

# RAPORT KOŃCOWY

Z EWALUACJI PROCESU PROCESU WDRAŻANIA  
SZCZECIŃSKIEGO BUDŻETU OBYWATELSKIEGO 2024

GRZEGORZ WÓJKOWSKI  
KAROLINA GINEJKO



STOWARZYSZENIE AKTYWNOŚCI  
OBYWATELSKIEJ BONA FIDES

GRUDZIEŃ 2023

# Spis treści

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Wstęp</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2. Metodologia</b>  | <b>4</b>  |
| <b>3. Kampania promocyjna</b>                                    | <b>5</b>  |
| 3.1 Kanały promocji  | 5         |
| 3.2 Strona i media społecznościowe budżetu obywatelskiego        | 8         |
| 3.3 Zaangażowanie rad osiedli i jednostek organizacyjnych urzędu | 10        |
| <b>4. Zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań</b>          | <b>11</b> |
| 4.1 Środki na budżet obywatelski                                 | 11        |
| 4.2 Wsparcie w zgłaszaniu projektów                              | 15        |
| 4.3 Opracowanie i zgłoszenie projektów                           | 17        |
| 4.4 Charakterystyka wniosków i wnioskodawców                     | 18        |
| <b>5. Weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań</b>             | <b>22</b> |
| 5.1 Wyniki weryfikacji   | 22        |
| 5.2 Doświadczenia przedstawicieli jednostek weryfikujących       | 23        |
| 5.3 Doświadczenia wnioskodawców                                  | 25        |
| 5.4 Rada ds. Budżetu Obywatelskiego i Komisja Odwoławcza         | 26        |
| <b>6. Głosowanie</b>   | <b>28</b> |
| 6.1 Promocja projektów na etapie głosowania                      | 28        |
| 6.2 Głosowanie mieszkańców na projekty                           | 29        |
| <b>7. Rekomendacje</b>   | <b>43</b> |
| <b>8. Załączniki</b>   | <b>46</b> |

# 1. Wstęp

Budżet obywatelski jest specyficznym rodzajem konsultacji społecznych, których celem jest włączenie mieszkańców w proces decydowania o wydatkowaniu określonej części budżetu miasta. Utworzenie budżetu obywatelskiego jest obowiązkiem wszystkich miast na prawach powiatu wynikającym z art. 5a. ust.5. ustawy o samorządzie gminnym, które każdego roku są zobowiązane przeznaczyć na ten cel co najmniej 0,5% wydatków zawartych w ostatnim sprawozdaniu z wykonania budżetu.

Środki na budżet obywatelski w Szczecinie są podzielone na dwie pule: na projekty lokalne, które są zgłaszane w 22 obszarach oraz, od obecnej edycji, na projekty Zielonego SBO, które są związane z ochroną miejskiego środowiska przyrodniczego i zastąpiły projekty ogólnomiejskie – kategorię znaną z poprzednich edycji. 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;
- Zarządzeniu 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 281/23 Prezydenta Miasta Szczecin z dnia 20 czerwca 2023 r. 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

**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, a uzupełnione analizą ilościową wybranych danych. Zastosowano następujące techniki i narzędzia badawcze:

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

Analiza danych zastanych objęła następujące źródła:

- dokumentacja SBO 2024 (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:

- 21 telefonicznych wywiadów pogłębionych z wnioskodawcami,
- 3 telefoniczne wywiady pogłębione z przedstawicielami szczecińskich organizacji pozarządowych,
- 3 telefoniczne wywiady pogłębione z przedstawicielami rad osiedli,
- 5 telefonicznych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami Rady ds. Budżetu Obywatelskiego,
- 2 telefoniczne wywiady pogłębione z przedstawicielami Komisji Odwoławczej,
- wywiad pogłębiony z trzema przedstawicielami Urzędu Miasta Szczecin odpowiadającymi za organizację i promocję SBO,

- jeden wywiad pogłębiony z przedstawicielką Stowarzyszenia „Oswajanie miasta”,
- jeden zogniskowany wywiad grupowy (focus) z przedstawicielami jednostek weryfikujących, w którym uczestniczyło 24 osoby,
- jeden zogniskowany wywiad grupowy (focus) z wnioskodawcami, w którym uczestniczyło 6 osób.

W ramach badań terenowych przeprowadzono:

- lustrację miejscową (obserwacja przestrzeni miasta pod kątem badania outdoorowej kampanii informacyjnej dotyczącej głosowania na projekty w tegorocznej edycji SBO, a także pod kątem sprawdzenia oznakowania projektów zrealizowanych w ramach SBO w poprzednich edycjach) w przestrzeni miasta, która miała miejsce w dniach 10 i 11 listopada;
- obserwację uczestniczącą podczas warsztatów dla projektodawców prowadzonych przez Akademię SBO w dniu 26 października na platformie google meet, w której uczestniczyło 11 osób.

Przytoczone w raporcie wypowiedzi respondentów oznaczono [W], [U], [R], [K], [N] i [A], gdzie [W] oznacza wnioskodawców, [U] – przedstawiciele jednostek weryfikujących oraz Urzędu Miasta Szczecin, [R] – przedstawiciele Rady ds. Budżetu Obywatelskiego, [K] – przedstawiciele Komisji Odwoławczej, [N] – przedstawiciele organizacji pozarządowych i [A] - mieszkańców, którzy wzięli udział w badaniu ankietowym.

## 3. Kampania promocyjna

### 3.1 KANAŁY PROMOCJI

Kampania informacyjna SBO podzielona była na dwa etapy - składania wniosków oraz głosowania. Pierwszy z nich trwał w okresie od 14 marca do 13 kwietnia, choć informacja o terminie składania projektów oraz o wysokości środków przeznaczonych na ich realizację pojawiła się już 24 lutego, natomiast drugi od 8 (początek głosowania) do 23 listopada (ostatni dzień oddawania głosów).

Kampania informacyjna SBO w tegorocznej edycji była prowadzona głównie w Internecie, choć promocja całego procesu pojawiła się także na elektronicznych ekranach w kilku kluczowych miejscach miasta, jak np. Galeria Kaskada oraz na monitorach w komunikacji miejskiej. Poza tym wydrukowane zostały plakaty i ulotki, które pojawiały się w różnych instytucjach, np. na tablicach ogłoszeniowych rad osiedli, w ośrodkach kultury czy w szkołach. Urząd przygotowywał i wysyłał także informacje prasowe i teksty sponsorowane.

W trakcie etapu głosowania stworzono dodatkowo film i animację wyjaśniającą kto i w jaki sposób może oddać głos. Podczas kilku ważnych wydarzeń, które ściągnęły wiele osób, jak np. Bieg Niepodległości odbywający się 11 listopada, ustawiono także stoisko SBO, w którym mieszkańcy mogli zadać pytania czy zdobyć informację na temat SBO, a nawet zagłosować, korzystając z udostępnionego na miejscu komputera. Jednak, jak wyjaśniła w wywiadzie jedna z urzędniczek, strategia promocji głosowania opierała się głównie na wspieraniu wnioskodawców, żeby to oni sami zachęcali mieszkańców do oddania głosu.

***Nasza strategia polega na tym, że my oddajemy promocję w ręce projektodawców. (...) My im nic nie narzucamy, a oddajemy do ich dyspozycji loga, elementy graficzne, a projektodawcy mogą z nich korzystać w dowolny sposób. [U]***

W tym celu na stronie internetowej budżetu w zakładce do pobrania pojawiła się sekcja, gdzie można było sobie ściągnąć ulotkę czy plakat, z elementami graficznymi SBO, na których można wpisać nazwę swojego projektu. Urząd udostępnił także pojedyncze elementy grafiki, z których mogły skorzystać osoby, które same chciały zaprojektować własne materiały promocyjne.

Sami autorzy wniosków, z którymi rozmawiano, najczęściej krytykowali urząd, tłumacząc że promocja głosowania była niewystarczająca i że nie można wszystkiego przerzucać na samych wnioskodawców, bo oni z jednej strony nie mają odpowiednich środków, a z drugiej zwiększa to i tak dużą przewagę różnych zorganizowanych grup nad osobami, które nie dysponują żadnym zapleczem.

***Co z tego, że urząd przygotował jakieś plakaty czy ulotki, skoro to ja sama musiałam je wydrukować. Dla niektórych to pewnie niewielki koszt, inni to sobie wydrukują w pracy, a ja nie mam takich możliwości i po prostu mnie na to nie stać. [W]***

***Rozumiem, że wnioskodawcy sami będą robić promocję swoich projektów. Ale w tle powinna być kampania miasta, która nie powinna zachęcać do głosowania na konkretny projekt, ale w ogóle informować, że teraz trwa głosowanie i zachęcać do wzięcia w nim udziału i oddania głosu. [W]***

***To że nie było żadnej promocji ze strony miasta spowodowało, że zwykły mieszkaniec najczęściej nawet się nie dowiedział, że jest jakieś głosowanie. Taka np. Pogoń nie miała problemu, żeby trafić do kibiców i zachęcić ich do głosowania na swój projekt, a jakie ja miałam szansę w starciu z kimś takim. [...] Próbowałam oczywiście rozmawiać z sąsiadami, rozdawać ulotki, ale do ilu ludzi mogę trafić sama? [W]***

Warto dodać, że w promocji SBO magistrat wspierany był przez Stowarzyszenie „Oswajanie miasta”, które w ramach projektu „Oswajanie SBO. Wsparcie edukacyjne i informacyjne mieszkańców w procesie Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego 2024” prowadziło Akademię SBO, której zadaniem było zachęcanie mieszkańców do pisania wniosków i głosowania, a także przede wszystkim udzielanie wsparcia wnioskodawców, o czym będzie mowa w dalszej części raportu.

Jeśli chodzi o samą promocję, w trakcie etapu składania wniosków w/w stowarzyszenie organizowało spotkania z przedstawicielami szczecińskich organizacji pozarządowych oraz liderami aktywnych grup nieformalnych, którzy zachęceni byli do uczestnictwa w SBO. Wśród nich były m.in. organizacje pracujące na co dzień z osobami z niepełnosprawnościami, z imigrantami oraz z seniorami. Podczas etapu głosowania stowarzyszenie zorganizowało 12 lekcji w trzech szkołach średnich, których celem było zachęcenie młodzieży do oddania swojego głosu.

Większość wnioskodawców oraz przedstawiciele organizacji pozarządowych, z którymi prowadzono wywiady, była zdania, że promocja SBO w obecnej edycji była mało widoczna i niewystarczająca.

***Szczerze mówiąc, to w tym roku bardzo późno się dowiedziałem, że ruszyła kampania. Zazwyczaj to się działo w innym miesiącu i byłem przyzwyczajony, a w tym roku przypadkiem się dowiedziałem, że to już ruszyło. Na mieście nie widziałam nic, gdybym przynajmniej zobaczył jakiś plakat czy informację w autobusie, to pewnie wcześniej bym zaczął robić analizę i przygotowywać się do złożenia projektu. [W]***

***W tym roku nie spotkałem się z niczym na mieście, a z tego co pamiętam, to w poprzednich latach były bilbordy, plakaty czy reklamy w tramwajach na wyświetlaczach. Dopiero w trakcie głosowania było mnóstwo plakatów, ale to dlatego, że wywieszali je sami wnioskodawcy. [W]***

***W przestrzeni miasta nie zauważyłam żadnej kampanii, jedynie na Facebooku. Dziwne to, ponieważ bywam w wielu miejscach na prawobrzeżu i w centrum miasta też jeżdżę dużo komunikacją miejską. [W]***

***Byłem we wrześniu w Gdańsku i tam na każdym kroku widziałem bilbordy czy plakaty zachęcające do głosowania. U nas, gdyby nie starania samych wnioskodawców, którzy próbowali wieszać swoje plakaty w różnych miejscach, nie byłoby praktycznie nic. [W]***

***Mam wrażenie, że z roku na rok promocja SBO jest coraz mniejsza. W tym roku poza Internetem według mnie praktycznie nie istniała. [N]***

Osoby, które zetknęły się z promocją SBO na którymś z etapów, najczęściej zwróciły na nią uwagę w pojazdach komunikacji miejskiej oraz na portalach internetowych. Nieliczne osoby wspominały także o informacjach na ten temat w radiu lub telewizji.

***Widziałem informacje na temat budżetu w tramwajach i autobusach. [W]***

***Teraz ludzie spędzają czas głównie w Internecie i na różnych stronach były informacje zachęcające do składania wniosków. Według mnie było tego tyle, że każdy na pewno bez problemu mógł się z tym zetknąć. [W]***

***Słucham Radia Szczecin codziennie i chyba ze dwa razy puścili informację o początku głosowania. Tego radia słucha jednak mnóstwo ludzi i tych informacji powinno być znacznie więcej niż tylko kilka krótkich wzmianek, na które osoby, które nie wiedzą o co chodzi, w ogóle mogą nie zwrócić uwagi. [W]***

Podczas wywiadu przeprowadzonego z urzędnikami zaangażowanymi w organizację budżetu obywatelskiego, jedna z osób wspomniała, że we wcześniejszych edycjach w trakcie etapu głosowania po mieście jeździł odpowiednio oklejony „Budżetobus”, w którym można było oddać swój głos na projekty. Rozmówczyni powiedziała, że urząd zrezygnował z tego narzędzia, ponieważ korzystało z niego coraz mniej mieszkańców, obawiała się jednak, że część osób może z powodu rezygnacji z niego mieć poczucie braku. Na podstawie rozmów z autorami projektów można stwierdzić, że te obawy były bezpodstawne. Ani jedna osoba w trakcie wywiadu nie wspominała o Budżetobusie, a kilku autorów wprost o niego zapytanych najczęściej go pamiętało, ale nie uważało, żeby jego brak był jakimś problemem.

Jedną z form promocji budżetu obywatelskiego mogą być projekty zrealizowane w poprzednich edycjach. Dzięki nim mieszkańcy mogą zobaczyć praktyczny wpływ SBO na osiedla, w których mieszkają i całe miasto. W dniach 10 i 11 listopada przeprowadzono lustrację miejscową dziesięciu projektów, które powstały w ramach SBO w ubiegłych latach (na podstawie mapy [https://sbo.szczecin.eu/mapa\\_projektow\\_all](https://sbo.szczecin.eu/mapa_projektow_all)). Żaden z nich nie był oznaczony tablicą informującą o tym, że projekt zrealizowano w ramach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego.

Jedna z rozmówczyń wspomniała, że informacja o finansowaniu ze środków budżetu obywatelskiego nie pojawiała się także na plakatach promujących organizowany w czerwcu tego roku festyn z okazji Dnia Dziecka, w ramach projektu, który zwyciężył w ubiegłorocznej edycji SBO.

Rozmówcy w trakcie wywiadów zostali poproszeni o wskazanie, w jaki sposób urząd powinien promować budżet obywatelski w kolejnych edycjach. Część z nich uważała, że należy w większym stopniu promować SBO w przestrzeni miasta.

***W okresie składania wniosków, a przede wszystkim w okresie głosowania na mieście powinno być widać informację o budżecie obywatelskim. Skoro mieszkańcy mogą decydować o wydaniu kilkudziesięciu milionów złotych, to ważne, żeby w ogóle się o tym dowiedzieli. [W]***

***Trzeba zainwestować w bilbordy, plakaty, ekrany ledowe i tego typu rzeczy. [W]***

Kilka osób wskazywała na to, żeby w trakcie etapu składania projektów prowadzić promocję skierowaną do konkretnych grup docelowych. Najczęściej wspominano w tym kontekście dzieci i młodzież oraz osoby starsze, ale także osoby z niepełnosprawnościami.

***Powinny być spotkania w szkołach, najlepiej w formie warsztatów, żeby do budżetu wciągnąć dzieci i młodzież, bo te grupy teraz najczęściej w ogóle o tym nie słyszały. [W]***

***Spotkania w szkołach, w klubach seniora, w organizacjach pozarządowych, pracujących w obszarze dzieci czy seniorów. [W]***

***Na tą chwilę w budżet obywatelski zaangażowane są przede wszystkim osoby w średnim wieku. Zresztą nie tylko w Szczecinie. Uważam, że należy starać się wciągnąć także inne grupy społeczne, które teraz w praktyce są z tego wykluczone, jak młodzież, osoby starsze czy niepełnosprawne. [N]***

Z innych pomysłów na promocję proponowano także wykorzystanie projektów zrealizowanych w poprzednich edycjach oraz doświadczonych wnioskodawców, którzy byli autorami zwycięskich projektów.

***Są osoby, które składają wnioski od lat i mają duże doświadczenie i wiele sukcesów na swoim koncie. Uważam, że warto je zaprosić do współpracy, bo zawsze do ludzi bardziej trafi zwykły mieszkaniec, który opowie czym jest budżet i jak dzięki niemu można kształtować otoczenie, niż gdyby miał to robić urzędnik. [N]***

***Na osiedlach powinny być organizowane wystawy ze zdjęciami zwycięskich projektów. Coś w stylu: patrz, to zostało zrobione dzięki budżetowi obywatelskiemu. Jeśli ty masz jakieś potrzeby czy pomysły też możesz napisać swój własny projekt. [W]***

## 3.2 STRONA I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE BUDŻETU OBYWATELSKIEGO

Większość autorów projektów, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione mówiła, że na stronę internetową SBO zaglądała głównie lub wręcz jedynie w trakcie przygotowywania i składania wniosków. Służyła ona przede wszystkim jako miejsce, gdzie należy złożyć projekt, a także do szukania konkretnych informacji, jak mapa, przykładowy cennik czy numery telefonów do odpowiednich komórek organizacyjnych Urzędu Miasta Szczecin i miejskich jednostek organizacyjnych. Żadna z osób nie zaglądała na stronę w celu zapoznania się z aktualnościami dotyczącymi SBO, choć niektórzy powiedzieli, że jak już na niej byli, to przy okazji także je czytali.

Strona SBO była pozytywnie oceniana przez większość osób, z którymi przeprowadzono wywiady.

***Samą stronę oceniam bardzo dobrze, jest tam dużo potrzebnych informacji dla wnioskodawców i głosujących. Wszystkie informacje, które tam były, przydały mi się, a jak czegoś szukałem, to bez problemu znajdowałem. [W]***



***Ze strony Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego brałam informacje, które dotyczyły, np. regulaminów i tak dalej i wydaje mi się, że te informacje są przedstawione czysto i przejrzysto. [W]***

Kilku projektodawców, mimo ogólnie pozytywnego postrzegania, miało jednak do niej swoje uwagi.

***Dobrze, że urząd udostępnia przykładowy cennik, ale nie ma tam różnych ważnych i nieraz potrzebnych informacji. [W]***

***Na stronie powinna być zakładka, gdzie autorzy mogą promować swoje projekty. Nie chodzi mi o to, co jest teraz, bo te informacje, które obecnie są na temat projektu, to coś przygotowywanego na potrzeby urzędników. Chodzi mi o takie miejsce, że osoby zainteresowane mogłyby wstawić swój film, jakieś wizualizacje czy opis projektu zachęcający potencjalnie zainteresowane osoby. [W]***

Osoby szukające informacji na temat tego, co w danym momencie dzieje się w SBO, znacznie częściej korzystają z profilu SBO na Facebooku, który na dzień pisania raportu obserwuje 2,3 tysiąca osób.

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 8 marca do 13 kwietnia opublikowano łącznie 11 wpisów informujących i zachęcających do składania wniosków oraz 3 wpisy dotyczące wydarzeń organizowanych w ramach Akademii SBO, co daje mniej więcej jedną informację na trzy dni; to stosunkowo niewiele zważywszy, że urzędowi powinno zależeć na dotarciu w tym okresie do jak największej grupy mieszkańców;
- w okresie głosowania od 8 do 23 listopada informacje na profilu SBO publikowane były znacznie częściej niż w trakcie etapu składania projektów (średnio trzy razy dziennie, wliczając w to weekendy i święta);
- responsywność publikowanych informacji na Facebooku jest niska; największą popularnością w trakcie okresu składania projektów cieszyły się posty z 24 i 30 marca oraz 7 i 8 kwietnia z informacjami o możliwości składania projektów oraz pulą pieniędzy do rozdysponowania, które polubiło po 12 osób;
- największą popularnością w trakcie okresu głosowania cieszyły się posty z 11 listopada z informacją o Biegu Niepodległości i 16 listopada, który informował o półmetku głosowania, polubiło je odpowiednio 19 i 13 osób;
- 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;
- działaniem, które warto podkreślić, były konkursy, które były prowadzone na Facebooku, w ostatnich dniach głosowania, które aktywizowały użytkowników;

- posty publikowane w trakcie obu kampanii edukacyjno-informacyjnej były adresowane do wszystkich kategorii odbiorców, żaden z nich nie był adresowany do specyficznych grup, nie zauważono profilowania z uwagi na takie cechy odbiorców, jak płeć, wiek czy inne, na co pozwalają dane o odbiorcach profili społecznościowych;
- 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 składania wniosków na Facebooku nie opublikowano żadnego postu dotyczącego realizacji zwycięskich projektów z poprzednich edycji; tego typu wpisy to znakomita i bezpłatna promocja budżetu obywatelskiego, z której warto korzystać podczas etapu zgłaszania projektów;
- urząd nie wykorzystuje do promocji SBO innych popularnych portali społecznościowych, jak Instagram czy Tik Tok.

### 3.3 ZAANGAŻOWANIE RAD OSIEDLI I JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH URZĘDU

Najtańszą formą promocji SBO, dodatkowo docierającą do dużej liczby mieszkańców z różnych części miasta i o różnych zainteresowaniach, mogą być profile na portalach społecznościowych miejskich jednostek organizacyjnych oraz rad osiedli. Ten kanał promocji obecnie jest jednak wykorzystywany w bardzo niewielkim stopniu.

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

- na 37 rad osiedla działających w mieście osiem nie ma profilu na portalu Facebook; w trakcie ewaluacji monitoringowi poddano więc 29 istniejących profili w dwóch kluczowych okresach: od 14 marca do 13 kwietnia oraz od 8 do 23 listopada;
- publikacje na temat SBO w portalach społecznościowych prowadzonych przez rady osiedla umieszczane były rzadko. W pierwszym okresie tylko trzy rady udostępniły informację dotyczącą możliwości składania wniosków do SBO; były to: Rada Osiedla Warszewo (dwukrotnie), Rada Osiedla Śródmieście Północ oraz Rada Osiedla Podjuchy (po jednym razie);
- w drugim monitorowanym okresie aktywność profili była nieznacznie wyższa; o możliwości głosowania informowało dziewięć rad osiedli;
- najbardziej aktywna była Rada Osiedla Warszewo, która w trakcie etapu głosowania udostępniła sześć postów dotyczących SBO; posty zachęcające do wzięcia udziału w głosowaniu zamieściły także: Rada Osiedla Żelechowa (4 posty); Rada Osiedla Śródmieście Zachód i Rada Osiedla Osów (po 3); Rada Osiedla Stare Miasto Szczecin, Rada Osiedla Bukowe-Kłęskowo, Rada Osiedla Arkońskie-Niemierzyn (po jednym);
- Rada Osiedla Załom - Kasztanowe w trakcie etapu głosowania udostępniła cztery posty, ale jeden z nich zachęcał do oddania głosu na konkretny projekt, co nie powinno mieć miejsca; podobna sytuacja miała miejsce w przypadku Rady Osiedla Krzekowo-Bezrzecze, która opublikowała dwa posty, w obu zachęcano na głosowanie na konkretny projekt;

- monitoringowi poddano także dziewięć profili na Facebooku jednostek organizacyjnych<sup>1</sup>; w okresie od 14 marca do 13 kwietnia nie opublikowano na nich żadnej informacji dotyczącej możliwości składania wniosków do Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego, natomiast w okresie od 8 do 23 listopada informacje na temat głosowania udostępniono na profilach Miejskiej Biblioteki Publicznej w Szczecinie (1 post) oraz Muzeum Techniki i Komunikacji w Szczecinie (2 posty).

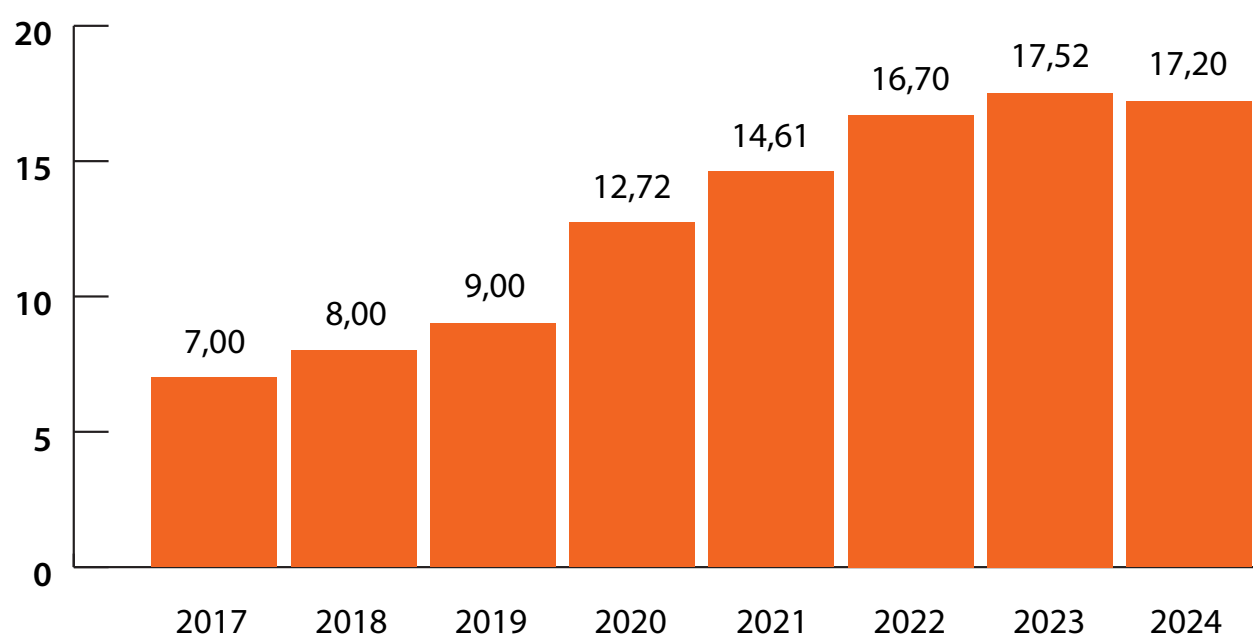
## 4. Zgłaszanie przez mieszkańców propozycji zadań

### 4.1 ŚRODKI NA BUDŻET OBYWATELSKI

W obecnej edycji mieszkańcy mieli do dyspozycji 17 200 000 zł, czyli 320 000 zł mniej niż w zeszłym roku. Zwróciło na to uwagę kilka osób, z którymi prowadzono wywiady.

***Inflacja szaleje, a środki na budżet obywatelski zamiast rosnąć, spadły. Wiele projektów, które można było robić w poprzednich latach, teraz są już niemożliwe, bo brakuje na nie pieniędzy.***  
[W]

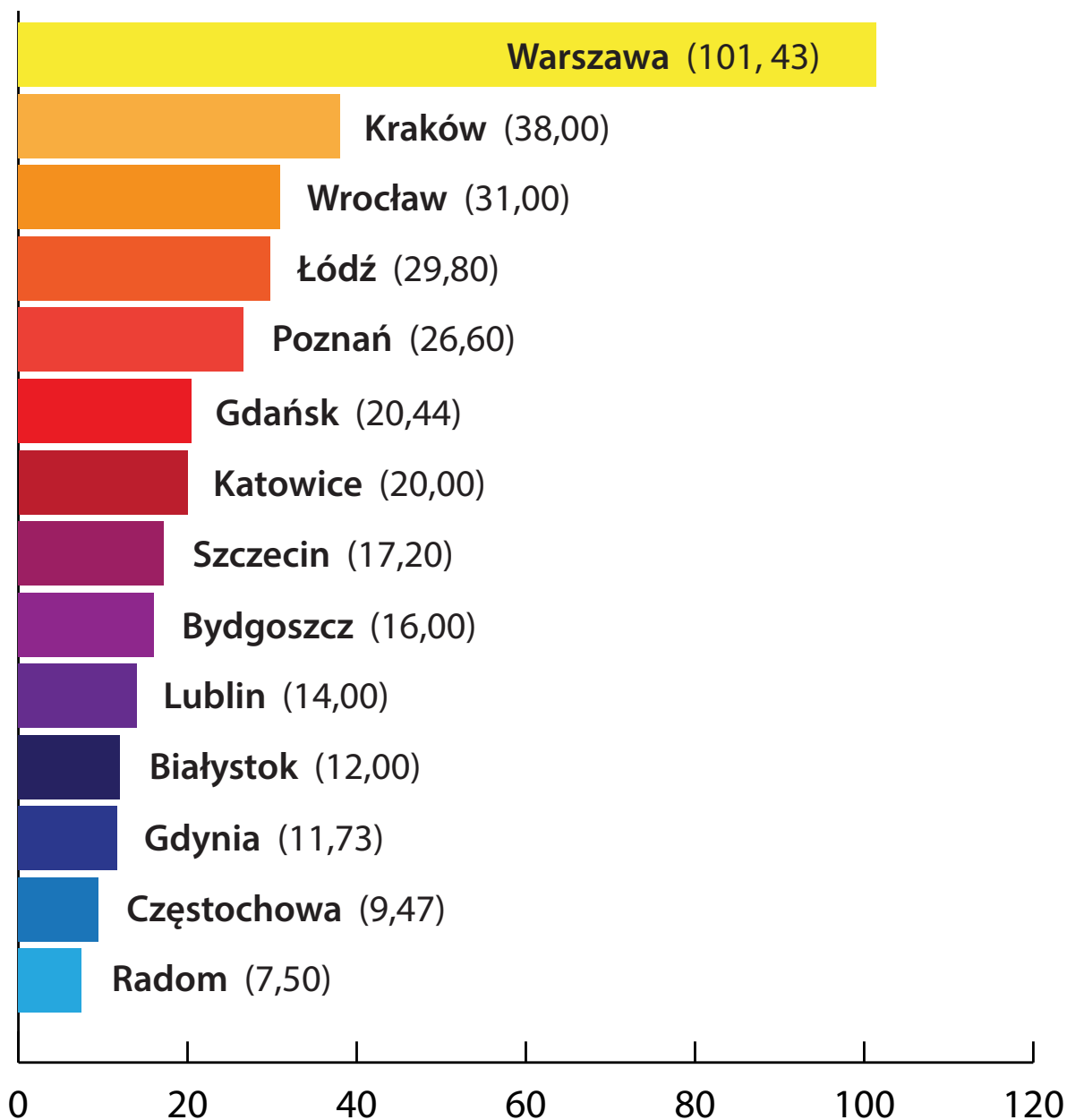
Wykres 1: Wysokość SBO (w mln PLN)



Pod względem przeznaczanych środków Szczeciński Budżet Obywatelski znajduje się w środku miast powyżej 200 tysięcy mieszkańców. Zdecydowanym liderem w tym zestawieniu jest Warszawa, co ze względu na liczbę mieszkańców nie może dziwić. Kolejne miejsca zajmują Kraków i Wrocław. Najmniejszy budżet do dyspozycji mają za to mieszkańcy Radomia, Częstochowy i Gdyni.

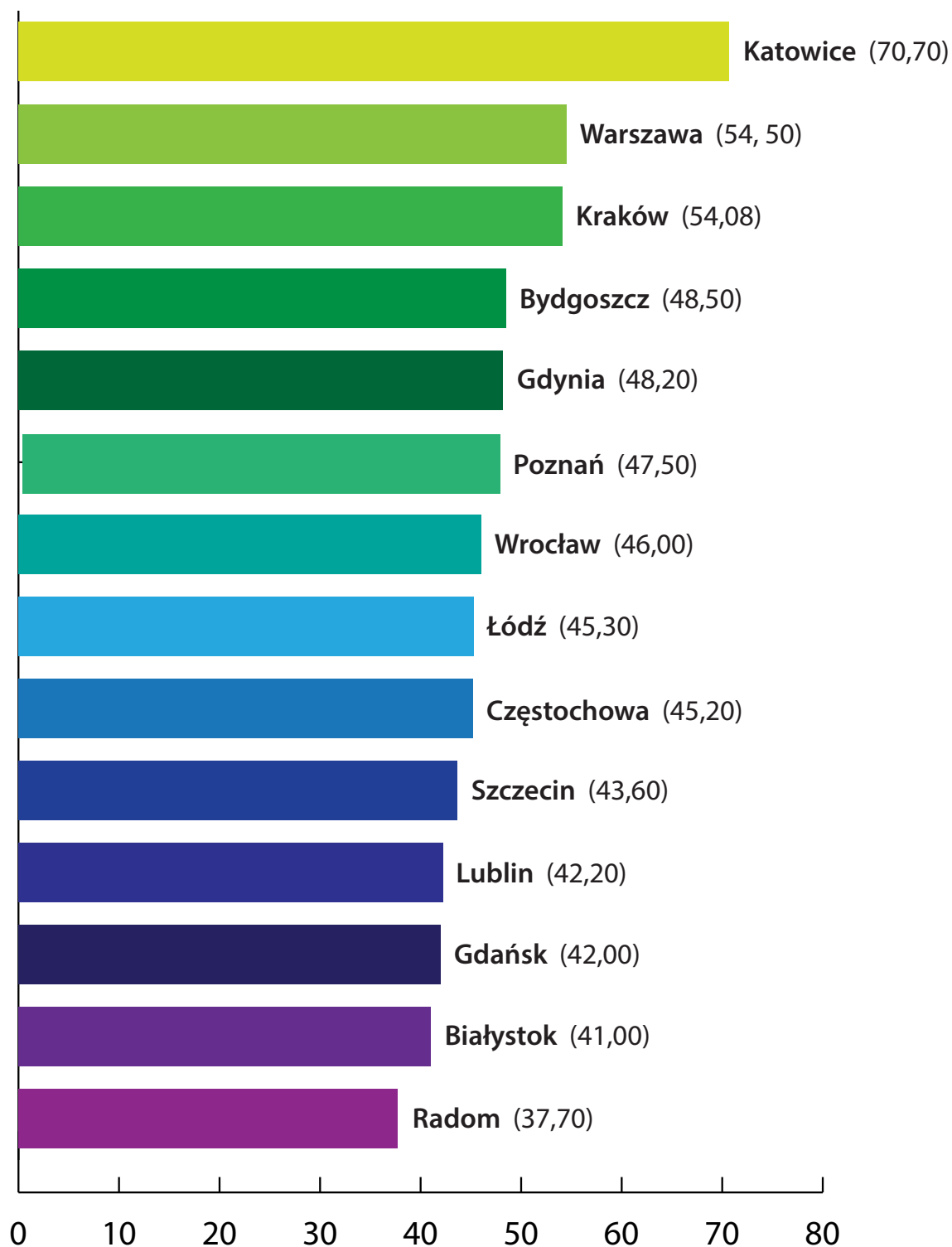
<sup>1</sup> Miejska Biblioteka Publiczna w Szczecinie, Muzeum Techniki i Komunikacji w Szczecinie

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



Jeśli porównamy największe miasta w Polsce pod względem kwoty BO w przeliczeniu na jednego mieszkańca, to w tym zestawieniu liderem są Katowice, gdzie wynosi ona 70,7 zł. Na drugiej pozycji jest Warszawa, która przeznaczają średnio 54,5 zł na jednego mieszkańca. Szczecin w gronie 14 miast powyżej 200 tysięcy mieszkańców z kwotą 43,6 zł zajmuje dziesiąte miejsce. Zaraz za nim jest Lublin (42,2 zł) oraz Gdańsk (42 zł), a najmniejszą kwotą dysponują mieszkańcy Radomia (37,7 zł).

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



W tej edycji uległ zmianie regulamin SBO. W poprzednich latach mieszkańcy mogli zgłaszać projekty o charakterze ogólnomiejskim (realizowały potrzeby mieszkańców więcej niż jednego obszaru lokalnego lub miejsce realizacji projektu nie było przypisane do jednego obszaru lokalnego) i lokalnym (realizowały potrzeby mieszkańców jednego lub kilku osiedli łącznie). Pula środków SBO podzielona była w proporcji: 30% środków na projekty w obszarze ogólnomiejskim oraz 70% środków na projekty w obszarze lokalnym.

W nowym regulaminie pozostawiono projekty o charakterze lokalnym, ale zrezygnowano z projektów ogólnomiejskich. Zamiast tych ostatnich wprowadzono nową kategorię, tzw. „Zielone SBO”. Dotyczy ona projektów związanych z ochroną miejskiego środowiska przyrodniczego, w szczególności projektów, których realizacja ma prowadzić do poprawy stanu oraz zwiększania powierzchni terenów zieleni w Szczecinie. Jeśli chodzi o podział środków między kategoriami, to nie uległ on zmianie. Nadal 70% środków przeznaczonych jest na projekty w obszarze lokalnym, a 30% na Zielone SBO.

Kolejną zmianą, którą wprowadzono w tym roku, jest wielkość środków, które można przeznaczyć na realizację jednego projektu. W ubiegłych latach na jeden projekt ogólnomiejski mógł pochłonąć całą kwotę przeznaczoną na tą kategorię. Obecnie wartość każdego z projektów Zielonego SBO nie może być wyższa niż 50% całości środków SBO przeznaczonych na realizację tych projektów.

Większość wnioskodawców w wywiadach odniosła się do tej zmiany pozytywnie. Argumenty „za” były bardzo różne.

***Myślę, że to krok w dobrą stronę, bo w wielu miejscach Szczecina brakuje terenów zielonych. [W]***

***W związku z tym, że to jest zielony budżet, to projekty, które wygrają, będą ogólnodostępne dla wszystkich, a nie np. tak jak było rok temu, kiedy wygrało hospicjum. [W]***

***Bardzo dobrze. Nie dojdzie do sytuacji, że cały budżet na zadanie ogólnomiejskie zgarnie jeden projekt, jak to miało miejsce w poprzednich edycjach. Teraz pieniądze trafią do co najmniej dwóch projektów, co jest dużą zmianą na plus. [W]***

Było jednak także kilka głosów przeciwnych tej zmianie, co głównie było związane z finansami.

***Ja nie mam nic przeciwko projektom ekologicznym. Nie podoba mi się jednak, że ta zmiana wiąże się z tym, że skasowano projekty ogólnomiejskie. Pieniądze na działania lokalne są niewielkie, a do tego szaleje inflacja i tak naprawdę w tym roku nie da się z tego przeprowadzić żadnej sensownej inwestycji. [W]***

***Dla mnie to bez sensu, przecież projekty ekologiczne można było robić już wcześniej, a w związku z tą zmianą mieszkańcy nie mają już możliwości składania wniosków na jakieś większe inwestycje. [W]***

Jeśli chodzi o podział środków na projekty lokalne, to został on dokonany za pomocą algorytmu bazującego na podziale procentowym opartym w 80% na liczbie mieszkańców danego obszaru lokalnego i w 20% na powierzchni tego obszaru lokalnego (w poprzednich latach ten algorytm wyglądał nieco inaczej: 70% - liczba mieszkańców i 30% - powierzchnia).

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

- dla obszaru nr 1 – Skolwin, Stołczyn, Bukowo – 620 000 złotych,
- dla obszaru nr 2 – Warszewo, Osów – 610 000 złotych,
- dla obszaru nr 3 – Głębokie – Pilchowo, Krzekowo – Bezrzecze, Zawadzkiego - Klonowica – 640 000 złotych,

- dla obszaru nr 4 – Arkońskie – Niemierzyn – 430 000 złotych,
- dla obszaru nr 5 – Niebuszewo – 450 000 złotych,
- dla obszaru nr 6 – Gołęcino – Gocław, Żelechowa – 610 000 złotych,
- dla obszaru nr 7 – Drzetowo – Grabowo – 430 000 złotych,
- dla obszaru nr 8 – Niebuszewo – Bolinko – 540 000 złotych,
- dla obszaru nr 9 – Pogodno – 650 000 złotych,
- dla obszaru nr 10 – Gumieńce – 740 000 złotych,
- dla obszaru nr 11 – Świerczewo – 420 000 złotych,
- dla obszaru nr 12 – Turzyn – 460 000 złotych,
- dla obszaru nr 13 – Śródmieście Zachód – 330 000 złotych,
- dla obszaru nr 14 – Śródmieście Północ, Łękno – 380 000 złotych,
- dla obszaru nr 15 – Centrum – 420 000 złotych,
- dla obszaru nr 16 – Pomorzany – 560 000 złotych,
- dla obszaru nr 17 – Stare Miasto, Nowe Miasto, Międzyodrze – Wyspa Pucka – 700 000 złotych,
- dla obszaru nr 18 – Żydowce – Klucz, Podjuchy, Zdroje – 710 000 złotych,
- dla obszaru nr 19 – Dąbie, Załom – Kasztanowe – 730 000 złotych,
- dla obszaru nr 20 – Słoneczne, Majowe – 540 000 złotych,
- dla obszaru nr 21 – Bukowe – Klęskowo – 420 000 złotych,
- dla obszaru nr 22 – Płonia – Śmierdnica – Jezierzycy, Kijewo, Wielgowo – Sławocieszce – Zdunowo – 650 000 złotych.

Większość wnioskodawców, z którymi rozmawiano, miała wiedzę na temat algorytmu podziału środków i nie miała co do niego żadnych uwag. Jedyne wątpliwości, jakie padały, dotyczyły łączenia osiedli w obszary.

***Moje osiedle jest niewielkie i połączone zostało z innym, znacznie większym, co powoduje, że nasze szanse na zdobycie środków są minimalne. [W]***

***Według mnie te osiedla połączone są często zupełnie sztucznie. [W]***

## 4.2 WSPARCIE W ZGŁASZANIU PROJEKTÓW

Osoby zainteresowane zgłoszeniem wniosku mogły w obecnej edycji skorzystać z różnych form wsparcia. Najważniejszą jest Akademia SBO prowadzona przez Stowarzyszenie „Oswajanie miasta”, w ramach której zorganizowano m.in. warsztaty stacjonarne w Śródmiejskim Punkcie Sąsiedzkim Środek dotyczące technicznych aspektów składania wniosków, spotkanie online dotyczące nowego regulaminu SBO, a także udzielano konsultacji indywidualnych w przygotowywaniu wniosków.

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.

Pracownicy Biura Dialogu Obywatelskiego, jednostki koordynującej proces konsultacji społecznych SBO, byli także dostępni dla osób zainteresowanych na miejscu w urzędzie. Osoby, przychodziły na konsultacje z różnymi problemami.

***Raz przyszła do nas pani, która miała ogólny pomysł na projekt. Usiadłyśmy razem do komputera i krok po kroku dopytywałam się, co chciałaby zrobić i wpisywałam do wniosku. [U]***

Ostatnim rodzajem wsparcia była strona internetowa <https://sbo.szczecin.eu/>, na której umieszczonych zostało wiele ważnych informacji przydatnych dla osób zainteresowanych złożeniem wniosku, jak np. regulamin SBO, plik z przykładowymi kosztami, instrukcja, wyszukiwania działek pod inwestycje SBO, poradnik korzystania z geoportalu, wzór wniosku, listy poparcia i różne konieczne oświadczenia.

Autorzy wniosków generalnie bardzo dobrze oceniają wsparcie w trakcie etapu składania wniosków. Z osób, z którymi prowadzono wywiady tylko trzy korzystały z pomocy Akademii SBO na tym etapie, ale wszystkie były z niego zadowolone.

***Ja w tym roku składałem wniosek po raz pierwszy, więc te warsztaty, które były oferowane w ramach Akademii SBO były dla mnie bardzo przydatne. (...) Oceniam je bardzo wysoko, wszystko było zrobione bardzo profesjonalnie. [W]***

***Brałam udział w warsztatach i dowiedziałam się na nich wszystko co mnie interesowało. [W]***

Te, które nie uczestniczyły w warsztatach organizowanych przez Akademię, najczęściej tłumaczyły to tym, że po prostu tego typu wsparcia nie potrzebowały.

***Dla mnie to szkoda czasu, bo i tak to jest wszystko łopatologicznie wytłumaczone. [W]***

Znacznie więcej osób skorzystało z konsultacji telefonicznej lub elektronicznej z pracownikami miejskich jednostek weryfikujących. W tym przypadku wsparcie, jakie uzyskały, także było oceniane wysoko.

***Ja składam wnioski już od wielu lat, więc żadne warsztaty nie są mi już potrzebne. Jak przygotowuję wniosek, to czasem mam potrzebę kontaktu z osobami, które go potem będą oceniać i dopytania o różne kwestie. To bardzo dobra droga, bo potem, podczas weryfikacji, wszystkie najważniejsze kwestie i problemy są już rozwiązane. [W]***

***Dzwoniłem kilka razy do urzędu i bez problemu otrzymałem potrzebne odpowiedzi na wszystkie pytania. [W]***

***Co potrzebowałem, to dzwoniłem i dopytywałem się. Czasami wysyłałem jakieś zapytania e-mailem, to mi na wszystko odpowiadali w krótkim czasie. [W]***

Tylko jeden rozmówca skrytykował tą formę wsparcia, było to jednak związane z tym, że nie wiedział, do kogo konkretnie powinien zadzwonić ze swoim problemem i ostatecznie nie skontaktował się z nikim.

***Nie wiem, jaka komórka ostatecznie będzie weryfikować mój wniosek, a nie chciałem dzwonić i być wysyłanym od jednej osoby do drugiej. [W]***



### 4.3 OPRACOWANIE I ZGŁASZANIE PROJEKTÓW

Projektodawcy zostali poproszeni o podzielenie się, jakie motywacje nimi kierowały, że zdecydowali się na uczestnictwo w SBO. Najczęściej związane były one z chęcią rozwiązania jakiegoś konkretnego problemu lub wpływu na miasto czy swoje osiedle.

***Moje dziecko chodzi do szkoły podstawowej, w której uważam, że brakuje boiska, stąd jako rodzic się zaangażowałam i napisałam wniosek. [W]***

***Budżet obywatelski jest takim narzędziem, dzięki któremu my mieszkańcy możemy mieć bezpośredni wpływ na to, co się wokół nas dzieje. Uważam, że skoro jest taka możliwość, to trzeba z niej korzystać. [W]***

***Kilka lat temu mój projekt już przeszedł i został zrealizowany. Nie dało się jednak wtedy zrobić wszystkiego, co bym chciał, bo środki były za małe, stąd teraz chcę ten projekt niejako dokończyć. [W]***

Kilka osób zaangażowało się, bo nie do końca jest zadowolone z kierunków rozwoju miasta czy polityki inwestycyjnej i za pomocą budżetu obywatelskiego chce tą sytuację w jakiś sposób zmienić czy poprawić.

***Miasto nie uzupełnia niezbędnej infrastruktury i poprzez budżet obywatelski robię tak naprawdę to, czym powinno się zajmować miasto, ale się nie zajmuje. [W]***

***Uważam, że Szczecin jest zalany betonem i chcę dzięki zielonemu budżetowi choć w niewielkim stopniu to zmienić. [W]***

Zmiana regulaminu SBO w obecnej edycji dotyczyła także zgłaszania projektów. W poprzednich latach mieszkańcy mieli możliwość złożenia wniosków w wersji elektronicznej lub papierowej na formularzu. W tym roku projekty można było składać jedynie w wersji elektronicznej w systemie informatycznym. Regulamin zobowiązał jednak prezydenta do zapewnienia organizacji i obsługi punktów do składania projektów, w których zapewnione miały zostać elektroniczne narzędzia do składania projektów oraz obecność asystenta, który udzieli mieszkańcowi niezbędnej pomocy w złożeniu projektu. W praktyce zajęło się tym Biuro Dialogu Obywatelskiego, które w kilku przypadkach udzieliło zainteresowanym wsparcia w złożeniu wniosku w systemie informatycznym.

Wnioskodawcy, z którymi prowadzone były wywiady, generalnie są zdania, że napisanie i złożenie wniosku do budżetu obywatelskiego było proste, a w przypadkach problemów można było liczyć na wsparcie pracowników Biura Dialogu Obywatelskiego lub Akademii SBO.

***Ja w tym roku składałem wniosek po raz pierwszy, ale nie miałem żadnych problemów z wypełnieniem formularza. [W]***

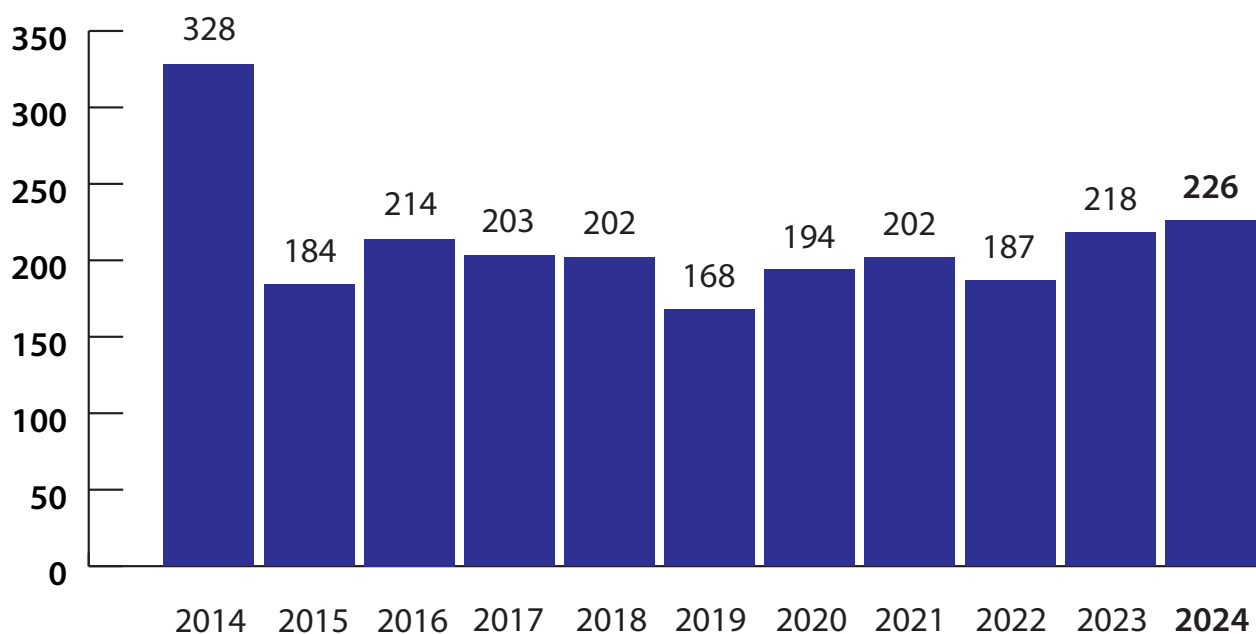
Wnioskodawcy dobrze oceniali także formularz wniosku, który postrzegają jako zrozumiały. Jedynie jedna osoba miała do niego drobną uwagę.

***W formularzu najpierw trzeba wpisać uzasadnienie wyboru kategorii, a następnie cel i uzasadnienie projektu. Dla mnie to bez sensu, bo te dwa punkty można połączyć w jeden. [W]***

## 4.4 CHARAKTERYSTYKA WNIOSKÓW I WNIOSKODAWCÓW

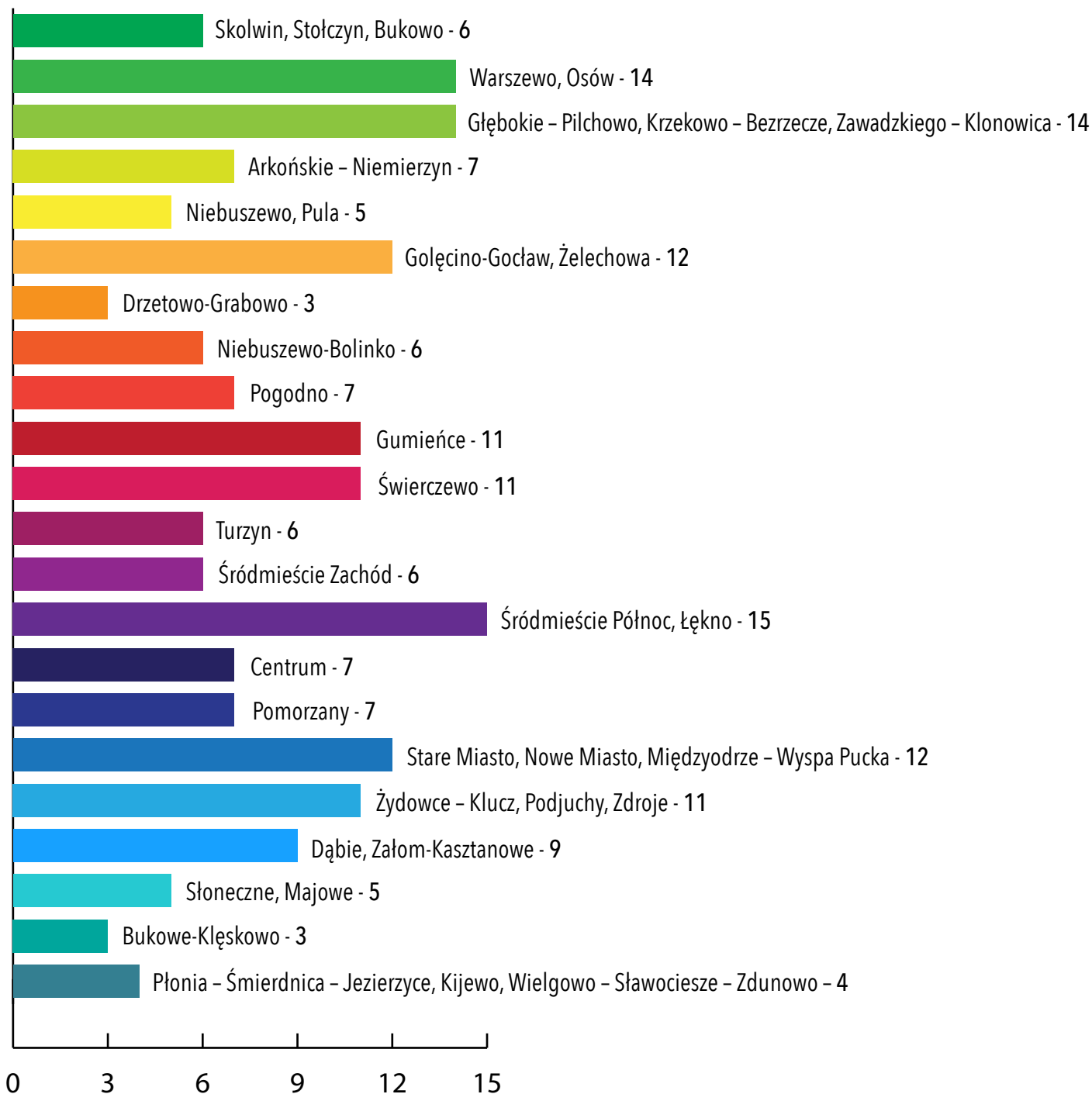
W obecnej edycji mieszkańcy złożyli łącznie 226 projektów, z czego 181 lokalnych i 45 do Zielonego SBO. Jak widać na wykresie 4, nie licząc pierwszego roku, kiedy budżet obywatelski był nowością, jest to rekordowy wynik.

Wykres 4: Liczba zgłoszonych projektów w edycjach 2014 - 2024



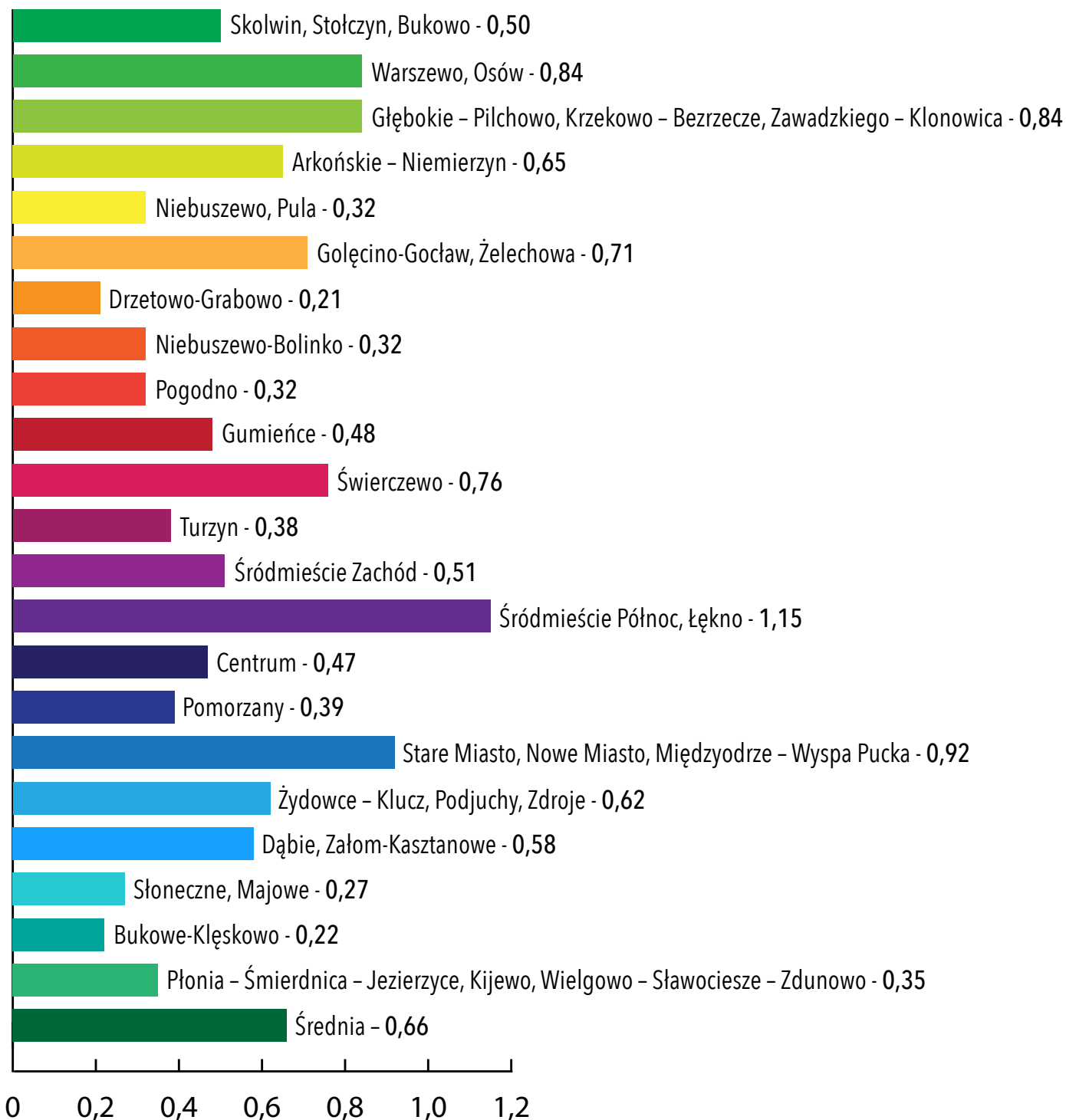
Wykres 5 przedstawia, ilość złożonych wniosków w poszczególnych obszarach lokalnych. Jak widać największą ilość projektów złożono w obszarze Śródmieście Północ, Łęknio (15). Tuż za nim znalazły się Warszewo, Osów oraz Głębokie-Pilchowo, Krzekowo-Bezrzecze, Zawadzkiego-Klonowica (po 14). Z drugiej strony obszarami, w których złożonych zostało najmniej propozycji zadań są Bukowe-Kłęskowo i Drzetowo-Grabowo (po 3), Płonia-Śmierdnica-Jezierzyce, Kijewo, Wielgowo-Sławociesz-Zdunowo (4) oraz Słoneczne, Majowe (5).

**Wykres 5: Liczba zgłoszonych projektów w podziale na obszary lokalne**



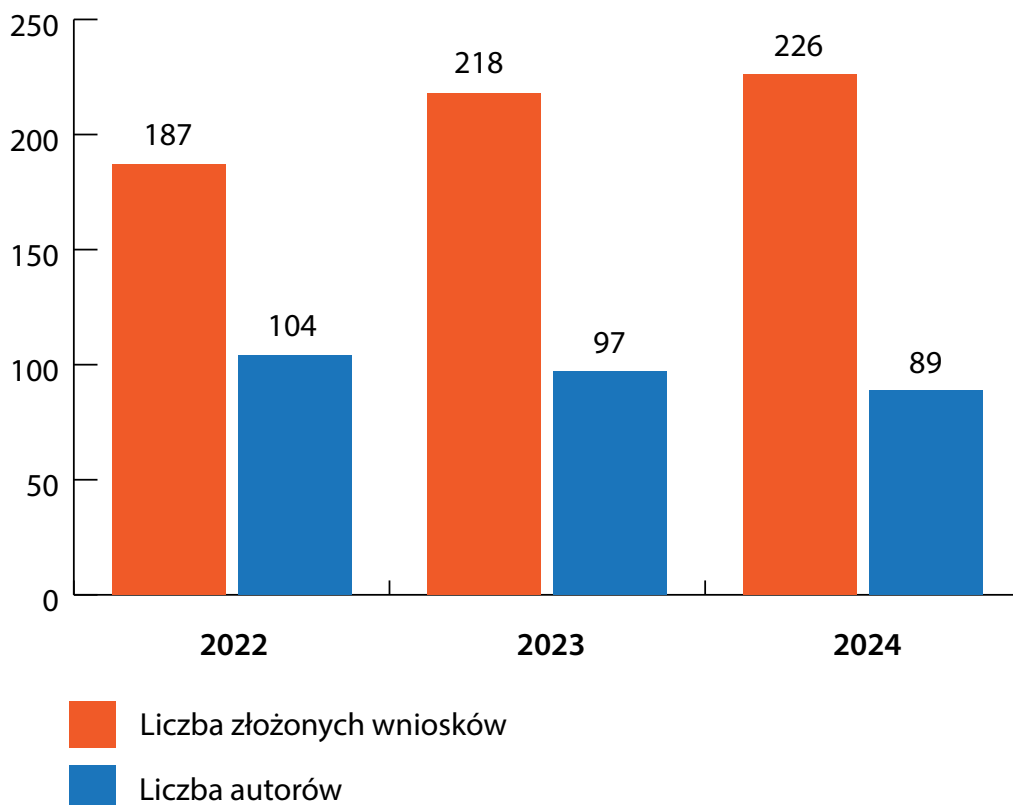
W ramach ewaluacji sprawdzono także, jaka jest liczba złożonych wniosków w poszczególnych obszarach lokalnych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców. Jak widać na wykresie 6 jedynym obszarem, gdzie złożono średnio ponad 1 projekt na tysiąc mieszkańców jest Śródmieście Północ, Łękno (1,15). Wśród najbardziej aktywnych obszarów znajdują się też: Stare Miasto, Nowe Miasto, Międzyodrze – Wyspa Pucka (0,92) oraz Głębokie – Pilchowo, Krzekowo – Bezrzecze, Zawadzkiego – Klonowica i Warszewo, Osów (po 0,84). Najmniej wniosków w przeliczeniu na tysiąc mieszkańców zgłoszono w obszarach Drzetowo-Grabowo (0,21), Bukowe-Klęskowo (0,22) i Słoneczne, Majowe (0,27). Średnia dla wszystkich obszarów wyniosła 0,66 wniosku na tysiąc mieszkańców.

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



Analizując dane z ostatnich trzech lat można zauważyć, że choć systematycznie rośnie liczba złożonych wniosków, to w tym samym czasie maleje liczba autorów projektów, co przedstawiono na wykresie 7. Dwa lata temu 104 mieszkańców złożyło 187 propozycji zadań (jedna osoba napisała średnio 1,80 wniosku). W ubiegłym roku było 97 autorów, którzy złożyli 218 projektów (średnia: 2,25). W obecnej edycji liczba autorów spadła do 89, a liczba wniosków wzrosła do 226 (średnia: 2,54).

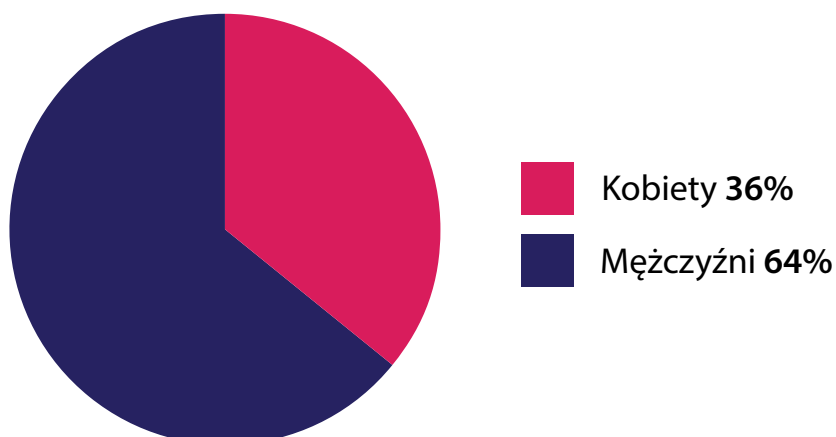
Wykres 7: Porównanie liczby złożonych wniosków z ilością autorów w edycjach 2022 - 2024



W gronie 89 autorów, którzy w tej edycji wzięli udział w SBO, 12 osób jest multiwnioskodawcami, czyli złożyło co najmniej 5 propozycji zadań. W tej grupie jest dziesięciu mężczyzn i dwie kobiety. Łącznie te 12 osób jest autorami 114 projektów, a więc ponad połowy wszystkich złożonych w tej edycji. Rekordzistą jest osoba, która złożyła 23 wnioski (na 226, które wpłynęły do urzędu).

Podobnie jak to ma miejsce w innych polskich miastach wśród autorów projektów więcej jest mężczyzn (64%) niż kobiet (36%). Co ciekawe, 42 wnioskodawców (47%) składało projekty co najmniej drugą edycję z rzędu, a 47 osób (53%) zdecydowało się na wzięcie udziału w SBO po raz pierwszy. To pokazuje, że SBO cały czas ma dużą siłę pozyskiwania nowych osób. W związku z ochroną danych osobowych autorzy ewaluacji nie mieli możliwości skontaktować się z wnioskodawcami z poprzednich lat, którzy z tym roku zrezygnowali z uczestnictwa w SBO, nie można więc zbadać, czym jest to spowodowane.

Wykres 8: Autorzy projektów w podziale na płeć



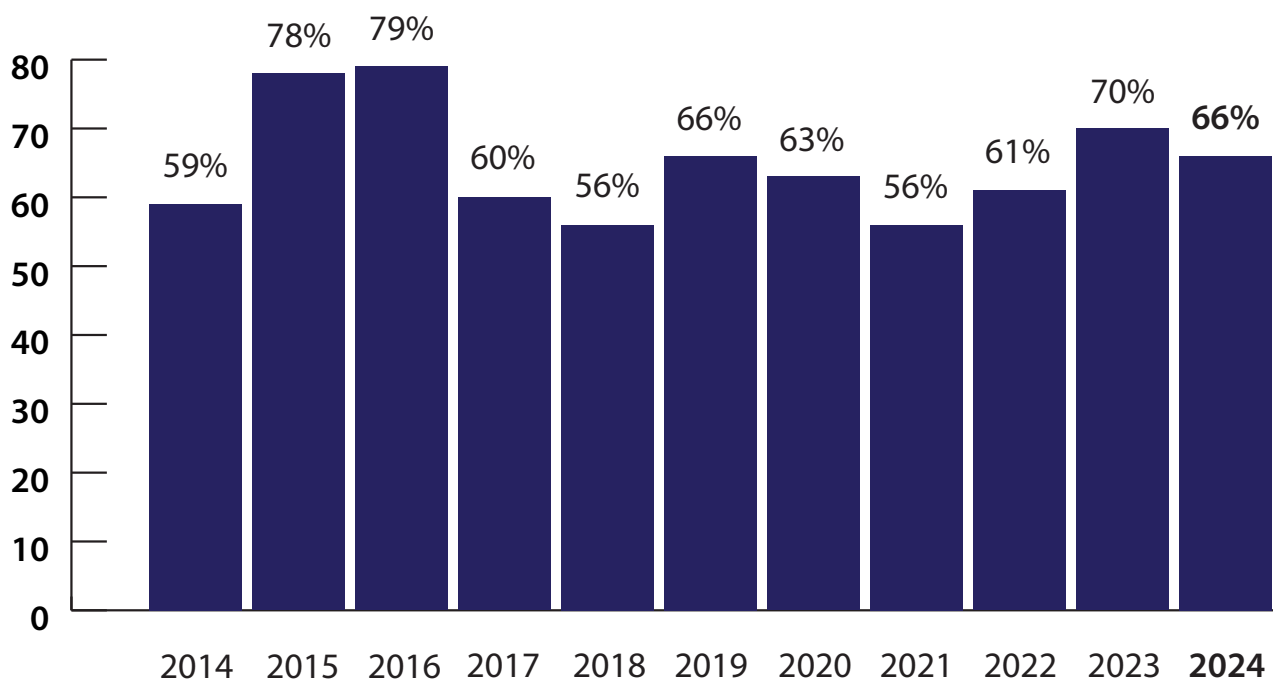
## 5. Weryfikacja i opiniowanie propozycji zadań

### 5.1 WYNIKI WERYFIKACJI

Wnioski w ramach tegorocznej edycji BO można było składać do 13 kwietnia, a publikacja wyników weryfikacji miała miejsce 20 października. Oznacza to, że urząd miał ponad 6 miesięcy na analizę projektów i wydanie opinii. W porównaniu do innych polskich miast to stosunkowo długi okres. Przykładowo w Krakowie w obecnej edycji zgłoszono w sumie 1142 projekty, a zostały one zweryfikowane w trzy miesiące i jeden tydzień. W Katowicach mieszkańcy zgłosili 296 propozycji zadań, których sprawdzanie trwało 3,5 miesiąca. 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 226 projektów, w tym 181 projektów lokalnych oraz 45 projektów w obszarze Zielonego SBO. Ostatecznie, po procesie weryfikacji, na liście do głosowania znalazło się 149 projektów (66% złożonych). Jak widać na wykresie 9 to nieznacznie mniej niż w ubiegłym roku, za to trochę więcej niż w edycjach 2020 – 2022. Zresztą odsetek wniosków, które ostatecznie trafiają na listę do głosowania jest w każdym roku zbliżony i waha się od 56 do 70 procent. Wyjątkami były tu edycje 2015 i 2016, kiedy do głosowania zakwalifikowano odpowiednio 78% i 79% złożonych wniosków.

Wykres 9: Odsetek wniosków, które trafiły na listę do głosowania w edycjach 2014 - 2024



Na podstawie analizy mediów lokalnych i regionalnych, można stwierdzić, że ogłoszenie wyników weryfikacji nie wzbudziło dużych emocji czy kontrowersji. Większość portali i gazet ograniczyło się do podania suchych informacji i zachęcenia do głosowania. Na tym tle wyróżnił się portal [infoludek.pl](https://infoludek.pl), który podkreślił, że mieszkańcy będą mieli do wyboru aż 149 propozycji.

Z drugiej strony Głos Szczeciński w swoim tekście „Przechodniu chcesz chodnik? To zrób go za swoje. Szczeciński Budżet Obywatelski, czyli obowiązkowa lektura dla prezydenta miasta” napisanym w krytycznym tonie skupił się nie na liczbie, ale na rodzaju projektów: „Tak więc te 149 projektów zaakceptowanych przez powołaną specjalną radę ds. SBO, powinno stać się dla prezydenta Piotra Krzystka lekturą obowiązkową. I to przede wszystkim dlatego, że lista projektów mieszkańców jest raczej spisem zanie dbań, zaniechań czy nawet braku kompetencji jego urzędników.”

## 5.2 DOŚWIADCZENIA PRZEDSTAWICIELI JEDNOSTEK WERYFIKUJĄCYCH

Projekty składane przez mieszkańców trafiają do jednostek weryfikujących w sposób ciągły. Biuro Dialogu Obywatelskiego zajmujące się weryfikacją formalną nie czeka do końca naboru, tylko niezwłocznie, nie później niż cztery dni od ich wpłynięcia, przekazuje wnioski dalej, co jest dobrze oceniane przez pracowników jednostek zajmujących się weryfikacją merytoryczną, którzy uczestniczyli w focusie.

***Do nas projekty trafiają w sposób ciągły, dzięki czemu szybciej możemy się zabrać za prowadzenie weryfikacji. [U]***

Rozmówcy nie mieli także uwag do tego, jak przydzielane są wnioski do poszczególnych komórek merytorycznych.

***W momencie kiedy mieliśmy taką sytuację, że uznaliśmy, że nie jesteśmy odpowiedni do weryfikacji końcowej zadania, że powinien być to inny podmiot, to w porozumieniu z Biurem Dialogu Obywatelskiego i po akceptacji pani wiceprezydent zostało to przekazane innej komórce. [U]***

W poprzednich edycjach SBO nieprecyzyjne wskazywanie lokalizacji, gdzie miały być realizowane zadania, powodowało znaczne wydłużenie czasu na weryfikację i utrudniało pracę osób zajmujących się sprawdzaniem zadań. W tym roku doprecyzowane zostało, w jaki sposób wnioskodawcy są zobowiązani wskazywać lokalizację, gdzie będzie prowadzone zadanie, a dodatkowo w § 14. 4. regulaminu wskazano, że wnioskodawca może dokonać zmiany projektu lokalizacji tylko raz. Warta podkreślenia jest także praca, jaką wykonują pracownicy Biura Dialogu Obywatelskiego, którzy już w trakcie weryfikacji wstępnej angażują się, żeby we wniosku została wskazana konkretna działka.

***Jeszcze w zeszłym roku mieliśmy coś co wydłużało weryfikację wstępną w jednostkach, które sprawdzają lokalizację. Mianowicie autor mógł dokonać zmian w projekcie dowolną ilość razy, w dowolnym czasie w trakcie weryfikacji. I to dalej jest, ale udało nam się doprowadzić do jednej modyfikacji tego przepisu. Od tego roku autor może zmieniać lokalizację projektu tylko raz. Dzięki temu te wnioski już tyle razy nie wracają co przedtem. [U]***

***Jeśli my w trakcie weryfikacji formalnej nie widzimy wskazanej dokładnej działki i jej obrębu, to od razu wzywamy wnioskodawców, żeby to wstawili. Często jest też tak, że to my robimy za nich widząc po ulicy konkretne miejsce i robimy wstępną poprawę projektu. Dzięki temu jednostki otrzymują od nas wnioski z konkretną działką i mają prostszą drogę w komunikacji z autorem. [U]***

Wprowadzone zmiany oraz zaangażowanie BDO spotyka się dobrą reakcją pracowników pozostałych komórek.

***Kiedy do nas trafiają projekty, to mają już zaznaczone konkretne działki i teraz to już dla nas nie stanowi problemu i możemy bez problemu sprawdzić, czy na danej działce ten projekt może być realizowany czy nie. [U]***

Zdaniem osób zaangażowanych w weryfikację wniosków czymś, co bardzo wydłuża ich pracę jest funkcjonowanie dwóch ciał społecznych zaangażowanych w proces weryfikacji i odwołań: Rady ds. Budżetu Obywatelskiego i Komisji Odwoławczej.

***Według mnie ta procedura, która polega na zatwierdzaniu projektów przez Radę Budżetu Obywatelskiego, a później jeszcze przez Komisję Odwoławczą to jest takie podwójne odwołanie. Autor na radzie odwołuje się od decyzji urzędu, przedstawia swoje argumenty, a rada podejmuje decyzję o ponownej weryfikacji projektu czy jego odrzuceniu lub przywróceniu. To już więc forma odwołania, a potem jeszcze temu autorowi przysługuje odwołanie na decyzję rady do komisji. I to wszystko powoduje, że my musimy pochylać się nad jednym projektem po kilka razy. Jest to rzecz, która na pewno wpływa na czas weryfikacji. [U]***

Inną przeszkodą, na którą wskazywano, jest też nieterminowe dostarczanie opinii częściowych niezbędnych do ostatecznej oceny wniosku, od pozostałych jednostek weryfikujących.

***Jeśli ktoś jest weryfikatorem końcowym i weryfikatorzy częściowi nie dostarczają mu na czas materiałów, to on również jest w zwłóce. [U]***

Rozmówcy w trakcie focusu byli także zdania, że choć możliwość odwołania od negatywnej decyzji urzędu do Rady ds. Budżetu Obywatelskiego jest ważnym i potrzebnym narzędziem, to jednak to do Prezydenta Miasta powinna należeć ostateczna decyzja w przypadku, gdy strona społeczna rekomenduje jakieś zadanie do przywrócenia na listę do głosowania.

***Niejednokrotnie jest tak, że weryfikujemy jakieś projekty negatywnie, co wynika z naszej wiedzy i doświadczenia i stwierdzamy, że dany projekt nie jest możliwy do realizacji i trafia to potem do Rady ds. Budżetu Obywatelskiego, która mówi, że strona społeczna ma oczekiwania wobec tego projektu i trzeba go puszcząć dalej. Zdarzają się potem takie sytuacje, że tego te projekty są projektami zwycięskimi, a my potem mamy potworne problemy, żeby je zrealizować. [U]***

Uczestnicy wywiadu grupowego byli także poproszeni o podzielenie się swoimi doświadczeniami ze współpracy z wnioskodawcami w trakcie prowadzenia weryfikacji. Zgodnie z regulaminem wszystkie zmiany w projektach mogą być dokonywane tylko po uzyskaniu zgody autorów, także te dotyczące budżetów wniosków, które zdaniem rozmówców najczęściej bywają nieoszacowane, co nieraz budzi duże emocje i niezrozumienie.

***Często spotykamy się z zarzutami, że rzeczywiste koszty projektów, które podajemy, są przez nas wzięte z sufitu, a wnioskodawcy niestety nie biorą pod uwagę wielu czynników, które mają wpływ na ostateczne koszty. (...) Mówią, że w Internecie sprawdzili, że coś kosztuje tyle pieniędzy i nie chcą słuchać naszych argumentów. [U]***

Współpraca z projektodawcami w ogóle zdaniem rozmówców jest tematem skomplikowanym. Z niektórymi osobami jest ona dobra i obie strony próbują się wzajemnie zrozumieć. Bywa jednak, zdaniem pracowników jednostek weryfikujących, że są osoby, które upierają się przy jakimś pomysle i nie chcą słuchać, że jest on z różnych przyczyn niemożliwy do realizacji.



**Są osoby, którym jak wytłumaczymy co trzeba zmienić i dlaczego, to nie mają do tego żadnych uwag. Ale są też tacy, którzy nam zarzucają złą wolę i w ogóle nie chcą współpracować. [U]**

Na spotkaniu zgodnie przyznano jednak, że w tym obszarze zmiany wprowadzone w tej edycji także poprawiły jakość osób zaangażowanych w weryfikację.

**Trzeba przyznać, że w tym roku to było zrobione znacznie lepiej, bo jeszcze w zeszłym roku kontaktowaliśmy się z wnioskodawcami, często na nieformalnej drodze, np. przez telefon, i rozmawialiśmy na temat każdej zmiany z osobna. Obecnie operujemy na takim systemie, że bazujemy na tym, że mieszkaniec dostaje wszystkie zmiany od jednostki opiniującej w jednym momencie i albo je wszystkie akceptuje albo odrzuca. Nie rozmawiamy więc na temat każdej zmiany z osobna, tylko jeśli zmiany są odrzucone, to to trafia na posiedzenie Rady ds. Budżetu Obywatelskiego. [U]**

Rozmówcy wskazywali także na inny problem, który wydaje się, że może zostać rozwiązany na podstawie § 5. 1. 7) regulaminu, który stanowi, że w ramach SBO nie można zrealizować inwestycji, która „nie będzie spełniała kryterium gospodarności, tzn. po zrealizowaniu koszty funkcjonowania i utrzymania będą niewspółmiernie wysokie w stosunku do wartości kosztorysowej projektu”.

**Projekty często przewidują realizację takich zadań, które później generują koszty ze strony urzędu miasta. Mieliśmy ostatnio projekt zakupu wozu strażackiego na potrzeby ochotniczej straży pożarnej, ale my takiego wozu potem nie możemy przekazać i ten wóz strażacki wisi niejako na naszym wydziale do momentu, kiedy nie zostanie zamortyzowany, a to jest okres sześciu lat. A z tym wiążą się koszty utrzymania tego wozu, jego ubezpieczenia itp. A to nie jest tylko wóz, bo w przeszłości było wyposażenie dla lecznic zwierząt, w których nie mamy udziału jako miasto, sprzęty wodne, skutery. To są podmioty prywatne i my nie możemy tego tym podmiotom przekazać. Idea jest szczytna, ale do kosztu 400 tysięcy z budżetu obywatelskiego miasto w ciągu pięciu lat według naszych obliczeń dołoży 270 tysięcy złotych. [U]**

### 5.3 DOŚWIADCZENIA WNIOSKODAWCÓW

Zgodnie z § 14. 5. regulaminu „Zmian projektu dokonuje pracownik po uzyskaniu zgody autora na ich dokonanie. Autor wyraża lub nie wyraża zgody na dokonanie zmian w terminie 4 dni licząc od dnia następnego, po dniu w którym został poinformowany o konieczności dokonania zmian.” Z tego paragrafu wynika, że przy każdej zmianie, także tej związanej z budżetem i/lub lokalizację zadania, jednostki weryfikujące muszą się kontaktować z wnioskodawcami.

W trakcie wywiadów pogłębionych oraz przeprowadzonego focusu, autorzy projektów podzielili się swoimi doświadczeniami z kontaktów z pracownikami jednostek weryfikujących. Ich opinie podzieliły się mniej więcej po połowie. Część osób uważała, że kontakt z urzędnikami był dobry i nie ma do niego żadnych uwag.

**Ja jestem zadowolona. Pani przedstawiła mi propozycje zmian we wniosku, wytłumaczyła skąd się one wzięły, tak więc nie mam żadnych uwag. [W]**

**Miałem dobry kontakt z urzędem na etapie weryfikacji. Nie mogę narzekać, a wręcz przeciwnie. [W]**

Doświadczenia pozostałych osób były jednak odmienne. W kilku przypadkach było to związane z za wysokimi zdaniem rozmówców kosztami wykonania zadania, które im proponowano, choć nie tylko.

*Jak przygotowywałem budżet, to sprawdzałem ile takie inwestycje kosztują w różnych miastach, a tutaj nagle wyskoczono z ceną prawie dwa razy wyższą. [W]*

*Miałem wrażenie podczas kontaktu z urzędnikiem w trakcie weryfikacji, jakby to był jakiś sąd, a ja musiałem się tłumaczyć dlaczego napisałem to, a nie coś innego. [W]*

*Urzednicy powinni robić wszystko, żeby wesprzeć autorów projektów, a ja miałem wrażeniem, że robiono wszystko, żeby pokazać, że na niczym się nie znam, a mój projekt nie ma sensu. [W]*

## 5.4 RADA DS. BUDŻETU OBYWATELSKIEGO I KOMISJA ODWOŁAWCZA

Szczeciński Budżet Obywatelski różni się od innych dużych polskich miast pod względem roli ciał społecznych zaangażowanych w etap weryfikacji wniosków oraz odwołań. W części miast, np. w Częstochowie, Katowicach, Poznaniu czy Warszawie, w ogóle na tym etapie nie ma ciał społecznych, a odwołania od projektów składane są bezpośrednio do organu wykonawczego. Zdaniem zespołu prowadzącego ewaluację nie jest to dobra metoda, bo w budżecie obywatelskim, poza samą możliwością składania wniosków, powinna być zaangażowana strona społeczna. W innych miastach, jak np. w Krakowie, takie ciała społeczne istnieją, ale ich zadaniem jest wyrażenie opinii na temat wniosku, ostateczna decyzja o jego przywróceniu należy jednak do prezydenta.

W Szczecinie zgodnie z § 19. 1. regulaminu projekty zweryfikowane w urzędzie rozpatrywane są przez Radę ds. Budżetu Obywatelskiego, a od decyzji rady o niedopuszczeniu projektu do głosowania autorom przysługuje jeszcze odwołanie do Komisji Odwoławczej (§ 20. 1.). Co ważne, decyzja tych ciał jest ostateczna, więc jeśli rada bądź komisji uznają, że zweryfikowany wcześniej negatywnie wniosek ma być poddany pod głosowanie, tak się dzieje, pomimo krytycznych uwag ze strony osób, które go oceniały.

To rozwiązanie jest z całą pewnością wyrazem dużego zaufania władz miasta do mieszkańców. Jego konsekwencje mogą być jednak duże. Na podstawie rozmów z wnioskodawcami i przedstawicielami organizacji pozarządowych oraz ankiet wypełnianych przez mieszkańców podczas głosowania można stwierdzić, że największym problemem, który zniechęca wiele osób do uczestnictwa w SBO czy to na etapie składania projektów, czy głosowania jest brak bądź długotrwała realizacja części zadań, które wygrały w poprzednich edycjach. Jednym z czynników tego problemu może być właśnie fakt przywracania na listy projektów, które zdaniem osób prowadzących weryfikację będą bardzo trudne do realizacji.

Innym problemem, który wiąże się z istnieniem dwóch ciał społecznych pełniących tak naprawdę tą samą rolę, jest wspomniany przez urzędników podczas focusu fakt, że wydłuża to proces weryfikacji, który w Szczecinie, jak napisane zostało wcześniej, jest długi i warto pracować nad jego skróceniem.

Jeśli chodzi o kompetencje ciał społecznych w Szczecinie, to warto zwrócić uwagę, że pełnią one swoją rolę jedynie na etapie weryfikacji wniosków i ich zatwierdzania do głosowania. Tym też różnią się one od podobnych ciał działających w innych miastach, gdzie z reguły ich głównym zadaniem jest wyrażanie opinii dotyczących funkcjonowania BO oraz doradzanie władzom, w jakim kierunku powinien się on rozwijać. Tak jest np. w Gdyni, Krakowie czy Warszawie.

Ostatnią kwestią, o której należy wspomnieć, jest skład osobowy obu ciał, który w przypadku Komisji Odwoławczej budzi kontrowersje. Zgodnie z § 19. 5. regulaminu w skład rady wchodzi nie więcej niż 4 przedstawiciele organizacji pozarządowych, nie więcej niż 4 przedstawiciele rad osiedli, nie więcej niż 8 mieszkańców oraz nie więcej niż 3 przedstawiciele jednostek miejskich wybranych przez prezydenta, którzy nie mają jednak prawa udziału w głosowaniu.

Na podstawie § 20. 7. regulaminu w skład komisji wchodzi nie więcej niż 5 autorów zwycięskich projektów poprzednich edycji SBO oraz nie więcej niż 5 przedstawiciele Komisji ds. Skarg, Wniosków i Petycji Rady Miasta Szczecin. Właśnie obecność radnych w składzie komisji budzi kontrowersje zarówno wśród części autorów projektów, jak i wśród niektórych przedstawicieli Rady ds. Budżetu Obywatelskiego, a nawet samej komisji.

***My na posiedzeniach przyglądamy się wnioskowi na podstawie ich zgodności z regulaminem. W komisji zasiadają za to radni i moim zdaniem bardziej patrzą na to pod względem politycznym niż proceduralnym, co nie powinno mieć miejsca. [R]***

***My odrzuciliśmy wniosek nie z błahych przyczyn, a komisja go przywróciła, bo był to projekt osoby związanej z ugrupowaniem politycznym, które ma w radzie większość. [R]***

***Politycy zawłaszczyli komisję odwoławczą i nie jest to dobre. Powinny być tam osoby prywatne, społecznicy, przedstawiciele rad osiedla, organizacji pozarządowych, a nie radni. [W]***

***Mam zastrzeżenia do zaangażowania radnych w nasze prace, bo jest ono dość marne. Rzadko pojawiają się na spotkaniach. Widać także brak znajomości zasad budżetu obywatelskiego. W trakcie dyskusji często przytaczają argument, czy im się podoba określony projekt czy nie, a nie zwracają w ogóle uwagi na regulamin. [K]***

W trakcie ewaluacji przeprowadzono także wywiady pogłębione z przedstawicielami Rady ds. Budżetu Obywatelskiego oraz Komisji Odwoławczej. Wszyscy rozmówcy bardzo wysoko oceniali skład rady, podkreślając, że powinno to być ciało złożone z reprezentantów różnych grup społecznych i tak właśnie jest.

***Oceniam nasz skład bardzo dobrze. W radzie powinna być reprezentacja jak największej grupy społeczników i tak właśnie obecnie jest. [R]***

Przedstawiciele obu ciał zgadzają się, że są one potrzebne i oba w przyszłości powinny nadal istnieć. Uważają także, że tak jak to ma miejsce obecnie, to one powinny mieć kompetencje zatwierdzania ostatecznej listy do głosowania.

***Każdy ma prawo odwołania od decyzji, więc super, że tak jest. Mam uwagę do składu komisji, bo są tam głównie radni miejscy, ale nie do samej komisji jako takiej. [R]***

***Naszym celem jest, żeby jak największa liczba projektów ostatecznie trafiła na listę do głosowania i uważam, że wywiążemy się z tego dobrze. [R]***

***Uważam, że komisja jest potrzebna. W każdym systemie jest możliwość odwoływania się od decyzji. Widać to dobrze w tym roku, kiedy kilka projektów udało się przywrócić do głosowania. [K]***

Przedstawiciele rady pytani o ewentualne poszerzenie jej uprawnień i przekształcenie w ciało, które w ciągu całego roku będzie pełniło funkcję opiniującą i doradczą w ramach związanych z SBO uważali, że byłoby to dobre rozwiązanie.

*Było wiele sytuacji, że ludzie do mnie zgłaszali jakieś problemy i tak naprawdę ja nic z tym nie mogę zrobić. Poszerzenie naszym kompetencji to byłby dobry pomysł. [R]*

*W radzie siedzą osoby, które mają dużą wiedzę na temat budżetu obywatelskiego, więc urząd powinien z niej korzystać. [R]*

*Obecnie jest przerwa między edycjami, a tak to rada cały czas by funkcjonowała, co na pewno byłoby dobrym pomysłem na wykorzystanie potencjału jej członków. [R]*

## 6. Głosowanie

### 6.1 PROMOCJA PROJEKTÓW NA ETAPIE GŁOSOWANIA

Na podstawie focusu oraz wywiadów pogłębionych zrealizowanych z wnioskodawcami można stwierdzić, że najpopularniejszym kanałem promocji projektów przez ich autorów były social media, a zwłaszcza Facebook. Korzystały z niego niemal wszystkie osoby, z którymi prowadzono wywiady. Dla części rozmówców, ze względu na czas i/lub pieniądze, był to jedyny sposób promocji, z którego korzystali.

*Zrobiłem wydarzenie na Facebooku. Potem rozsyłałem zaproszenia do znajomych i prosiłem o przesyłanie ich dalej. Poza tym starałem się wklejać link do wydarzenia w różnych komentarzach. [W]*

*Ja od lat korzystam z mediów społecznościowych i dzięki temu udaje mi się docierać do wielu osób. Nie ma czasu i środków na inne działania, a jako że to się sprawdza, to nie zastanawiam się nad innymi rzeczami. [W]*

Wielu rozmówców mówiło, że w promocji korzystało z ulotek czy plakatów z elementami graficznymi SBO udostępnianych przez urząd.

*Zrobiliśmy ulotki na podstawie wzorów przygotowanych przez urząd i potem rozdawaliśmy je po domach czy na ulicy. [W]*

*Przygotowałem kilkaset ulotek i trochę plakatów. Potem to rozwiesiłem na osiedlu i rozdawałem znajomym oraz osobom, do których podchodziłem na ulicy. Wydaje mi się, że takie kontakty bezpośrednio są najbardziej efektywne. [W]*

Część wnioskodawców korzystała także z tzw. poczty pantoflowej.

*Ja napisałem projekt lokalny. Potem po prostu stałem w miejscu, gdzie ma być realizowany i rozmawiałem na jego temat z ludźmi, którzy przechodzili. Wiele osób mówiło, że to dobry pomysł i obiecało, że na niego zgłosuje. [W]*

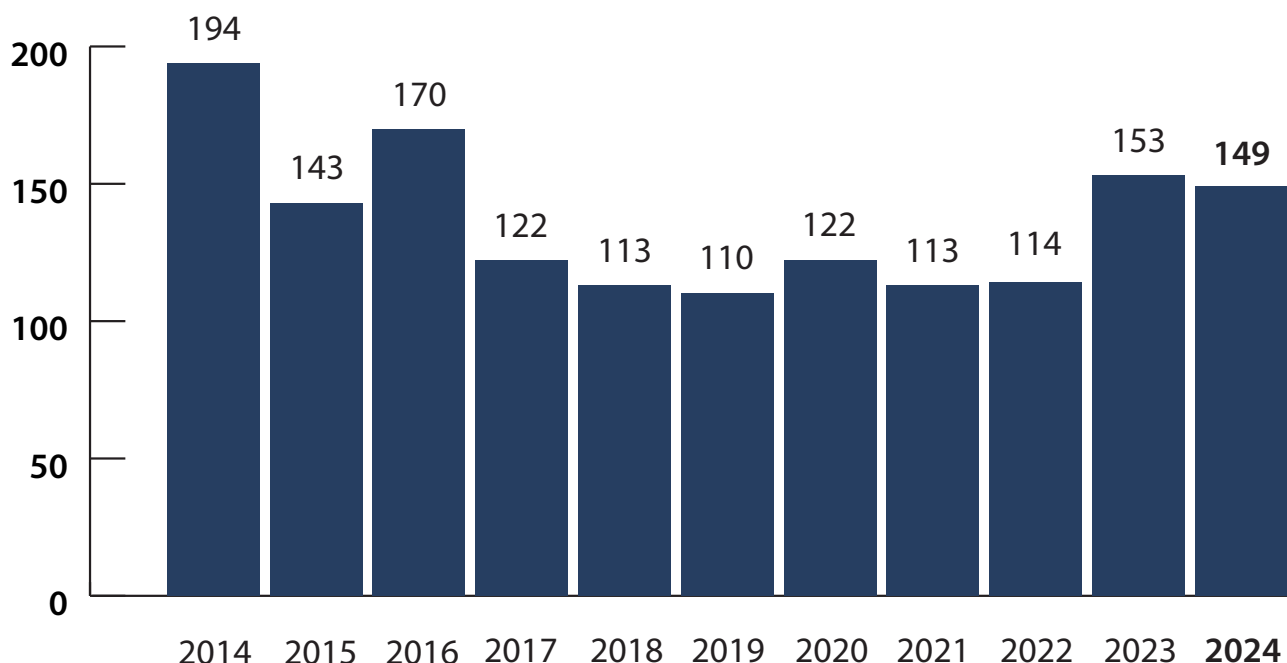
Część rozmówców brała także udział w bezpłatnych warsztatach online prowadzonych w ramach Akademii SBO, które miały na celu wsparcie wnioskodawców w planowaniu i prowadzeniu kampanii promującej ich projekty. Wszystkie osoby, z którymi rozmawiano na ten temat, oceniały je bardzo wysoko.

*Bardzo konkretne i profesjonalne. Dowiedziałam się tego, na czym mi zależało. [W]*

## 6.2 GŁOSOWANIE MIESZKAŃCÓW NA PROJEKTY

Głosowanie mieszkańców miało miejsce w dniach od 8 do 23 listopada. W obecnej edycji do głosowania dopuszczonych zostało 149 projektów, w tym 124 projektów lokalnych i 25 projektów „Zielonego SBO”. To o cztery projekty mniej niż w roku ubiegłym, ale znacznie więcej niż w edycjach 2017-2022 (patrz: wykres 10)

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



W głosowaniu mogli wziąć udział wszyscy mieszkańcy miasta, niezależnie od wieku czy miejsca zameldowania. W tym roku wprowadzono zmianę i proces głosowania odbywał się wyłącznie elektronicznie. W regulaminie zostawiono jednak furtkę, i osoby, które nie mogły oddać swojego głosu samodzielnie, miały możliwość uzyskania pomocy od asystentów w siedzibie Urzędu Miasta Szczecin lub jego filii na Prawobrzeżu. Pomoc asystenta była dostępna w godzinach pracy urzędu. Wsparcie w głosowaniu elektronicznym zapewniała także Akademia SBO prowadzona przez Stowarzyszenie „Oswajanie miasta”.

Urzednicy w trakcie wywiady tłumaczyli tą zmianę koniecznością ochrony danych osobowych osób biorących udział w głosowaniu oraz szybkością liczenia głosów.

***Głosowanie papierowe było bardzo ryzykowne jeśli chodzi o ochronę danych osobowych, ich przechwycenie i użycie. Z reguły to nie było bowiem tak, że ludzie sami przychodzili i głosowali, tylko najpierw ktoś chodził np. po mieszkaniach i zbierał głosy mieszkańców, a potem przychodził i do urny wrzucał kilkadziesiąt wypełnionych kart. [U]***

***Drugim powodem jest to, że zawsze jest oczekiwanie, że po głosowaniu podamy szybko wyniki. Nam zresztą też na tym zależy, żeby je szybko podać. W ubiegłym roku mieliśmy tych kart ponad 1000, a dysponujemy zespołem niewielkim, a wszystko trzeba zrobić rzetelnie, nie rozpraszać się. I to zajmuje czas. [U]***

Autorzy projektów i przedstawiciele Rady ds. Budżetu Obywatelskiego, z którymi prowadzono wywiady, z reguły oceniali tą zmianę dobrze.

***Brak możliwości głosowania papierowego jest świetnym pomysłem, bo bardzo szybko były wyniki i nie trzeba było czekać długimi tygodniami. [W]***

***To świetny pomysł, bo teraz nie może być tak jak wcześniej, że niektórzy chodzili z wypełnionymi wcześniej wnioskami i zbierali podpisy mieszkańców. [W]***

***Uważam, że to dobry pomysł. Teraz i tak wszyscy wszystko robią przez Internet, a jak ktoś jest cyfrowo wykluczony, to mógł zagłosować w siedzibie urzędu. [R]***

Zdarzyło się jednak także kilka opinii przeciwnych.

***Ja jestem sama osobą starszą i sama nie mam problemu z obsługą komputera i Internetu, ale znam wiele osób, które mają. Uważam, że na wycofanie się z głosowania stacjonarnego jest jeszcze za wcześnie, bo to wiele osób po prostu wyklucza. [W]***

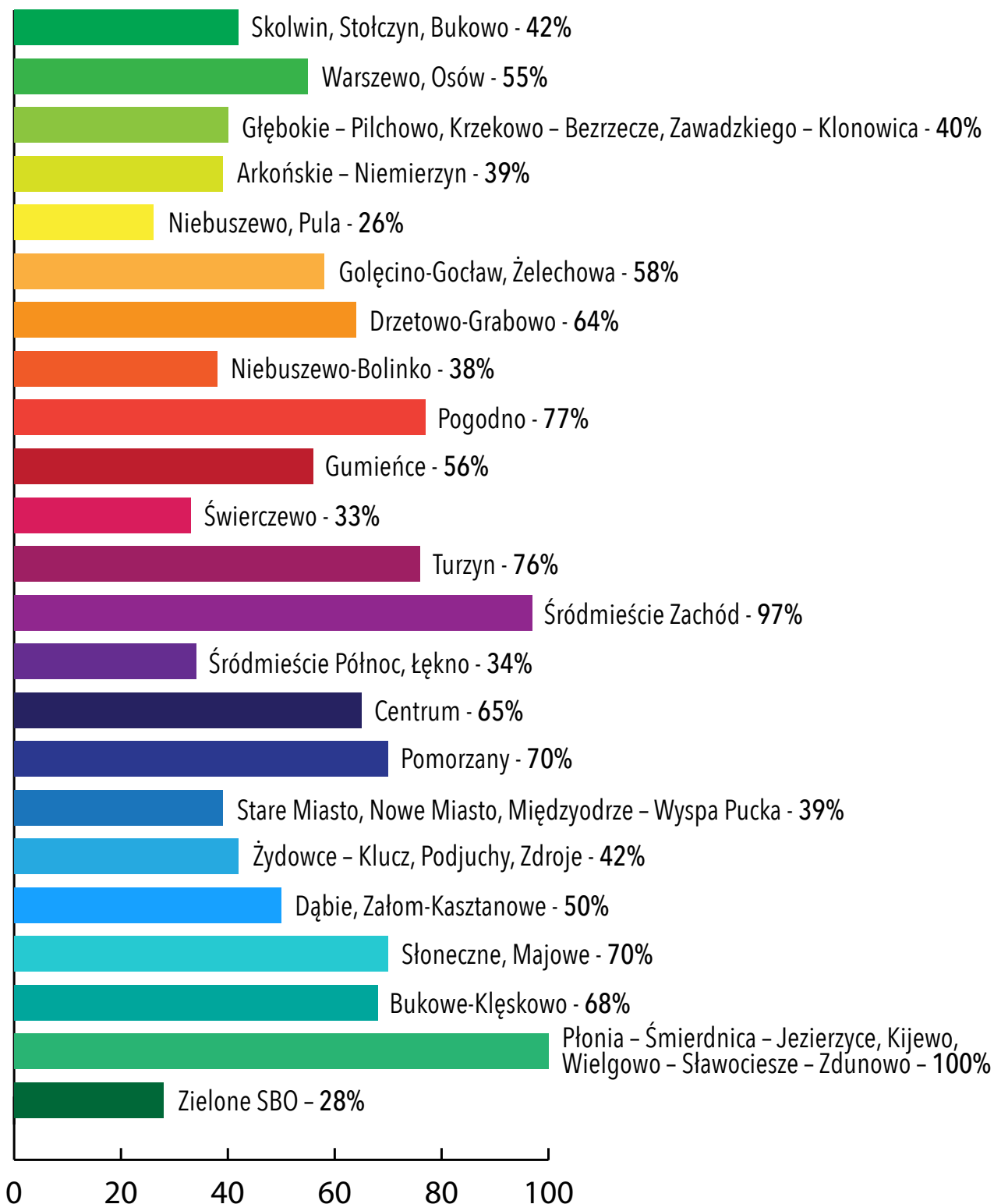
W obecnej edycji zmienił się także sposób głosowania. W poprzednich latach każdy mieszkaniec miał do dyspozycji pięć głosów: dwa na projekty ogólnomiejskie i trzy na projekty lokalne. W tej edycji liczba głosów na mieszkańca została ograniczona do dwóch: po jednym na projekt lokalny i Zielone SBO. Ta zmiana w przeciwieństwie do poprzedniej, została w większości przyjęta negatywnie.

***Chętnie bym złożył więcej projektów, ale można było głosować tylko na jeden projekt, więc nie miało to sensu. [R]***

***Uważam, że mieszkańcy powinni mieć możliwość zagłosowania na większą ilość projektów, a zwłaszcza w zielonym budżecie, gdzie tych wniosków było dużo. [W]***

Warto podkreślić, że ograniczenie możliwości głosowania na jeden projekt spowodowało, że zwiększyła się ilość osób, która poparła projekt, który w ostatecznym rozrachunku nie został wybrany do realizacji. To może powodować zniechęcenie i rezygnację z udziału w SBO w kolejnych edycjach. Na potrzeby ewaluacji sprawdzono, jaki jest odsetek osób, które zagłosowały na zwycięskie projekty, a więc osób zadowolonych z rezultatów głosowania. Jak widać na wykresie 11, liczba ta zależy od obszaru, w którym oddawano głos. W obszarze Płonia – Śmierdnica – Jezierzycy, Kijewo, Wielgowo – Sławocieszce – Zdunowo do głosowania zatwierdzono tylko jedno zadanie, wszyscy głosujący wybrali więc siłą rzeczy zwycięski projekt. Także w obszarze Śródmieście Zachód na zwycięskie projekty zagłosowało aż 97% osób. Z drugiej strony zadania, które wygrały w obszarze Niebuszewo, Pula poparło jedynie 26% głosujących, a zwycięskie zadania w Zielonym SBO 28%.

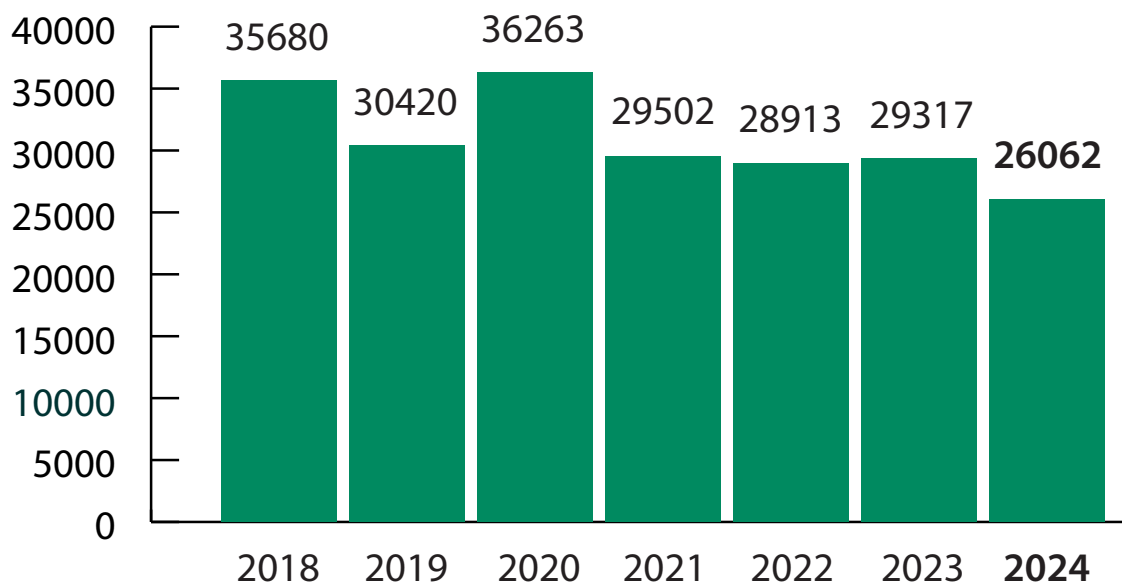
Wykres 11: Liczba głosów oddanych na projekty wybrane do realizacji (w procentach)



Jak było napisane powyżej, choć proces głosowania odbywał się wyłącznie elektronicznie, osoby które nie mogły oddać swojego głosu samodzielnie, miały możliwość uzyskania pomocy od asystentów w siedzibie Urzędu Miasta Szczecin, jego filii na Prawobrzeżu lub w ramach Akademii SBO. Okazuje się, że z tej możliwości skorzystało jedynie 24 osoby, a więc bardzo niewiele. Wśród nich 17 osób było w wieku 60+.

Ostatecznie w ciągu 16 dni w głosowaniu wzięło udział łącznie 26062 mieszkańców (7,58%). Jak widać na wykresie 12, jest to najmniejsza liczba osób, które zagłosowały na projekty w SBO w porównywalnym okresie 7 lat.

Wykres 12: Liczba osób, które wzięły udział w głosowaniu w SBO w edycjach 2018 - 2024



Osoby, z którymi prowadzono wywiady pogłębione, miały różne przypuszczenia dotyczące niższej frekwencji. Najczęściej padały głosy, że jest ona wynikiem zniechęcenia wielu mieszkańców wynikającego z braku realizacji zadań, które wygrywały w poprzednich edycjach.

***Jak ludzie widzą, że projekty, na które głosowali cały czas są w sferze planów, to nie ma co się dziwić, że nie chcą głosować. [W]***

***Niech urząd weźmie się do roboty i zacznie realizować projekty z ubiegłych lat, to od razu zwiększy się frekwencja. [W]***

Kilka osób doszukiwało się przyczyn niższej frekwencji także w innych czynnikach.

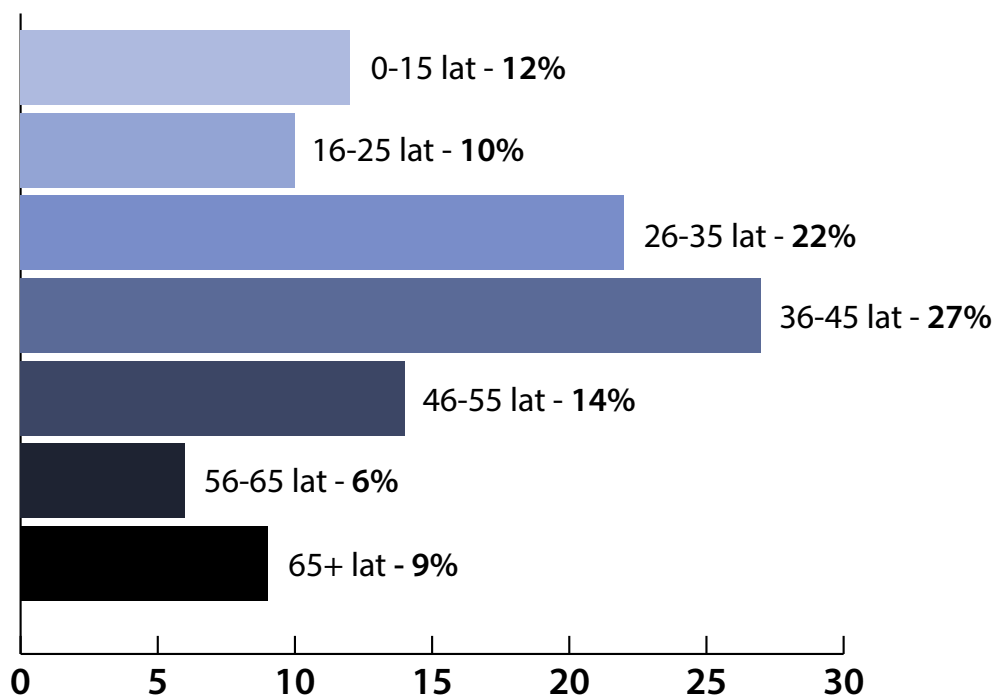
***Jak były projekty ogólnomiejskie, to zawsze były jakieś duże zadania, które mobilizowały większe grupy ludzi. Teraz takich projektów zabrakło, stąd mniej ludzi wzięło udział w głosowaniu. [N]***

***Budżet obywatelki w tym roku nie był tak atrakcyjny jak wcześniej. Za pieniądze, które były w tym roku nic ciekawego nie dało się wymyślić. [W]***

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 49% głosujących. W pozostałych przedziałach wiekowych liczba oddanych głosów jest zdecydowanie niższa. Można więc przyjąć tezę, że w SBO biorą udział głównie osoby w średnim wieku.

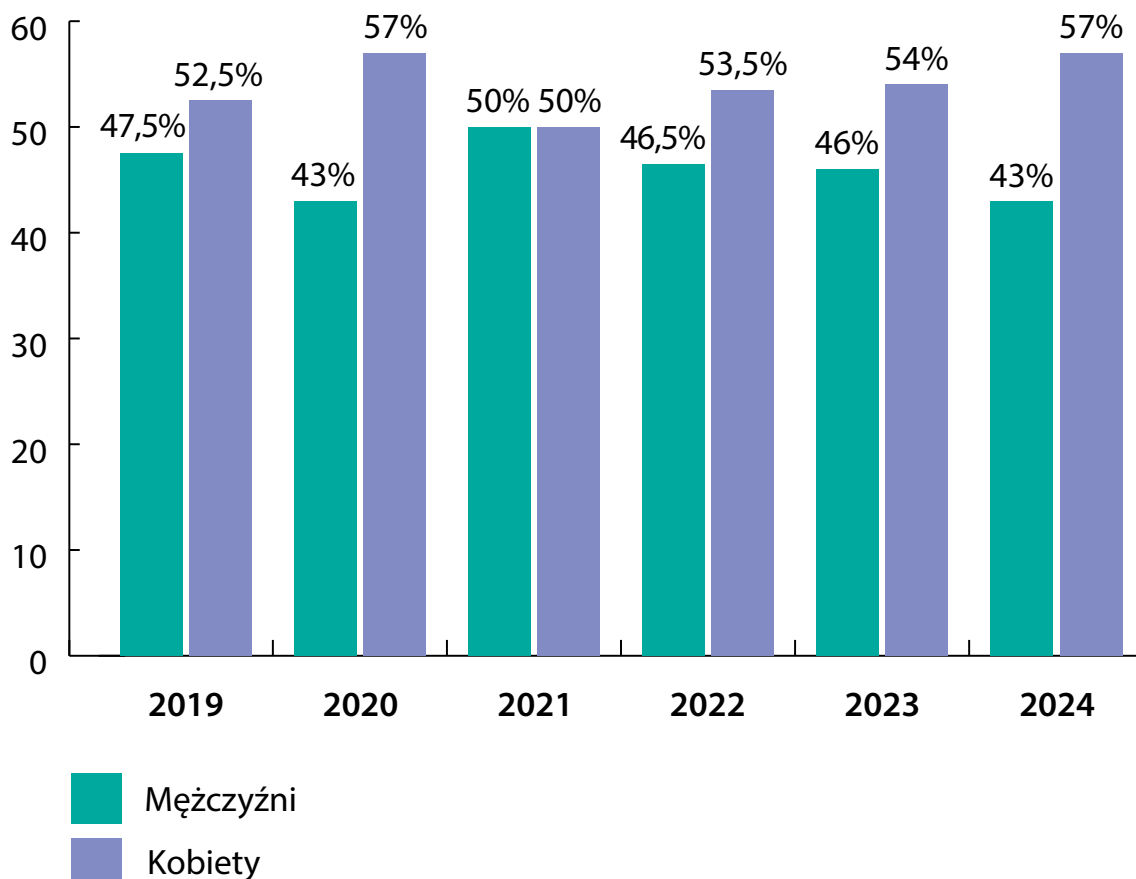


Wykres 13: Wiek osób głoszących (w procentach)



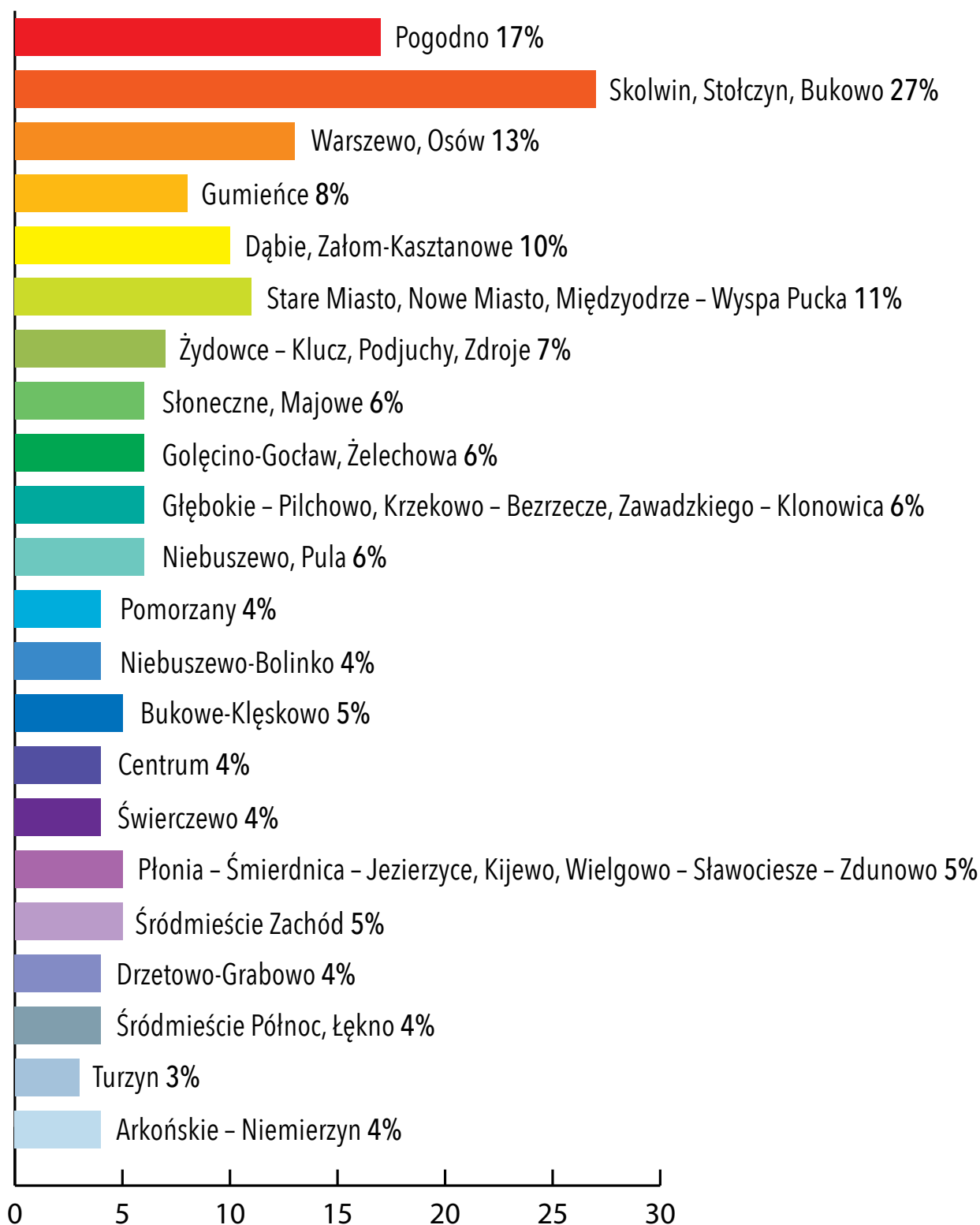
Jeśli chodzi o płeć, to podobnie jak w ubiegłych edycjach, znacznie częściej udział w głosowaniu brały kobiety (57%) niż mężczyźni (43%). Wyjątkiem w tej tendencji jest edycja 2021, kiedy w głosowaniu na projekty wzięło udział tyle samo przedstawicieli obu płci.

Wykres 14: Płeć osób głoszących (w procentach)



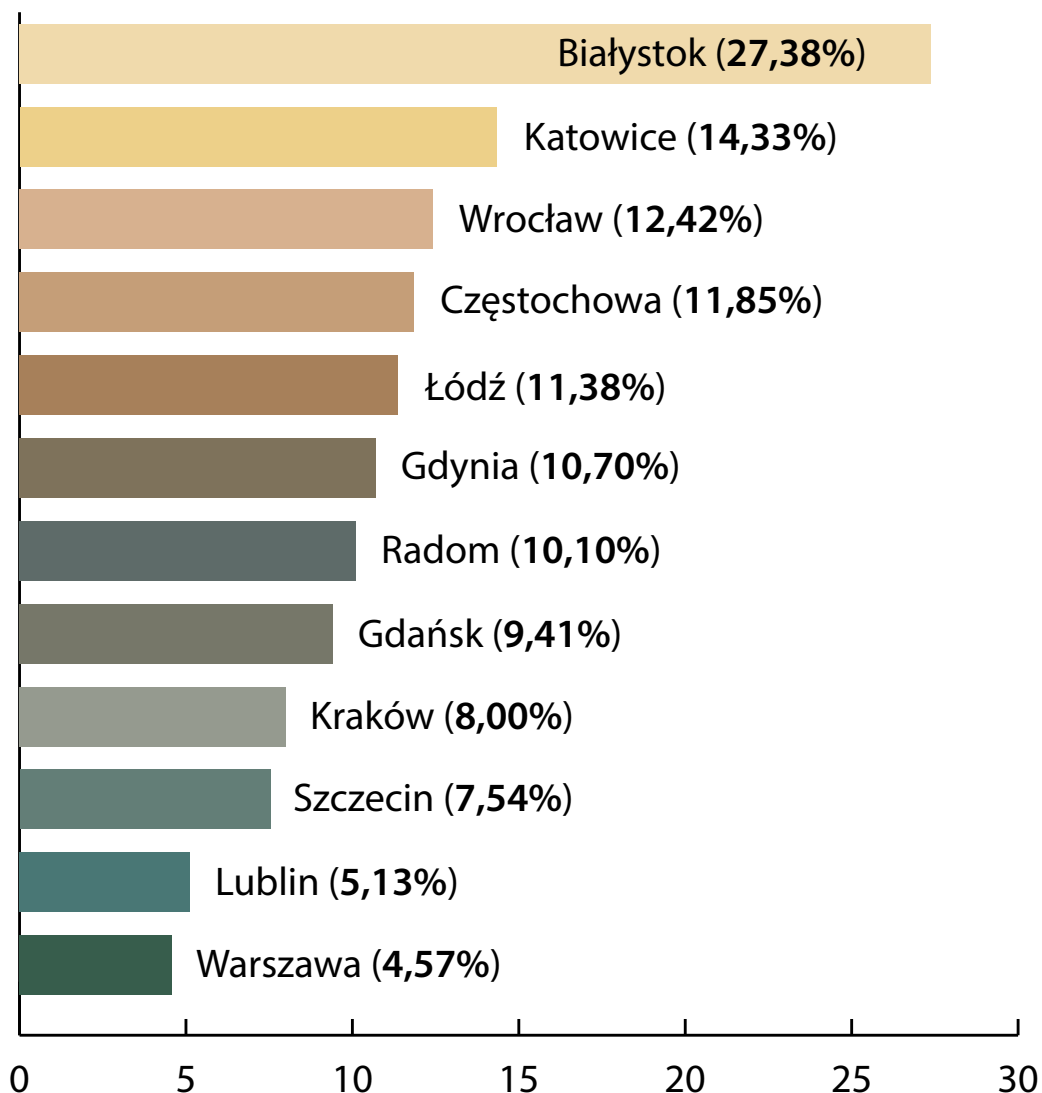
W ramach ewaluacji sprawdzono także frekwencję w poszczególnych obszarach lokalnych. Jak widać na wykresie 15 głosowanie największą popularnością cieszyło się w obszarze Skolwin, Stołczyn, Bukowo (27%). Wysoką frekwencję odnotowano także w obszarach Pogodno (17%) oraz Warszewo, Osów (13%). Wysokie wyniki pierwszych dwóch obszarów mogą być spowodowane tym, że na listach do głosowania znalazły się projekty dotyczące klubów sportowych Pogoń Szczecin i Świt Szczecin, który zachęciły do głosowania swoich sympatyków. Z drugiej strony najmniej mieszkańców zagłosowało w obszarze Turzyn (3%) oraz Pomorzany; Niebuszewo-Bolinko; Centrum; Świerczewo; Drzetowo-Grabowo; Śródmieście Północ, Łękno i Arkońskie – Niemierzyn (po 4%).

**Wykres 15: Frekwencja w głosowaniu w poszczególnych obszarach lokalnych**



Na koniec warto jeszcze porównać frekwencję w Szczecinie z innymi polskimi miastami powyżej 200 tysięcy mieszkańców. Jak widać na wykresie 14 zdecydowanym liderem w tym zestawieniu jest Białystok, gdzie w głosowaniu wzięło udział niemal 30% mieszkańców. W kolejnych trzech miastach frekwencja wyniosła od 11 do 14 procent, a więc była ponad dwa razy mniejsza. Szczecin wśród dwunastu porównywanych miast znalazł się na trzecim miejscu od końca. Niższą frekwencję odnotowano jedynie w Warszawie (4,57%) i Lublinie (5,13%).

**Wykres 16: Frekwencja mieszkańców w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców**

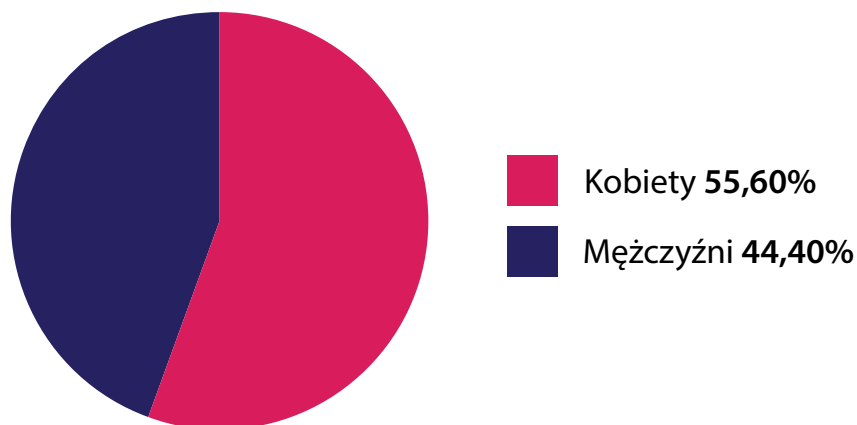


Wyniki SBO zostały przedstawione przez urząd 24 listopada, a więc już jeden dzień po zakończeniu głosowania. Ostatecznie spośród 149 projektów, które znalazły się na listach, mieszkańcy wybrali 33, w tym 30 lokalnych oraz 3 z Zielonego SBO.

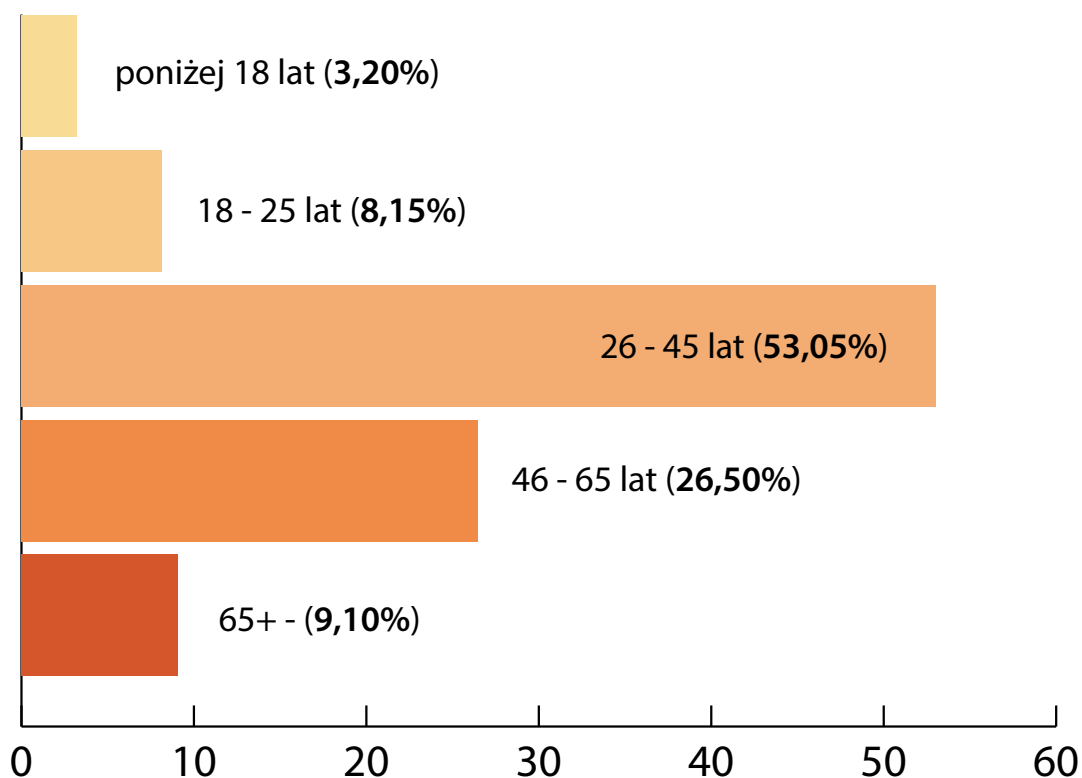
Należy zwrócić uwagę, że w związku ze zmianą regulaminu, która miała miejsce w tej edycji, kilka projektów, które zostały wybrane do realizacji, cieszyło się bardzo małą popularnością wśród mieszkańców miasta. I tak na projekt Mama i ja - szkolenie z samoobrony zagłosowało jedynie 6 osób, a na zadanie Świeć blaskiem z odbłaskiem – 7. Zważywszy, że pociąga to za sobą wydatkowanie pieniędzy publicznych, warto w kolejnych edycjach wpisać do regulaminu limit głosów, które muszą zostać oddane na wniosek, żeby mógł być on realizowany.

Aby uzyskać opinię jak największej ilości mieszkańców miasta dotyczącą etapu głosowania oraz ogólnie postrzegania SBO, osoby biorące udział w głosowaniu miały możliwość wypełnienia ankiety internetowej. Ankiety ewaluacyjną wypełniło łącznie 2000 osób: 1112 kobiet i 888 mężczyzn (odpowiednio 55,60% i 44,40%). To osoby z każdego przedziału wiekowego. Najwięcej respondentów było w wieku 26 - 45 lat (53,05%), 46 - 65 (26,50%) lat oraz 65+ (9,10%), a w dalszej kolejności 18 - 25 lat (8,15%) oraz poniżej 18 lat (3,20%).

Wykres 17: Podział respondentów ze względu na płeć



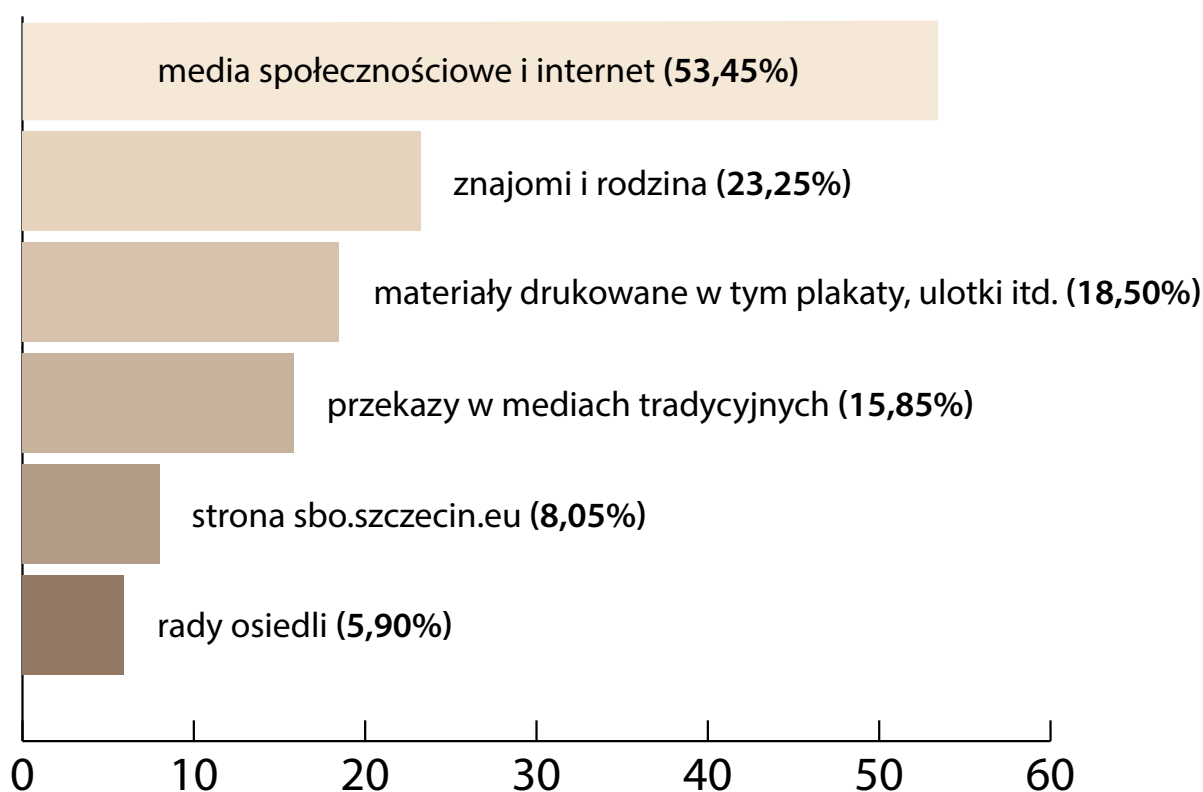
Wykres 18: Podział respondentów ze względu na wiek



Na początek zapytano, skąd osoby biorące udział w badaniu dowiedziały się o możliwości głosowania w ramach tegorocznej edycji budżetu obywatelskiego. Najpopularniejszymi kanałami informacyjnymi były media społecznościowe i Internet (53,45%), znajomi i rodzina (23,25%) i materiały drukowane w tym plakaty, ulotki itd. (18,50%). Znacznie rzadziej uczestnicy ankiety wskazywali przekazy w mediach tradycyjnych (15,85%), stronę [sbo.szczecin.eu](http://sbo.szczecin.eu) (8,05%) oraz rady osiedli (5,90%). Wśród innych sposobów dowiadywania się o SBO respondenci wymieniali przede wszystkim reklamy na stadionie Pogoni Szczecin, a także szkoły, informacje w autobusach, ogłoszenia parafialne w kościele oraz to, że dużo osób pamięta o głosowaniu w ramach SBO, ponieważ biorą w nim udział co roku.

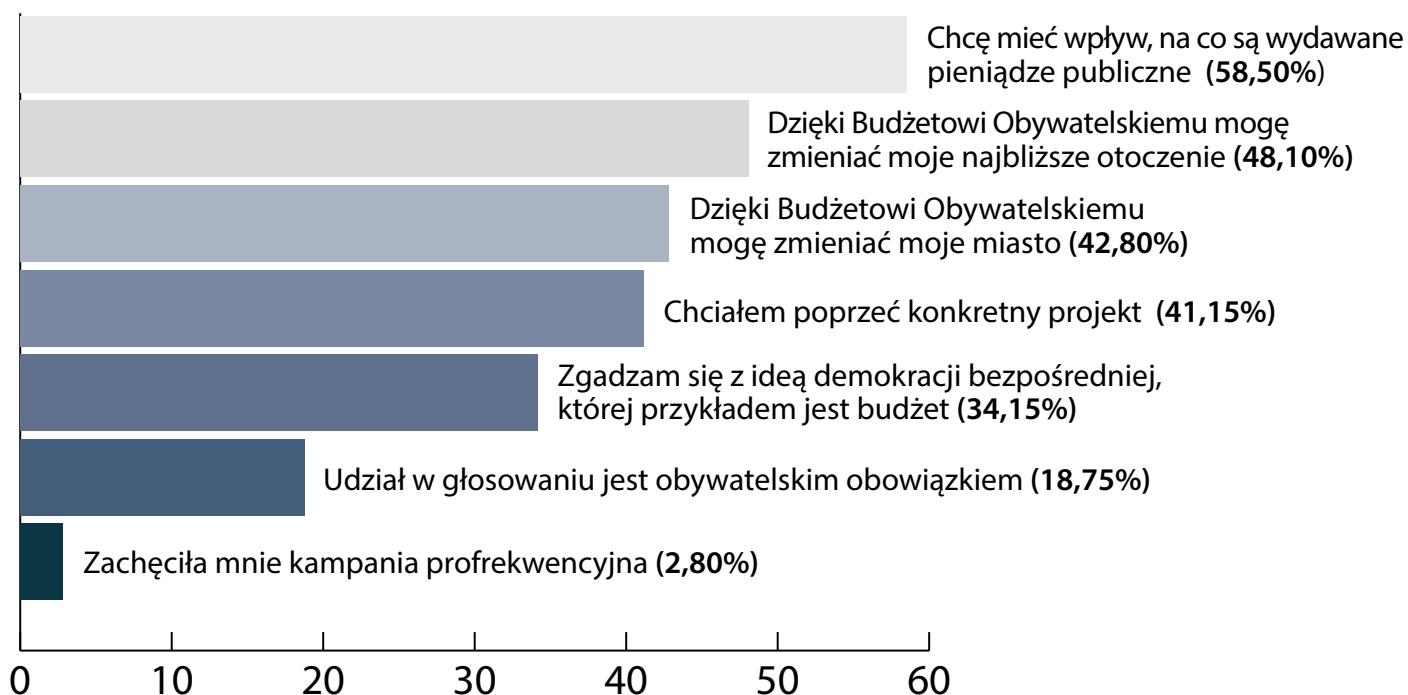
***Dla mnie to już tradycja, że biorę udział w głosowaniu, tak więc sam zawsze to sprawdzam, żeby mi to nie umknęło. [A]***

**Wykres 19: 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)



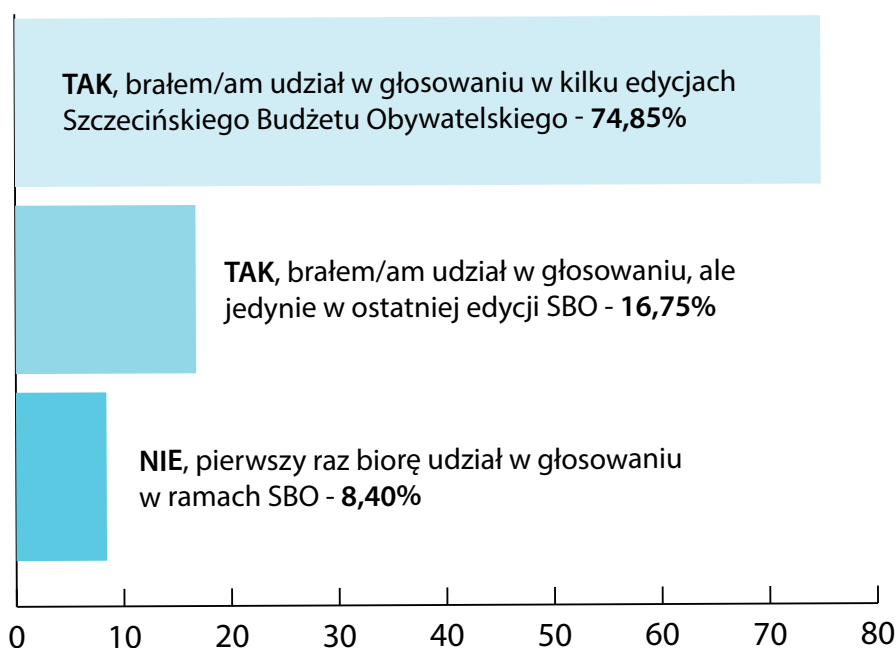
Głównymi powodami dla ankietowanych do wzięcia udziału w głosowaniu w Szczecińskim Budżecie Obywatelskim były: chęć wpływu na co wydawane są pieniądze publiczne (58,50%), możliwość zmiany najbliższego otoczeniu dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu (48,10%), możliwość zmiany miasta dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu (42,80%), chęć poparcia konkretnego projektu (41,15%) oraz zgoda z ideą demokracji bezpośredniej, której przykładem jest Budżet Obywatelski (34,15%). Mniejsza grupa respondentów zaznaczyła: poczucie obywatelskiego obowiązku (18,75%) oraz zachęcenie przez kampanię profrekwencyjną (2,80%). Innym powodem często wymienianym przez respondentów były względy ekologiczne. Zdarzały się jednak także dość nietypowe odpowiedzi: „żona zmusiła”; „szefowa”.

**Wykres 20: Dlaczego zdecydował/a się Pan/i na udział w głosowaniu?** (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)



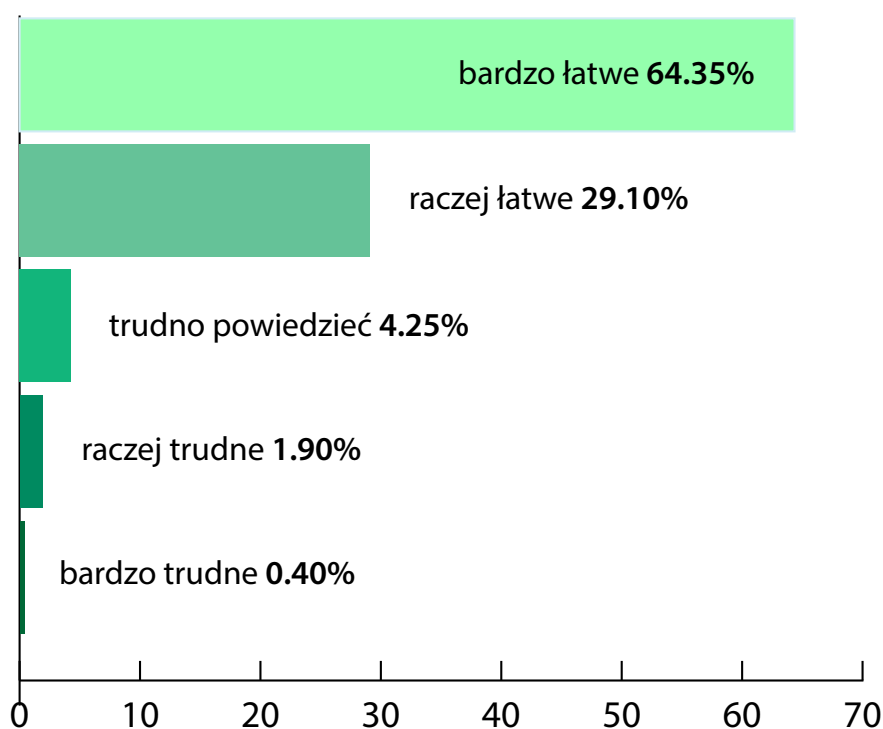
W kolejnym pytaniu respondenci mieli za zadanie wskazać, czy uczestniczyli już w głosowaniu w poprzednich edycjach SBO. 74,85% ankietowanych zaznaczyło, że brało udział w głosowaniu w kilku edycjach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego, 16,75% wzięło udział w głosowaniu pierwszy raz, a 8,40% brało udział w głosowaniu jedynie w ostatniej edycji SBO.

**Wykres 21: Czy brał Pan/i udział w głosowaniu w poprzednich edycjach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego?**



Wykres 22 przedstawia opinie ankietowanych na temat trudności samego głosowania w bieżącej edycji. Dla większości osób było ono bardzo lub raczej łatwe (93,45%), a jedynie 6,15% wskazało opcje przeciwne (bardzo trudne lub raczej trudne). Jako główne powody trudności w udzieleniu odpowiedzi ludzie wskazywali przede wszystkim: dużo ciekawych projektów lub wręcz przeciwnie – brak interesujących opcji, a także problemy z systemem, który wskazywał, że ktoś nie jest mieszkańcem miasta lub nie rozpoznawał nazwiska panińskiego matki, mała czytelność i nieintuicyjność strony do głosowania, trudności z odnalezieniem projektu na mapie, konieczność otwierania wielu stron podczas głosowania i porównywania projektów, głosowanie przez internet oraz podawanie nazwiska panińskiego matki.

**Wykres 22: Czy głosowanie w tegorocznej edycji było dla Pana/i łatwe czy trudne?**



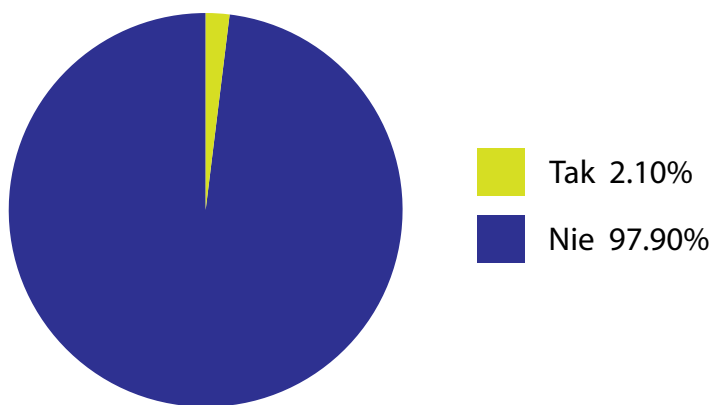
Większość ankietowanych (97,90%) nie składała własnego projektu w tegorocznej edycji Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego. Głównymi powodami dla których ankietowali nie złożyli własnych projektów były: brak pomysłu na projekt (29,80%), niezainteresowanie składaniem projektu (27,85%), przekonanie o tym, że składanie projektu jest zbyt trudne (18,70%), niewiedza o możliwości złożenia projektu (18%) lub brak czasu na napisanie projektu (16,80%). Mniejsza ilość osób wybrała pozostałe opcje: brak pomysłów na promocję projektu (8%), niewystarczająca ilość informacji dotycząca zasad składania projektów (5,95%), obawa przed zebraniem niewystarczającej ilości podpisów z poparciem (5,50%), chęć realizowania działań tylko dla społeczności lokalnej na małą skalę (3,70%) i przegapienie terminu składania projektów (1,90%). Innymi powodami były: złożenie podobnego projektu przez inną osobę czy brak przekonania do idei SBO.

***Bo to nie ma sensu. I tak zawsze wygrywają projekty złożone przez radnych lub dobrze zorganizowane społeczności, jak np. kibice czy rodzice. [A]***

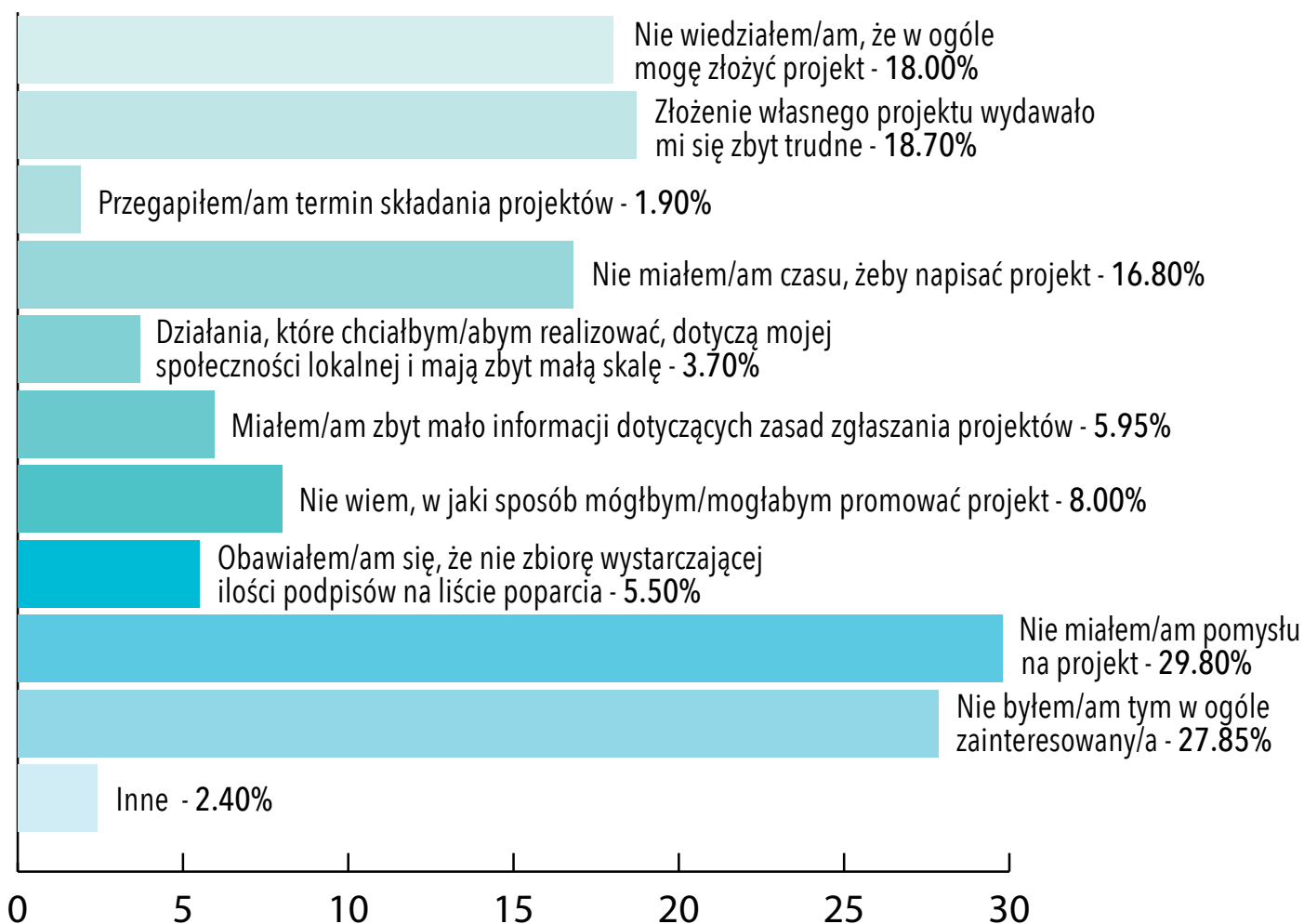
***Nie ma żadnego sensu zgłaszać, jak rywalizuje się w Pogodnie. Wystarczy że Pogoń Szczecin wstawi posta na oficjalnej stronie i po zawodach. [A]***

Wykres 23:

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



Wykres 24: 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 ankietowani mieli za zadanie odpowiedzieć na pytanie, czy zgadzają się z kilkoma stwierdzeniami dotyczącymi SBO. Najwięcej osób zaznaczyło, że dzięki Szczecińskiemu Budżetowi Obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować swoje najbliższe otoczenie (93,80% respondentów odpowiedziało zdecydowanie tak lub raczej tak). Niemal tyle samo osób zgodziło się ze stwierdzeniem, że Szczeciński Budżet Obywatelski włącza mieszkańców do współdecydowania o sposobie wydatkowania pieniędzy publicznych (93%). Z drugiej strony najmniej respondentów zgodziło się z tezą, że każdy mieszkaniec miasta może złożyć wniosek w ramach budżetu obywatelskiego (80,10%).

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.          | 57.65%           | 34.30%     | 5.45%             | 1.95%      | 0.65%            |
| Dzięki budżetowi obywatelskiemu mieszkańcy mogą kształtować swoje najbliższe otoczenie.                 | 61.00%           | 32.80%     | 3.40%             | 2.15%      | 0.65%            |
| Budżet obywatelski to nowoczesna forma zarządzania miastem.   | 53.80%           | 31.40%     | 10.75%            | 3.00%      | 1.05%            |
| Budżet obywatelski włącza mieszkańców do współdecydowania o sposobie wydatkowania pieniędzy publicznych | 61.10%           | 31.90%     | 5.00%             | 1.45%      | 0.55%            |
| Dzięki budżetowi obywatelskiemu budujemy w naszym mieście społeczeństwo obywatelskie.                   | 51.40%           | 32.35%     | 12.50%            | 2.55%      | 1.20%            |
| Budżet obywatelski sprzyja wzrostowi aktywności społecznej mieszkańców miasta.                          | 49.90%           | 33.65%     | 12.55%            | 2.85%      | 1.05%            |
| Każdy mieszkaniec miasta może złożyć wniosek w ramach budżetu obywatelskiego.                           | 47.70%           | 32.40%     | 16.85%            | 2.00%      | 1.05%            |
| Budżet obywatelski daje możliwość głosowania wszystkim mieszkańcom miasta.                              | 63.10%           | 25.75%     | 7.05%             | 2.85%      | 1.25%            |

Respondenci zostali także poproszeni o opinię, w jaki sposób można zwiększyć uczestnictwo mieszkańców w kolejnych edycjach SBO. Najwięcej osób napisało, że konieczna jest jego lepsza promocja.

**Większa reklama w komunikacji miejskiej lub na ulicach. [A]**

**Większa promocja. Gdyby nie „czujna” sąsiadka nie wiedziałabym nic o tegorocznej edycji. Nie dotarła do mnie żadna informacja dotycząca projektu, jego wznowionej edycji itp. [A]**

**Promować. Nie wiem, czy ktoś wie o tegorocznym SBO poza składającymi wnioski. Z roku na rok jest gorzej z promocją, strasznie szkoda. [A]**

**Wywieszenie plakatów w mieście lub rozdawanie ulotek. Poprzez transmisję radiową w znanych rozgłośniach. [A]**

**Powinno być więcej informacji w mediach społecznościowych. Osobiście ani razu nie widziałem wzmianki na temat SBO na FB. Jak wiadomo FB jest najbardziej i najczęściej odwiedzaną stroną przez ludzi. Więcej informacji w radiu, kinach, teatrach. Forma bilbord też dociera do mieszkańców. [A]**

Duża grupa osób postulowała także, że powinny zostać zwiększone środki na SBO.

**Większy budżet i zdecydowanie więcej zwycięskich projektów. [A]**

**Zwiększyć budżet :) [A]**

Inni wspominali, że najważniejsza jest realizacja projektów, które zostały wybrane w poprzednich edycjach.

**Realizując wygrane projekty, bo z roku na rok wygląda to coraz gorzej. Dla przykładu: 2022 - wybrano 31 do dziś zrealizowano 4 projekty, 2021 - wybrano 113 do dziś wykonano 14, 2020 - 28 wybrano 20 wykonano. [A]**

**Efektywniejszą i szybszą realizacją projektów, które już zwyciężyły w poprzednich edycjach, a wciąż nie zostały zrealizowane - skoro zwycięskie projekty nie są realizowane od wielu lat (niezależnie od powodu), to jak ludzie mają zaufać miastu, że następne będą? [A]**

Część respondentów napisała, że należy promować SBO wśród młodzież i/lub osób starszych.

**Edukacja w szkołach, dzieci mogą zachęcić osoby dorosłe. [A]**

**Bezpośrednie rozmowy z osobami starszymi, np. w klubach seniora. [A]**

**Edukacja, szczególnie osób starszych. [A]**

**Informowanie studentów na uczelniach. I informowanie licealistów, o takiej możliwości jak skończą 18 lat. [A]**

Zdarzały się też inne pomysły.

***Zaangażować biblioteki miejskie do tego, żeby informowały o możliwości głosowania i pomagały - to znaczy pracownicy bibliotek - w głosowaniu. Nie każdy ma w domu dostęp do Internetu. Szczególnie ludzie starsi mogą mieć kłopot z dotarciem do informacji o SBO, bo raczej nie korzystają z portali społecznościowych. [A]***

***Punkty informacyjne w galeriach handlowych [A]***

***Tablice informacyjne że dane inwestycje są finansowane z SBO. [A]***

***Wysłanie powiadomień o głosowaniu za pomocą sms lub email do każdego mieszkańca miasta. [A]***

Na zakończenie zapytano ankietowanych, w jaki sposób ich zdaniem można usprawnić funkcjonowanie Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego w następnej edycji. Wiele propozycji pokrywało się tu z opiniami przytoczonymi w poprzednim pytaniu i dotyczyło m.in. promowania SBO za pomocą zrealizowanych z sukcesem projektów z poprzednich lat, sprawniejszej realizacji zadań wybranych przez mieszkańców, większej promocji w przestrzeni miasta i w Internecie czy większego zaangażowania szkół w promowanie SBO.

Z innych pomysłów, które pojawiły się w ankiecie warto wymienić m.in. następujące:

***Rada ds. BO powinna być organem opiniodawczym a nie decyzyjnym w weryfikacji projektów. [A]***

***Wprowadzając losowanie symbolicznych nagród, to by zwiększyło frekwencję. [A]***

***W tej edycji oddanie tylko jednego głosu lokalnego to za mało. Projekty mają różną wagę i wielkość przez co konieczne jest ich sklasyfikowanie jak było to kiedyś. [A]***

***Mobilne punkty dla osób niekorzystających z internetu – seniorzy. [A]***

## 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. Wprowadzenie tablic informujących o tym, że określona inwestycja jest zrealizowana w ramach SBO.
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.

## KAMPANIA INFORMACYJNA

1. Zwiększenie udziału w SBO osób z grup do tej pory rzadziej w nim uczestniczących (np. środowiska osób z niepełnosprawnościami, młodzież, seniorzy, bezdomni, bezrobotni) poprzez organizację warsztatów pisania wniosków (np. w szkołach, klubach seniora czy organizacjach pozarządowych pracujących w tych środowiskach).
2. Stworzenie stanowiska animatora 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.
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.
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 webinarów).
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. Wykorzystanie do promocji innych mediów społecznościowych poza portalem Facebook.

14. Publikowanie w trakcie etapu składania projektów co najmniej jednego posta dziennie w mediach społecznościowych.
15. Częstsze niż w tej edycji wykorzystywanie imprez przyciągających duże grupy mieszkańców do promocji SBO w trakcie etapu składania projektów i głosowania.

## 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.

## 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.

## 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.
3. Wpisanie do regulaminu minimalnej ilości 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 ilością głosów wśród nie wybranych w trakcie głosowania. Aby pobudzić rywalizację można na wzór Katowic czy Gdyni na bieżąco publikować na portalu społecznościowym BO aktualne informacje dotyczące frekwencji w poszczególnych dzielnicach.
5. Rezygnacja z konieczności podawania nazwiska panińskiego 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.

# 8. Załączniki

## SPIS WYKRESÓW

**Wykres 1:** Wysokość SBO (mln PLN)

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

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

**Wykres 4:** Liczba zgłoszonych projektów w edycjach 2014 - 2024

**Wykres 5:** Liczba zgłoszonych projektów w podziale na obszary lokalne

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

**Wykres 7:** Porównanie liczby złożonych wniosków z ilością autorów w edycjach 2022 - 2024

**Wykres 8:** Autorzy projektów w podziale na płeć

**Wykres 9:** Odsetek wniosków, które trafiły na listę do głosowania w edycjach 2014 - 2024

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

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

**Wykres 12:** Liczba osób, które wzięły udział w głosowaniu w SBO w edycjach 2018 - 2024

**Wykres 13:** Wiek osób głosujących (w procentach)

**Wykres 14:** Płeć osób głosujących (w procentach)

**Wykres 15:** Frekwencja w głosowaniu w poszczególnych obszarach lokalnych

**Wykres 16:** Frekwencja mieszkańców w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców

**Wykres 17:** Podział respondentów ze względu na płeć

**Wykres 18:** Podział respondentów ze względu na wiek

**Wykres 19:** 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)

**Wykres 20:** Dlaczego zdecydował/a się Pan/i na udział w głosowaniu? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)

**Wykres 21:** Czy brał Pan/i udział w głosowaniu w poprzednich edycjach Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego?

**Wykres 22:** Czy głosowanie w tegorocznej edycji było dla Pana/i łatwe czy trudne?

**Wykres 23:** Czy składał Pan/i własny projekt w tegorocznej edycji Szczecińskiego Budżetu Obywatelskiego?

**Wykres 24:** Dlaczego nie złożył/a Pan/i własnego projektu? (dane nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź)

