

# ZRÓB TO SAM!

... czyli jak zrobić i wdrożyć

## PLAN MOBILNOŚCI

Niniejszy poradnik skierowany jest do wszystkich przedsiębiorstw, organizacji i instytucji, które są zainteresowane samodzielnym przygotowaniem i wdrożeniem

**PLANU MOBILNOŚCI**

## WPROWADZENIE

Planujesz zmianę siedziby firmy, budowę lub rozbudowę obiektów? Twoi pracownicy narzekają na trudności w dotarciu do pracy? Chcesz promować aktywne formy mobilności? Musisz spełnić wymogi prawne? Borykasz się z problemami komunikacyjnymi w pobliżu obiektu firmy? A może po prostu chcesz wypromować proekologiczny wizerunek swojego przedsiębiorstwa lub instytucji?

Jeżeli na którekolwiek z postawionych pytań odpowiedziałeś „**TAK**”, podejmij decyzję o realizacji **PLANU MOBILNOŚCI**, który może to zmienić.

Plany mobilności możesz wykonać nawet jeśli Twój obiekt dopiero powstaje, dzięki czemu w łatwy sposób możesz kształtować zachowania komunikacyjne przyszłych użytkowników i uatrakcyjnić obiekt przed rozpoczęciem jego działalności. Warto także pamiętać, że posiadanie planu mobilności może okazać się bardzo ważnym elementem podczas rozmów o współpracy z jednostkami miejskimi.

Na wstępie warto mieć jednak na uwadze, że przygotowanie i wdrożenie planu mobilności to proces, który wymaga indywidualnego podejścia do każdego przedsiębiorstwa/instytucji, dla którego wykonuje się ten dokument. Z tego też względu nie ma jednorodnego wzoru, który byłby dopasowany do każdego „generатора ruchu”.

Przygotowanie każdego planu powinno składać się z podstawowych etapów przedstawionych w niniejszym poradniku, które krok po kroku przeprowadzą Cię przez procedurę tworzenia dokumentu.

**WSZYSTKO ZALEŻY OD CIEBIE!**  
**TO SIĘ UDA!**

# OD CZEGO ZACZAĆ?

Punktem wyjścia jest **podjęcie decyzji** o realizacji i wdrożeniu planu mobilności oraz otwarty komunikat „Robimy plan!”.

Kiedy już podejmiesz decyzję, musisz **powołać menadżera mobilności**, który będzie czuwał nad prawidłowym przebiegiem prac, będzie odpowiedzialny za wdrażanie i koordynowanie działań oraz komunikację z adresatami planu. Menadżer planu powinien cieszyć się dużym autorytetem i angażować się w każdy etap prac, ponieważ to on będzie nadawał tempo i zarządzał całym procesem.

Rozpoznanie i **wskazanie grupy docelowej planu** jest bardzo ważnym elementem, ponieważ każdy obiekt cechuje się zróżnicowaną wielkością czy profilem użytkowników. Dodatkowo inne podejście trzeba mieć do ludzi, chociażby biorąc pod uwagę ich wiek.

Należy pamiętać, że plan mobilności nie będzie **oddziaływał** wyłącznie na Twój obiekt, ale także **na jego otoczenie**, dlatego musisz przeanalizować otoczenie i powiązania z nim.

## ZAANGAŻUJ LUDZI

Przed podjęciem jakichkolwiek prac należy uzyskać **poparcie wśród osób zarządzających przedsiębiorstwem lub instytucją**, tj. kierowników, prezesów i dyrektorów. Angażując najważniejsze osoby w przedsiębiorstwie/instytucji możesz spodziewać się sukcesu realizacji całego planu - widoczna będzie wówczas odgórna wola zmian.

Kluczem do sukcesu jest także otwarta komunikacja i zaangażowanie wszystkich adresatów planu. Dyskusja z ludźmi powinna odbywać się na każdym etapie prac nad planem mobilności, tj.

- / w momencie podjęcia decyzji „Robimy plan!
- / po uzyskaniu wyników diagnozy
- / podczas dyskusji nad priorytetami celów i działań
- / o pierwszych przemyśleniach po wprowadzeniu zmian
- / po przeprowadzeniu monitoringu

### Jak zaangażować adresatów planu?

Forma konsultacji jest dowolna i zależy od specyfiki obszaru/obiektu oraz możliwych w danym miejscu sposobów zaangażowania ludzi. Mogą to być cykliczne spotkania konsultacyjne, organizacja grup roboczych lub zachęty w postaci konkursów (np. na najlepsze hasło przewodnie planu mobilności).

## Jakie problemy mogą się pojawić i jak sobie z nimi poradzić?

- / zbyt małe zaangażowanie adresatów planu w proces zbierania danych i planowania działań. W związku tym należy dążyć do wprowadzenia zachęt i atrakcyjnych dla nich form promocji, np. loteria nagród dla osób, które wypełniły ankietę informacyjną;
- / sprzeciw użytkowników obiektu odnośnie założonego planu wdrożenia dokumentu. W tym momencie należy pogłębić konsultacje rozwiązań, ukazać wymierne korzyści, przeprowadzić działania edukacyjne lub zmodyfikować zakres działań.

## LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA

- podejmij decyzję o realizacji planu
- wyznacz menadżera mobilności
- wskaż potencjalnych adresatów planu
- zdefiniuj obszar, dla którego robisz plan mobilności

## ROBIMY PLAN!

**Punkt docelowy:**

### Poprawa mobilności i jakości życia

#### Krok **9**

Sprawdź postępy i wyciągnij wnioski

#### Krok **8**

Wdrażaj

#### Krok **7**

Przelicz koszty i przypisz odpowiedzialności



**Punkt wyjścia:**

### Robimy plan

#### Krok **1**

Zbierz dane

#### Krok **2**

Postaw diagnozę

#### Krok **3**

Określ cele

#### Krok **4**

Dopasuj działania

#### Krok **5**

Przedyskutuj działania i wybierz priorytety

#### Krok **6**

Zaplanuj monitoring

Po pierwsze:

# ANALIZUJ

## Krok 1 ZBIERZ DANE



Pierwszym krokiem jest analiza stanu istniejącego i rozpoznanie dotychczasowych zachowań transportowych wszystkich użytkowników danej przestrzeni.



### Krok 1.1 PRZEPROWADŹ ANKIETĘ

\*TEN KROK POMIJAJĄ OBIEKTY NIEISTNIEJĄCE

Sposobem na sprawdzenie zachowań komunikacyjnych jest przeprowadzenie badania ankietowego (w formie elektronicznej lub papierowej) w celu sprawdzenia preferencji, predyspozycji i oczekiwań adresatów planu. Do stworzenia własnej ankiety, w której powinieneś spytać m.in. o wiek i miejsce zamieszkania, możesz wykorzystać przykładowe pytania, które zamieściliśmy obok.

### Przykładowe pytania, jakie możesz zadać w ankiecie

- / Jaki rodzaj pojazdów posiadasz?
- / Jak dotarłeś/aś dzisiaj do pracy/szkoły?
- / Jak docierasz do pracy/szkoły w okresie zimowym?
- / Jak docierasz do pracy/szkoły w okresie letnim?
- / Ile czasu zajmuje Ci dotarcie do pracy/szkoły?
- / Jakie są Twoje średnio miesięczne koszty dotarcia do pracy/szkoły?
- / Gdzie parkujesz swój pojazd?
- / Co zachęciłoby Cię do korzystania z komunikacji zbiorowej?
- / Co zachęciłoby Cię do korzystania z systemu współdzielenia pojazdu (carpooling)?
- / Co zachęciłoby Cię do zmiany środka transportu?

## Krok 1.2 WYKONAJ INWENTARYZACJĘ



Inwentaryzację wykonujemy, aby poznać otoczenie i uwarunkowania obiektu. Analizy możliwe do wykonania:

- / analiza **systemu funkcjonowania obiektu** – sprawdź w jakich godzinach przebywają w obiekcie pracownicy, jakie są godziny obsługi klientów, jaki jest system zmian oraz jak odbywają się podróże służbowe
- / **zinwentaryzuj powiązanie obiektu/obszaru z systemem komunikacji zbiorowej**. Inwentaryzacja ta obejmuje takie elementy jak: dostępność przystanków komunikacji miejskiej; częstotliwość kursowania komunikacji miejskiej (w szczególności w newralgicznych dla przedsiębiorstwa/institucji godzinach); dostępność do węzłów przesiadkowych; dostępność do informacji o przejazdach; ceny biletów i rodzaj pojazdów obsługujących przejazdy

\* Pamiętaj! Uwzględnij komunikację miejską, prywatny transport zbiorowy oraz połączenia kolejowe

**/ przeanalizuj infrastrukturę rowerową w pobliżu przedsiębiorstwa/instytucji.**

Przede wszystkim sprawdź obecność, dostępność i stan techniczny infrastruktury rowerowej, jej połączenie z Twoim obiektem oraz systemem pozostałych dróg rowerowych w mieście. Analiza ta obejmować powinna liczbę i stan techniczny stojaków rowerowych oraz zasady funkcjonowania systemu wypożyczania rowerów (liczba stacji wypożyczania, warunki korzystania). Dodatkowo zbierz informacje o warunkach panujących w obiekcie, czyli czy istnieje możliwość przebrania się, skorzystania z prysznicza lub czy jest dostępność podstawowych narzędzi do naprawy roweru

**/ przeanalizuj istniejące zachęty dla pracowników,** czyli jakie korzyści oferowane są osobom, które obecnie korzystają z alternatywnych do samochodu form lokomocji

**/ przeanalizuj infrastrukturę pieszą,** tj. ciągi piesze i ich stan techniczny pod kątem dostępności i możliwości korzystania z nich przez osoby niepełnosprawne lub o ograniczonej sprawności ruchowej (podjazdy, obniżone progi, windy itp.) oraz wykonaj analizę dojść do przystanków

**/ przeanalizuj liczbę generowanych podróży i spotkań służbowych,** zasady rozliczania kosztów oraz obecne sposoby minimalizowania tej liczby

**/ wykonaj analizę miejsc parkingowych** na danym obszarze lub wokół przedmiotowego obiektu. Ważne, aby wykonać dokładną analizę istniejącej liczby parkingów i dostępnych miejsc postojowych w otoczeniu, zbadać poziom wykorzystania parkingów oraz zidentyfikować obowiązujący system parkingowy, tj. kto ma uprawnienia do skorzystania z danego parkingu, jak wygląda struktura opłat za miejsce postojowe i jak wygląda egzekucja tych opłat. W tym miejscu można przeanalizować także, czy dany parking dostosowany jest do obsługi systemu współdzielenia pojazdów (carsharing), czyli czy istnieją wyznaczone do tego celu specjalnie oznakowane miejsca postojowe

**/ przeanalizuj, jaki poziom informacji dociera do użytkowników przestrzeni na temat alternatywnych sposobów podróżowania** w odniesieniu do prywatnego samochodu (np. rozmieszczenie tablic informacyjnych z rozkładami jazdy komunikacji zbiorowej, schematami sieci transportu zbiorowego, mapami sieci rowerowych)

/ poszukaj informacji, **czy w Twoim otoczeniu są planowane jakieś inwestycje**, które mogą w przyszłości bezpośrednio lub pośrednio oddziaływać na sytuację komunikacyjną obiektu/obszaru. Możesz w tej kwestii zwrócić się do Urzędu Miejskiego

/ przydatne byłoby także **przeprowadzenie badań ruchu** na ciągach komunikacyjnych, ale samodzielne ich wykonanie jest trudne. Badania te powinny obejmować pomiar natężeń ruchu z rozróżnieniem struktury podróży oraz pomiary napełnień w pojazdach. Warto również zajrzeć do wyników Kompleksowych Badań Ruchu, które są dostępne na stronie urzędowej lub zapytać w Wydziale Inżynierii Miejskiej o dostępność pomiarów w danym miejscu

## **LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 1:**

□ przeprowadź badanie ankietowe

□ wykonaj inwentaryzację







## Krok **2** **POSTAW DIAGNOZĘ**

Przeprowadzenie analiz i ankiety z kroku 1 pozwoli Ci na określenie dostępności transportowej Twojego obiektu oraz na wskazanie istniejących problemów i niedoborów. Dzięki temu będziesz mógł wskazać możliwe kierunki rozwoju mobilności na danym obszarze, które będą adekwatne do zidentyfikowanych oczekiwań potencjalnych użytkowników.

Przykładowe problemy, mocne strony i szanse, jakie mogą odnosić się do Twojego przedsiębiorstwa/instytucji:

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"><li>/ dużą liczbę adresatów planu stanowią osoby młode</li><li>/ trwająca budowa nowej linii tramwajowo-autobusowej w pobliżu Twojego obiektu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>/ zatłoczenia na drogach w pobliżu obiektu Twojego przedsiębiorstwa/instytucji</li><li>/ rozproszenie kilku budynków na obszarze całego miasta</li></ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"><li>/ budowa ścieżek rowerowych we współpracy z Oficerem Rowerowym we Wrocławiu</li><li>/ utworzenie nowego przystanku komunikacji zbiorowej w pobliżu obiektu we współpracy z Wydziałem Transportu UM we Wrocławiu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>/ niechęć użytkowników przestrzeni do aktywności fizycznej</li><li>/ wysokie opłaty za bilet komunikacji zbiorowej</li></ul>

Zdefiniowane problemy oraz szanse pozwolą Ci na postawienie diagnozy, która jest punktem wyjścia do fazy projektowej. Na tej podstawie będziesz mógł w łatwy sposób sformułować cele i działania możliwe do zrealizowania.

## **LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 2:**

zdefiniuj problemy

określ mocne strony

postaw diagnozę

Po drugie:

# PROJEKTUJ



## Krok 3 OKREŚL CELE

Plany mobilności wykonuje się, aby zmienić zachowania komunikacyjne ludzi oraz poprawić dostępność komunikacyjną do obiektów/obszarów, spełniając wymagania z zakresu ochrony środowiska, efektywności ekonomicznej oraz równości społecznej.

Wykonane dotychczas kroki służą **przedstawieniu racjonalnych i konkretnych celów**, które wskazują na charakter oczekiwanych zmian, do których osiągnięcia będzie w przyszłości dążyć Twoje przedsiębiorstwo/instytucja.

Cele powinny być utworzone według metody **S.M.A.R.T.**

### **SPECIFIC**

skonkretyzowany

Twoje cele powinny być proste i precyzyjne, aby odpowiadać na podstawowe pytanie: Co chcesz osiągnąć?

### **MEASURABLE**

mierzalny

Twoje cele powinny mieć przypisane odpowiednie wskaźniki, aby w łatwy sposób można było określić efekt ich realizacji. Odpowiedz sobie na pytanie: Jak ma wyglądać sytuacja po osiągnięciu celu?

### **ACHIEVABLE**

osiągalny

Twoje cele powinny być oparte na technicznych i finansowych możliwościach przedsiębiorstwa/instytucji. Czy Twoje cele mieszczą się w granicach możliwości?

### **REALISTIC**

realny

Twoje cele powinny być przede wszystkim możliwe do realizacji i być konstruowane w oparciu o zinwentaryzowane zasoby. Czy jesteś w stanie osiągnąć cel?

### **TIME DEFINED**

zdefiniowany w czasie

Twoje cele powinny mieć określony horyzont czasowy. W jakim czasie zamierzasz osiągnąć cel?

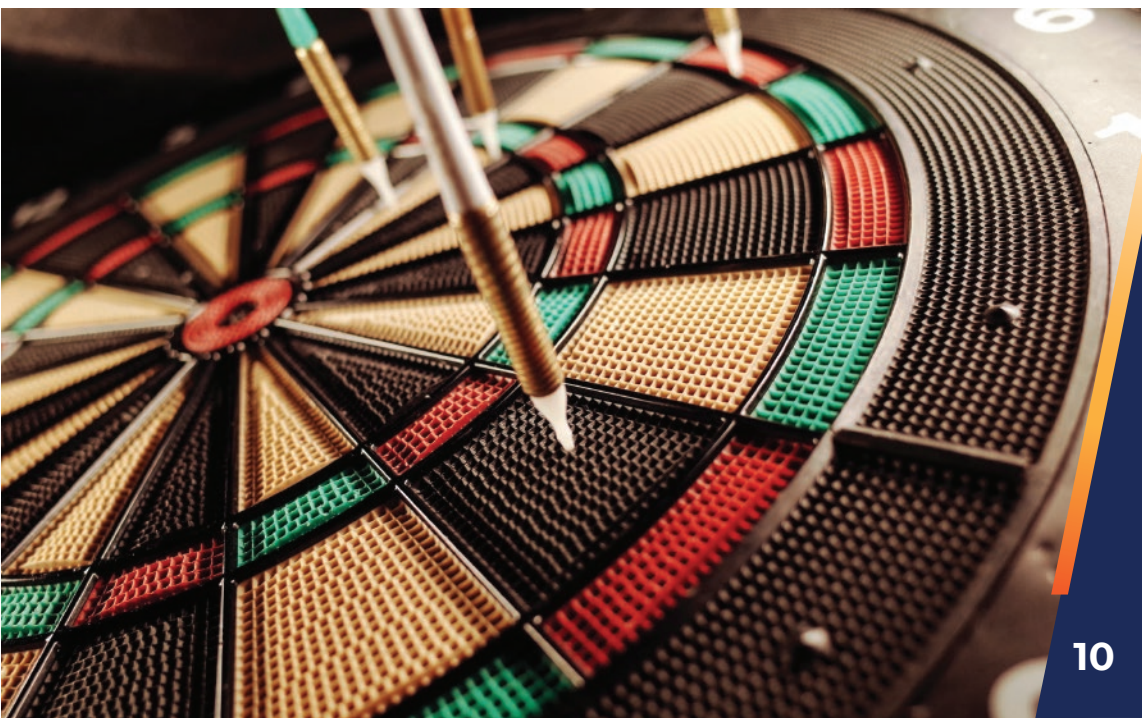
W trakcie wyznaczania celów podejmuj odważne decyzje. Jest to niezbędne w procesie zmian zachowań komunikacyjnych ludzi, choć może się to spotkać z protestami z ich strony. Do przełamywania barier i oporów służą akcje edukacyjno - promocyjne alternatywnych środków transportu.

### **Przykładowe cele, jakie mogą zostać postawione w ramach planu mobilności**

- / Wzrost podróży rowerem o 5% w skali roku
- / Spadek podróży prywatnym samochodem osobowym o 3% w skali roku
- / Wzrost udziału podróży pieszych o 6% w skali dwóch lat

## **LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 3:**

- przygotuj listę celów do osiągnięcia
- dostosuj cele do metody S.M.A.R.T.



## Krok 4 DOPASUJ DZIAŁANIA



Dobór działań możliwych do realizacji w ramach planu mobilności powinien opierać się na diagnozie stanu obecnego.

\* *Formułowanie działań nie zobowiązuje jeszcze do ich realizacji. Dopiero w następnym kroku wybierzesz te, które będą realne do spełnienia w odniesieniu do Twojego przedsiębiorstwa/instytucji.*

Pamiętaj, że określane działania powinny stanowić odpowiedź i rozwiązanie zidentyfikowanych we wcześniejszych etapach niedoborów i problemów komunikacyjnych oraz mają doprowadzić do realizacji założonych celów.

Kiedy będziesz wybierać działania do wyznaczonych celów „mierz siły na zamiary”, czyli oszacuj, jakie będą koszty zaproponowanych działań w stosunku do korzyści, jakie mogą one przynieść.

Zdefiniowany problem	Przykładowe działania możliwe do wyboru	Z kim współpracować?	
Rozproszenie budynków przedsiębiorstwa lub instytucji w różnych częściach miasta	W odniesieniu do transportu zbiorowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>lokalizacja w pobliżu „generatora ruchu” nowych przystanków komunikacji zbiorowej</li> <li>dofinansowanie przez pracodawcę biletów okresowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wydział Transportu we Wrocławiu</li> <li>zrób to we własnym zakresie</li> </ul>
	W odniesieniu do podróży rowerem	<ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnianie zaplecza sanitarnego z uwzględnieniem pryszniców i przebieralni dla osób poruszających się rowerami</li> <li>wprowadzanie puli rowerów służbowych</li> <li>budowa trasy rowerowej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zrób to we własnym zakresie</li> <li>zrób to we własnym zakresie</li> <li>Oficer Rowerowy we Wrocławiu</li> </ul>
	W odniesieniu do podróży samochodem osobowym	<ul style="list-style-type: none"> <li>wyznaczenie miejsc postojowych dedykowanych dla osób podróżujących wspólnie;</li> <li>wprowadzenie zachęt finansowych za dojeżdżanie do pracy w systemie carpooling lub carsharing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zrób to we własnym zakresie</li> <li>zrób to we własnym zakresie</li> </ul>
	W odniesieniu do podróży pieszych	<ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnianie infrastruktury dla pieszych, np. ciągi piesze, przejścia dla pieszych, kładki)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oficer Pieszy lub Wydział Inżynierii Miejskiej</li> </ul>
	W odniesieniu do polityki parkingowej	<ul style="list-style-type: none"> <li>ograniczenie dotacji do miejsc postojowych</li> <li>zmiana struktury opłat za miejsce postojowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zrób to we własnym zakresie</li> <li>zrób to we własnym zakresie</li> </ul>
	W odniesieniu do polityki parkingowej	<ul style="list-style-type: none"> <li>możliwość pracy zdalnej</li> <li>dostosowanie godzin pracy/nauki w celu uniknięcia dojazdów w godzinach szczytu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zrób to we własnym zakresie</li> <li>zrób to we własnym zakresie</li> </ul>
	W odniesieniu do działań informacyjnych, edukacyjnych i promocyjnych	<ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnienie treści informacyjnych w postaci broszur, ulotek, plakatów itp.</li> <li>organizacja kampanii marketingowych i happeningów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zrób to we własnym zakresie</li> <li>zrób to we własnym zakresie</li> </ul>

W przypadku, gdy do rozwiązania zidentyfikowanego problemu wskażesz wiele zadań, których jednoczesne wprowadzenie jest niemożliwe ze względu na ograniczenia finansowe, pogrupuj je w warianty do wyboru.

Spośród wypracowanych wariantów wybierz ten, który przedstawia najbardziej realne rozwiązania, w jak najkrótszym horyzoncie czasowym i jest adekwatny do założeń finansowych Twojego przedsiębiorstwa lub instytucji.

## LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 4:

□ wybierz działania odpowiadające na postawioną diagnozę

□ oszacuj ich koszty w stosunku do korzyści

\* jeśli działania nie jesteś w stanie zrealizować samodzielnie podejmij współpracę np. z jednostkami miejskimi i negocjuj

\* jeśli działania przekraczają Twoje możliwości, stwórz warianty

### Krok **5** PRZEDYSKUTUJ DZIAŁANIA I WYBIERZ PRIORYTETY

\*TEN KROK POMIJAJĄ OBIEKTY NIEISTNIEJĄCE



Przy wyborze priorytetowych celów i działań powinni uczestniczyć adresaci planu, gdyż konieczne jest na tym etapie pracy uzyskanie ich poparcia. Wyjaśnij w tym momencie adresatom planu, w jaki sposób zostały wypracowane wszystkie cele, działania (oraz ich warianty, jeśli zaistniała potrzeba ich wprowadzenia) i wspólnie z nimi przedyskutuj, które z nich są najważniejsze. Wspólnie wybierzcie te, które będą realizowane.

Zaangażowanie adresatów planu na etapie wyznaczania celów i działań ułatwia konstruowanie koncepcji projektowych. Ich czynne uczestnictwo podczas wdrażania planu mobilności pozwoli Ci otrzymać informację zwrotną o funkcjonowaniu wprowadzanych rozwiązań.

Takie podejście umożliwia **tworzenie atmosfery integracji i współodpowiedzialności** – co może okazać się kluczem do sukcesu.

Ustalenie priorytetów – jak zacząć?

- | wypisz wszystkie cele i działania

---

- || wybierz najważniejsze cele i najpilniejsze działania

---

- ||| ustal kolejność realizacji

Ustalanie priorytetów pozwoli na uczciwą ocenę, co i kiedy można osiągnąć w oparciu o zidentyfikowany kapitał ludzki, możliwości finansowe oraz ograniczenia czasowe.

W tym momencie zamknij przygotowywanie listy działań. Zbyt duża liczba celów i działań do wykonania oraz ich nieustanna modyfikacja może skutkować brakiem efektywności wdrażania planu.

## **LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 5:**

- przedyskutuj proponowane cele i działania
- wspólnie z adresatami planu wybierz priorytetowe cele i działania

\* jeśli były wyznaczone warianty należy dokonać wyboru wariantu

- ustal harmonogram realizacji działań i określ terminy





## Krok **6** ZAPLANUJ MONITORING

Po wyborze działań do realizacji trzeba dobrać do nich wskaźniki, które będzie się następnie monitorować, aby sprawdzić postępy planu i zweryfikować skuteczność wprowadzanych zmian.

### Jak wykonać monitoring planu mobilności?

Prawidłowe przeprowadzenie monitoringu wymaga skonstruowania precyzyjnego planu obejmującego metodykę monitorowania. Plan monitoringu powinien określać szczegółowe wskaźniki i mierniki, zarówno dla stanu przed wdrożeniem planu mobilności, jak i dla stanu po jego realizacji. Pozwoli to na ocenę efektywności wprowadzonych rozwiązań. Dane odnoszące się do stanu przed realizacją planu należy pozyskać i policzyć przed rozpoczęciem jego wdrażania. Można je pozyskać z wykonanych analiz, inwentaryzacji i badań ankietowych, natomiast ocena postępów po wdrożeniu planu wymaga ponownego zgromadzenia informacji i przeprowadzenia kolejnych badań wśród użytkowników przestrzeni.

Określane wskaźniki powinny odpowiadać realnym możliwościom Twojego przedsiębiorstwa/instytucji, powinny być spójne z założeniami finansowymi oraz odnosić się do różnych form podróżowania.

Zaproponowany system monitorowania i oceny powinien obejmować także przedstawienie oczekiwanych rezultatów po realizacji działań (w określonym horyzoncie czasowym) oraz wskazanie podmiotów odpowiedzialnych za monitorowanie poszczególnych wskaźników.

### 4 podstawowe cechy wskaźników:

- / **mierzalność**, tj. dany wskaźnik powinien cechować się możliwością zmierzenia jego wielkości;
- / **dostępność**, tj. dany wskaźnik musi mieć możliwość fizycznego zmierzenia wskaźnika;
- / **adekwatność**, tj. dany wskaźnik musi trafnie odpowiadać za mierzenie określonego zjawiska;
- / **porównywalność**, tj. dany wskaźnik musi mieć możliwość porównywania go w różnych okresach czasu.

Poniższa tabela przedstawia przykładowe zestawienie wskaźników monitorowania celów i zadań, które mogą zostać zapisane w planach mobilności.

Cel	Działanie	Wskaźnik				Podmiot monitorujący
		Opis wskaźnika/ miernika	Jedn.	Stan przed realizacją planu	Oczekiwany stan po realizacji planu	
Redukcja liczby osób podróżujących do pracy prywatnym samochodem osobowym	Uruchomienie systemu dopłat do biletów komunikacji zbiorowej	Liczba osób korzystających z dopłat	szt.	X	1.2X	Menedżer planu mobilności
	Wprowadzanie puli rowerów służbowych	Liczba rowerów służbowych	szt.	X	1.2X	Menedżer planu mobilności
	Zmiana struktury opłat za miejsce postojowe	Liczba sprzedanych biletów za miejsce postojowe	szt.	X	0.7X	Menedżer planu mobilności
	Umożliwienie pracownikom pracy w domu	Liczba osób pracujących zdalnie	szt.	X	1.2X	Menedżer planu mobilności
	Poprawa dostępności do infrastruktury transportu zbiorowego	Czas dojścia z przystanku komunikacji zbiorowej do obiektu/obszaru	min.	X	0.9X	Menedżer planu mobilności

Zaleca się, aby na podstawie określonych wskaźników przygotowywać cykliczne raporty w odstępach 6 miesięcy, które przedstawią postępy realizacji planu mobilności.

Na podstawie cyklicznie wykonywanych monitoringów dokonuje się oceny planu i jego aktualizacji, a to stanowi dowód skuteczności realizacji planu mobilności.



## LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 6:

- dobierz wskaźniki do wybranych działań
- zbierz wskaźniki bazowe
- wybierz oczekiwane wartości wskaźników w założonym czasie
- przypisz osoby odpowiedzialne za zbieranie danych



Po trzeciej:

# ZOBOWIĄZUJ



## Krok **7** PRZELICZ KOSZTY I PRZYPISZ ODPOWIEDZIALNOŚCI

Ta część planu mobilności powinna zawierać ustalenia i **opis sposobów finansowania** wszystkich działań przyjętych do realizacji oraz **zakres odpowiedzialności** za ich wdrożenie.

Po wyborze ostatecznego i najkorzystniejszego wariantu wdrożenia planu kolejnym krokiem jest przypisanie odpowiedzialności i zasobów, zarówno ludzkich, jak i finansowych.

Źródłem finansowania są najczęściej zasoby własne, lecz czasem, przy wdrażaniu planów mobilności podejmowana jest współpraca z podmiotami zewnętrznymi. W związku z tym należy uwzględniać przy planowanych inwestycjach zasoby i koszty zewnętrzne.

Na tym etapie wymagana jest ścisła koordynacja i współpraca pomiędzy wszystkimi podmiotami, które odgrywają jakąkolwiek rolę we wdrażaniu planu mobilności.

## LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 7:

- przelicz koszty realizacji
- przypisz osoby odpowiedzialne za realizację każdego z działań
- określ źródła finansowania

\*jeśli któreś działania mają być realizowane we współpracy z zewnętrznym podmiotem jest to moment na deklarację współfinansowania

Po czwarte:

# WDRAŻAJ I OCENIAJ



## Krok **8** WDRAŻAJ

Jeśli przeszedłeś wszystkie poprzednie kroki to Twój plan jest gotowy do wdrożenia.

Pamiętaj, że proces wdrażania planu jest często długotrwały i wymaga poświęcenia Twojego czasu, ale odpowiednio przygotowany i wdrożony plan przyniesie Ci wiele korzyści!

Na tym etapie oficjalnie poinformuj o rozpoczęciu procesu wdrażania planu i przeprowadź kolejne spotkanie z adresatami planu, aby omówić zachodzące zmiany. Gdy adresaci planu będą czynnie uczestniczyć w procesie wdrażania planu łatwiej Ci będzie otrzymać informację zwrotną o funkcjonowaniu wprowadzanych rozwiązań oraz rozpoznać nowe problemy, których identyfikacja była niemożliwa w momencie budowania planu.

## LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 8:

□ konsekwentnie wdrażaj przyjęte działania

□ rozmawiaj z ludźmi o zachodzących zmianach

\*to zadanie pomijane jest w przypadku planu mobilności dla nowopowstającego obiektu







## Krok **9** **SPRAWDŹ POSTĘPY I WYCIĄGNIJ WNIOSKI**



Sprawdzanie postępów oraz ocena skuteczności wprowadzanych zmian następuje w momencie wykonania pierwszego monitoringu poszczególnych działań (po 6 miesiącach od momentu wdrożenia planu mobilności). W tym momencie sprawdzasz, czy zbliżyłeś się do osiągnięcia celów.

Z wykonanej oceny wyciągnij wnioski, skoryguj i zaktualizuj swoje działania, a następnie wdrażaj plan mobilności dalej.

### **LISTA ZADAŃ DO WYKONANIA W RAMACH KROKU 9:**

-  zbierz dane z monitoringu
-  wystaw ocenę
-  wyciągnij wnioski
-  skoryguj plan i działaj dalej



# PODSUMOWANIE

GRATULACJE! Przeszliśmy wspólnie krok po kroku przez procedurę tworzenia planu mobilności. Jak widzisz, proces ten nie jest skomplikowany. Efekty na pewno nie nastąpią od razu, choć być może niektóre pozytywne zmiany zauważysz w pierwszych miesiącach po wdrożeniu planu.

Pamiętaj, że Twój plan to korzyść nie tylko dla Ciebie, skorzysta na tym też otoczenie.



*„Należy pamiętać o tym, że zmiana zachowań komunikacyjnych jest procesem bardzo złożonym, wielowątkowym i często długotrwałym. Na decyzje dotyczące zmiany środka transportu oddziałuje szereg różnych czynników, w tym o zabarwieniu psychologicznym, socjologicznym oraz kulturowym, a kontynuowanie przyzwyczajeń związanych z użytkowaniem samochodu nie zawsze odbywa się w sposób przewidywalny”*

*(dr Katarzyna Nosal, Politechnika Krakowska Zasady tworzenia planów mobilności dla obiektów i obszarów generujących duże potoki ruchu. Transport miejski i regionalny, 2016)*

W celu otrzymania pomocy w pozyskaniu danych, nawiązania współpracy czy uzyskania odpowiedzi na ewentualne pytania skontaktuj się z Biurem Zrównoważonej Mobilności Urzędu Miejskiego we Wrocławiu.

### **Kontakt:**



**ul. Gabrieli Zapolskiej 4,  
50-032 Wrocław**



**bzm@um.wroc.pl**



**+48 71 777 79 22**



Projekt zrealizowany na zlecenie miasta Wrocław  
przez zespół specjalistów ds. mobilności miejskiej

**REFUNDA Sp. z o.o. z Wrocławia**

**[www.refunda.pl](http://www.refunda.pl)**





Urząd Miejski Wrocławia,  
Departament Infrastruktury i Transportu,  
Biuro Zrównoważonej Mobilności