniej projektów lub o mniejszym zakresie. W praktyce mieszkańcy mają więc do dyspozycji mniej zasobów, choć liczby na papierze tego nie pokazują. Pomimo zmniejszenia realnej wartości środków żaden z rozmówców w trakcie prowadzonych wywiadów nie zwrócił na to uwagi i nie doszukiwał się w tym powodów mniejszej frekwencji w głosowaniu czy w ogóle mniejszego zainteresowania całym procesem.

Wykres 1: Wysokość SBO (w mln PLN)



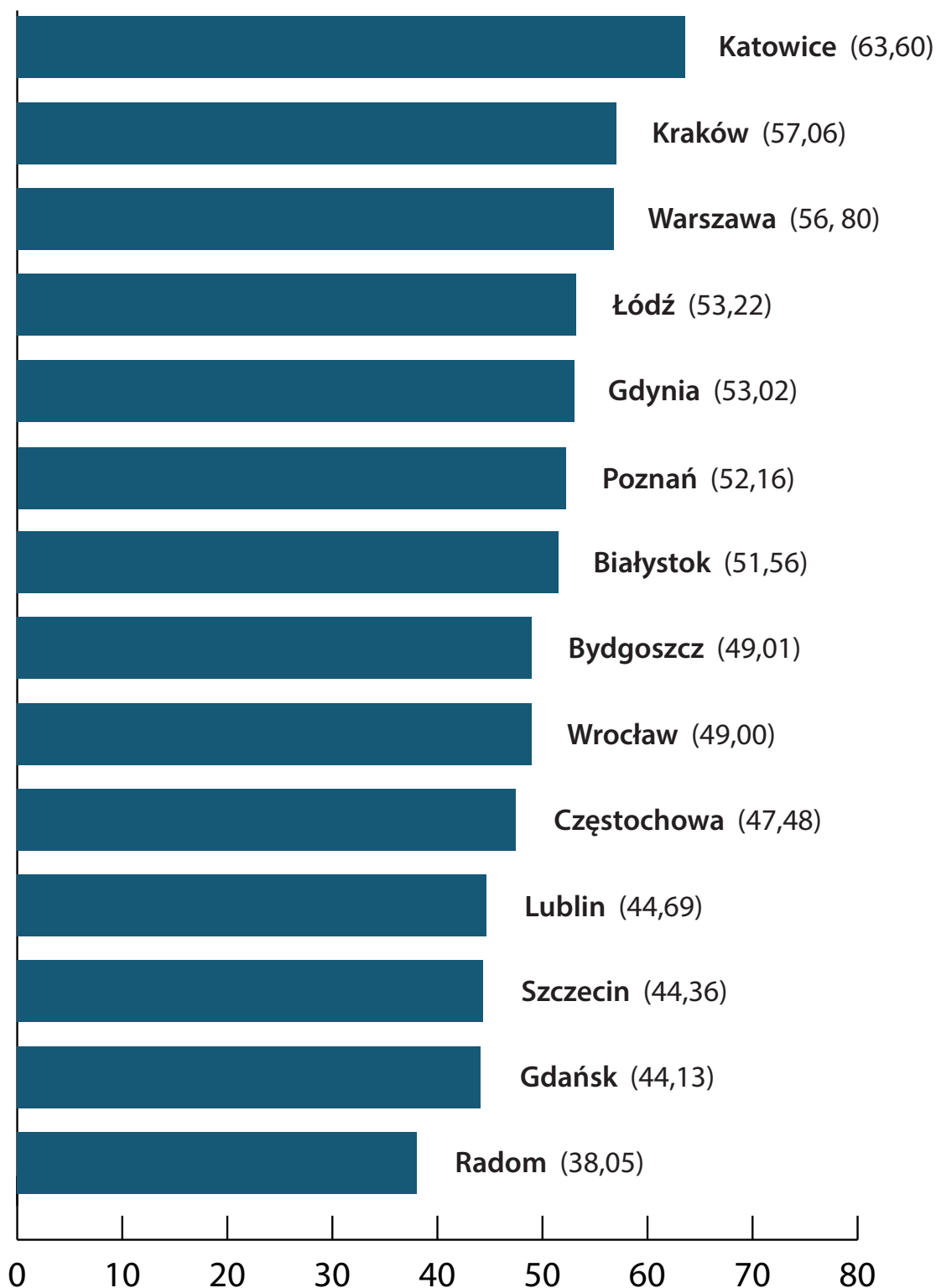
Pod względem wysokości przeznaczanych środków Szczeciński Budżet Obywatelski plasuje się w średniej stawce wśród miast liczących powyżej 200 tysięcy mieszkańców. Liderem w tej kategorii jest Warszawa, co nie zaskakuje, biorąc pod uwagę jej wielkość i liczbę mieszkańców. Na kolejnych miejscach znajdują się Kraków i Łódź, które również przeznaczają znaczące środki na inicjatywy obywatelskie. Z kolei najmniejszymi środkami na budżet obywatelski dysponowali w tym roku mieszkańcy Radomia, Częstochowy i Gdyni.

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



Warto zaznaczyć, że różnice w środkach przeznaczanych na budżety obywatelskie wynikają nie tylko z liczby mieszkańców, ale także z lokalnych priorytetów i podejścia władz samorządowych do wspierania inicjatyw społecznych. Jeśli porównamy największe miasta w Polsce pod względem kwoty BO w przeliczeniu na jednego mieszkańca, to w tym zestawieniu liderem są Katowice, gdzie wynosi ona 63,6 zł. Na drugiej pozycji jest Kraków, który przeznaczają średnio 57,06 zł na jednego mieszkańca. Szczecin w gronie 14 miast powyżej 200 tysięcy mieszkańców z kwotą 44,36 zł zajmuje dwunaste miejsce, a więc niżej niż rok wcześniej, kiedy w podobnym zestawieniu plasował się na dziesiątej pozycji. Zaraz za nim jest Gdańsk (44,13 zł), a najmniejszą kwotą per capita dysponowali w tym roku mieszkańcy Radomia (38,05 zł).

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



W obecnej edycji nie uległ zmianie regulamin SBO, co oznacza, że drugi rok z rzędu zamiast projektów ogólnomiejskich można było składać projekty do tzw. „Zielonego SBO”. Kategoria ta dotyczy projektów związanych z ochroną miejskiego środowiska przyrodniczego, w szczególności tych, których realizacja ma prowadzić do poprawy stanu oraz zwiększania powierzchni terenów zielonych w Szczecinie. Jeśli chodzi o podział środków między kategoriami, to podobnie jak w ubiegłym roku 70% środków przeznaczonych było na projekty w obszarze lokalnym, a 30% na Zielone SBO, a wartość każdego z zadań w ramach Zielonego SBO nie mogła być wyższa niż 50% całości środków SBO przeznaczonych na realizację tych projektów.

Opinie na temat zielonego SBO wśród osób, z którymi prowadzono wywiady były zróżnicowane, ale w większości wskazywały na pewne problemy z jego przyjęciem wśród mieszkańców Szczecina. Jednym z najczęściej powtarzanych zarzutów było to, że Zielone SBO nie spotkało się z szerokim zainteresowaniem mieszkańców.

„Uważam, że ten pomysł nie wypalił i nie tylko ja tak uważam. Mieszkańcy w większości zatęsknili za projektami ogólnomiejskimi, a projekty zielone zbyt ich ograniczają” – mówi jeden z rozmówców, podkreślając, że mieszkańcy wolą projekty o szerszym zasięgu, które mogą wpłynąć na całe miasto, a nie tylko na konkretne, wąskie obszary związane z ekologią.

Podobne zdanie wyraził inny rozmówca, który zaznacza:

„Wydaje mi się, że zielony budżet obywatelski jest fajny, ale zwykły budżet obywatelski też dobrze by było mieć”.

Krytycy Zielonego SBO sugerują, że stworzenie tej kategorii było nietrafione, ponieważ ekologia mogła być skutecznie realizowana również w ramach istniejących wcześniej ogólnomiejskich inicjatyw.

„To był taki lekko sztuczny podział. Jeśli chcemy osiągnąć cele ekologiczne, wystarczy, że taki projekt znajdzie się w bazie projektów ogólnomiejskich lub lokalnych i bez problemu, jeśli będzie atrakcyjny, ma szansę przejść” – twierdzi jeden z respondentów, zauważając, że wiele projektów ekologicznych miałyby szansę zdobyć poparcie, gdyby tylko były częścią szerszej kategorii.

Ciekawe jest, że choć kategoria zielonego SBO funkcjonowała już drugą edycję, to część wnioskodawców przyznała, że nie do końca zapoznała się z jej ideą.

„Nie bardzo zgłębiłem temat zielonego SBO. Nie wiem, do czego to dokładnie się odnosi”,

„Nie chciałabym się wypowiadać, bo do końca wiem, o co w tym cały zielony SBO chodzi”.

Kilkoro innych osób, choć zgadzało się z tym, że Zielone SBO nie do końca się w Szczecinie sprawdziło, to jednak zauważało, że nie jest to największy problem funkcjonowania budżetu obywatelskiego w mieście i decyzja o jego likwidacji czy utrzymaniu nie będzie miała większego wpływu na popularność tego narzędzia wśród mieszkańców.

„Widzę, że ta zmiana się nie przyjęła i to zielone SBO ma być wykreślone od następnej edycji. Czy to jest dobre, czy złe? Powiem szczerze, według mnie to nie ma większego znaczenia”.

“Niech urząd zajmie się prawdziwymi problemami związanymi z budżetem, np. brakiem realizacji wielu projektów czy angażowaniem się w to radnych czy nawet wiceprezydenta, a nie zwykłych mieszkańców. Zielone SBO nie było moim zdaniem dobrym pomysłem, ale bez głębszych zmian rezygnacja z tego nic nie zmieni”.

Podział środków na projekty lokalne, podobnie jak wcześniej, opierał się w tej edycji na zasadzie procentowego rozdziału, w którym 80% kwoty było przyznawane w zależności od liczby mieszkańców danego obszaru, a pozostałe 20% uwzględniało jego powierzchnię. Niemniej jednak warto zauważyć, że w porównaniu do poprzedniego roku dokonano przesunięć środków pomiędzy poszczególnymi obszarami lokalnymi.

Poniżej przedstawiono kwoty, jakie ostatecznie trafiły do każdego z obszarów lokalnych:

- dla obszaru nr 1 - Skolwin, Stołczyn, Bukowo – 630 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 10 000 więcej,
- dla obszaru nr 2 – Warszewo, Osów – 620 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 10 000 więcej,
- dla obszaru nr 3 - Głębokie – Pilchowo, Krzekowo – Bezrzecze, Zawadzkiego - Klonowica – 640 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 4 - Arkońskie – Niemierzyn – 385 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 45 000 mniej,
- dla obszaru nr 5 - Niebuszewo – 450 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 6 – Golęcino – Goćław, Żelechowa – 610 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 7 - Drzetowo – Grabowo – 420 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 10 000 mniej,
- dla obszaru nr 8 - Niebuszewo – Bolinko – 530 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 10 000 mniej,
- dla obszaru nr 9 – Pogodno – 650 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 10 - Gumieńce – 750 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 10 000 więcej,
- dla obszaru nr 11 - Świerczewo – 420 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 12 - Turzyn – 450 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 10 000 mniej,
- dla obszaru nr 13 – Śródmieście Zachód – 385 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku 55 000 więcej,
- dla obszaru nr 14 - Śródmieście Północ, Łękno – 380 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 15 - Centrum – 420 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 16 - Pomorzany – 560 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 17 - Stare Miasto, Nowe Miasto, Międzyodrze – Wyspa Pucka – 700 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 18 - Żydowce – Klucz, Podjuchy, Zdroje – 700 000 złotych w stosunku do zeszłego roku 10 000 mniej,
- dla obszaru nr 19 – Dąbie, Załom – Kasztanowe – 730 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 20 - Słoneczne, Majowe – 540 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 21 – Bukowe – Klęskowo – 420 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian,
- dla obszaru nr 22 - Płonia – Śmierdnica – Jezierzyce, Kijewo, Wielgowo – Sławocieszce – Zdunowo – 650 000 złotych - w stosunku do zeszłego roku bez zmian.

Opinie mieszkańców na temat podziału obszarów oraz podziału środków między nimi w ramach SBO są zróżnicowane, a ich oceny często zależą od doświadczeń oraz spostrzeżeń dotyczących wcześniejszych edycji.

Z jednej strony, niektórzy uważają, że zmiany w systemie podziału obszarów i środków w ciągu ostatnich lat były właściwe. Jak zauważył jeden z rozmówców:

„Są zrozumiałe i sprawiedliwe, ponieważ to, co mamy teraz, jest wynikiem kalkulacji i doświadczeń z ostatnich 12 lat. Budżet obywatelski ewoluuje co roku, a każdy rok wprowadza nowe aspekty do rozważań”.

Inni podkreślają, że choć zawsze można mieć jakieś wątpliwości, to mimo wszystko obecny podział jest dokonany „na tyle sprawiedliwie, ile można”.

Jednak nie wszyscy podzielają takie opinie. Pewna część wnioskodawców uważa, że obecny system wymaga poprawy. Jedna z rozmówczyń stwierdziła:

„Nie, przyjęte rozwiązania nie są ani zrozumiałe, ani sprawiedliwe. Wiele osób w ogóle nie rozumie, dlaczego niektóre osiedla są ze sobą łączone. Sama mam z tym problem”.

Podkreślono również, że niektóre zmiany są niewłaściwe, ponieważ łączenie osiedli o zróżnicowanych potrzebach i problemach społecznych wydaje się być nieodpowiednie.

„Łączy się osiedla zamieszkałe przez osoby z różnych warstw społecznych, z różnymi problemami i różnym stanem infrastruktury technicznej. To nie ma sensu” – wskazano.

W podobnym tonie wypowiadają się osoby, które zauważają nierówności w finansowaniu różnych części miasta.

„Jest to niesprawiedliwe, ponieważ dzielnice śródmiejskie są wydane mi się lepiej dofinansowane. Są to mniejsze obszary, które otrzymują więcej funduszy, na przykład na przestrzeń publiczną” – zauważył jeden z rozmówców, zwracając uwagę na to, że projekty z obrzeży miast, mimo większego obszaru, mają mniejszą liczbę głosujących, co wpływa na rozkład funduszy.

„Dlatego warto by było rozważyć przeznaczenie większych funduszy na większe obszary, ponieważ tam jest więcej do zrobienia” – podsumował.

4.2 WSPARCIE W ZGŁASZANIU PROJEKTÓW

Osoby zainteresowane zgłoszeniem wniosku mogły w obecnej edycji skorzystać z różnych form wsparcia. Najważniejszą w dalszym ciągu była Akademia SBO prowadzona w tym roku po raz pierwszy przez Fundację „Możesz”. W ramach Akademii zorganizowano m.in. warsztat pisania projektów w Bibliotece ProMedia, spotkania otwarte dla zainteresowanych osób w siedzibie Fundacji oraz w Centrum Inicjatyw Rodzinnych, punkt konsultacyjny podczas Alejowego Dnia Kobiet, a także udzielano konsultacji indywidualnych w przygotowywaniu wniosków. Osoby pracujące nad wnioskami mogły także skontaktować się z przedstawicielkami Fundacji telefonicznie oraz za pomocą poczty elektronicznej.

Nie były to jednak jedyne działania Akademii. Prowadząca ją Fundacja „Możesz” przygotowała również instrukcję zakładania konta w SBO i wypełniania wniosku, filmik z odpowiedziami na najczęściej zadawane pytania dotyczące SBO, a jako że w SBO mogą brać udział wszyscy mieszkańcy miasta, niezależnie od wieku, odbyła spotkanie z młodzieżą Liceum Ogólnokształcącego z Oddziałami Integracyjnymi w Szczecinie.

Osoby przygotowujące projekty miały też możliwość kontaktu z pracownikami miejskich jednostek weryfikujących. Urząd udostępnił na stronie internetowej bezpośrednio numery telefonów i adresy e-mail do przedstawicieli ponad dwudziestu jednostek zajmujących się weryfikacją projektów. Można się było z nimi skontaktować i przeprowadzić indywidualne konsultacje dotyczące określonego pomysłu.

O doświadczenia wsparcia ze strony Akademii SBO oraz urzędników zapytano wnioskodawców w trakcie wywiadów pogłębionych. Z pomocy Akademii korzystało niewielu rozmówców, ponieważ w większości były to osoby, które składają projekty od lat i mają już w tym obszarze duże doświadczenie. Jednak ci, którzy z tego wsparcia korzystali wypowiadali się na jego temat pozytywnie. Nie mieli oni wcześniej doświadczenia z budżetem obywatelskim i pomoc ze strony Akademii była nieoceniona i umożliwiła zaangażowanie się w proces, który mógłby wydawać się zbyt skomplikowany.

„Gdyby nie Akademia SBO i jej pomoc, to mój projekt nie znalazłby się na liście projektów do głosowania. Byłem na dyżurze i bardzo mi to pomogło” – stwierdził jeden z uczestników, podkreślając, jak duże znaczenie miała pomoc oferowana przez Akademię.

“Dzięki jej wsparciu, osoby chcące złożyć wniosek mogły liczyć na praktyczne wskazówki i pomoc w wypełnieniu formularza, co znacznie ułatwiało cały proces” - dodał.

Kilku innych projektodawców również zwróciło uwagę na pomoc ze strony Akademii.

„Dowiedziałem się o SBO i zacząłem pisać projekt. Na Facebooku były informacje o fundacji, która się tym zajmowała, więc się z nimi skontaktowałem, a pani mi bardzo pomogła” – relacjonował kolejny rozmówca, który, dzięki wskazówkom od specjalistów, mógł skutecznie napisać i złożyć swój projekt.

W kwestii wsparcia oferowanego bezpośrednio przez urząd, opinie tegorocznych wnioskodawców są w zdecydowanej większości pozytywne, choć zdarzały się także pewne niuanse, które powodowały, że niektóre osoby nie były do końca usatysfakcjonowane.

„Ogólnie mogę powiedzieć, że urzędnicy są pomocni” – mówi jeden z rozmówców.

Jednak, jak dodaje, napotkał również pewne trudności związane z wyborem miejsca realizacji projektu:

„Dla mnie problemem było to, że jak się wybiera miejsce realizacji projektu, to jest możliwa zmiana go tylko raz. Czasami ciężko jest się dowiedzieć, czy ten projekt w ogóle może być tam realizowany ze względu na zagospodarowanie przestrzenne. Tego nawet nie byli mi w stanie powiedzieć pracownicy urzędu, z którymi się kontaktowałem”.

Inny nie miał już żadnych wątpliwości: *“Miałem konkretne wątpliwości i na wszystkie otrzymałem konkretne odpowiedzi”*.

Jedna z osób wyraziła opinię, że brakowało kompleksowego wsparcia ze strony urzędu.

„Wydaje mi się, że urząd miasta przerzucił odpowiedzialność na fundację, która miała pomagać. Nie zauważyłem żadnej inicjatywy ze strony urzędu w zakresie pomocy przy składaniu projektów SBO”.

Niektórzy wnioskodawcy wyrażali swoje niezadowolenie z działania geoportalu, który jest jednym z kluczowych narzędzi w procesie składania wniosków do Budżetu Obywatelskiego, pozwalającym na weryfikację lokalizacji proponowanych projektów. Dzięki niemu użytkownicy mogą sprawdzić, czy dany teren znajduje się w obszarze objętym budżetem obywatelskim, co jest podstawą do dalszego składania wniosku.

Zdarzały się sytuacje, w których informacje dostępne w geoportalu były niewystarczająco szczegółowe. Projektodawcy, nie zawsze byli w stanie zweryfikować wszystkie istotne dane dotyczące działek, takie jak plany zagospodarowania przestrzennego czy obecność służebności.

„Mój projekt został odrzucony właśnie z powodu, jak wspominałem na początku, problemów prawnych związanych z działkami – nie tej, na której złożyłem wniosek, ale tych okolicznych. Niestety, informacja w geoportalu, gdy składałem projekt, nie była wystarczająco szczegółowa na ten temat”.

Inni zauważają, że choć działki objęte Szczecińskim Budżetem Obywatelskim są podświetlone na geoportalu, użytkownicy muszą samodzielnie sprawdzać dodatkowe informacje dotyczące stanu prawnego terenu.

„Działki to jest zawsze problem, ponieważ teoretycznie w geoportalu szczecińskim działki objęte SBO są podświetlone na żółto, ale w momencie składania projektu to tak naprawdę we własnym zakresie trzeba sprawdzić, czy na danej działce nie ma jakichś służebności, jak wyglądają plany zagospodarowania przestrzennego, itp.” – wskazują.

Ostatnią formą wsparcia stanowiła strona internetowa <https://sbo.szczecin.eu/>, gdzie zgromadzono wiele kluczowych informacji przydatnych dla osób planujących złożenie wniosku. Wśród dostępnych materiałów znalazły się m.in. regulamin SBO, zestawienie przykładowych kosztów, instrukcja wyszukiwania działek pod inwestycje, poradnik korzystania z geoportalu, wzór wniosku, listy poparcia oraz różnego rodzaju wymagane oświadczenia. O opinii wnioskodawców na temat strony szerzej piszemy w podrozdziale 3.2 Strona i media społecznościowe budżetu obywatelskiego.

4.3 OPRACOWANIE I ZGŁASZANIE PROJEKTÓW

W trakcie wywiadów pogłębionych projektodawcy zostali zapytani o powody, które skłoniły ich do wzięcia udziału w SBO. Ich decyzje wiązały się z różnymi motywacjami. Często były one wynikiem dostrzeganych potrzeb społecznych, zarówno w ich najbliższym otoczeniu, jak i w szerszym kontekście miejskim.

Jeden z uczestników SBO, zauważając trudności komunikacyjne w centrum miasta, szczególnie w kontekście transportu do szpitali czy ośrodków zdrowia, uznał, że zgłoszenie projektu może pomóc zwrócić uwagę na te problemy.

„Kierowałem się potrzebą społeczną w kontekście otoczenia, w którym funkcjonuję, czyli centrum miasta, gdzie mieszka dość dużo osób starszych. Miasto jest bardzo rozległe, a komunikacja, szczególnie do szpitali i innych ośrodków, jest słabo rozwinięta. Pomoc społeczna również nie jest dostatecznie rozbudowana. Idąc ulicą, zobaczyłem ogłoszenie o SBO i pomyślałem, że może chociaż w ten sposób, składając wniosek, uda mi się zwrócić uwagę na ten problem”.

Najczęstszym powodem wskazywanym przez autorów projektów był brak działania ze strony władz miejskich.

„Postanowiłem zgłosić projekt po rozmowie z sąsiadami, którzy wspomnieli, że blisko domu jest fragment ulicy, który jest mocno zaniedbany i od lat wymaga remontu”,

„Bezczynność miasta, jeżeli chodzi o jego zadania”.

Wśród projektów zgłaszanych do SBO zdarzały się także takie, które były wynikiem spontanicznych decyzji. Rozmówca przyznaje że nie był inicjatorem projektu, lecz osobą, która wspierała znajomego w jego realizacji.

„To był zupełny przypadek. Jeden ze znajomych, którego znam od dłuższego czasu, akurat spotkał mnie na ulicy i powiedział o pomysł, który miał, ale stwierdził, że pewnie w tym roku się nie wyrobi. Ja na to: ‘Czekaj, zrobmy to, to prosty temat’. Tak to się skończyło”.

W tym roku po raz drugi projekty można było składać wyłącznie w formie elektronicznej za pośrednictwem systemu informatycznego. Regulamin zobowiązywał jednak Prezydenta do zapewnienia organizacji punktów, w których mieszkańcy mogliby składać projekty, a także do udostępnienia narzędzi elektronicznych oraz obecności asystenta, który udzieliłby pomocy przy składaniu wniosków. W praktyce za realizację tego zadania odpowiedzialne było Biuro Dialogu Obywatelskiego oraz Akademia SBO, którzy w kilku przypadkach pomogli zainteresowanym w złożeniu projektów za pomocą systemu informatycznego.

Opinie wnioskodawców na temat formularza do składania wniosków w ramach Budżetu Obywatelskiego wskazują na różne doświadczenia związane z procesem aplikacyjnym.

Dla niektórych osób, składanie wniosku nie stanowiło większego wyzwania. Jednym z pozytywnie ocenianych aspektów była pomoc ze strony pracowników urzędów.

„To nie jest problematyczne. Obsługa SBO, jak i pracownicy urzędu, są bardzo pomocni. Parę razy się kontaktowałem i zawsze byli chętni do pomocy, świetnie się komunikowali” – stwierdził jeden z rozmówców, wskazując na profesjonalizm i dostępność wsparcia.

Dla innych jednak, sam proces wypełniania formularza okazał się nieco bardziej skomplikowany:

„Nie, nie był łatwy do wypełnienia. Ja trochę po prostu z interpretacją tekstu mam często kłopot”.

Mimo to, dla większości mieszkańców, cała procedura nie była zbyt czasochłonna.

„Złożenie wniosku to jest naprawdę nie więcej niż 20 minut pracy. Oczywiście, czasami, jeśli chce się wniosek jakoś uatrakcyjnić, to trzeba podjechać i zrobić fotografię. Ale ogólnie jest to prosty i banalny proces”.

Wspomniano również o pewnych powtórzeniach w formularzu, które mogły być źródłem niepotrzebnej trudności.

„Nie było tam większych trudności, jeśli chodzi o opis. Choć dokładnie nie pamiętam, ale trzeba było dwa razy wpisać praktycznie to samo – cel projektu i zasadność projektu, czy coś w tym stylu”.

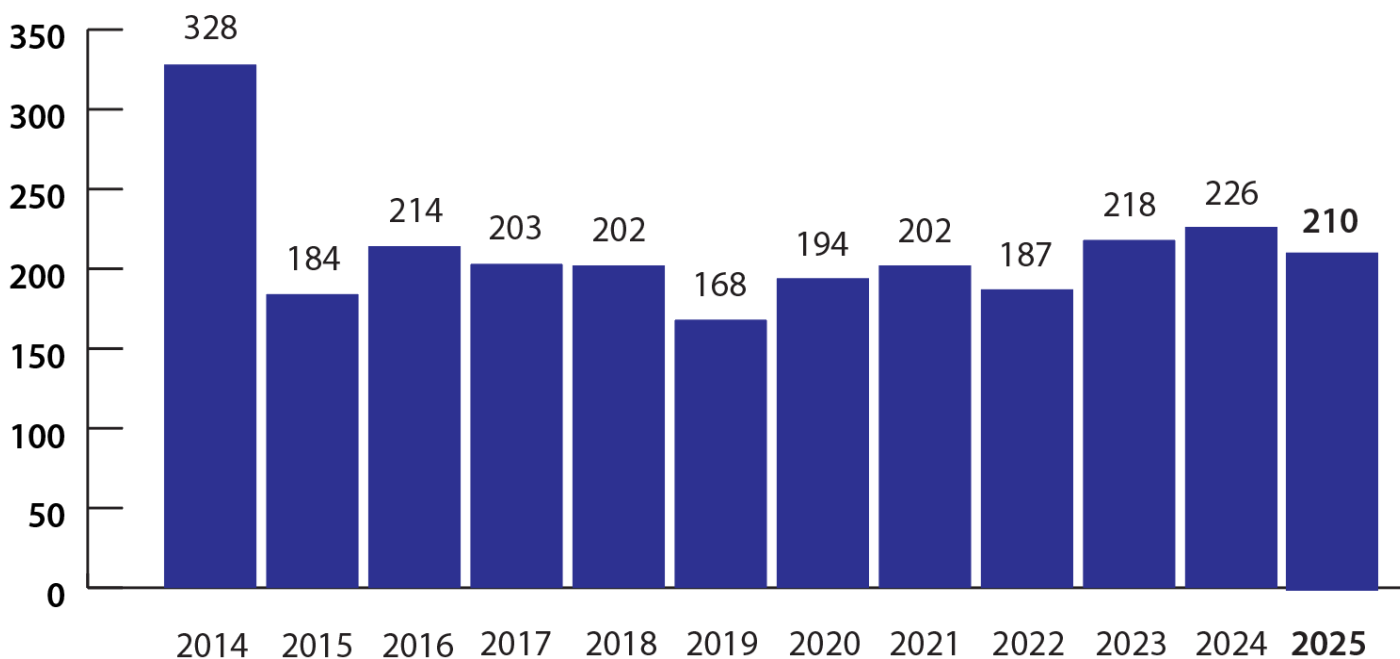
Rozmówców zapytano także o konieczność zbierania podpisów i żaden nie miał uwag dotyczących tego obowiązku.

„Składałem wnioski samodzielnie i nie napotkałem żadnych barier. Mam szerokie grono znajomych i dobrze żyję z sąsiadami, więc szczerze mówiąc, wyszedłem na klatkę schodową i w trzy minuty zebrałem potrzebne podpisy” – tłumaczył jeden z autorów projektu.

4.4 CHARAKTERYSTYKA WNIOSKÓW I WNIOSKODAWCÓW

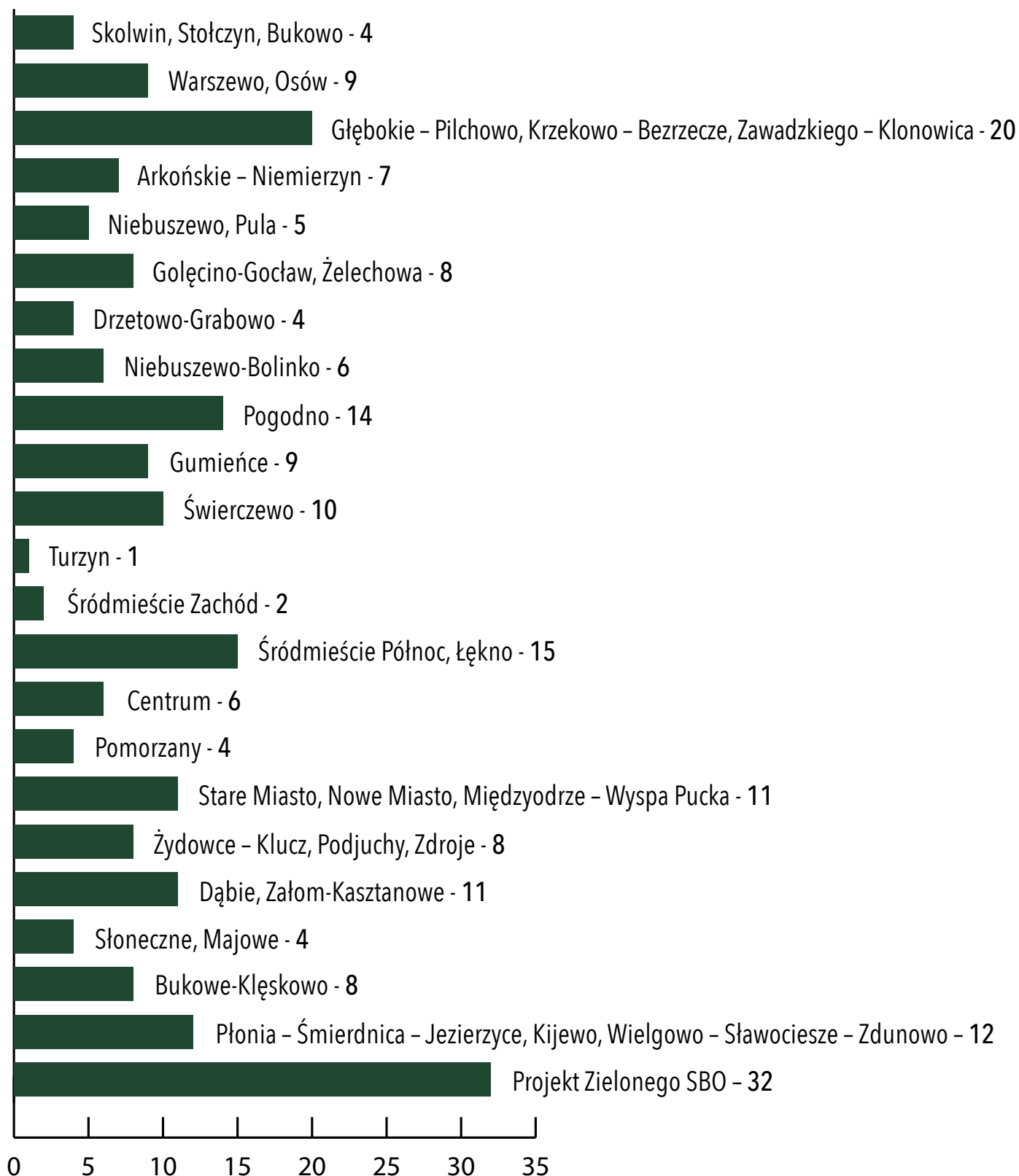
W bieżącej edycji mieszkańcy złożyli łącznie 210 projektów, w tym 178 projektów lokalnych oraz 32 projekty w kategorii Zielonego SBO. Jak pokazuje wykres 4, jest to liczba nieznacznie mniejsza niż w ubiegłym roku. Co ciekawe liczba wniosków lokalnych w porównaniu do ubiegłorocznej edycji zmniejszyła się zaledwie o 1,7%, za to projektów złożonych do Zielonego SBO było aż o 29% mniej niż w 2023 r. Trudno jest oceniać tendencję zaledwie po jednym roku, ale ten wysoki spadek może pokazywać, że po pierwszym roku, kiedy Zielone SBO było nowością, kategoria ta nie przyjęła się wśród mieszkańców miasta i warto się zastanowić nad powrotem do projektów ogólnomiejskich.

Wykres 4: Liczba zgłoszonych projektów w edycjach 2014 - 2025



Wykres 5 przedstawia liczbę złożonych wniosków w poszczególnych obszarach lokalnych. Jak wi- dać największą liczbę projektów złożono w obszarze Głębokie – Pilchowo, Krzekowo – Bezzecze, Zawadzkiego – Klonowica (20). Za nim w kolejności znalazły się Śródmieście Północ, Łękno (15), Pogodno (14) oraz Płonia – Śmierdnica – Jezierzycy, Kijewo, Wielgowo – Sławocieszce – Zdunowo (12). Z drugiej strony obszarami, w których złożonych zostało najmniej propozycji zadań są Turzyn oraz Słoneczne Majowe (po 1) oraz Skolwin, Stołczyn, Bukowo, Niebuszewo, Śródmieście Zachód (2), a następnie Skolwin, Stołczyn, Bukowo; Drzetowo-Grabowo; Pomorzany; Słoneczne, Majowe (po 4).

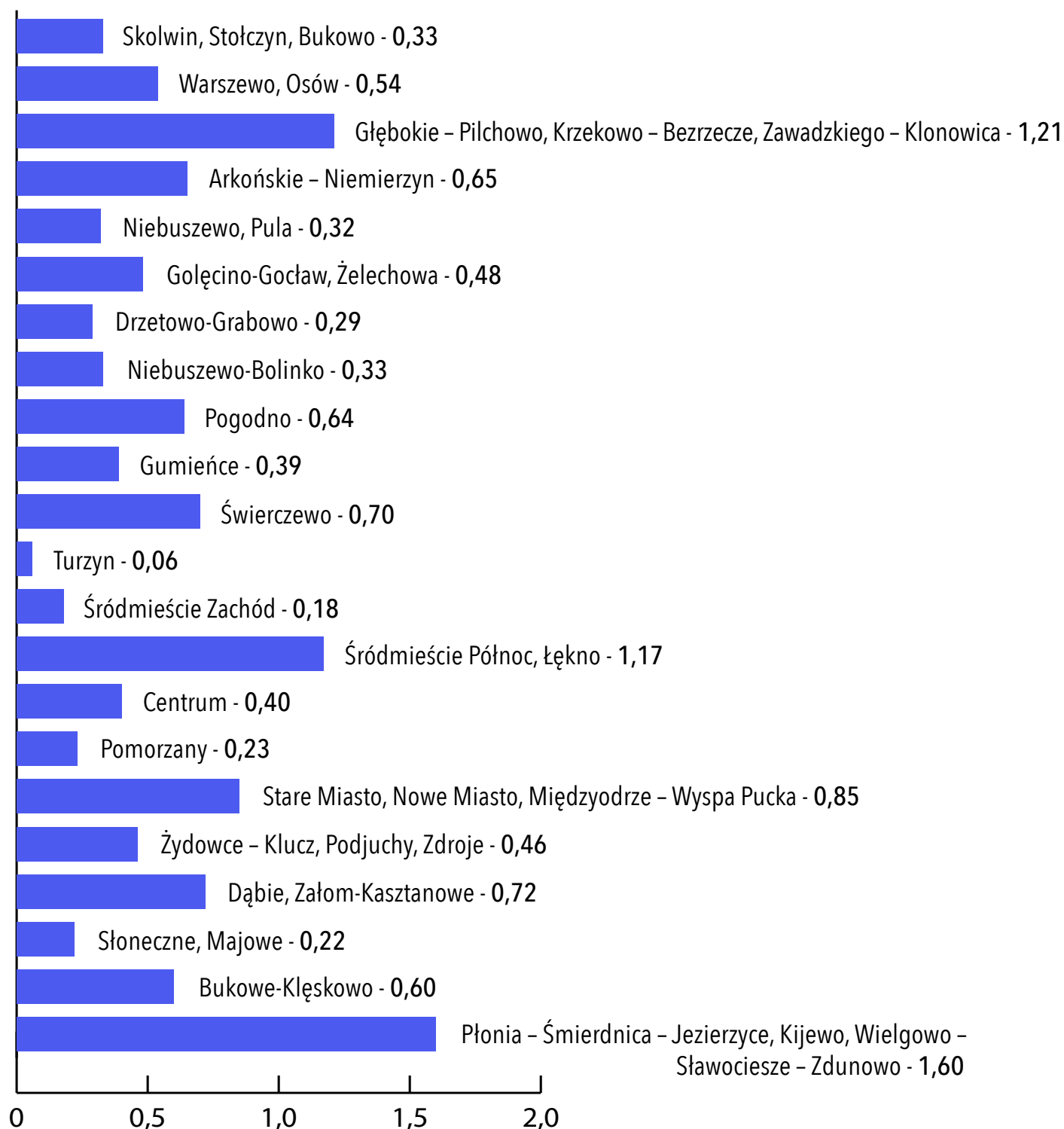
Wykres 5: Liczba zgłoszonych projektów w podziale na obszary lokalne



W ramach ewaluacji sprawdzono także, jaka jest liczba złożonych wniosków w poszczególnych obszarach lokalnych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców. Jak widać na wykresie 6, w trzech obszarach złożono średnio ponad 1 projekt na tysiąc mieszkańców. Są to w kolejności: Płonia – Śmierdnica – Jezierzyce, Kijewo, Wielgowo – Sławocieszce – Zdunowo (1,6 wniosku na 1000 mieszkańców), Głębokie – Pilchowo, Krzekowo – Bezrzecze, Zawadzkiego – Klonowica (1,21) oraz Śródmieście Północ, Łętko (1,17).

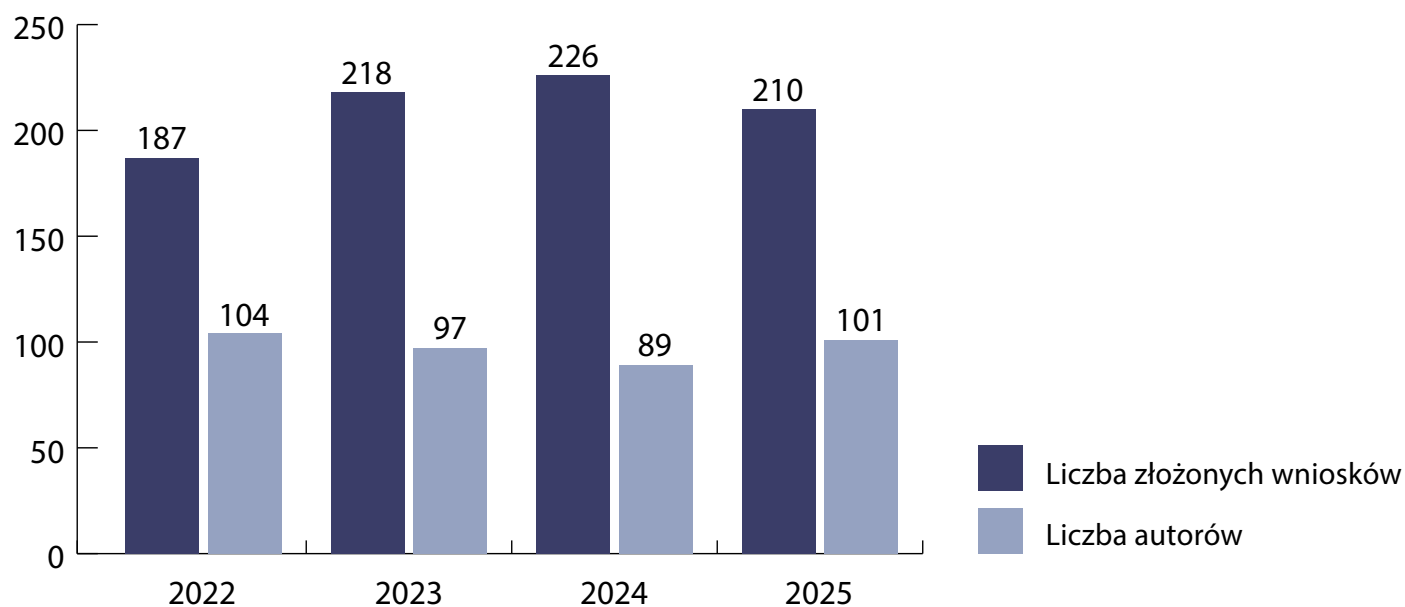
Najmniej wniosków w przeliczeniu na tysiąc mieszkańców zgłoszono w obszarach: Turzyn (0,06), Śródmieście Zachód (0,18), Słoneczne, Majowe (0,22) oraz Pomorzany (0,23).

Wykres 6: Liczba złożonych wniosków w obszarach lokalnych na 1000 mieszkańców



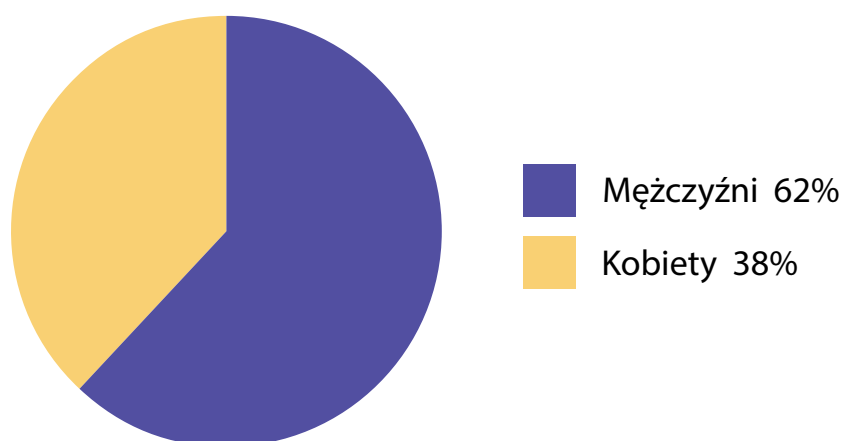
Analizując dane z ostatnich czterech lat, można dostrzec, że w tym roku, mimo spadku liczby złożonych wniosków, wzrosła liczba autorów, co zostało zobrazowane na wykresie 7. W 2021 roku 104 mieszkańców złożyło 187 propozycji (średnia: 1,80 wniosku na osobę). W 2022 roku liczba autorów wyniosła 97, a złożono 218 projektów (średnia: 2,25). W poprzedniej edycji liczba autorów spadła do 89, natomiast liczba wniosków wzrosła do 226 (średnia: 2,54). W tym roku liczba autorów ponownie przekroczyła 100 osób (dokładnie 101), co przy niewielkim spadku liczby złożonych wniosków daje średnią 2,08 projektu na osobę.

Wykres 7: Porównanie ilości złożonych wniosków z ilością autorów w edycjach 2022 - 2025



W gronie 101 autorów biorących udział w tegorocznej edycji SBO zauważalna jest przewaga mężczyzn, którzy stanowią 62% ogółu, podczas gdy kobiety reprezentują 38% (w ubiegłorocznej edycji ta różnica była nieznacznie mniejsza, mężczyźni stanowili 64%, a kobiety 36%). Taka dysproporcja płci wśród autorów projektów jest zjawiskiem obserwowanym w innych polskich miastach, gdzie również mężczyźni częściej angażują się w zgłaszanie inicjatyw w ramach BO.

Wykres 8: Autorzy projektów w podziale na płeć



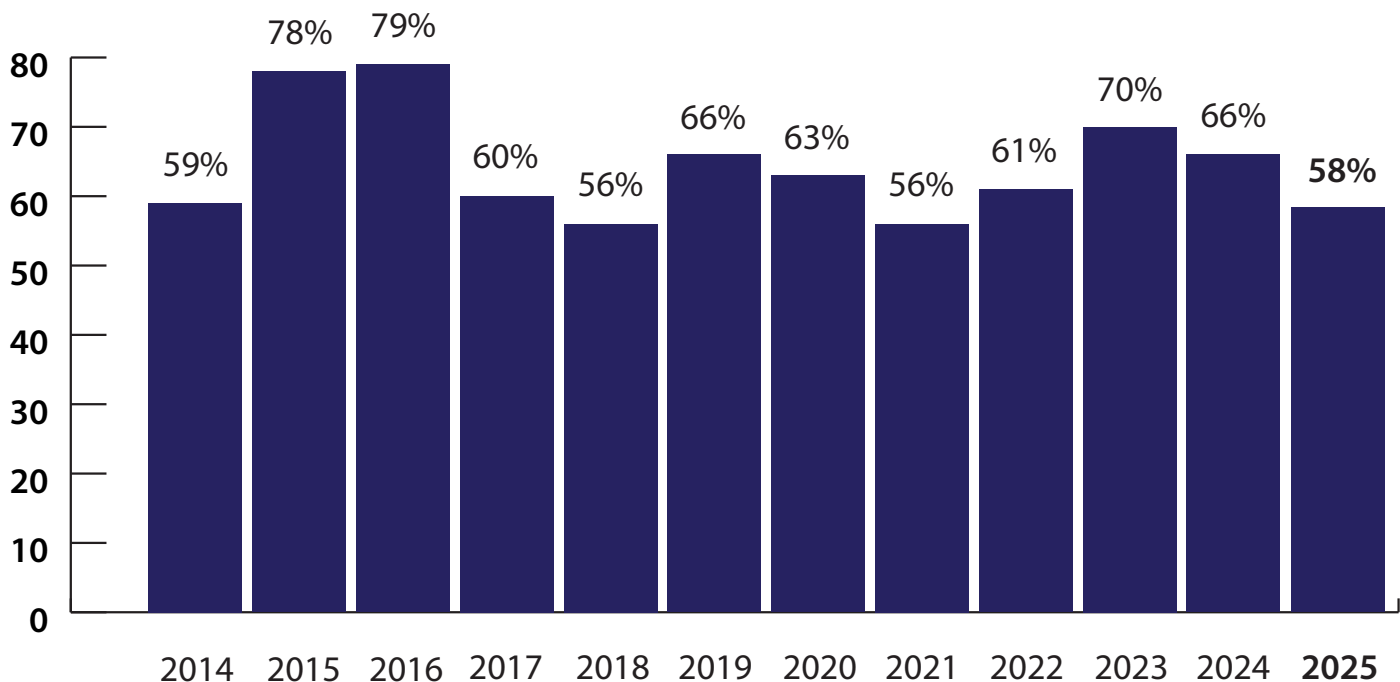
5. Weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań

5.1 WYNIKI WERYFIKACJI

Wnioski w ramach tegorocznej edycji SBO można było składać do 20 marca, a publikacja wyników weryfikacji miała miejsce 12 września. Oznacza to, że urząd miał prawie 6 miesięcy na analizę projektów i wydanie opinii. W porównaniu do innych polskich miast to stosunkowo długi okres, choć trzeba zwrócić uwagę, że w tym roku w porównaniu do ubiegłego był on skrócony o około 2 tygodnie. W dużej mierze tak duża ilość czasu na weryfikację w Szczecinie spowodowana jest dość skomplikowaną procedurą, w którą zaangażowane są dwa ciała społeczne, co jest niespotykane w innych polskich miastach. Więcej będzie o tym mowa w podrozdziale dotyczącym Rady ds. Budżetu Obywatelskiego i Komisji Odwoławczej.

W obecnej edycji, mieszkańcy zgłosili łącznie 210 projektów, w tym 178 projektów lokalnych oraz 32 projekty w obszarze Zielonego SBO. Ostatecznie, po procesie weryfikacji, na liście do głosowania znalazło się 121 projektów (58% złożonych). Jak widać na wykresie 9, to o 8% mniej niż w ubiegłym roku. Porównując jednak odsetek wniosków, które ostatecznie trafiają na listę do głosowania od początku funkcjonowania SBO, jest on w każdym roku zbliżony i waha się w przedziale od 56 do 70 procent. Wyjątkami były tu edycje 2015 i 2016, kiedy do głosowania zakwalifikowano znacznie większy odsetek złożonych wniosków, bo odpowiednio 78% i 79%.

Wykres 9: Odsetek wniosków, które trafiły na listę do głosowania w edycjach 2014 - 2025



W części polskich miast moment ogłoszenia wyników weryfikacji często jest wykorzystywany przez lokalne media do ataków na urząd za duży procent odrzuconych wniosków mieszkańców. Na podstawie analizy mediów lokalnych i regionalnych można stwierdzić, że w Szczecinie taka sytuacja nie miała miejsca. Ogłoszenie wyników weryfikacji nie wzbudziło dużych emocji czy kontrowersji, a wszystkie media, do których udało się dotrzeć, ograniczyły się do podania suchych informacji dotyczących liczby zadań, na które można będzie oddać głos oraz zachęcenia do głosowania.

5.2 DOŚWIADCZENIA PRZEDSTAWICIELI JEDNOSTEK WERYFIKUJĄCYCH

Projekty składane przez mieszkańców są przekazywane do jednostek weryfikujących na bieżąco. Biuro Dialogu Obywatelskiego, odpowiedzialne za weryfikację formalną, nie odkłada tego procesu na czas po zakończeniu naboru, lecz niezwłocznie przesyła wnioski do dalszego rozpatrzenia, co jest dobrze odbierane przez przedstawicieli jednostek zajmujących się weryfikacją merytoryczną.

Decyzja, które projekty trafiają do dalszej analizy do odpowiednich jednostek, zależy od wyników weryfikacji formalnej:

„Projekty są przez nas sprawdzane na początku w ramach weryfikacji formalnej, w kolejności, w jakiej trafiają. Już na wstępnym etapie naboru, gdy tylko pojawią się pierwsze projekty, natychmiast je sprawdzamy i selektywnie przesyłamy dalej do wydziałów, które zajmują się weryfikacją merytoryczną. W zależności od wyników weryfikacji formalnej, projekty trafiają dalej w takiej kolejności, w jakiej zostały ocenione”.

Projekty, które zostały pozytywnie zweryfikowane wstępnie i formalnie, są następnie grupowane i wysyłane do zastępców prezydenta. Ci zapoznają się z projektami na podstawie przygotowanego skrótu i podejmują decyzję, która jednostka organizacyjna ma się zająć ich weryfikacją merytoryczną:

„Projekt zweryfikowany pozytywnie w weryfikacji merytorycznej wstępnej (czyli z potwierdzoną lokalizacją i działkami) oraz formalnie (czyli ze wszystkimi wymaganymi dokumentami i zgodnością z regulaminem) jest następnie zbierany razem z innymi projektami w grupy, na przykład po 15 lub 20 projektów. Projekty te są wysyłane do zastępców prezydenta, którzy zapoznają się ze skrótem treściowym przygotowanym przez nas, zawierającym szczegóły dotyczące projektu oraz miejsca jego realizacji. Na podstawie tego, oraz wyników weryfikacji wstępnej, prezydenci podejmują decyzję, która jednostka merytoryczna przeprowadzi ostateczną weryfikację końcową”.

W procesie rozpatrywania wniosków istnieją jasno określone limity czasowe, które są zależne od przyjętego uchwałą harmonogramu miesięcznego. Każdy etap procesu weryfikacji i opiniowania ma przypisany konkretny czas, w którym należy wykonać poszczególne zadania. Jednostki odpowiedzialne za realizację projektów mają wyznaczone terminy na procedowanie projektów oraz na ich zakończenie i podsumowanie. W przypadku, gdy projekt trafia do opiniowania, także obowiązuje określony termin na zapoznanie się z projektem:

„W wydziale, gdy otrzymujemy projekty do realizacji, jest określony termin na ich przeprocedowanie oraz zakończenie i podsumowanie. Jeśli projekt trafia do nas do opiniowania, również istnieje ustalony termin, w którym musimy się z tym zapoznać. Terminy te wynikają zazwyczaj z zarządzeń, więc nie ma żadnych wątpliwości ani problemów – są one narzucone konkretnie. Trzymamy się tych terminów i staramy się realizować te zadania w wyznaczonym czasie”.

„W naszym przypadku, projekty, które realizowaliśmy i które otrzymywaliśmy, nie sprawiały problemów. Oczywiście bywamy zależni od innych wydziałów, zwłaszcza gdy wysyłamy zapytania i czekamy na ich odpowiedzi czy ustosunkowanie się do naszych kwestii. Niemniej jednak, nigdy nie mieliśmy z tym większych trudności. Wydaje mi się, że w naszym przypadku terminy są odpowiednio dostosowane – ani zbyt krótkie, ani zbyt długie”.

Wydziały starają się realizować zadania w wyznaczonych ramach czasowych, jednak czasami, zwłaszcza pod koniec weryfikacji, terminy bywają napięte:

„Pod koniec weryfikacji terminy bywają już dosyć krótkie, co prowadzi do sytuacji, w których oczekujemy na opinię, na przykład od Konserwatora Zabytków. W takich przypadkach terminy pomiędzy otrzymaniem opinii od innych jednostek a naszym odniesieniem się do nich bywają bardzo krótkie. Czasami mamy zaledwie dwa lub trzy dni na zapoznanie się z opinią innej jednostki i dokonanie niezbędnej weryfikacji”.

Częstym zabiegiem podczas składania projektów jest zmiana jego lokalizacji. Proces ten wiąże się z kolejnym opiniowaniem przez różne wydziały, co może zwiększyć obciążenie i prowadzić do presji czasowej.

„Zmiana lokalizacji projektu powoduje konieczność ponownego opiniowania przez inne wydziały, a bardzo często zmiana ta jest wnioskowana przez autorów projektu na ostatnią chwilę. Zwykle dzieje się to, gdy po otrzymaniu sygnału, że realizacja w pierwotnej lokalizacji jest niemożliwa, zaczynają oni gorączkowo poszukiwać nowej lokalizacji. Takie zmiany prowadzą do nawarstwienia pracy, co staje się realnym problemem. Jeśli daną kwestię mogą zaopiniować trzy osoby w urzędzie, a projektów jest kilkadziesiąt i w kilku z nich zmieniają się lokalizacje, pojawia się wyzwanie związane z czasem i obciążeniem. Ale, jak mówię, w jakiś sposób sobie z tym radzimy”.

Wskazuje się również, że zmiany lokalizacji projektów powinny być zgłaszane w wcześniejszym etapie procesu weryfikacji, by zminimalizować wpływ na terminy.

„Ostateczny moment, w którym autor projektu może wnioskować o zmianę lokalizacji, powinien być dalej w czasie, w stosunku do końca weryfikacji.”

Współpraca z wnioskodawcami w procesie budżetu obywatelskiego wymaga elastyczności i zaangażowania ze strony urzędników. Pomimo regulaminowych ograniczeń, starają się oni wspierać mieszkańców w realizacji ich pomysłów:

„W naszym przypadku wnioskodawca ma prawo do jednej zmiany lokalizacji. Jednak w praktyce bywa tak, że osoby składające wnioski, zwłaszcza starsze, nie mają dostępu do geoportalu i zdarza się, że przychodzą do urzędnika wielokrotnie, pytając o możliwość zmiany lokalizacji. W takich sytuacjach nie odrzucamy ich próśb. Naszą rolą jest znalezienie rozwiązania i umożliwienie realizacji projektu, jeśli uznajemy go za sensowny”.

Wnioskodawcy mają określony czas na poprawę projektów, co również wpływa na współpracę.

„Wnioskodawca ma regulaminowe 4 dni i z reguły odnosi się to do sytuacji, w której wnioskodawca otrzymuje propozycję poprawy na dowolnym etapie weryfikacji. Wówczas ma on możliwość zaakceptowania tej propozycji lub jej odrzucenia. Choć termin regulaminowy wydaje się być bardzo sztywny, nie ukrywam, że bywa to różnie. Staramy się jednak czasami spojrzeć na ten termin z nieco większą elastycznością”.

Pytani o problemy związane z weryfikacją, urzędnicy którzy brali udział w fokusie wskazywali na zbyt duże kompetencje Komisji Odwoławczej, o czym będzie mowa w kolejnym podrozdziale. Jeden z rozmówców przytoczył także inny problem, który poruszany był także w trakcie ubiegłorocznej weryfikacji:

„Nie powinno być moim zdaniem sytuacji, gdy projekty przewidują realizację takich zadań, które później generują koszty ze strony urzędu. Przykładem może być projekt zakupu wozu strażackiego

na potrzeby ochotniczej straży pożarnej. Problem jest taki, że to jest podmiot prywatny i my tego wozu nie możemy przekazać i on wisi niejako na naszym wydziale do momentu, kiedy nie zostanie zamortyzowany. A z tym wiążą się koszty utrzymania tego wozu, jego ubezpieczenia itp. Nie mówiąc już o tym, co by się stało, gdyby ten wóz miał jakiś wypadek. A to jest tylko jeden projekt, a takich przykładów jest więcej”.

Na zakończenie warto jeszcze zwrócić uwagę na opinię przedstawicieli rad osiedli, z którymi prowadzono wywiady pogłębione. Choć nie są oni pracownikami jednostek prowadzących weryfikację, to mieli uwagi właśnie do tego etapu całej procedury SBO. Część rozmówców mówiła podczas rozmowy, że według nich rady są pomijane w procesie opiniowania projektów, mimo że to właśnie one mają najbliższy kontakt z mieszkańcami. Jak zauważa jedna z przewodniczących:

„Nie otrzymujemy do opiniowania projektów zgłaszanych na naszym osiedlu. Uważam, że byłoby to wskazane, ponieważ jako rada jesteśmy bliżej mieszkańców niż urząd”.

Inny rozmówca dodał, że włączenie ich w proces opiniowania mogłoby pomóc w szybszym wykluczeniu projektów nierealnych lub problematycznych.

„Opiniowanie ma kluczowe znaczenie – jego celem powinno być zidentyfikowanie projektów, które nie mają szans na realizację i ich odrzucenie już na wczesnym etapie, zanim trafią pod głosowanie. My w radach najlepiej wiemy, jak wygląda sytuacja na naszych osiedlach i myślę, że nasz głos powinien mieć tu duże znaczenie, a nikt nas o zdanie nie pyta”.

5.3 RADA DS. BUDŻETU OBYWATELSKIEGO I KOMISJA ODWOŁAWCZA

Szczeciński Budżet Obywatelski wyróżnia się na tle innych dużych miast w Polsce pod względem roli, jaką odgrywają ciała społeczne w procesie weryfikacji wniosków i rozpatrywania odwołań. W wielu miastach, takich jak Częstochowa, Katowice, Poznań czy Warszawa, na tym etapie w ogóle nie angażuje się ciał społecznych, a odwołania od decyzji trafiają bezpośrednio do organu wykonawczego. W innych tego typu ciała społeczne funkcjonują, ale mają one funkcję opiniodawczą i doradczą, a ostateczna decyzja leży w gestii burmistrza czy prezydenta.

W Szczecinie natomiast, zgodnie z § 19 ust. 1 regulaminu, projekty po weryfikacji w urzędzie są przekazywane do rozpatrzenia przez Radę ds. Budżetu Obywatelskiego. Jeśli projekt zostanie odrzucony przez Radę, jego autorzy mają prawo odwołać się do Komisji Odwoławczej (§ 20 ust. 1). Decyzje podejmowane przez te ciała są ostateczne. Oznacza to, że jeśli Rada lub Komisja zdecydują o dopuszczeniu projektu do głosowania, to zostanie on poddany pod głosowanie, nawet jeśli wcześniej został negatywnie oceniony przez pracowników jednostek weryfikujących.

Choć sama idea Rady wydaje się potrzebna i cenna, jej funkcjonowanie pozostawia wiele do życzenia. Niektórzy członkowie dostrzegają w niej narzędzie do konstruktywnego dialogu, które ma na celu rozwiązanie problemów pojawiających się w trakcie weryfikacji projektów. Jak opisuje jeden z członków:

„Wydaje mi się, że jest to organ, który jest potrzebny, żeby wysłuchać mieszkańców, autorów projektów, podyskutować z nimi i wskazać im jakiś sposób rozwiązania ewentualnych problemów.”

Jednak inni wyrażają bardziej krytyczne opinie, twierdząc, że rola Rady została znacznie ograniczona, a ich głos jest często pomijany. Zdarzają się też takie opinie:

„Myślę, że my jesteśmy zbędni. Jesteśmy bardzo mało wysłuchiwani”.

Co ciekawe, nie wszyscy przedstawiciele Rady mieli pełną wiedzę na temat jej kompetencji, co może być związane z tym, że niektóre osoby bardzo rzadko brały udział w jej posiedzeniach. Większość rozmówców podkreślało, że największą kompetencją Rady jest możliwość dopuszczenia do głosowania wniosku odrzuconego wcześniej w trakcie weryfikacji prowadzonej w urzędzie. Jedną z rozmówczyń była jednak innego zdania:

“My nie możemy przywrócić wniosku do głosowania. Jedyne, co możemy zrobić, to odesłać go z powrotem do jednostki weryfikującej, a jeśli ta podtrzyma swoje negatywne zdanie, to my już nie mamy nic do gadania”.

Przedstawiciele Rady, z którymi rozmawiano, mieli także uwagi do współpracy z urzędnikami zajmującymi się weryfikacją, a przede wszystkim do tego, że nie pojawiają się oni na wszystkich posiedzeniach tego ciała:

“Często na naszych posiedzeniach nie ma żadnej osoby z wydziału zajmującego się weryfikacją jakiegoś wniosku lub jest jakaś osoba, która jednak nie zajmowała się tym wnioskiem bezpośrednio i często nie ma na jego temat nic do powiedzenia. To powoduje, że tak naprawdę te spotkania nie ma wtedy większego sensu, bo nie mamy z kim rozmawiać czy dopytać się o jakieś rzeczy”.

“My pracujemy w Radzie społecznie i poświęcamy na to wiele popołudni. Zdaję sobie sprawę, że to się odbywa po godzinach pracy urzędu, ale to powinno być tak zorganizowane, żeby urzędnicy zawsze byli na spotkaniu, a teraz jest niestety odwrotnie”.

Wątek ten został poruszony także w trakcie spotkania fokusowego z urzędnikami, którzy nie do końca zgadzają się z opinią przedstawicieli Rady:

„Delegujemy zawsze jedną osobę. Wiadomo, że nie wszyscy weryfikatorzy są dostępni, ponieważ spotkania odbywają się już po godzinach pracy urzędu. Zwykle delegujemy jedną osobę, która zna temat, nawet jeśli sama go nie prowadziła, ponieważ weryfikator przekazuje jej informacje. Taka osoba wypowiada się na temat, który jest jej przekazany”.

„Jest to obowiązek, żeby weryfikatorzy się pojawili na posiedzeniu Rady i w ciągu ostatnich dwóch lat jest duży wzrost uczestnictwa urzędników”.

Największe kontrowersje w całym systemie SBO budzi Komisja Odwoławcza, która jest ciałem odwoławczym od decyzji Rady. To właśnie do Komisji Odwoławczej należy ostateczna decyzja, czy jakiś projekt trafi czy nie na listę do głosowania. Jak mówi jedna z przewodniczących rady osiedla:

„Komisja odwoławcza, złożona głównie z radnych miejskich, podejmuje absurdalne decyzje, dopuszczając do głosowania wnioski, które zostały negatywnie zaopiniowane przez ekspertów. Przykładem jest wniosek o ograniczenie prędkości na ulicy, gdzie już obowiązywało ograniczenie do 40 km/h”.

Także większość przedstawicieli Rady ds. Budżetu Obywatelskiego, z którymi rozmawiano, miała do działania Komisji dużo zastrzeżeń:

„My się pochylamy nad wszystkimi wnioskami, które do nas trafiają, robimy wszystko, żeby je przywrócić, ale nie zawsze się to da. A to potem trafia do Komisji Odwoławczej i ta podejmuje decyzję, żeby część z tych wniosków wpisać na listę do głosowania. Najgorsze jest, jak te wnioski potem wygrywają, bo one są niemożliwe do realizacji i tylko wszyscy się tym frustrują”.

Zdaniem urzędników członkowie Komisji Odwoławczej nie dysponują odpowiednią wiedzą, co skutkuje decyzjami o dopuszczeniu do głosowania wniosków, które są trudne lub wręcz niemożliwe do realizacji:

„Wydaje mi się, że nie ma tam żadnych specjalistów od prawa miejscowego, a mimo to mówią, że projekt jest fajny, ale my wiemy, że w tym miejscu nie da się go zrealizować. Największym problemem naszego wydziału jest to, że projekt, który weryfikujemy jako niezgodny z planem miejscowym, czyli z obowiązującymi przepisami, jest dalej procedowany. Wiemy, że nawet jeśli taki projekt wygra, to i tak nie uzyska u nas w wydziale pozwolenia na budowę lub nie przyjmujemy zgłoszenia, co jest całkowitym nieporozumieniem”.

Obecny system, w którym Komisja Odwoławcza i Rada mogą decydować o włączeniu projektu na listę realizacyjną, budzi wiele kontrowersji. Urzędnicy proponują, by ograniczyć kompetencje tych organów, a nawet zlikwidować Komisję Odwoławczą:

„W mojej opinii Komisja Odwoławcza powinna zostać w całości zlikwidowana, a Rada ds. Budżetu Obywatelskiego powinna pełnić rolę organu opiniodawczego i rekomendującego, ale zdecydowanie bez kompetencji do wprowadzania projektu na listę. Taki system, jaki jest obecnie, powoduje straty po wszystkich stronach procesu”.

Prowadzi to do wielu negatywnych skutków. Projekty, które nie są możliwe do realizacji z powodów formalnoprawnych, trafiają na listę zadań do głosowania, co rodzi frustrację wśród wszystkich zaangażowanych stron. Autorzy projektów czują się rozczarowani, gdy ich pomysł, mimo wygranej w głosowaniu, nie zostaje zrealizowany. Mieszkańcy, którzy głosowali na projekt, są zawiedzeni brakiem obiecanych inwestycji i kierują pretensje do władz Miasta. Prezydent oraz urząd stają w obliczu niemożności realizacji zadania, które zostało wprowadzone do budżetu, co negatywnie wpływa na ich wizerunek:

„Gdy projekt jest negatywnie zweryfikowany w urzędzie, ale mimo to trafia na listę, np. przez Komisję Odwoławczą lub Radę do spraw Budżetu Obywatelskiego, zostaje, jak każde inne zadanie gminy, wcielony do budżetu. Zgodnie z artykułem 5a ustawy o samorządzie gminnym mamy obowiązek jego realizacji. Jednak nie zawsze jesteśmy w stanie to zrobić, np. kiedy nie możemy wydać pozwolenia na budowę. (...) Mamy więc jedno wielkie koło problemów, a w tym wszystkim są Rada do spraw Budżetu Obywatelskiego i Komisja Odwoławcza, które nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za podjęte decyzje” – stwierdza z żalem jeden z urzędników.

Kolejnym problemem, na który wskazywali rozmówcy w trakcie prowadzonej ewaluacji, jest obecny skład Komisji Odwoławczej, która składa się głównie z przedstawicieli Komisji ds. Skarg, Wniosków i Petycji Rady Miasta Szczecin. Nawet te osoby, które uważały, że to ciało pełni ważną funkcję i powinno zostać zachowane, wskazywały na to, że jego skład powinien w kolejnych edycjach ulec zmianie. Jeden z członków Rady ds. Budżetu Obywatelskiego proponuje, by Komisja Odwoławcza została zreorganizowana, a jej skład nie obejmował radnych miejskich:

„Uważam, że sama idea Komisji Odwoławczej jest dobrą ideą, natomiast jej struktura powinna zostać zmieniona. To, że takie ciało istnieje, jest w porządku, ale uważam, że powinno mieć inną formę i przede wszystkim nie powinni w nim zasiadać radni miejscy.”,

„Powinniśmy rozszerzyć skład Komisji Odwoławczej – nie powinni w niej zasiadać wyłącznie radni. Powinna to być sprawa społeczna, w której bierze udział szersze grono osób reprezentujących różne perspektywy” – wtórowała przedstawicielka rady osiedla.

Sami członkowie Komisji Odwoławczej w trakcie rozmowy bronili idei funkcjonowania tego ciała.

„Uważam, że komisja odwoławcza jest niezbędna, ponieważ w każdym systemie istnieje możliwość odwoływania się od decyzji. Dzięki Komisji projekty, które były skazane na porażkę, udało się przywrócić do głosowania”,

„Rada i Komisja to jest dwustopniowy system, tak jak w sądach. Zachowana tu jest jakaś zasada”,

„Zdarzały się projekty, które były odrzucane przez urząd miasta z powodów, które w rzeczywistości nie miały solidnych podstaw. Dzięki Komisji Odwoławczej możliwe było przywrócenie tych inicjatyw na właściwe tory i danie im szansy, by trafiły pod głosowanie”.

Co ciekawe, zgodzili się jednak z zarzutami, że obecny skład Komisji wymaga zmian, gdyby te ciało miało w kolejnych edycjach nadal funkcjonować.

“Rzeczywiście dobrze by było, gdyby w Komisji, poza radnymi jak obecnie, zasiadali także przedstawiciele innych grup społecznych, np. wnioskodawców czy członków rad osiedli”,

“Komisja zdecydowanie powinna nadal działać i mieć te same kompetencje co obecnie, ale co do jej składu, to nie widzę przeszkód, żeby został rozszerzony o osoby reprezentujące jakieś inne ciała”.

6. Głosowanie

6.1 PROMOCJA PROJEKTÓW NA ETAPIE GŁOSOWANIA

Z analizy przeprowadzonych wywiadów pogłębionych z wnioskodawcami wynika, że social media, zwłaszcza Facebook, wciąż pozostają narzędziem najczęściej wykorzystywanym przez autorów do zachęcania mieszkańców do głosowania na ich projekty. Dla niektórych rozmówców, z uwagi na ograniczenia czasowe i/lub finansowe, była to jedyna forma promocji, na jaką mogli sobie pozwolić.

Wnioskodawcy mieli różne pomysły na wykorzystywanie mediów społecznościowych. Jedna osoba w trakcie wywiadu przekonywała, że skuteczną metodą było korzystanie z grup osiedlowych na Facebooku. Jak wspominała, publikowanie postów ze zdjęciami i opisami projektu oraz aktywne proszenie mieszkańców o głosy nie tylko przyciągało uwagę, ale także zachęcało ludzi do angażowania się i wspierania inicjatywy, często poprzez komentarze i dalsze rekomendacje:

“Najważniejsze były grupy osiedlowe na Facebooku. Pisałem tam posty, wrzucałem zdjęcia, opisywałem, dlaczego projekt jest ważny, i prosiłem mieszkańców o głosy. Ludzie czasem komentowali, a nawet zachęcali innych”.

Kolejny rozmówca podzielił się inną metodą na wzrost zainteresowania swoimi postami:

“Udostępniałem plakaty w postach i tagowałem znajomych, żeby pomogli dotrzeć do większej liczby osób. Czułem, że Facebook to najlepsza opcja na szybki efekt”.

Część rozmówców podczas wywiadu wspominało także, że w promocji swoich projektów korzystali z ulotek i plakatów z elementami graficznymi SBO, które były udostępniane przez urząd:

“Wykorzystaliśmy ulotki i plakaty, które udostępnił urząd”,

“Dzięki plakatom i ulotkom z grafiką SBO łatwiej było dotrzeć do mieszkańców. Mogłam porozwieszać je po okolicy i powrzucać do skrzynek”.

Ważnym, a często kluczowym elementem promocji projektu w ramach budżetu obywatelskiego są rozmowy z sąsiadami czy innymi osobami mieszkającymi w najbliższej okolicy. Dzięki temu można dotrzeć bezpośrednio do osób, które najbardziej skorzystają z realizacji pomysłu. Bezpośrednie rozmowy budują zaufanie i umożliwiają wyjaśnienie, dlaczego projekt jest ważny oraz jak może poprawić jakość życia w najbliższym otoczeniu. Taka forma kontaktu pozwala też na natychmiastową wymianę opinii, rozwianie wątpliwości i zaangażowanie ludzi, którzy dzięki osobistemu podejściu są bardziej skłonni do głosowania i dalszego promowania inicjatywy wśród swoich znajomych. Dodatkowo rozmowy wzmacniają poczucie wspólnoty i pokazują, że projekt ma realne poparcie lokalne, co zwiększa jego szanse na sukces. Nie może więc dziwić, że spora grupa autorów wniosków, poza mediami społecznościowymi, starała się je promować właśnie w taki sposób:

“Chodziłam po sąsiadach, rozmawiałam z ludźmi na osiedlu, tłumaczyłam, na czym polega mój projekt i jak mogą zagłosować. To była taka poczta pantoflowa – ktoś powiedział znajomym, potem oni swoim i w ten sposób wiadomość się rozchodziła”,

“Rozmawiałem z ludźmi w klatkach schodowych i na osiedlu. Wyjaśniałem, co chcę zrobić, i zachęcałem do głosowania. Sąsiedzi pytali o szczegóły, a później sami polecali projekt innym. To była najlepsza forma promocji – bezpośredni kontakt, mimo że trochę czasochłonna”.

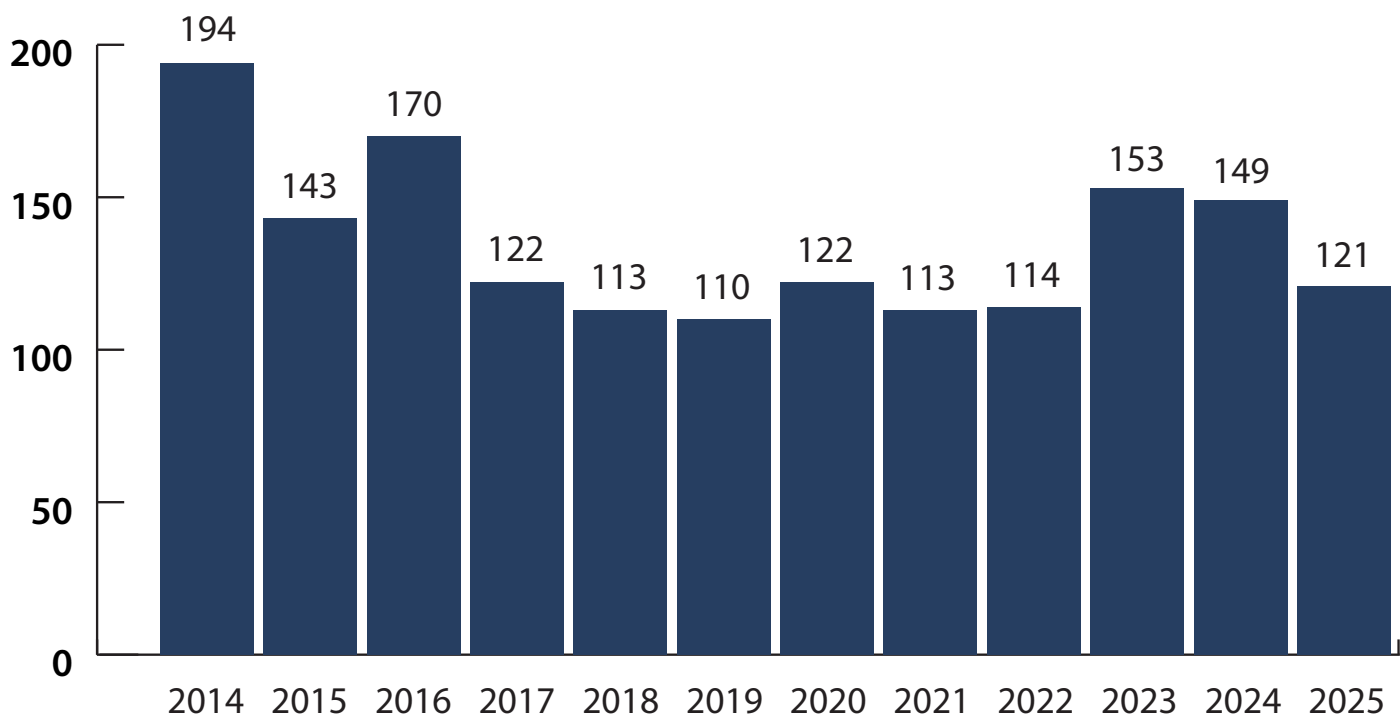
Niektórzy rozmówcy uczestniczyli w bezpłatnych warsztatach organizowanych w ramach Akademii SBO, które miały na celu pomoc wnioskodawcom w przygotowaniu i realizacji kampanii promujących ich projekty. Ci, którzy z tego wsparcia skorzystali, byli z niego zadowoleni i oceniali je wysoko:

“Akademia SBO to świetna okazja, żeby dowiedzieć się, jak dobrze przygotować się do głosowania. Warsztaty były pełne praktycznych porad, które mi samemu nigdy by nie przysły do głowy i bardzo pomogły w zwiększeniu zasięgów mojej kampanii”.

6.2 GŁOSOWANIE MIESZKAŃCÓW NA PROJEKTY

Głosowanie mieszkańców odbyło się w dniach od 1 do 16 października. W tej edycji do głosowania zakwalifikowano 121 projektów, w tym 103 projekty lokalne oraz 18 w ramach „Zielonego SBO”. To o 28 projektów mniej niż w poprzednim roku i o 32 mniej w porównaniu z edycją 2023 (zob. wykres 10).

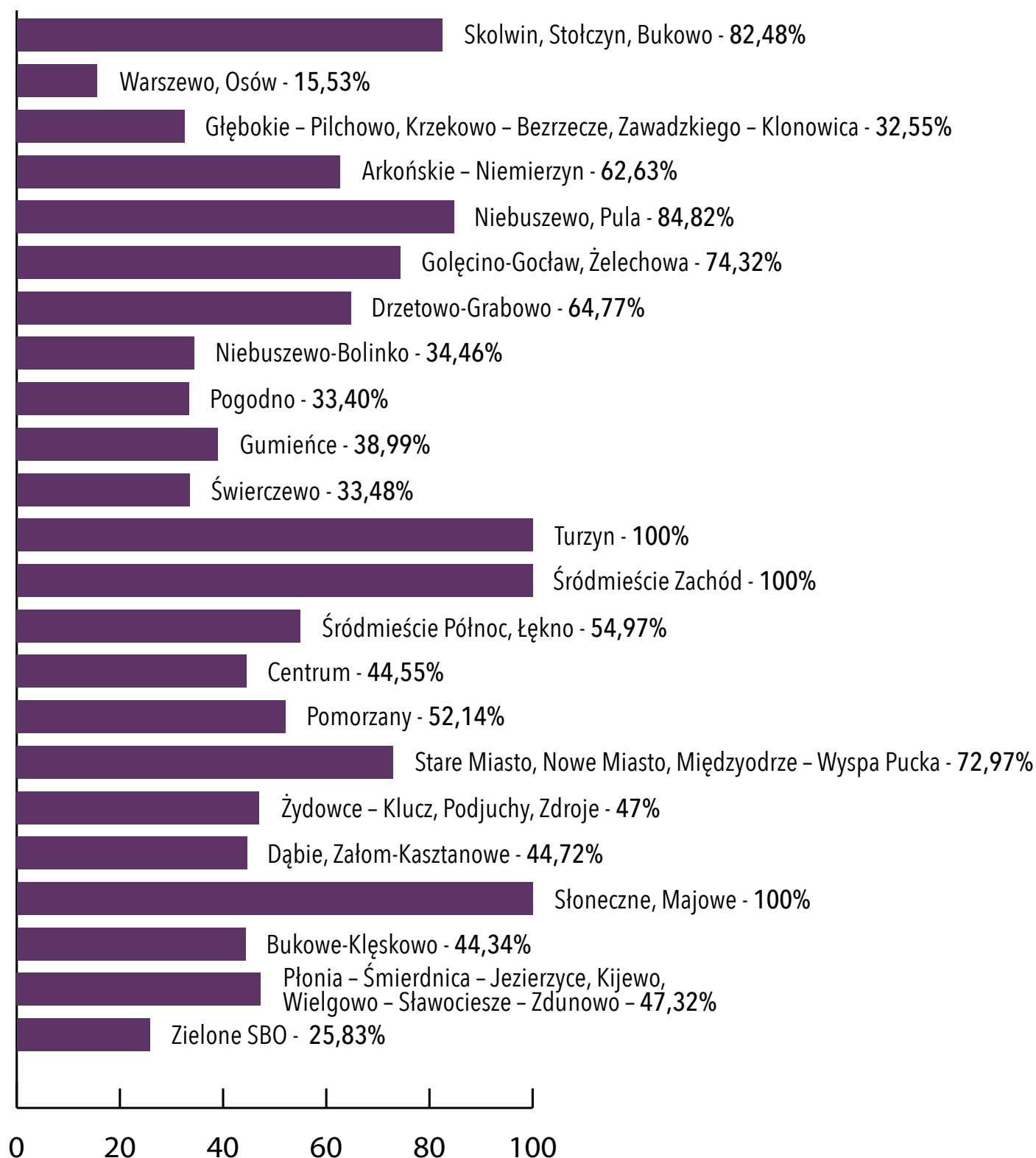
Wykres 10: Liczba projektów dopuszczonych do głosowania w edycjach 2014 - 2024



W głosowaniu mogli uczestniczyć wszyscy mieszkańcy miasta, bez względu na wiek czy miejsce zameldowania. Już po raz drugi proces głosowania odbywał się wyłącznie drogą elektroniczną, a każdy mieszkaniec dysponował dwoma głosami (jeden na projekty lokalne oraz jeden na zielone SBO). Osoby, które nie mogły oddać głosu samodzielnie, mogły skorzystać z pomocy asystentów w siedzibie Urzędu Miasta Szczecin. Pomoc była dostępna w godzinach pracy urzędu, a w szczytowych etapach głosowania do godziny 18.00 odbywały się telefoniczne dyżury. Wsparcie w głosowaniu elektronicznym oferowała również Akademia SBO, prowadzona przez Fundację "Możesz".

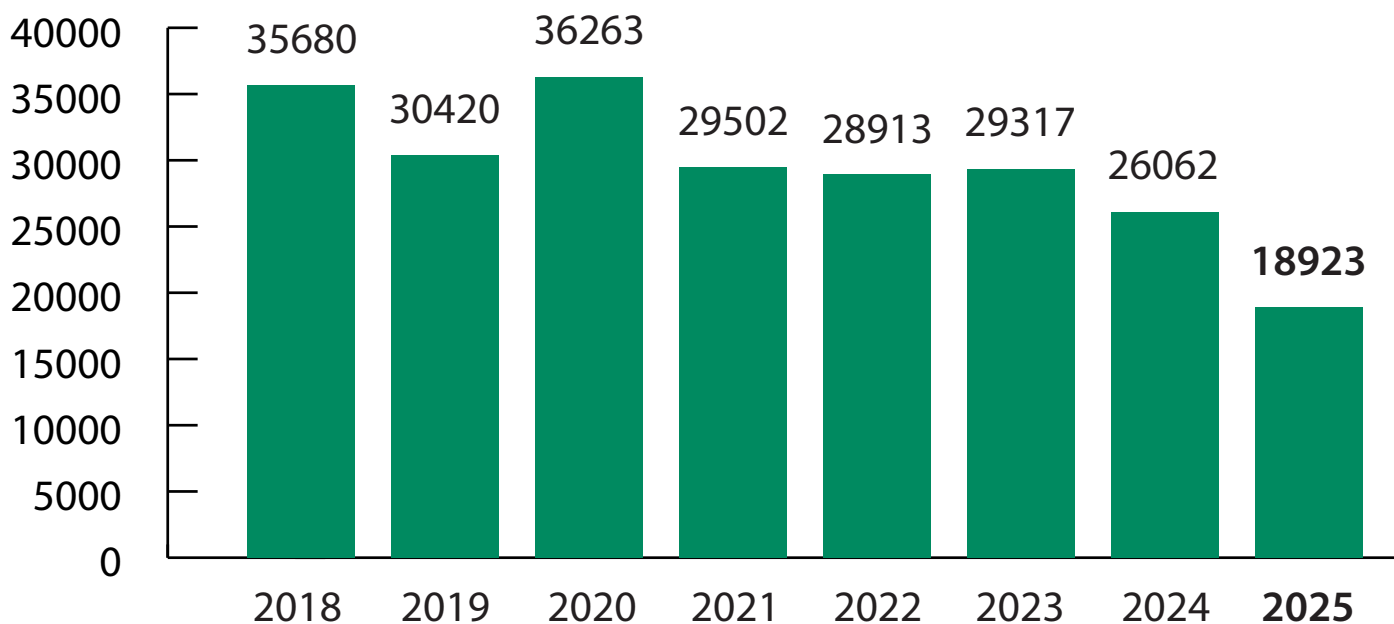
Podobnie jak w poprzednim roku, w ramach ewaluacji przeanalizowano odsetek osób, które głosowały na zwycięskie projekty, czyli tych, które były zadowolone z wyników głosowania. Jak pokazuje wykres 11, liczba ta różni się w zależności od obszaru, w którym oddano głos. W obszarze Turzyn oraz Słoneczne Majowe na liście do głosowania było tylko jedno zadanie, więc wszyscy głosowali na projekt, który od samego początku był zwycięski. Natomiast w obszarze Śródmieście Zachód zatwierdzono dwa projekty, jako że jednak oba mieściły się w puli środków, więc także nie mogły nie wygrać. Innymi obszarami, gdzie odsetek głosowania na zwycięskie projekty był duży to: Niebuszewo, Pula (84,82%) oraz Skolwin, Stołczyn, Bukowo (82,48%). Natomiast obszary z najmniejszym poparciem projektów, które wygrały to: Warszewo, Osów (15,53%). W przypadku Zielonego SBO, na projekty, które zostały wybrane do realizacji, oddało głos 25,83% uczestników głosowania.

Wykres 11: Liczba głosów oddanych na projekty wybrane do realizacji (w procentach)



W ciągu 15 dni w głosowaniu wzięło udział łącznie 18 923 mieszkańców, co stanowi 5,57% uprawnionych. Jak pokazuje wykres 12, jest to najniższa frekwencja w SBO w porównywalnym okresie ostatnich 8 lat. Spadek liczby głosujących jest sygnałem, że zainteresowanie mieszkańców tą formą partycypacji społecznej maleje i wskazuje na potrzebę głębszych zmian w organizacji całej procedury.

Wykres 12: Liczba osób, które wzięły udział w głosowaniu w SBO w edycjach 2018 - 2025



Osoby, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione, przedstawiały różne hipotezy na temat niższej frekwencji. Najczęściej podkreślano, że jest ona efektem zniechęcenia mieszkańców, którzy doświadczyli braku realizacji projektów wygranych w poprzednich edycjach, co stało się poważnym problemem:

“Ludzie nie wierzą już, że ich głos ma sens, bo projekty, które były wybrane, nie doczekały się realizacji. To powoduje, że coraz mniej osób angażuje się w głosowanie”,

“Denerwujące jest to, że projekty na które głosowaliśmy, nie zostały zrealizowane i dalej są na pierwszym etapie”.

Kilka osób wspomniało także o mało widocznej kampanii promocyjnej w trakcie etapu głosowania:

“Rozmawiałem z wieloma znajomymi, którzy w ogóle nie mieli pojęcia, że trwało już głosowanie i dowiedzieli się o tym ode mnie”,

“Tak jak na etapie składania wniosków widziałem jakieś informacje na mieście, tak podczas głosowania nie było praktycznie nic”.

Kolejnym problemem, o którym wspomniało kilku rozmówców, były informacje w mediach, które pojawiły się w trakcie głosowania, że wśród autorów projektów, na które można było oddać głos był także jeden z wiceprezydentów. Mówili oni, że nie jest to tylko problem samego wiceprezydenta, bo swoje wnioski złożyło także kilku radnych miejskich:

“Te upolitycznienie budżetu jest coraz większe i nie dziwię się, że ludziom się nie chce głosować”,

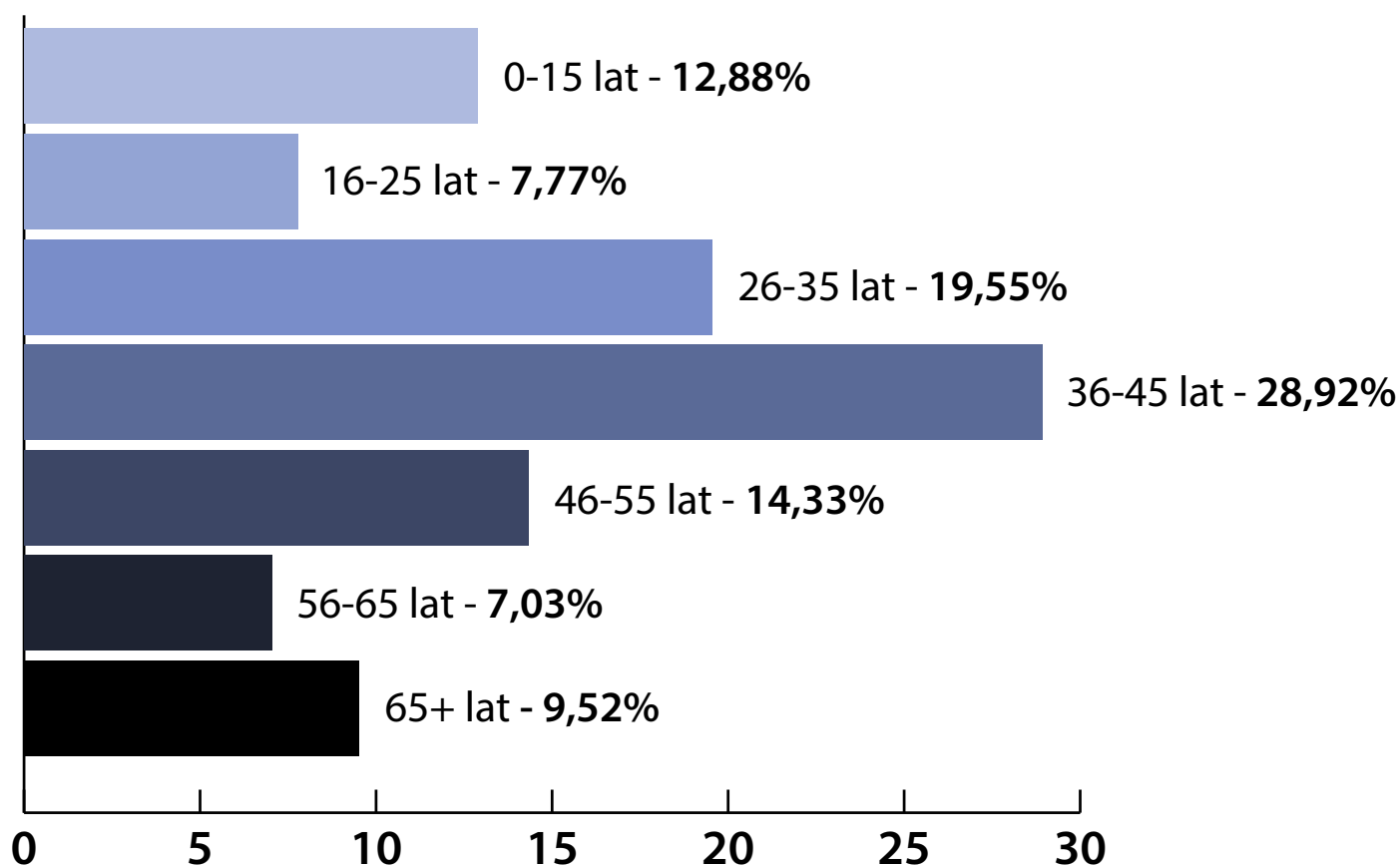
“Od lat wnioski składają radni, teraz jeszcze wiceprezydent. Kilku znajomych powiedziało mi, że nie będą głosować na mój projekt, bo nie chcą z tym wszystkim mieć nic wspólnego”.

Dwie osoby, z którymi rozmawiano, zwróciły także uwagę, że w tej edycji nie było żadnego projektu "lokomotywy", który zachęciłby do głosowania większą grupę mieszkańców:

"W tym roku nie było żadnego projektu, który pociągnąłby do głosowania większą grupę osób. Gdyby był jakiś projekt związany np. z Pogonią, to od razu byłoby znacznie więcej głosów".

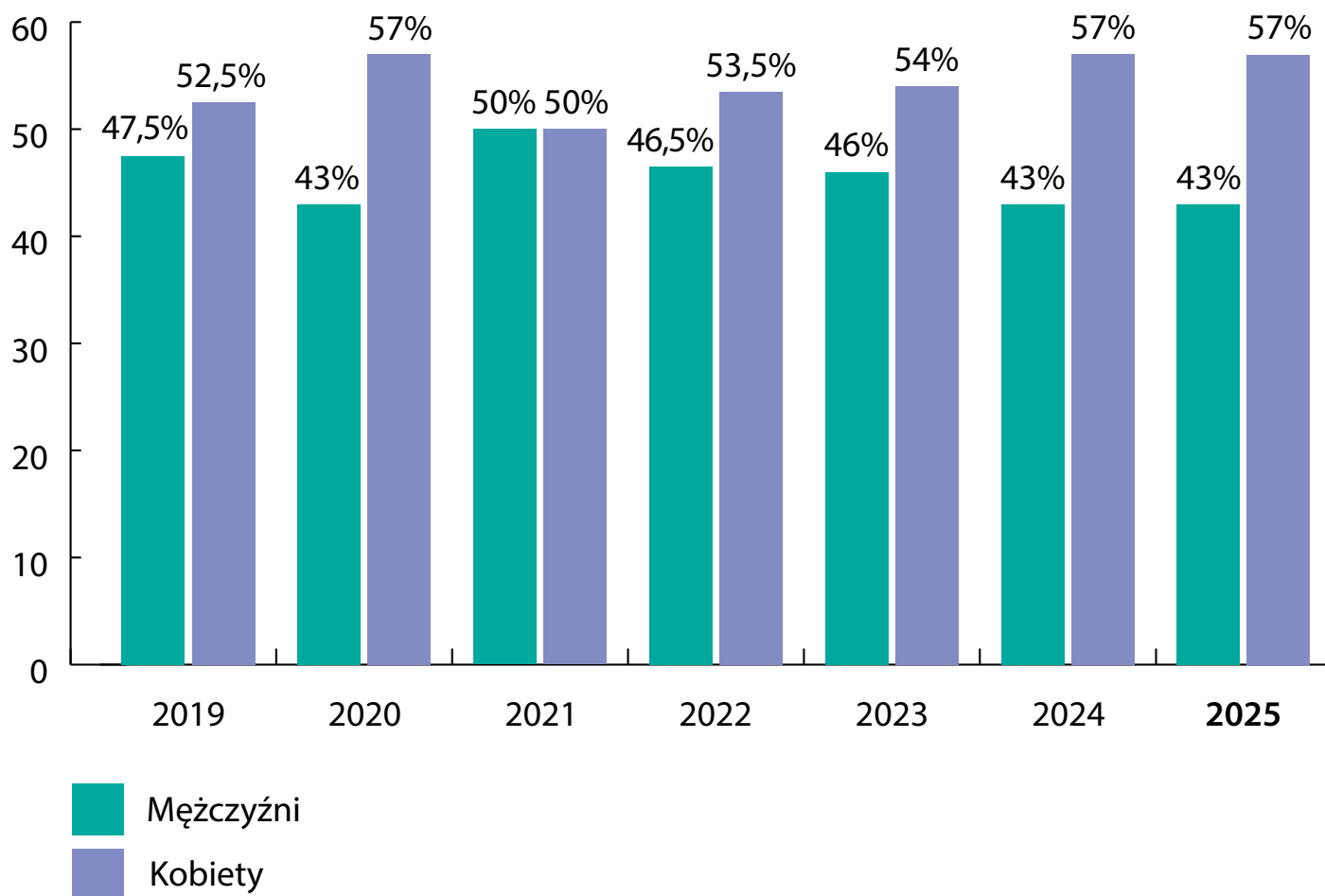
Tak jak w przypadku poprzedniej edycji oraz zgodnie z tendencją obserwowaną w innych miastach, najliczniejszymi grupami wiekowymi biorącymi udział w głosowaniu są osoby z przedziału wieku 36-45 oraz 26-35 lat, które stanowią prawie 49% głosujących. Pomimo dużej pracy wykonanej przez Akademię SBO, aby tę tendencję zmienić, w pozostałych przedziałach wiekowych liczba oddanych głosów jest zdecydowanie niższa. Można więc przyjąć tezę, że w SBO biorą udział głównie osoby w średnim wieku.

Wykres 13: Wiek osób głosujących (w procentach)



Podobnie jak w większości poprzednich edycji, które zostały poddane analizie, w głosowaniu uczestniczyły częściej kobiety (57%) niż mężczyźni (43%). Jedynym wyjątkiem jest tu edycja SBO 2021, kiedy liczba kobiet i mężczyzn w głosowaniu była jednakowa.

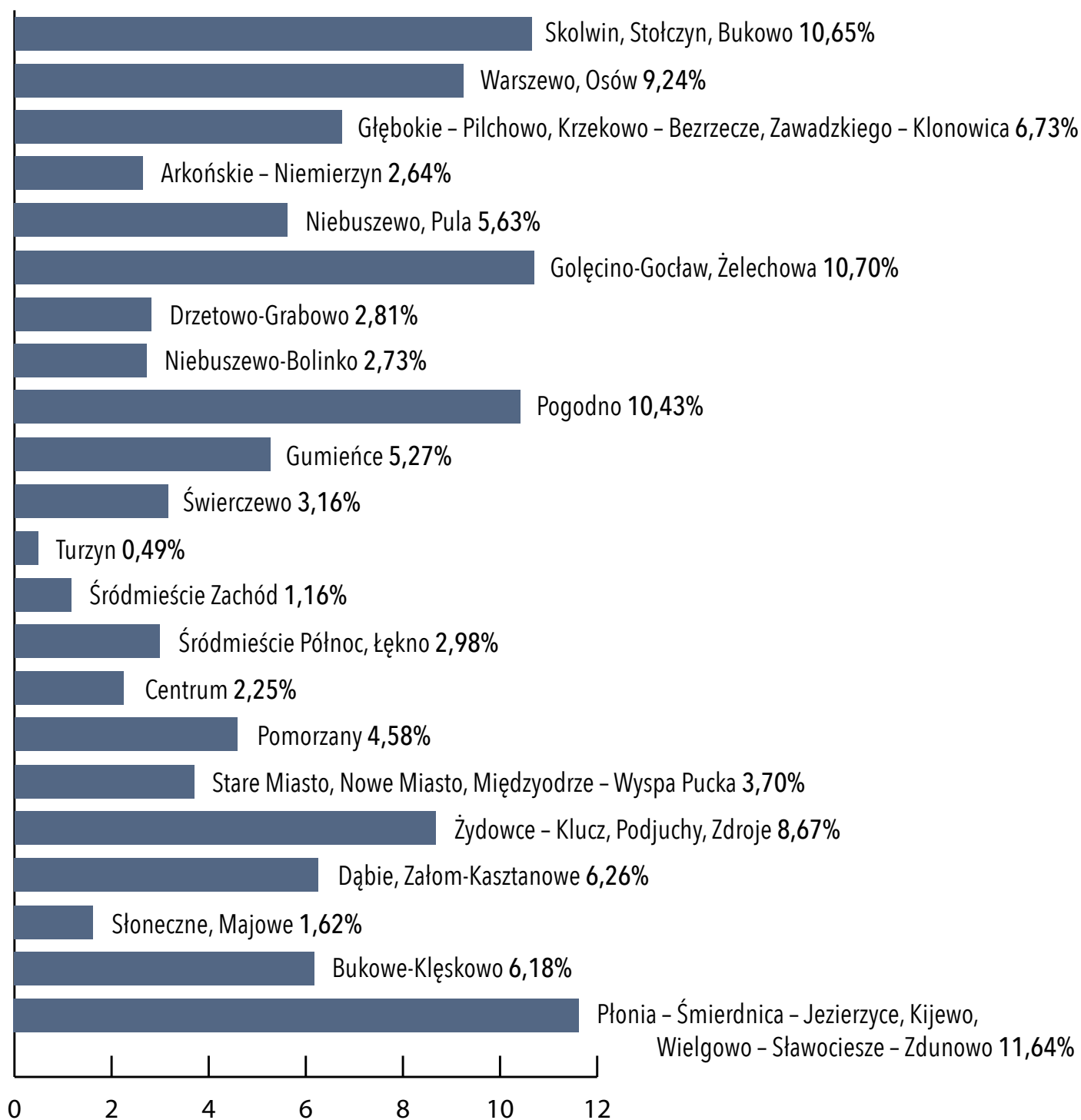
Wykres 14: Płeć osób głosujących (w procentach)



W ramach ewaluacji przeanalizowano także frekwencję w poszczególnych obszarach lokalnych. Jak pokazuje wykres 15, największą popularnością głosowanie cieszyło się w obszarze Płonia – Śmierdnica – Jezierzycy, Kijewo, Wielgowo – Sławocieszce – Zdunowo (11,64%). Ponad dziesięcioprocentowa frekwencja była jeszcze w dwóch obszarach: Gołęcino-Goćław, Żelechowa (10,7%) oraz Skolwin, Stołczyn, Bukowo (10,65%). Dla porównania, w ubiegłorocznej edycji najwyższą frekwencję odnotowano w obszarze Skolwin, Stołczyn, Bukowo, gdzie wyniosła ona 27%.

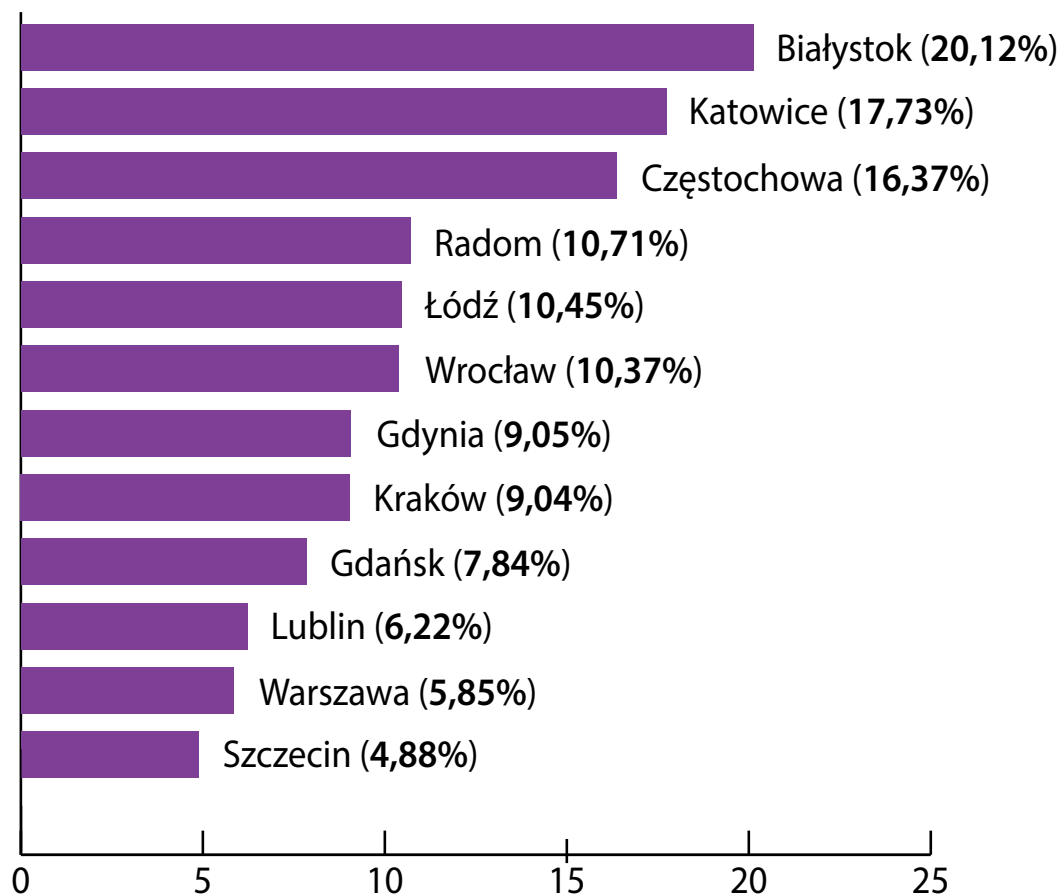
Z drugiej strony obszarami z najniższą frekwencją były Słoneczne, Majowe (1,62%), Śródmieście Zachód (1,16%) oraz Turzyn, gdzie głos oddało zaledwie 0,49% mieszkańców. Tak niskie uczestnictwo mieszkańców w głosowaniu w tych obszarach wynika z tego, że w dwóch z nich na liście znalazł się tylko jeden projekt, a w trzecim były dwa, ale łącznie nie przekraczały kwoty przeznaczonej na ten obszar, więc oba zostały wybrane. Jeśli więc w kolejnych latach urząd chciałby zwiększyć frekwencję w głosowaniu w tego typu obszarach, to trzeba zintensyfikować w nich działania w trakcie etapu składania wniosków, aby było ich złożonych więcej i/lub stworzyć limit poparcia wniosku w głosowaniu, żeby mógł on być oddany do realizacji. Ten drugi pomysł dodatkowo skończyłby z sytuacją, która ma miejsce obecnie, gdzie budżet obywatelski wygrywają zadania, na które zagłosowało po kilka czy kilkanaście osób (przykładowo wniosek "Poidelko dla mieszkańców i zwierząt na Pogodnie" został wybrany do realizacji, a zagłosowało na niego 8 osób).

Wykres 15: Frekwencja w głosowaniu w poszczególnych obszarach lokalnych



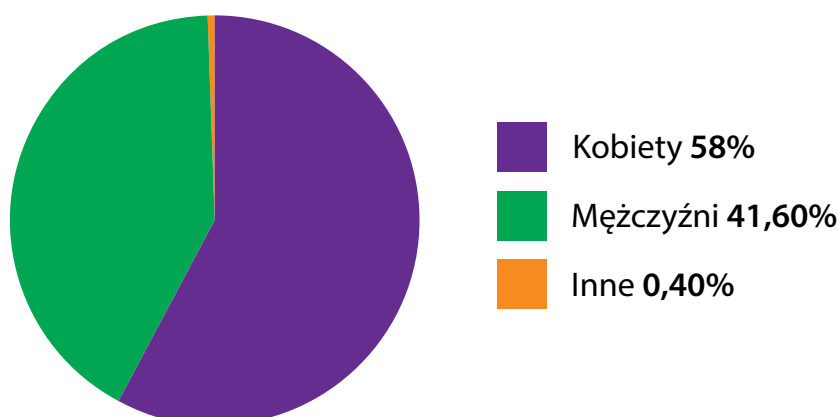
Na koniec warto porównać frekwencję w Szczecinie z innymi polskimi miastami liczącymi powyżej 200 tysięcy mieszkańców. Jak pokazuje wykres 16, zdecydowanym liderem w tym zestawieniu jest Białystok z frekwencją przekraczającą 20%. Kolejnymi miastami z wysoką frekwencją są Katowice, gdzie w głosowaniu wzięło udział prawie 18% mieszkańców oraz Kraków, gdzie wyniosła ona 16,37%. W pięciu kolejnych miastach frekwencja wyniosła od 9 do 11 procent. Szczecin, wśród dwunastu porównywanych miast, znalazł się na końcu zestawienia, z nieco niższą frekwencją niż w Warszawie (5,85%) i Lublinie (6,22%).

Wykres 16: Frekwencja w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców

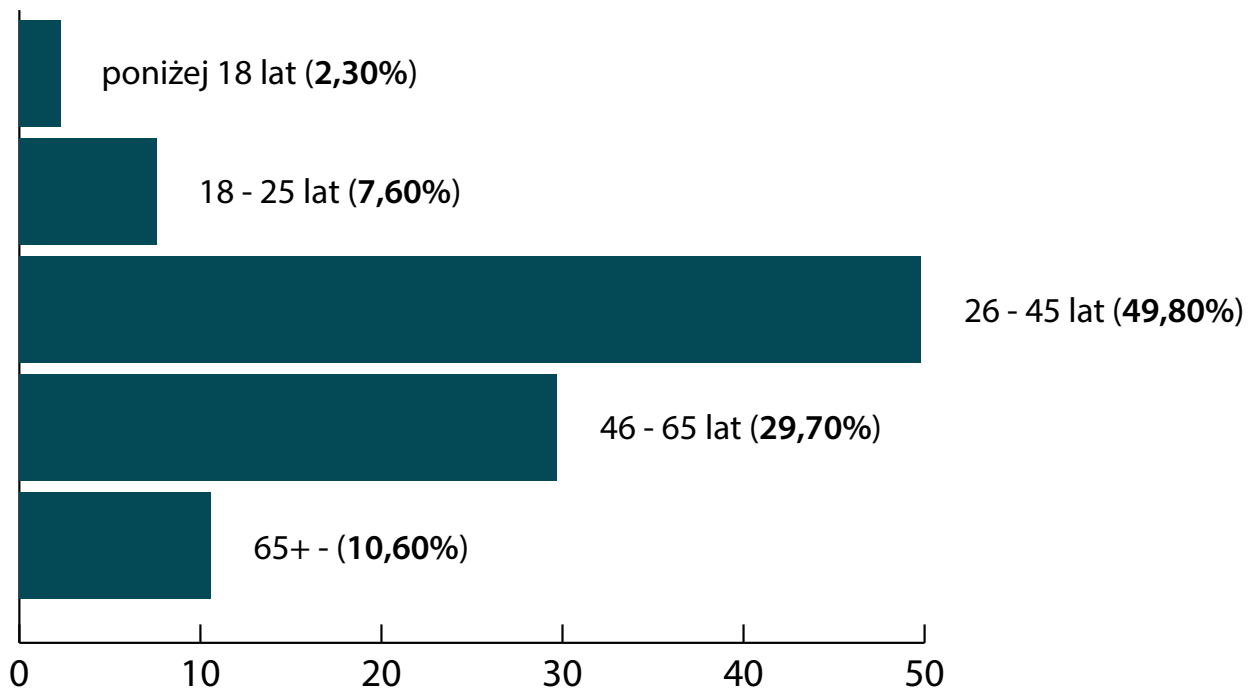


Aby uzyskać opinię jak największej liczby mieszkańców miasta dotyczącą etapu głosowania oraz ogólnie postrzegania SBO, osoby biorące udział w głosowaniu miały możliwość wypełnienia ankiety internetowej. Ankiety ewaluacyjną wypełniło łącznie 1054 osoby (jest to dużo mniej niż w zeszłym roku, gdzie było to 2000 osób): 611 kobiet i 438 mężczyzn oraz 5 osób, które zadeklarowały swoją płeć jako inna (odpowiednio 58%; 41,60% i 0,4%). Są to osoby z każdego przedziału wiekowego. Najwięcej respondentów, podobnie jak w zeszłym roku, było w wieku 26 - 45 lat (49,80%), 46 - 65 lat (29,70%) oraz 65+ (10,60%), a w dalszej kolejności: 18 - 25 lat (7,60%) oraz poniżej 18 lat (2,30%). W tym roku poproszono respondentów także o podanie wykształcenia. Nie jest zaskoczeniem, że najwięcej ankietowanych miało wykształcenie wyższe (69,80%), a następnie średnie (24,40%). Osoby z wykształceniem podstawowym stanowiły 3,20%, a zasadniczy zawodowym 2,60%.

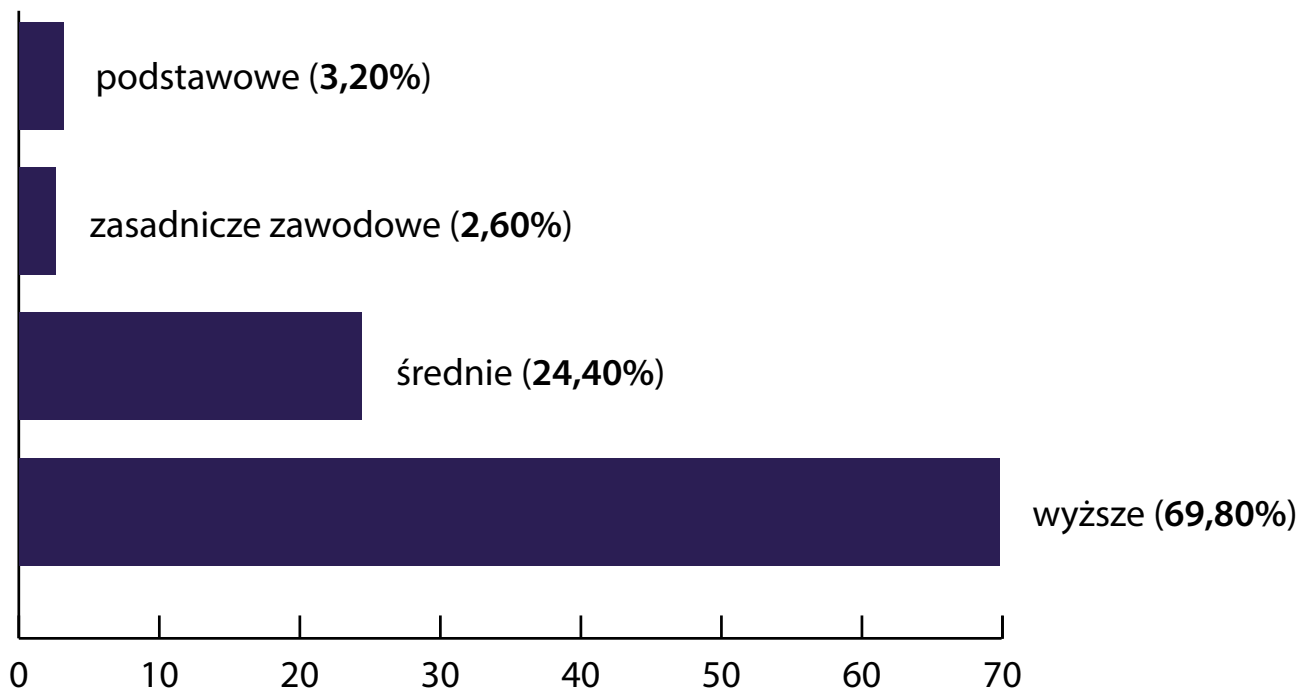
Wykres 17: Podział respondentów ze względu na płeć



Wykres 18: Podział respondentów ze względu na wiek

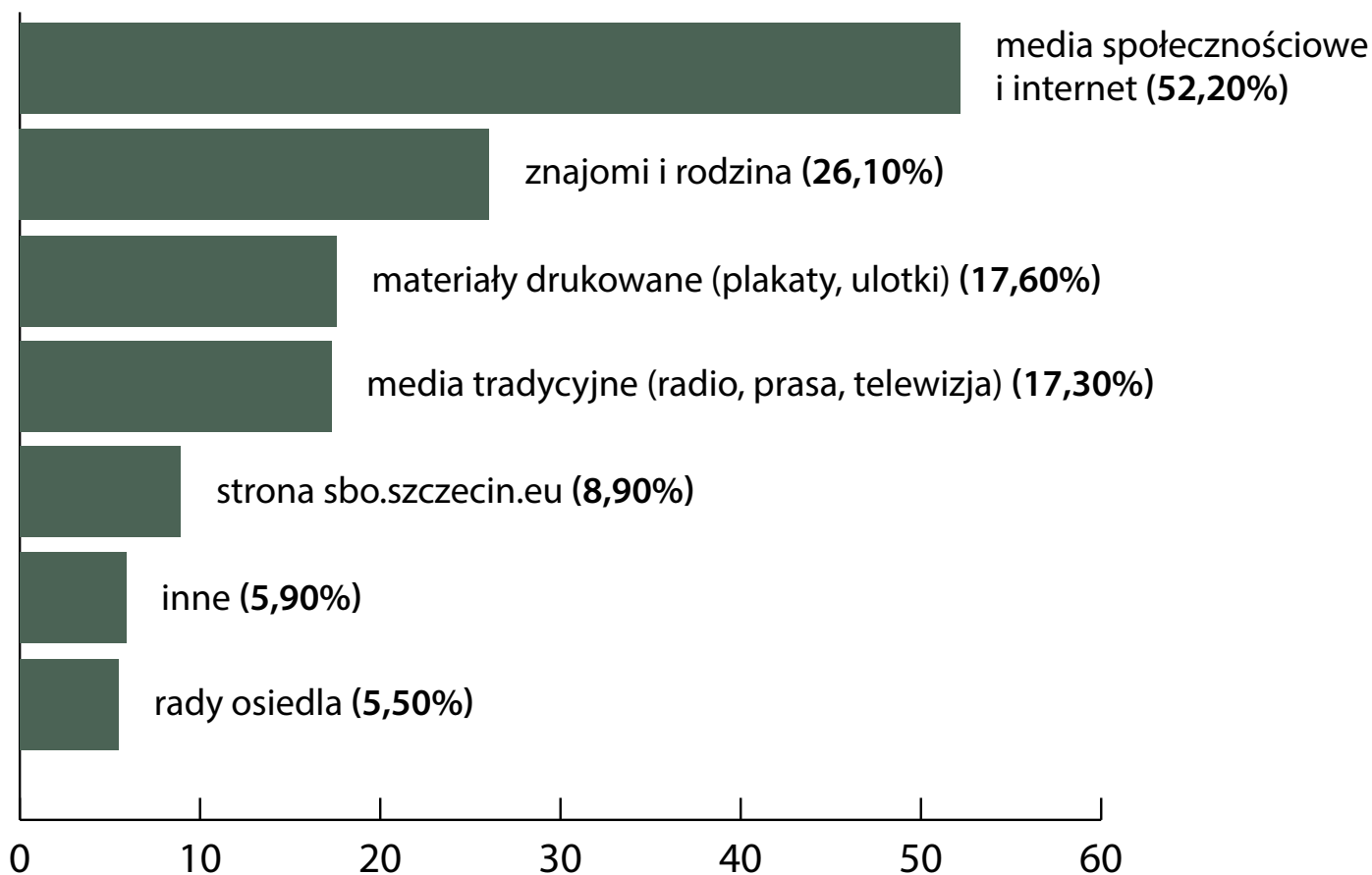


Wykres 19: Podział respondentów ze względu na wykształcenie



Ankietowanych zapytano, skąd dowiedzieli się o możliwości głosowania w ramach tegorocznej edycji budżetu obywatelskiego. Najpopularniejszymi kanałami informacyjnymi podobnie jak przed rokiem były media społecznościowe i Internet (52,20%), znajomi i rodzina (26,1%), materiały drukowane, w tym plakaty, ulotki itd. (17,6%) oraz media tradycyjne (17,30%). Rzadziej wybieranymi odpowiedziami były: strona sbo.szczecin.eu (8,90%) oraz rady osiedli (5,50%). Wśród innych sposobów dowiadywania się o SBO respondenci wymieniali przede wszystkim: pracę, przedszkole, stronę Pogoni Szczecin, zebranie w szkole czy Akademię SBO.

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



Zdecydowana większość osób, które wypełniło ankietę, brało już udział w głosowaniu także w poprzednich edycjach, wielokrotnie więc po prostu czekają na ogłoszenie terminu, kiedy będą mogli oddać swój głos na projekt, który popierają:

„Już teraz nie muszę zdobywać żadnej dodatkowej wiedzy, bo każdą kolejną edycję i tak śledzę w Internecie. Dla mnie najważniejsze jest, kiedy zaczyna się głosowanie, kiedy się kończy, jak to wygląda. Zastanawiam się, czy akurat mam czas, a może sam coś bym zgłosił. Ale to wszystko jest dostępne w Internecie”.

Motywacje ankietowanych do wzięcia udziału w głosowaniu w Szczecińskim Budżecie Obywatelskim były powodowane różnymi czynnikami, niektóre z nich różnią się w stosunku do zeszłego roku: przede wszystkim chęć wpływu na to, na co wydawane są pieniądze publiczne (61,40% – jest to więcej niż w zeszłym roku o prawie 3 p.p.), możliwość zmiany najbliższego otoczenia dzięki Budżetowi Obywatelskiemu (48,10% – dokładnie tyle samo co w zeszłym roku), możliwość zmiany miasta dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu (38% – mniej niż w zeszłym roku o ponad 4 p.p.), chęć poparcia konkretnego projektu (36,50% – mniej niż w zeszłym roku o ponad 4 p.p.) oraz zgoda z ideą demokracji bezpośredniej, której przykładem jest budżet obywatelski (32,80%). Mniejsza grupa respondentów zaznaczyła: poczucie obywatelskiego obowiązku (22% – więcej niż w zeszłym roku o ponad 3 p.p.) oraz zachęcenie przez kampanię profrekwencyjną (2,60%). Innym powodem często wymienianym przez respondentów było to, że głosują co roku.

W pytaniu ankietowani mogli także zaznaczyć opcję "Inne" i wskazać własną odpowiedź. Część z nich wskazała, że bierze udział w głosowaniu z poczucia wpływu na miasto:

"Bardzo kocham Szczecin i podoba mi się to jak bardzo się zmienia na moich oczach",

"Jak ja nie zagłosuję o tym jaka będzie przyszłość mojego miasta, zrobi to za mnie ktoś inny".

Inni także wierzą, że w ten sposób można coś zmienić, ale podkreślają także swoje niezadowolenie z dotychczasowych doświadczeń:

"Liczę na konkretne efekty choć poprzednie edycje mimo wygranej w głosowaniu od kilku lat trwa realizacja!",

"Pomimo tego, że WYGRANE projekty w Płoni nie sa realizowane, wciąż mam nadzieję, że to się zmieni".

Zdarzały się również negatywne komentarze:

"To przykre że potrzeba specjalnego tworu jakim jest SBO aby mieć pozory jakiegokolwiek wpływu na otoczenie",

"Idiotyzmem dla mnie jest to, że na SBO przeznaczają się tak mało pieniędzy, a my musimy prosić o rzeczy, które już dawno powinny zostać zrealizowane i sfinansowane przez miasto. Prośenie w ramach SBO o chodniki, poprawę bezpieczeństwa, place zabaw czy inne podstawowe potrzeby to absurd – przecież powinny to być priorytetowe zadania miasta, a nie odpowiedzialność obywateli".

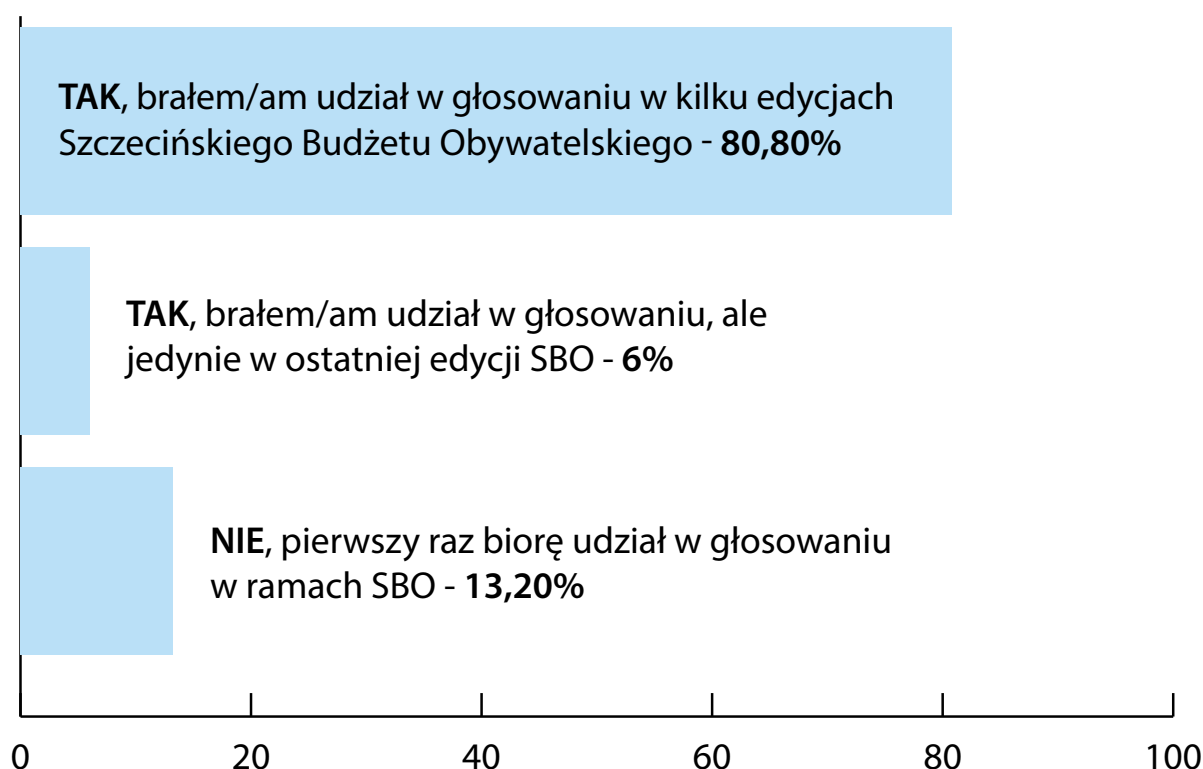
Wykres 21: Dlaczego zdecydował/a się Pan/i na udział w głosowaniu? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)



W kolejnym pytaniu respondenci wskazywali, czy uczestniczyli już w głosowaniu w poprzednich edycjach SBO. 80,80% ankietowanych (o prawie 6 p.p. więcej niż rok temu) zaznaczyło, że brało udział w głosowaniu w kilku edycjach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego, 13,20% (mniej niż rok temu o ponad 3 p.p) brało udział w głosowaniu jedynie w ostatniej edycji SBO, a 6% (mniej niż rok temu o prawie 2,5 p.p) wzięło udział w głosowaniu po raz pierwszy.

Przypatrując się tym danym warto zwrócić uwagę na niewielką grupę osób (6%), która w obecnej edycji wzięła udział w głosowaniu po raz pierwszy. Dodając do tego fakt, że jedynie 2,6% ankietowanych wskazało że zdecydowały się na głosowanie zachęczone kampanią profrekwencyjną, widać że obecny sposób promocji nie jest w stanie przyciągnąć do głosowania nowych mieszkańców. A jako że z różnych przyczyn, o których była mowa powyżej, część osób, które wcześniej brały udział w głosowaniu z tego rezygnuje, nie może więc dziwić zmniejszająca się frekwencja.

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



Wykres 23 przedstawia opinie ankietowanych na temat trudności samego głosowania w bieżącej edycji. Dla większości osób było ono bardzo lub raczej łatwe (92,80%), a jedynie 2,6% wskazało opcje przeciwne (bardzo trudne lub raczej trudne).

Ankietowani, którzy zaznaczyli, że głosowanie było dla nich trudne, poproszeni zostali o wskazanie tych trudności. Najwięcej uwag dotyczyło samej responsywności strony. Przytoczone opinie wskazują, że część mieszkańców miała problemy z funkcjonalnością i czytelnością serwisu internetowego do obsługi głosowania. Niektórym szybkie zapoznanie się z projektami utrudniał nadmiar informacji i zbyt rozbudowany interfejs:

“Cała strona jest przeciążona zbyt rozbudowana i nadmiarem informacji. Także w opisie każdego projektu powinien na początku być bardzo krótki opis i kilka podstawowych informacji oraz możliwość wchodzenia włąb z udostępnianiem tam coraz szerszych informacji”,

“Mało czytelny serwis internetowy. Duży poziom skomplikowania. Trudno odnaleźć projekty dla dzielnic”.

Inni wskazywali na nieintuicyjny sposób oddawania głosów:

“Bardzo nieintuicyjny sposób oddawania głosów. Dużo łatwiej byłoby, gdyby można było głosować wchodząc w konkretny projekt”.

Były też uwagi, które nie dotyczyły spraw technicznych, a trudność w głosowaniu motywowały niską jakością samych projektów:

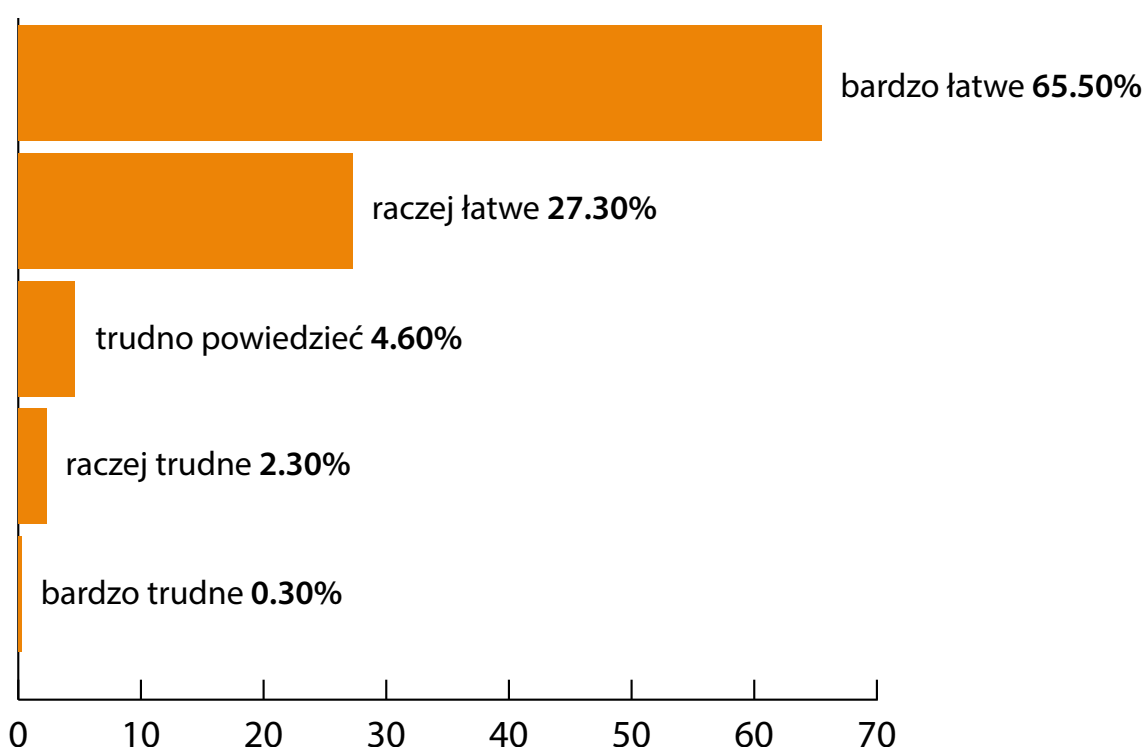
“Trudność wynikała z tego, że na prawobrzeżu nie zgłoszono zbyt wielu projektów mających na celu poprawę jakości życia. W rezultacie byłem zmuszony głosować na jakikolwiek projekt, który brzmiał choć trochę ciekawie i mógł przynieść korzyści dla nas wszystkich”,

“Mało interesujących dla mnie propozycji”.

Zdarzały się także komentarze krytyczne wobec całego systemu głosowania:

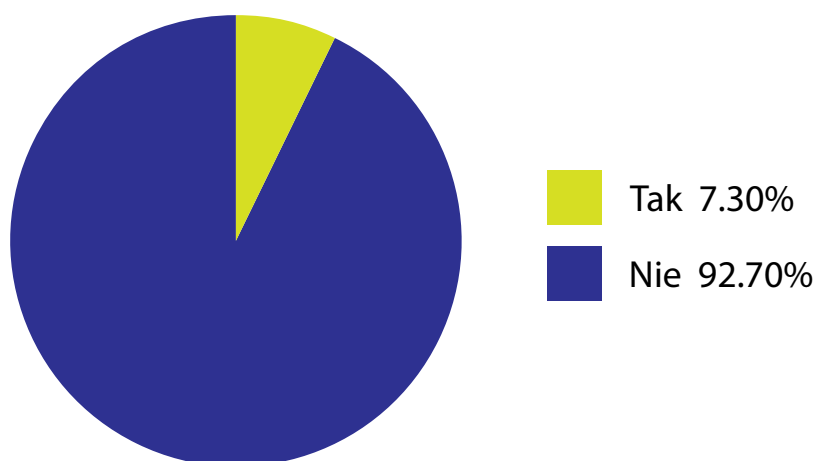
“Nieprzejrzysty system głosowania, absurdalny wybór liczby głosów na projekt – tylko 0 albo 1 – oraz brak imion i nazwisk autorów i współautorów to poważne mankamenty. Dodatkowo brak kart weryfikacji zadań i celowe, złośliwe ukrywanie tych informacji budzi uzasadnione wątpliwości co do transparentności całego procesu”.

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

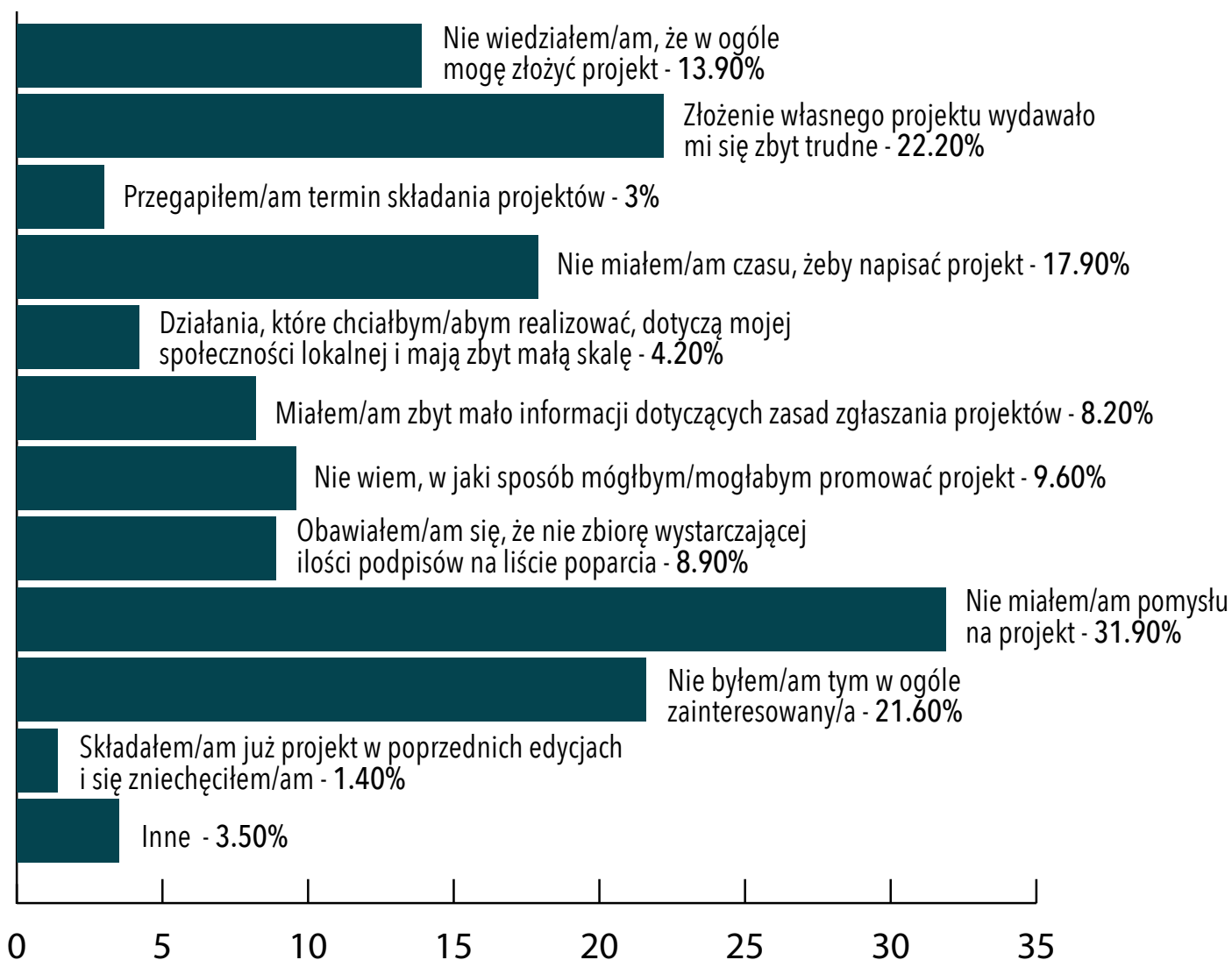


Większość osób, które wypełniły ankietę (92,70%), nie składała w tej edycji wniosku do SBO. Głównymi powodami były: brak pomysłu na projekt (31,90%), przekonanie o tym, że składanie projektu jest zbyt trudne (22,20% - więcej niż w zeszłym roku o prawie 4 p.p.), niezainteresowanie składaniem projektu (21,60% - mniej niż roku temu aż o ponad 6 p.p), brak czasu na napisanie projektu (17,90%) lub niewiedza o możliwości złożenia projektu (13,90% - mniej niż roku temu o prawie 5 p.p). Mniejsza liczba respondentów wybrała: brak pomysłów na promocję projektu (9,60% - więcej niż rok temu o prawie 2 p.p), obawę przed zebraniem niewystarczającej liczby podpisów z poparciem (8,90% - więcej niż rok temu o ponad 3 p.p), niewystarczającą ilość informacji dotyczącą zasad składania projektów (8,2% - więcej niż roku temu aż o ponad 2 p.p), chęć realizowania działań tylko dla społeczności lokalnej na małą skalę (4,20%), przegapienie terminu składania projektów (3% - więcej niż rok temu o prawie 1,5 p.p) oraz składanie projektów w poprzednich edycjach i zniechęcenie się (1,4%).

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



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



W kolejnym pytaniu sprawdzano czy respondenci zgadzają się z kilkoma stwierdzeniami dotyczącymi SBO. Podobnie jak w zeszłym roku najwięcej osób zaznaczyło, że dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować swoje najbliższe otoczenie (91,08% respondentów odpowiedziało zdecydowanie tak lub raczej tak). Nieco mniej osób zgodziło się ze stwierdzeniem, że Szczeciński Budżet Obywatelski włącza mieszkańców do współdecydowania o sposobie wydatkowania pieniędzy publicznych (89,85%) oraz niemal tyle samo, że dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować miasto, proponując własne pomysły (89,18%). Z drugiej strony najmniej respondentów zgodziło się z tezą, że dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu w mieście buduje się społeczeństwo obywatelskie (80,18%).

Tabela 1: 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.	51.99%	37.19%	6.45%	3.23%	1.14%
Dzięki budżetowi obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować swoje najbliższe otoczenie.	55.31%	35.77%	5.31%	2.47%	1.14%
Budżet obywatelski to nowoczesna forma zarządzania miastem.	49.81%	31.97%	11.95%	3.99%	2.28%
Budżet obywatelski włącza mieszkańców do współdecydowania o sposobie wydatkowania pieniędzy publicznych	54.93%	34.92%	5.50%	2.85%	1.80%
Dzięki budżetowi obywatelskiemu budujemy w naszym mieście społeczeństwo obywatelskie.	45.64%	34.54%	12.98%	4.65%	2.19%
Budżet obywatelski sprzyja wzrostowi aktywności społecznej mieszkańców miasta.	45.26%	36.34%	12.43%	3.80%	2.17%
Każdy mieszkaniec miasta może złożyć wniosek w ramach budżetu obywatelskiego.	51.61%	30.36%	13.10%	2.94%	1.99%
Budżet obywatelski daje możliwość głosowania wszystkim mieszkańcom miasta.	62.24%	25.43%	7.87%	2.56%	1.90%

W tej edycji, w porównaniu do poprzedniej, postanowiono rozszerzyć kwestionariusz ankiety, włączając pytanie dotyczące uczestnictwa ankietowanych w innych formach partycypacji obywatelskiej w mieście. Analiza tych danych pozwala lepiej zrozumieć poziom zaangażowania mieszkańców w sprawy miasta, a także ocenić, jakie inne formy partycypacji cieszą się popularnością. Jak widać, na wykresie 27 najwięcej ankietowanych w ostatnim roku brało udział w inicjatywie lokalnej (17,07%) oraz konsultacjach społecznych (14,52%). Ponad 10% respondentów wskazało także, że w ciągu

ostatnich 12 miesięcy złożyło lub podpisało jakiś wniosek lub petycję. Pozostałe formy partycypacji społecznej w Szczecinie cieszyły się już znacznie mniejszym zainteresowaniem ankietowanych.

Analizując te dane, można stwierdzić, że mimo stosunkowo niskiej frekwencji w tegorocznym głosowaniu w budżecie obywatelskim, proces ten cieszy się znacznie większym zainteresowaniem mieszkańców niż inne formy partycypacji społecznej w Szczecinie. To dowodzi, że SBO jest dla wielu osób najprostszą i najbardziej przystępną formą zaangażowania obywatelskiego. Pokazuje to jego potencjał jako narzędzia aktywizacji społecznej, które może być punktem wyjścia do budowania szerszego zainteresowania mieszkańców innymi procesami partycypacyjnymi.

Tabela 2: Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy brał/a Pan/i udział w następujących formach partycypacji społecznej w Szczecinie:

	TAK	NIE	NIE PAMIĘTAM
Inicjatywa lokalna	17,07%	74,76%	8,17%
Konsultacje społeczne	14,52%	80,36%	5,12%
Inicjatywa uchwałodawcza mieszkańców	5,50%	89,37%	5,13%
Uczestnictwo w sesji bądź komisji Rady Miasta	3,80%	92,79%	3,41%
Uczestnictwo w posiedzeniu Rady Osiedla	6,93%	89,47%	3,60%
Składanie wniosków lub petycji	10,91%	85,48%	3,61%
Składanie wniosków o informację publiczną	4,74%	91,08%	4,18%

W następnym pytaniu respondenci zostali poproszeni o podzielenie się sugestiami, w jaki sposób ich zdaniem można zwiększyć uczestnictwo mieszkańców w kolejnych edycjach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego. Dzięki temu można było zebrać bezpośrednie opinie i pomysły od osób, które już zaangażowały się w proces, a także poznać bariery, jakie mogą zniechęcać innych mieszkańców do udziału SBO.

Najwięcej osób, podobnie jak w ubiegłym roku, napisało, że konieczna jest lepsza promocja całego procesu. Przytoczono tu szeroki wachlarz pomysłów na działania promocyjne i zwiększenie zaangażowania mieszkańców w SBO.

Część osób sugerowała znaczenie edukacji na temat SBO w szkołach średnich czy większej współpracy z radami osiedli:

“Przekazywanie informacji do rad osiedli i innych lokalnych wspólnot, edukowanie młodzieży w szkołach średnich na ten temat oraz prezentowanie zrealizowanych projektów w naszym mieście w materiałach promocyjnych – to wszystko powinno być priorytetem”.

Inne wskazywały na konieczność zwiększenia promocji w mediach czy zaangażowania w nią jakichś rozpoznawalnych postaci ze Szczecina, takich jak sportowcy czy artyści, które mogłyby nadać kampanii promocyjnej atrakcyjności i przyciągnąć uwagę szerszej grupy odbiorców:

“Należy bardziej nagłaśniać SBO w mediach, a do jego promocji warto zaangażować znanego szczecińskiego sportowca, artystę czy inną rozpoznawalną postać, która mogłaby zachęcić mieszkańców do udziału”.

Zdaniem innych dłuższa promocja, organizacja programów prezentujących projekty czy oferowanie symbolicznych nagród za udział w głosowaniu mogą uczynić proces bardziej przyjaznym i interesującym dla mieszkańców:

„Poprzez wcześniejszą i dłuższą promocję SBO, organizację programów prezentujących projekty lub obszary, w których mogą być składane oraz oferowanie symbolicznych nagród za udział w głosowaniu – takich jak fototapeta na ekran komputera z pięknym zdjęciem Szczecina czy zaproszenie na inaugurację wybranego projektu – można znacząco zwiększyć zainteresowanie mieszkańców i ich zaangażowanie”.

Były też osoby, które optowały za wprowadzeniem powiadomień przypominających o głosowaniu, np. poprzez SMS, aplikację mObywatel czy Profil Zaufany:

“Warto wprowadzić system powiadomień przypominających o głosowaniu, podobnie jak wysyłane są alerty RCB. Można to zrobić poprzez SMS z informacją o głosowaniu, a także za pomocą aplikacji mObywatel lub Profilu Zaufanego, gdzie użytkownikom wyświetlałyby się przypomnienia, że głosowanie trwa i jeszcze nie oddali swojego głosu. Dodatkowo urząd miasta mógłby wysłać powiadomienia na telefony lub e-maile mieszkańców, aby zwiększyć ich zaangażowanie”.

Kilku ankietowanych wskazało na występowanie różnych barier, które zniechęcają część mieszkańców do głosowania:

“Znam kilka osób, które zrezygnowały z głosowania, ponieważ nie chciały podawać danych wrażliwych, takich jak “nazwisko panięńskie matki”,

“Brak obowiązku podawania numeru PESEL. Myślę, że wiele osób może się tego obawiać”.

Wydaje się, że w tym przypadkach ważną rolę kampanii promocyjnej czy Akademii SBO powinno być stworzenie poczucia bezpieczeństwa dla osób, które mają tego typu obawy.

Niektórzy wskazywali, że część mieszkańców zniechęca do głosowania zbyt długie oczekiwanie na wykonanie zwiędskich projektów:

„Projekty powinny być realizowane szybko i bezdyskusyjnie. Konieczne jest zgłaszanie większej liczby ciekawych pomysłów, a nie projektów, które z założenia należą do obowiązków miasta (np. naprawa chodników, ulic czy ich oświetlenie)”,

“Uważam, że zwycięskie pomysły powinny być realizowane szybciej, najlepiej w ciągu maksymalnie 2 lat”,

“Poprzez szybszą realizację projektów, a nie 5 lat, jak to ma nieraz miejsce obecnie”.

Częstym postulatem było także wydłużenie okresu głosowania:

“Należy wydłużyć czas głosowania do co najmniej miesiąca oraz zwiększyć liczbę informacji, na przykład poprzez plakaty na klatkach schodowych, które ułatwią mieszkańcom dostęp do informacji o SBO”,

“Wydłużyć okres głosowania”.

Przebijały się też głosy o powrocie do tradycyjnej - papierowej formy głosowania, przede wszystkim ze względu na seniorów:

“Możliwość głosowania w formie papierowej, np. w szpitalach, sanatoriach czy przez pocztę, powinna zostać wprowadzona. Warto także umożliwić głosowanie w sposób fizyczny, a nie tylko elektroniczny. Punkty do głosowania mogłyby znajdować się w dowolnym budynku urzędu, gdzie głosujący mogliby legitymować się dowodem osobistym. Obecna forma wyklucza wiele osób starszych lub mniej zaznajomionych z technologią, a dodatkowo wymusza podawanie wrażliwych danych, takich jak PESEL i nazwisko rodowe matki, co stwarza okazje do nowych zagrożeń i oszustw w sieci”,

“Należy wprowadzić możliwość oddania głosów na kartach papierowych, które następnie mogłyby być wrzucane do urn. Urny powinny być wystawiane w różnych, łatwo dostępnych miejscach, takich jak ryneczki, sklepy osiedlowe oraz sklepy wielkopowierzchniowe, aby ułatwić mieszkańcom udział w głosowaniu”.

Przy okazji postulatów dotyczących papierowej formy głosowania, były osoby, które proponowały zwiększenie roli rad osiedli:

“Punkty do głosowania w radach osiedla”,

“W całym mieście jest ponad 30 rad osiedli. W siedzibie każdej z nich powinna stać urna z możliwością oddania do niej głosu”,

“Zaangażować rady osiedla w spotkania z mieszkańcami w celu wspólnego opracowania projektów”.

Zdarzały się też inne propozycje. Jedna z nich sugerowała powrót do mniejszych projektów - szybka realizacja takich inicjatyw może zdaniem jej autora wzmacniać poczucie sprawczości wśród mieszkańców i budować ich zaufanie do tego mechanizmu. Długie oczekiwanie na efekty dużych, kosztownych projektów może z kolei zniechęcać do dalszego angażowania się:

“Warto wrócić do mniejszych projektów (obok tych większych), które są bardziej realistyczne i mogą być szybciej realizowane. Widoczny efekt takich działań motywuje mieszkańców do zaangażowania, w przeciwieństwie do dużych i kosztownych projektów, na których rezultaty często trzeba czekać kilka lat”.

Kolejna sugerowała, że do promocji SBO powinny się angażować różne jednostki miejskie, jak szkoły, biblioteki czy domy kultury:

“Nie rozumiem, czemu w każdej bibliotece szkole czy domu kultury nie ma powieszonego plakatu promującego głosowanie w budżecie. Przecież to są instytucje miejskie i powinny się w to angażować”.

Na zakończenie zapytano ankietowanych, w jaki sposób ich zdaniem można usprawnić funkcjonowanie Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego w kolejnej edycji. Wiele propozycji pokrywało się z poprzednim pytaniem i dotyczyło m.in. promowania SBO czy też sprawniejszej realizacji zadań wybranych przez mieszkańców w edycjach, które już się odbyły. Sporo postulatów dotyczyło także zakazu zgłaszania projektów przez radnych czy polityków:

“Wprowadzenie zakazu zgłaszania projektów przez radnych mogłoby zwiększyć równość szans wśród mieszkańców”,

“Należy odsunąć polityków od projektów”,

“Budżet obywatelski powinien być dla mieszkańców, a nie dla różnego rodzaju polityków. W innym przypadku z roku na rok coraz mniej osób będzie się nim interesować”.

Część respondentów proponowała likwidację Zielonego SBO:

“Zlikwidujcie Zielone SBO i przywróćcie koncepcję projektu ogólnomiejskiego, tak jak było kiedyś”,

“Zamiast Zielonego SBO powinny być projekty ogólnomiejskie. One są bardziej atrakcyjne dla mieszkańców i wzbudzają większe zainteresowanie”.

Poniżej zamieszczono kilka innych propozycji, które warto przedstawić:

Należy stworzyć dedykowaną aplikację lub dodać funkcjonalność do istniejącej aplikacji miejskiej Szczecina, która ułatwiłaby mieszkańcom dostęp do informacji o budżecie obywatelskim, umożliwiła głosowanie i śledzenie postępów realizacji projektów.

Uwagi jednostek miejskich powinny być traktowane jako opinie, a nie jako decyzje skazujące projekt na niebyt. Warto, aby były one brane pod uwagę w celu poprawy projektów, a nie stanowiły przeszkody w ich realizacji.

Inflacja rośnie, a budżet obywatelski pozostaje bez zmian. Bez większych środków finansowych nie ma realnej możliwości zmiany infrastruktury miejskiej!

Powrót do poprzedniego systemu głosowania, że na mniejsze projekty można oddać więcej niż 1 głos. To było świetne, że można było albo poprzeć kilka wartościowych projektów, albo mocno wspomóc jeden bardzo dla nas ważny.

7. Rekomendacje

ETAP 0

1. Skoncentrowanie działań na budowaniu relacji z mieszkańcami biorącymi udział w procesie SBO (Głosujący, Wnioskodawcy) i zabieganie o ich ponowny udział w kolejnych edycjach.
2. Wypracowanie skutecznych mechanizmów współpracy i komunikacji pomiędzy Urzędem Miasta a radami osiedli w zakresie SBO. Zasady te powinny zostać wypracowane przez obie strony na specjalnie w tym celu zorganizowanych warsztatach prowadzonych przez zewnętrznych ekspertów.
3. Przekształcenie Rady ds. Budżetu Obywatelskiego w stałe ciało o charakterze opiniującym i doradczym.
4. Likwidacja Komisji Odwoławczej. Rolę podmiotu, do którego wnioskodawcy mogą składać odwołania powinna pełnić Rada ds. Budżetu Obywatelskiego.
5. Systematyczne stawianie tablic informujących o tym, że określona inwestycja jest zrealizowana w ramach SBO także dla projektów zrealizowanych w edycjach, kiedy nie było takiego wymogu.
6. Wprowadzenie obowiązku informowania, że określona impreza jest finansowana ze środków SBO na wszystkich materiałach promujących, w tym na plakatach czy ulotkach.
7. Ze względu na długi czas wykonania projektów, warto po etapie głosowania na bieżąco (zawsze po zmianie stanu realizacji, nie rzadziej niż raz na kwartał) informować autorów projektów o dalszych losach zadania, a w przypadku problemów wyjaśniać, z czego wynikają opóźnienia.
8. Stworzenie i publikacja już na początku procesu dokładnego harmonogramu, od momentu składania wniosków, po termin głosowania i ogłoszenia wyników.

KAMPAANIA INFORMACYJNA

1. Kontynuować działania zapoczątkowane w obecnej edycji, mające na celu zwiększenie udziału w SBO osób z grup do tej pory rzadziej w nim uczestniczących (np. środowiska osób z niepełnościami, młodzież, seniorzy, bezdomni, bezrobotni) poprzez organizację spotkań czy warsztatów pisania wniosków (np. w szkołach, klubach seniora czy organizacjach pozarządowych pracujących w tych środowiskach).
2. Stworzenie stanowiska animatora SBO działającego pilotażowo w 2 wybranych osiedlach. Jego zadaniem będzie aktywizowanie i wspieranie mieszkańców, w tym grup formalnych i nieformalnych, w procesie wypracowywania i składania wniosków do SBO.
3. Kontynuowanie współpracy z wybraną w konkursie organizacją pozarządową w ramach Akademii SBO. Warto ten konkurs organizować jednak we wcześniejszym terminie, aby wybrana organizacja miała czas na przygotowanie się do działania w ramach całego procesu.

4. Profilowanie przekazów w ramach kampanii informacyjnej z uwzględnieniem zróżnicowanych cech potencjalnych odbiorców, w tym przede wszystkim wieku, wykształcenia czy płci.
5. Organizacja w trakcie kampanii informacyjnej wystaw zrealizowanych projektów w poprzednich edycjach SBO i pokazanie „mocy sprawczej” mieszkańców. Wydaje się, że w tym okresie może mieć ona większą skuteczność niż w trakcie etapu głosowania.
6. Tworzenie w mediach społecznościowych postów aktywizujących, zachęcających odbiorcę do podjęcia działania: polubienia strony lub wpisu czy udostępnienia treści.
7. Udzielanie odpowiedzi na wszystkie pytania i komentarze zamieszczane pod postami publikowanymi w mediach społecznościowych.
8. Włączenie do promocji SBO jednostek organizacyjnych urzędu.
9. Nawiązanie współpracy ze spółdzielniami i wspólnotami mieszkaniowymi mającej na celu zwiększenie zasięgu promocji SBO.
10. Zaangażowanie doświadczonych wnioskodawców do działań informacyjnych (np. poprzez organizację spotkań czy webinarium).
11. Wzmocnienie kampanii promocyjnej na etapie składania projektów i głosowania.
12. Większa obecność SBO w przestrzeni publicznej w trakcie etapu składania projektów i głosowania.
13. Częstsze niż w tej edycji wykorzystywanie imprez przyciągających duże grupy mieszkańców do promocji SBO w trakcie etapu składania projektów i głosowania.
14. Zaproszenie mieszkańców do udziału w grze terenowej, której motywem przewodnim byłyby projekty zrealizowane w ramach SBO.
15. Zaproszenie do promocji SBO znanych osób kojarzonych z miastem.
16. Zaproszenie do współpracy w ramach promocji SBO ciał dialogu funkcjonujących w mieście, w tym Młodzieżowej rady Miasta oraz Miejskiej Rady Seniorów w Szczecinie.

ZGŁASZANIE PRZEZ MIESZKAŃCÓW PROPOZYCJI ZADAŃ

1. 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.
2. 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.
3. Wydłużenie okresu składania wniosków do 60 dni.

4. Przywrócenie możliwości składania projektów ogólnomiejskich.
5. Rezygnacja z Zielonego SBO.
6. Zwiększenie działań związanych z promocją SBO i aktywizacją mieszkańców na tych obszarach miasta, gdzie składanych jest najmniej wniosków.

WERYFIKACJA I OPINIOWANIE PROPOZYCJI ZADAŃ

1. Ograniczenie kompetencji Rady ds. Budżetu Obywatelskiego, żeby jej rola w trakcie etapu weryfikacji ograniczała się do wyrażania rekomendacji. Ostateczny głos o zakwalifikowaniu wniosku na listę do głosowania powinien należeć do organu wykonawczego.
2. Skrócenie do 3-4 miesięcy okresu weryfikowania projektów.
3. Zapewnienie obecności przedstawicieli komórek organizacyjnych opiniujących wnioski na wszystkich posiedzeniach Rady ds. Budżetu Obywatelskiego

GŁOSOWANIE

1. Organizacja pikników osiedlowych, w których promowane będą projekty poddane pod głosowanie z terenu danego obszaru.
2. Przywrócenie możliwości głosowania na więcej niż jeden projekt lokalny i jeden projekt Zielonego SBO (lub ogólnomiejski, w przypadku powrotu tej kategorii).
3. Wpisanie do regulaminu minimalnej liczby głosów poparcia dla danego projektu zarówno na poziomie dzielnicowym, jak i w Zielonym SBO, żeby mógł on być wybrany do realizacji. Takie rozwiązanie stosowane jest m.in. w Gdyni, Gdańsku i Warszawie.
4. 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 liczbą 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.
5. Rezygnacja z konieczności podawania nazwiska panieńskiego matki podczas głosowania.
6. Wprowadzenie w obszarach lokalnych zasady, podobnie jak ma to miejsce w przypadku Zielonego SBO, że wartość jednego projektu nie może być wyższa niż 50% całości środków przeznaczonych na ten obszar. Dzięki temu większą szansę na realizację będą miały projekty składane przez osoby, za którymi nie stoją jakieś zorganizowane grupy społeczne.
7. Wydłużenie okresu głosowania do 20 dni.

8. Podsumowanie

Raport z ewaluacji Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego przedstawia szczegółową analizę procesu na wszystkich jego etapach – od kampanii promocyjnej po głosowanie i rekomendacje. W części wstępnej i metodologicznej omówiono cele ewaluacji oraz zastosowane metody badawcze.

Analiza kampanii promocyjnej wykazała, że kluczową rolę odegrały różnorodne kanały komunikacji, w tym strona internetowa i media społecznościowe SBO, jednak zauważono niedostateczne zaangażowanie rad osiedli i jednostek organizacyjnych urzędu w promowanie inicjatywy. Część dotycząca zgłaszania propozycji zadań zwraca uwagę na wysokość środków przeznaczonych na budżet obywatelski oraz dostępne wsparcie dla mieszkańców zainteresowanych stworzeniem projektu.

Proces weryfikacji i opiniowania propozycji zadań oceniono z perspektywy jednostek odpowiedzialnych za weryfikację. Zwrócono także uwagę na funkcjonowanie Rady ds. Budżetu Obywatelskiego i Komisji Odwoławczej, które odegrały istotną rolę w procesie opiniowania wniosków. Etap głosowania poddano analizie pod kątem promocji projektów, frekwencji i doświadczeń mieszkańców, wskazując na konieczność skuteczniejszego dotarcia do potencjalnych głosujących.

Na podstawie wyników opracowano rekomendacje mające na celu poprawę efektywności SBO. Całość raportu uzupełniają załączniki zawierające szczegółowe dane i materiały pomocnicze.

9. Załączniki

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1: Wysokość SBO (mln PLN)	15
Wykres 2: Kwota BO w miastach powyżej 200 tysięcy mieszkańców (w mln PLN)	16
Wykres 3: Kwota BO w przeliczeniu na jednego mieszkańca (w PLN)	17
Wykres 4: Liczba zgłoszonych projektów w edycjach 2014 - 2025	24
Wykres 5: Liczba zgłoszonych projektów w podziale na obszary lokalne	25
Wykres 6: Liczba złożonych wniosków w obszarach lokalnych na 1000 mieszkańców	26
Wykres 7: Porównanie ilości złożonych wniosków z ilością autorów w edycjach 2022 - 2025	27
Wykres 8: Autorzy projektów w podziale na płeć	27
Wykres 9: Odsetek wniosków, które trafiły na listę do głosowania w edycjach 2014 - 2025	28
Wykres 10: Liczba projektów dopuszczonych do głosowania w edycjach 2014 - 2025	36

Wykres 11: Liczba głosów oddanych na projekty wybrane do realizacji (w procentach)	37
Wykres 12: Liczba osób, które wzięły udział w głosowaniu w SBO w edycjach 2018 - 2025	38
Wykres 13: Wiek osób głosujących (w procentach)	39
Wykres 14: Płeć osób głosujących (w procentach)	40
Wykres 15: Frekwencja w głosowaniu w poszczególnych obszarach lokalnych (w procentach)	41
Wykres 16: Frekwencja w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców	42
Wykres 17: Podział respondentów ze względu na płeć	42
Wykres 18: Podział respondentów ze względu na wiek	43
Wykres 19: Podział respondentów ze względu na wykształcenie	43
Wykres 20: Skąd dowiedział/a się Pan/i o możliwości głosowania w ramach tegorocznej edycji Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)	44
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)	45
Wykres 22: Czy brał Pan/i udział w głosowaniu w poprzednich edycjach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego?	46
Wykres 23: Czy głosowanie w tegorocznej edycji było dla Pana/i łatwe czy trudne?	47
Wykres 24: Czy składał Pan/i własny projekt w tegorocznej edycji Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego?	48
Wykres 25: Dlaczego nie złożył/a Pan/i własnego projektu? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)	49
Tabela 1: Czy zgadza się Pan/i z następującymi stwierdzeniami?	50
Tabela 2: Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy brał/a Pan/i udział w następujących formach partycypacji społecznej w Szczecinie	51



www.bonafides.pl