

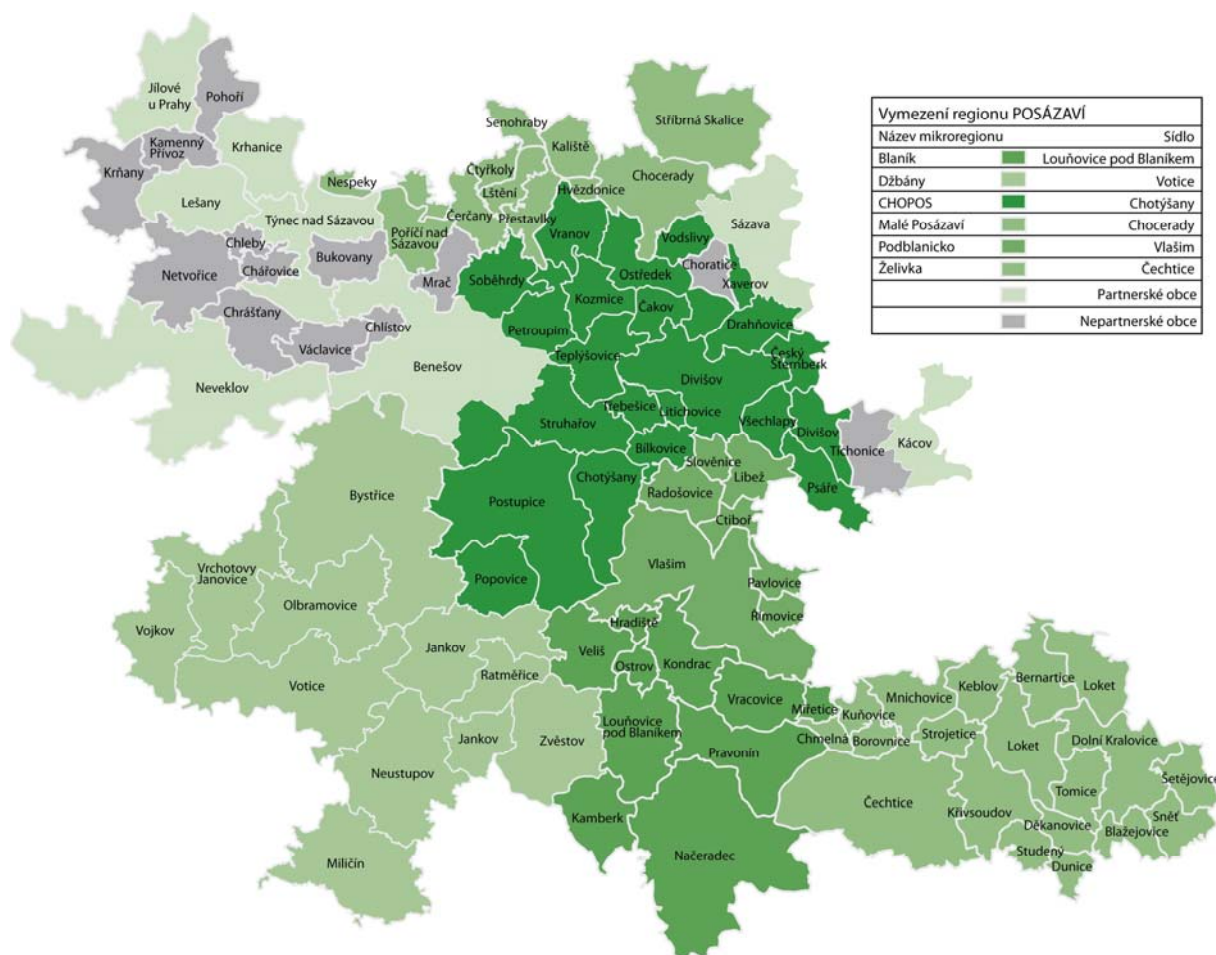
**Evaluace naplňování strategie v regionu
Posázaví
a posouzení stavu rozvoje regionu
2010**

1. Obsah

1.	Obsah	2
2.	Úvod	3
3.	Základní podmínky úspěšného budování partnerství	4
4.	Realizátoři procesu	4
5.	Popis navrhovaného procesu	5
6.	Informační kampaň	6
7.	Plánovací setkání	7
8.	Zpracování výstupů setkání	8
9.	Regionální konference.....	9
10.	Dotazník.....	9
11.	Závěr.....	12

2. Úvod

Cílem procesu evaluace je zhodnotit uplynulé čtyřleté období rozvojových aktivit v regionu Posázaví. Budeme hodnotit nejen finanční dopady realizace projektů, ale především dopady vnímání aktivit směřujících k rozvoji partnerské spolupráce obyvateli a organizacemi z regionu Posázaví. Region Posázaví definujeme jako území, na kterém působí Místní akční skupina Posázaví (dále jen MAS Posázaví).



mapa územní působnosti MAS Posázaví

MAS Posázaví má dobré zkušenosti s vytvářením partnerství v rámci programu Leader. Tyto zkušenosti se zúročili v získání finanční podpory určené na rozvoj regionu v rámci tohoto programu. Přestože Posázaví patří k regionům s partnerstvím rozvinutějším než v jiných regionech, je třeba neustále partnerství podporovat, rozvíjet a hledat společné výzvy, na které může takovéto partnerství reagovat. Partnerství totiž musíme chápat jako neustále se vyvíjející proces, který nesnese stagnaci.

Společný zájem a společnou práci směřující k určitému cíli považujeme za neefektivnější nástroj k budování, rozvíjení a posilování partnerství nejen v Posázaví, ale i kdekoli jinde. Poslední celoregionální plánování proběhlo v roce 2006, kdy byla zpracována aktualizace rozvojové strategie regionu na roky 2007 - 2013 se širokým zapojením veřejnosti. Současnou evaluací dojde k porovnání plánů se skutečnými postupy a zrealizovanými projekty, porovnáme plány MAS Posázaví se skutečnými výstupy, budeme se ptát na skutečné chápání pozice MAS Posázaví v regionu. Cílem procesu bude vtáhnout do hodnocení nejen subjekty aktivní v MAS Posázaví, ale oslovíme co největší množství potenciálních partnerů ze všech sektorů – podnikatele, neziskový sektor i veřejnou správu.

Pro kvalitní, účelný a smysluplný postup jsou navrženy tyto metodická opatření a také cílové skupiny, které většinou reflektují oslovené oblasti partnerů z roku 2006.

3. Základní podmínky úspěšného budování partnerství

Na úvod uvádíme několik obecných zásad, kterými se budeme při realizaci procesu řídit:

- Rovnocenné postavení všech partnerů a uznání přínosu každého při zpracování strategických dokumentů. Seriózní a odpovědný přístup k výstupům práce všech skupin.
- Respekt k neziskovým organizacím, jako zdroji dodatečného intelektuálního a odborného potenciálu, který je možné využít pro potřeby zpracování koncepčních a analytických dokumentů.
- Otevřenost procesu a empatie k potřebám a možnostem účastníků procesu.
- Včasný přístup k informacím.
- Proveditelný časový rámec procesu vzhledem k ostatním partnerům.
- Odpovědnost za aktivní šíření informací a konzultace s partnery ve všech fázích procesu.
- Předem daná pravidla pro zacházení a šíření dokumentů a postupně zpracovávaných verzí.
- Předem daná pravidla pro vypořádání obdržených připomínek.
- Klást důraz na konsensus a širokou akceptaci přijatých rozhodnutí během zpracovávání návrhu dokumentu, což doplňuje formální schvalovací proces.

4. Realizátoři procesu

Na realizaci procesu se budou podílet především následující subjekty.

Zadavatelem procesu je MAS Posázaví. MAS proces evaluace naplňování strategie a posouzení stavu rozvoje regionu iniciovala. Má rozhodovací pravomoci a konečné slovo při schvalování rozvojové strategie. Všechny důležité kroky procesu jsou s ní konzultovány a nechávají se odsouhlasit.

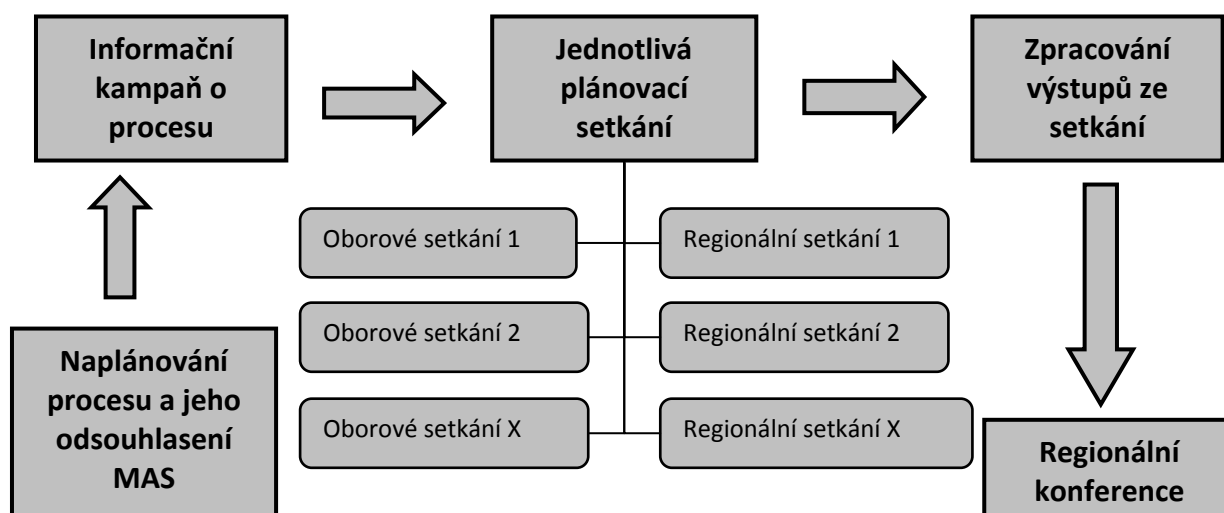
Manažerem evaluace je Posázaví o.p.s., servisní organizace zřízená MAS Posázaví. Posázaví o.p.s. bude zajišťovat veškeré organizační náležitosti, jako jsou rozesílky pozvánek, informační kampaň nebo zajišťování prostor pro setkávání.

Odborným konzultantem je CpKP střední Čechy, nezisková organizace, jenž se věnuje podpoře procesů zapojování veřejnosti do rozhodování. Úkolem CpKP bude především navrhnout a metodicky řídit celý proces a zajišťovat určité odborné služby (především konzultace a facilitaci).

5. Popis navrhovaného procesu

Jako hlavní nástroj pro posílení partnerství v regionu byla zvolena osobní setkání zaměřená na společnou diskuzi o faktickém naplňování kroků strategie a především k posouzení stavu rozvoje regionu s porovnáním rozdílů mezi rokem 2006 a současností. Tato setkání by měla být dvojího typu podle cílových skupin. Jedním typem budou regionální setkání a druhou oborová setkání napříč celým regionem.

Stručně můžeme celý proces znázornit v následujících krocích.



V rámci procesu budou tedy realizovány především tyto aktivity:

- informační kampaň,
- osobní setkání partnerů (plánovací setkání),
- zpracování výstupů z plánovacích setkání,
- společná regionální konference.

Oborová setkání

1. Oborové setkání správců a majitelů památkových objektů a muzeí
2. Oborové setkání podnikatelů v cestovním ruchu
3. Oborové setkání řemeslníků a živnostníků
4. Oborové setkání pracovníků a zřizovatelů informačních center
5. Oborové setkání pořadatelů kulturních a sportovních akcí, ochotníci
6. Oborové setkání chovatelů koní, majitelů stájí, jízďáren
7. Oborové setkání zemědělských a lesních podniků
8. Oborové setkání Subjekty spjaté s řekou Sázavou a vodními plochami
9. Oborové setkání subjektů zabývajících se ochranou přírody
10. Oborové setkání Mateřská centra a organizace pracující s mládeží
11. Oborové setkání škol a školských zařízení

Regionální setkání

12. Regionální setkání mikroregionů Podblanicko, Blaník a Želivka
13. Regionální setkání mikroregionu CHOPOS
14. Regionální setkání mikroregionu Týnecko a měst Neveklov a Jílové u Prahy a obcí Kamenný Přívoz, Krňany a Pohorí
15. Regionální setkání mikroregionu Malé Posázaví, Džbány
16. Regionální setkání měst Týnec nad Sázavou, Sázava a města Benešov

Druhou aktivitou evaluace bude zhodnocení přínosu rozvojových projektů v jednotlivých opatřeních Strategie rozvoje regionu Posázaví za období 2006 – 2009. Toto bude provedeno formou statistického zhodnocení výsledků.

6. Informační kampaň

Realizátor musí být v celém procesu aktivním informátorem všech partnerů. Informační kampaň není jednorázový krok, ale průběžná aktivita. Musí se prolínat celým procesem a na její kvalitě a srozumitelnosti do velké míry záleží úspěch celého procesu. K dosažení kvalitní informovanosti je nutné využít co nejširší spektrum informačních kanálů. K vedení informační kampaně doporučujeme využít těchto typů:

Vnitřní informační kanály

Jako základ informační kampaně budou sloužit stávající informační kanály již fungující v rámci regionu Posázaví. Tyto kanály mají výhodu, že mluví přímo k cílovým skupinám procesu, jsou zavedené a pro cílové příjemce srozumitelné i dosažitelné:

- a. využití stávající emailové rozesílky partnerům,
- b. články ve Zpravodaji Posázaví,
- c. spolu s pozvánkou na setkání zasílat i informační leták o cílech a důvodech procesu,
- d. informační leták šířit skrze regionální informační centra.

Webové stránky

Webové stránky jsou velmi levným informačním nástrojem. Sami o sobě však jen velmi těžko upoutají pozornost, a proto budou využity především jako místo k získání informací pro ty, kdo se o proces posilování partnerství aktivněji zajímají.

Budou využity především stávající webové stránky regionu Posázaví leader.posazavi.com, které jsou jednotliví partneři již zvyklí navštěvovat. Na titulní straně bude umístěn srozumitelný odkaz do podsekcce věnované tomuto procesu. Zde se budou nacházet hlavní dokumenty spojené s realizovaným procesem. Především zápisy z jednotlivých setkání, pozvánky na připravované setkání a popis celého procesu.

Média

V případě informačních kampaní u strategických dokumentů je velice složité a problematické dostat informace do médií. Novinářům se zdají tyto dokumenty nesrozumitelné, složité a nezajímavé. Proto je nutné si vymezit, co vlastně chcete oslovené skupině sdělit. Přitom je třeba mít na zřeteli dva klíčové momenty:

- jednoduchost, přímost a stručnost,
- používání obecně srozumitelného jazyka.

Mnoho kampaní ztroskotalo na tom, že byl problém předkládán příliš odborně a komplexně a sdělovací prostředky ani veřejnost nebyly schopny jej pochopit a porozumět mu.

Je třeba mít rovněž na mysli to, že do sdělovacích prostředků se dostanou jen ty zprávy, které redaktoři pokládají za důležité, zajímavé a nové. Proto je třeba stále hledat nové a nové způsoby prezentace svých zpráv, aby se jejich obsah zdál nový a zajímavý. Pro sledovaný proces však význam spolupráce s médií tkví v jiném bodě, než představuje pozitivní PR vně regionu. Média jsou jedinečnou šancí oslovit jedince a organizace pohybující se mimo stávající struktury partnerství v regionu Posázaví.

Média mohou hrát velkou roli při oslovení organizací a skupin, ke kterým se jiným způsobem nedostaneme. Hlavně proto nebudeme na informování v médiích rezignovat.

Doporučení jak a kdy oslovovat média

V průběhu informační kampaně budeme prakticky o všech aktivitách média informovat tiskovou zprávou. Je vhodné informace doplnit stanovisky účastníků procesu, odborníků, politiků apod. První tiskovou zprávou budeme informovat přibližně 10 dní před konáním aktivity, podruhé ji připomeneme těsně před jejím konáním (2 – 3 dny) a posléze tiskovou zprávou s informací o uskutečnění.

Je důležité být s novináři v kontaktu a aktivně se zajímat, zda informaci médium zveřejnilo, či ne a zda se někdo z redakce zúčastní, či nikoliv. V případě neúčasti pak budeme redakci kontaktovat a zjistit proč se tak dělo. V případě, že téma považuje redakce za neatraktivní, a proto se neúčastní, tak je nutné redakci stále dodávat aktuální informace a pokusit se je zatraktivnit a to tím, že např.: přední politik, odborník z regionu dopisem či veřejným projevem na akci či tiskové konferenci bude informovat o aktuálním dění nebo přímo pozve novináře a veřejnost na aktuální akci.

Možné formy spolupráce:

- tématická novinová strana,
- novinová příloha,
- anketa mezi občany,
- rozhovor s odborníkem,
- přímé on-line vstupy z veřejných akcí (přes mobilní telefon v rozhlasu, televizi)
- publicistický pořad (v rozhlasu, televizi)

Tisková zpráva - informace pro média

Sdělení pro tisk bývá nejčastější formou komunikace. Na rozdíl od pouhé zprávy může obsahovat komentující a hodnotící skutečnosti, citáty a odkazy. I přesto by mělo být sdělení pro tisk formulováno velmi úsporně a stručně. Pokud nechceme, aby došlo ke zkreslení nejzávažnějších souvislostí, je dobré materiál vybavit doplňujícími informacemi - nejdůležitější pasáže podtrhnout nebo vytisknout tučně s poznámkou, že práce s materiálem je možná, vyjma zvýrazněných pasáží.

Obsahem sdělení pro tisk bývá velmi často zpravidla informace o tom, že se bude konat nějaká akce. Zpráva by se proto měla dostat do redakce s jistým předstihem, nejlépe tři až čtyři dny před redakční uzávěrkou. Ve sdělení pro tisk se omezíme pouze na nejnútnejší údaje o tom, co se koná, kde se to koná, kdy se to koná, proč se to koná a kdo to pořádá, doplněné případně ještě o další stručné informace nebo zajímavosti, které mohou poukazovat na významnost či jedinečnost akce. Základní informace by rozhodně neměla přesáhnout normovanou stranu A4. Sdělení pro tisk můžeme doplnit také fotografií či grafem.

7. Plánovací setkání

Hlavní aktivitou procesu bude řada oborových a regionálních setkání. Počet a cílové skupiny pozvané na jednotlivá setkání budou definovány na základě analýzy cílových skupin.

Pozvánky pro účastníky

Pozvánky pro účastníky budou distribuovány především poštou, doplnkově emailem. Pozvánka bude doručena minimálně 10 dní před plánovaným setkáním. Setkání se budou konat v zasedací místnosti Posázaví o.p.s. v Benešově, v piaristické koleji na Masarykově náměstí 1. Součástí pozvánky bude rámcový program setkání a doba předpokládaného ukončení setkání.

Struktura setkání

Setkání budou mít podobnou strukturu, aby se zajistila srovnatelnost jejich výstupů. Setkání budou v délce max. 3 hodiny. Začátky setkání jsou stanoveny na 16. hodinu.

Struktura setkání bude obsahovat následující body:

- vyplnění dotazníku s otázkami k rozvoji organizace zúčastněných
- zopakování témat strategie,
- popis stávajícího stavu a problémů,
- diskuse o vývoji stavu rozvoje v oblasti zájmu účastníků
- diskuse o významu Posázaví o.p.s. v procesu rozvoje regionu a rozdělování finančních prostředků,
- návrhy na využívání dotačních prostředků z programu Leader v období 2011 – 2013

Výstupy ze setkání

Výstupy budou zapisovány na flipchart, aby byla zajištěna maximální shoda zápisů s názory účastníků. V této fázi procesu se jedná především o fázi konzultací s veřejností a sběru maximálního množství podnětů. Jsou tedy akceptovány všechny připomínky a náměty a nedochází k jejich hodnocení ani kategorizaci.

Výstupy budou zpracovány do zápisů z jednotlivých setkání a distribuovány účastníkům emailem. Budou také zveřejněny na webových stránkách.

8. Zpracování výstupů setkání

Zpracování připomínek

Ve fázi plánovacích setkání bude získána množství připomínek a podnětů. Všechny připomínky a podněty budou náležitě archivovány a zveřejněny. Jako místa zveřejnění slouží především internetová stránka. Měla by být možnost reagovat na již podané připomínky.

Připomínky jsou často nekonkrétní, nesrozumitelné a mají různou úroveň a kvalitu. Často je bohužel omezená možnost zpětně vyjasnit tyto nesrozumitelné připomínky. Proto je dobré již při oborových a regionálních setkání nechávat připomínky formulovat dostatečně jasně.

Pokud získáme jasné, konkrétní připomínky, jejich vypořádání klasickým způsobem do tabulek je jednoduché. Rozhodneme, zda je připomínka relevantní (důležitá, podstatná) a jestli ji můžeme zahrnout. Ve vypořádání pak uvedeme „připomínka akceptována - viz opatření či způsob zpracování. Pokud připomínku nelze akceptovat, musíme ve vypořádání připomínek uvést důvod.

Jestliže jsou připomínky nejasné, musíme nejdříve provést obsahovou a hodnotovou analýzu.

Obsahová – analyzuje obsah konkrétních požadavků, návrhů či podnětů.

Hodnotová – analyzuje tón a vyznění (indikuje postoj veřejnosti a potenciální problémy).

Kroky obsahové analýzy:

- Označení a oddělení jednotlivých podnětů (texty pročíst a vyznačit všechny jednotlivé návrhy či podněty / např. značkovač/).
- Jednotlivé podněty okódovat (číslo dopisu, číslo návrhu) a např. dopisy rozstříhat tak, aby bylo možno pracovat s jednotlivými podněty zvlášť.
- Tematicky seskupit podněty a zpracovat reakce.

Zde je možnost rozdělit podněty ke zpracování jednotlivým odborníkům či týmům.

Hodnotová analýza

Zde se hodnotí postoj veřejnosti - aniž by se řešily konkrétní připomínky. Jde o hodnocení pozitivní a negativní. Často se stává, že přijde připomínka, která neřeší určitou část, úkol, prioritu opatření, ale obecně se zabývá hodnocením celého strategického materiálu. Taková připomínka je spíše komentářem. U těchto připomínek doporučujeme zjistit, zda v jejich obsahu převažuje hledisko negativní nebo pozitivní. Avšak i tyto připomínky je nutno uvést ve vypořádání připomínek – a to s komentářem, že tato připomínka byla vyhodnocena pouze hodnotovou analýzou.

Pracovní skupina k zpracování připomínek

Na zpracování připomínek k rozvojové strategii se bude podílet především MAS Posázaví. Sejde se pracovní skupina z členů programového výboru MAS, která na základě závěrečné zprávy ze svých plánovacích setkání a soupisu připomínek provede analýzu jednotlivých připomínek a rozhodne o jejich zpracování, či zdůvodní jejich nezpracování.

Výsledkem zpracovaných připomínek bude široký materiál, který bude předložen na regionální konferenci pracovním skupinám, které s nimi budou dál pracovat.

9. Regionální konference

Regionální konference představuje vyvrcholení celého procesu posilování partnerství v regionu Posázaví. Jejím hlavním cílem bude konfrontovat požadavky jednotlivých oborových a regionálních skupin a nalézt společný konsensus v regionu Posázaví.

Konference by měla mít velkou informační a mediální podporu. Pozváni by měli být všichni účastníci plánovacích setkání, ale i široká veřejnost. Měla by se stát skutečnou regionální událostí. Konference se bude konat ve Společenském centru Týnec nad Sázavou 22. června 2010.

Konference bude celodenním setkáním, jehož podstatnou částí tvoří setkání v pracovních skupinách. Pracovní skupiny budou tvořeny proporcionálně účastníky ze všech oborů, sektorů a oblastí celého regionu.

Pracovní skupiny budou mít za úkol především dvě věci. Za prvé připomínkovat strukturu financování jednotlivých fichí v rámci Strategického plánu Leader, aby vyhovovalo všem členům pracovní skupiny. Za druhé definovat klady a zápory rozvoje regionu za uplynulé období 2006 – 2009 a stanovit oblasti zvýšeného zájmu na období 2010 - 2013. Následně budou pracovní skupiny svoje postřehy, dopracování a definování priorit prezentovat v plénu a bude nad nimi vedena rozprava.

Příprava konference bude náročná především po mediální stránce, kdy bude důležité, aby se na ni sešli všichni partneři a společně pak rozhodovali o strategii regionu. Výstupem z konference bude komplexní materiál pro dopracování rozvojové strategie regionu. Tím bude naplněn třetí stupeň zapojení veřejnosti v úvodu definovaný jako „aktivní zapojení“.

10. Dotazník k činnosti Posázaví o.p.s.

Dotazník bude předložen všem účastníkům setkání.

>>>>>>

Vážená paní, Vážený pane

V rámci pracovních setkání k aktualizaci rozvojové strategie regionu Posázaví si Vás dovoluujeme oslovit s krátkým dotazníkem týkající se činnosti Posázaví o.p.s. Cílem dotazníku je mapovat uživatele našich služeb a získávat podněty k jejich zlepšení. Otázky zodpovíte tak, že zakřížkujete políčko u té odpovědi, kterou jste si vybrali, anebo odpověď dopíšete vlastními slovy.

Děkujeme za spolupráci.

Bohunka Zemanová, ředitelka Posázaví o.p.s

- 1) Realizoval jste vy nebo organizace, kterou zastupujete, projekt spolufinancovaný z dotace?

ANO	
<i>Z dotace programu Leader</i>	
NE	

- 2) Hledáte informace o dotačních programech na webových stránkách www.posazavi.com.

ANO	
NE	

- 3) Dostává se vám do rukou Zpravodaj Posázaví?

ANO, ale něčtu ho	
ANO, využívám ho jako informační zdroj	
NE	

- 4) Pokud jste na předchozí otázku odpověděli ANO, jak hodnotíte Zpravodaj Posázaví v následujících kategoriích.

	<i>Zcela spokojen(a)</i>	<i>Spíše spokojen(a)</i>	<i>Spíše nespokojen (a)</i>	<i>Zcela nespokojen(a)</i>
<i>Kvalita</i>				

<i>informací</i>				
<i>Četnost vydání</i>				
<i>Grafická úprava</i>				

5) Znáte rámcový obsah Strategie rozvoje regionu Posázaví?

<i>ANO, podílel jsem na její tvorbě v roce 2006</i>	
<i>ANO seznámil jsem se s ní</i>	
<i>NE</i>	

6) Jaké služby a aktivity Posázaví o.p.s. využíváte?

<i>Služba/aktivita</i>	<i>Zcela spokojen(a)</i>	<i>Spíše spokojen(a)</i>	<i>Spíše nespokojen(a)</i>	<i>Zcela nespokojen(a)</i>	<i>Službu nevyužívám</i>
<i>Koordinace aktivit manažera mikroregionu</i>					
<i>Zpravodaj Posázaví</i>					
<i>Webové stránky www.posazavi.com</i>					
<i>Katalog projektů www.katalogprojektu.eu</i>					
<i>Informace o dotačních titulech</i>					
<i>Konzultace projektových záměrů</i>					
<i>Příprava projektů a řízení jejich realizace</i>					
<i>Reklamu v propagačních materiálech vydávaných Posázaví o.p.s?</i>					

7) Jaká jsou Vaše očekávání od činnosti Posázaví o.p.s.? (Prosím rozepište)

8) Pokud zhodnotíte období posledních čtyř let z hlediska rozvoje vašeho zájmového území či zájmů organizace, vidíte v tomto období:

<i>Rozvoj aktivit</i>	
<i>Stagnace</i>	
<i>Pokles aktivit</i>	

9) Pokud zhodnotíte objem a kvalitu informací o rozvojových aktivitách / projektech v regionu Posázaví, hodnotíte ho jako:

<i>Výborný</i>	
<i>Dostatečný</i>	
<i>Nízký</i>	
<i>Nedostatečný</i>	

Na konec několik otázek k vaší organizaci.

10) Vámi zastupovaná organizace je:

<i>fyzická osoba</i>	
<i>podnikatel</i>	
<i>nezisková organizace</i>	
<i>veřejná správa</i>	

11) Jste členem MAS Posázaví?

<i>ANO jsme přímým členem MAS</i>	
<i>ANO prostřednictvím mikroregionu</i>	
<i>NE</i>	

U odpovědi ANO vyplňte formulář hodnocení činnosti Posázaví o.p.s.

12) Od jakého roku vy nebo organizace, kterou zastupujete, spolupracuje s MAS Posázaví?

<i>před 2006</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>

Děkujeme za vyplnění dotazníku.

11. Závěr

Výsledkem procesu bude nejen aktualizovaný přehled financování Strategického plánu Leader, ale především bude prohloubena diskuse na rozvojem regionu Posázaví v následujícím období.

Společné úsilí k pojmenování různých problémů a hledání jejich řešení povede k tomu, že jednotliví účastníci procesu se budou snažit sdružovat síly ke společnému řešení problémů. Budou definovat návrhy projektů a aktivit, které jsou jim blízké a které jsou schopni naplnit. V jednotlivých projektech se posléze stanou skutečnými partnery. Partnerství, které má mít svůj význam a sílu totiž musí vzniknout ze skutečné potřeby a ne na základě formálních výzev. Taková partnerství nemají dostatečnou trvanlivost.

V neposlední řadě osobní kontakt představitelů různých skupin dopomůže k jejich vzájemnému poznání, překonání přirozené nedůvěry a k nastartování vztahů v osobní rovině. Tyto nezměřitelné faktory také podstatně ovlivňují vznik a trvání partnerství.