

F. Makulski

W0427

WPLYNEŁO
Kancelaria Urzędu Miasta Torunia
2019-06-12

Załącznik nr 1
do Regulaminu budżetu obywatelskiego
w Toruniu
przyjętego uchwałą nr 52/19
Rady Miasta Torunia z dnia 7 lutego 2019r.

URZĄD MIASTA TORUNIA
Wydział Komunikacji Społecznej i Informacji
SEKRETARIAT
data wpływu **13.06.2019** *MC*
L. dz. **PP.387/19.2019**

FORMULARZ ZGŁASZANIA PROJEKTÓW
DO BUDŻETU OBYWATELSKIEGO W TORUNIU NA 2020 R.

UWAGA!!!

- Prosimy o czytelne wypełnienie formularza.
- Formularz można też wypełnić za pomocą Internetu, a następnie wydrukować i przynieść lub przysłać do Urzędu Miasta Torunia. Zajrzyj na www.budzet.torun.pl

A. WNIOSKODAWCA:

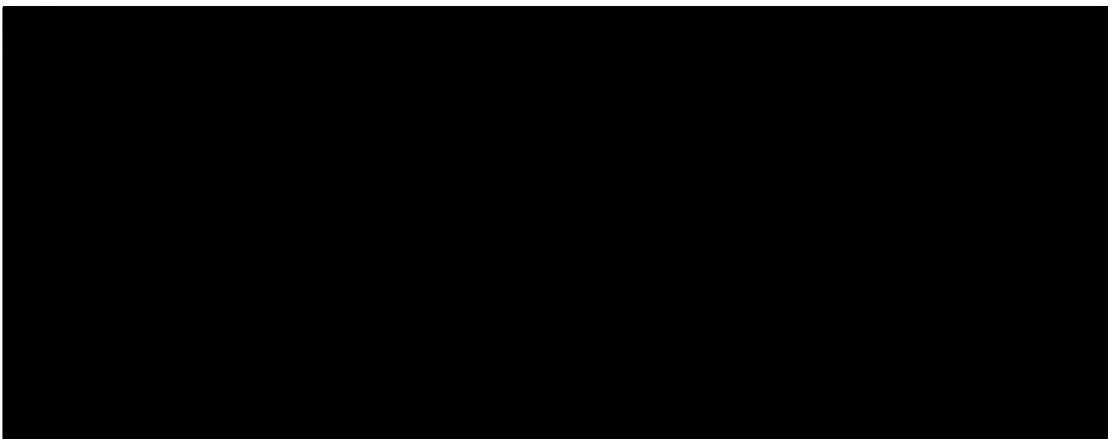
Imię i nazwisko:

PESEL:

Adres:
Ulica, nr domu, nr lokalu,
kod pocztowy, miejscowość

Telefon:

E-mail:



B. NAZWA PROJEKTU (maksymalnie 10 słów):

PORZĄDEK NA OSIEDLU JAR – KREATYWNE ROZWIĄZANIA

C. TYP PROJEKTU (zaznacz jedną pozycję):

- projekt ogólnomiejski
- projekt lokalny

W przypadku zaznaczenia opcji „projekt lokalny” wskaż okręg (pulę środków):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bielawy-Grębocin | <input type="checkbox"/> Rubinkowo |
| <input type="checkbox"/> Bydgoskie | <input type="checkbox"/> Rudak |
| <input type="checkbox"/> Chełmińskie | <input type="checkbox"/> Skarpa |
| <input type="checkbox"/> Czerniewice | <input type="checkbox"/> Staromiejskie |
| <input type="checkbox"/> Jakubskie-Mokre | <input type="checkbox"/> Stawki |
| <input type="checkbox"/> Kaszczorek | <input checked="" type="checkbox"/> Wrzosey |
| <input type="checkbox"/> Podgórz | |

D. OPIS PROJEKTU

Proszę opisać, co dokładnie ma zostać wykonane, podać główne działania związane z realizacją zadania, podać uzasadnienie dla realizacji projektu:

Dzisiaj Osiedle Jar jest najszybciej rozwijającym się miejscem w Toruniu. Jar cały czas zmienia swój kształt i strukturę, stale powstają nowe bloki i realizowane są kolejne inwestycje publiczne czy prywatne. Nie zmienia się natomiast to, że mieszkańcy Jaru to ludzie kreatywni i pomysłowi, którzy lubią i chcą angażować się w życie lokalnej społeczności oraz podejmować nowe wyzwania.

Co niezwykle istotne, zarówno wokół, jak i wewnątrz osiedla, znajduje się mnóstwo terenów zielonych, stanowiących „płuca” tego miejsca. Jednym z kluczowych czynników, dla którego dzisiaj tyle osób decyduje się o zamieszkaniu na tym obszarze, jest właśnie bliskość przyrody, tuż pod oknami.

Niestety problemem, który dotyka mieszkańców Jaru od początków jego powstawania, są śmieci. Tereny zielone i las są zasypane śmieciami i odpadkami. Nie brakuje setek drobnych plastikowych opakowań czy reklamówek, ale także coraz większych dzikich wysypisk z wszelkiej maści odpadami.

Cykliczne akcje sprzątnięcia organizowane oddolnie przez mieszkańców nie rozwiązują problemu w sposób wystarczający. Po każdej akcji, wręcz po chwili jak bumerang powraca ten sam, odstraszający widok.

Dlatego konieczne jest znalezienie takiego rozwiązania, które pozwoli szczegółowo zdiagnozować problem i poszukać jego najlepszego rozwiązania. Chodzi o to, aby rozwiązanie satysfakcjonowało wszystkich zainteresowanych i pozwoliło na zbudowanie jeszcze lepszego miejsca do życia.

W projekcie założono realizację pierwszej fazy, tj. przeprowadzenia kreatywnego procesu do wskazania najlepszego rozwiązania problemu, przykładowo w oparciu o metodę Design Thinking, czyli właśnie kreatywne podejście do problemów miejskich. Do tego konieczne będzie zorganizowanie warsztatu z udziałem mieszkańców, władz miasta i innych, którzy wezmą udział w tym wyzwaniu. Efektem będzie gotowe rozwiązanie do realizacji. Takie innowacyjne podejście będzie pierwszym tego typu w naszym mieście i powinno również stanowić wizytówkę i przykład, jak należy rozwiązywać problemy o różnej skali przy bezpośrednim udziale mieszkańców.

E. LOKALIZACJA, MIEJSCE REALIZACJI

Ulica, numer, rejon ulic, numer działki, inne istotne informacje na temat lokalizacji

Rejon ulic Freytaga, Watzenrodego, Hubego, Strobanda;
Miejsce dyskusji do ustalenia

F. OPIS PROJEKTU NA STRONĘ INTERNETOWĄ

Proszę podać opis projektu, który zostanie opublikowany na stronie internetowej (maksymalnie 1 200 znaków ze spacjami):

Dzisiaj Osiedle Jar jest najszybciej rozwijającym się miejscem w Toruniu. Stale powstają nowe bloki i realizowane są kolejne inwestycje publiczne czy prywatne. Na osiedlu znajduje się mnóstwo terenów zielonych. Jednym z czynników, dla którego tyle osób decyduje się o zamieszkaniu na tym obszarze, jest bliskość przyrody.

Problemem, który dotyka mieszkańców Jaru od początków jego powstawania, są śmieci. Tereny zielone i las są zasypane śmieciami i odpadkami. Nie brakuje setek drobnych plastikowych opakowań czy reklamówek, ale także coraz większych dzikich wysypisk.

W projekcie założono realizację pierwszej fazy, tj. przeprowadzenia kreatywnego procesu do wskazania najlepszego rozwiązania problemu, w oparciu o metodę Design Thinking, czyli właśnie kreatywne podejście do problemów miejskich. Konieczne będzie zorganizowanie warsztatu z udziałem mieszkańców, władz miasta i innych. Efektem będzie gotowe rozwiązanie do realizacji. Takie innowacyjne podejście będzie pierwszym tego typu w naszym mieście i stanowić będzie wizytówkę i przykład, jak należy rozwiązywać problemy o różnej skali, przy bezpośrednim udziale mieszkańców.

G. SZACUNKOWY KOSZT PROJEKTU

Proszę podać szacunkowy koszt realizacji projektu, z podziałem na poszczególne elementy składowe:

6000 PLN – organizacja warsztatów, w tym:

Działania informacyjne zachęcające do udziału, wynajem miejsca z podstawowym cateringiem, zatrudnienie doświadczonego prowadzącego, będącego jednocześnie moderatorem warsztatów, przygotowanie raportu podsumowującego, działania informacyjne po zakończeniu

H. ZAŁĄCZNIKI

Lista poparcia dla projektu (obowiązkowe)

Oświadczenie podmiotu zewnętrznego o współpracy, (patrz §13 ust.4 pkt 4 Regulaminu) *

Mapy**

Zdjęcia**

Inne (np. dodatkowe ekspertyzy, rekomendacje, analizy prawne)**

Materiały dotyczące metody Design Thinking:
<http://designthinking.pl/co-to-jest-design-thinking/>

* Jeśli realizacja wymaga współpracy z podmiotem zewnętrznym

**Informacja nieobowiązkowa

I. OŚWIADCZENIA

1. Dla wnioskodawców, którzy w momencie składania wniosku ukończyli 18. rok życia

Oświadczam, że:

- 1) W dniu złożenia wniosku do Budżetu obywatelskiego w Toruniu mam ukończone 18 lat;
- 2) Dane podane w formularzu wniosku są prawdziwe i aktualne;
- 3) Zapoznałem/am się i akceptuję Regulamin budżetu obywatelskiego w Toruniu;
- 4) Zapoznałem/am się z klauzulą informacyjną dotyczącą przetwarzania danych osobowych w procedurze Budżetu obywatelskiego w Toruniu, znajdującą się na ostatniej stronie formularza wniosku;
- 5) Ponoszę odpowiedzialność prawną za dane i informacje zamieszczone w formularzu wniosku.

Toruń,

Data:
04-06-2019

2. Dla rodzica / opiekuna prawnego osoby małoletniej składającej projekt, która w momencie składania wniosku nie ukończyła 18. roku życia

Oświadczam, że:

- 1) Jestem rodzicem / opiekunem prawnym osoby składającej niniejszy projekt w ramach Budżetu obywatelskiego w Toruniu;
- 2) Akceptuję udział mojego dziecka / podopiecznego w procedurze Budżetu obywatelskiego w Toruniu;
- 3) Zapoznałem/am się z treścią projektu składanego przez moje dziecko / podopiecznego;
- 4) Potwierdzam prawdziwość i aktualność danych, które zostały podane w formularzu;
- 5) Zapoznałem/am się z klauzulą informacyjną dotyczącą przetwarzania danych osobowych w procedurze Budżetu obywatelskiego w Toruniu, znajdującą się na ostatniej stronie formularza wniosku;
- 6) Ponoszę odpowiedzialność prawną za wszelkie dane zamieszczone w formularzu wniosku.

Toruń,

Data:

Czytelny podpis składającego wniosek:

Co to jest Design Thinking?

Co to jest Design Thinking?

Co to jest Design Thinking?

Co to jest Design Thinking?

Design Thinking to metoda tworzenia innowacyjnych produktów i usług w oparciu o głębokie zrozumienie problemów i potrzeb użytkowników.

Założenia Design Thinking:

- Koncentracja na użytkowniku – zrozumienie jego uświadomionych i nieuświadomionych potrzeb
- Interdyscyplinarny zespół – spojrzenie na problem z wielu perspektyw
- Eksperymentowanie i częste testowanie hipotez – budowanie prototypów i zbieranie feedbacku od użytkowników

W efekcie powstają rozwiązania, które są:

- Rozwiązane przez użytkowników
- Technologicznie wykonalne
- Ekonomicznie uzasadnione

Jak działa Design Thinking?

Design Thinking to usystematyzowane podejście do procesu innowacji. Pierwszym krokiem jest zbudowanie interdyscyplinarnego zespołu, w skład którego wchodzi specjalistów, którzy mogą spojrzeć na problem z różnych perspektyw: inżynierowie, technolodzy, specjaliści od marketingu, projektowania, socjolodzy etc.

Następnie powołany zespół realizuje, krok po kroku, kolejne etapy metody (opisane poniżej) posługując się zestawem narzędzi i technik, aby w rezultacie wypracować możliwe do wdrożenia rozwiązanie.

Celem zespołu jest wygenerowanie oryginalnego rozwiązania oraz sprawdzenie jego działania na etapie prototypowania.

Ścieżka prowadząca przez kolejne etapy nie musi być liniowa. Porażka poniesiona na etapie prototypowania może wynagrodzić powrót do etapu generowania pomysłów albo nawet definiowania problemu i rozpoczęcia procesu od początku.

Dla Kogo?

Dla firm, korporacji, fundacji, szkół, administracji; dla wszystkich organizacji, które poszukują innowacji, ale nie poprzez kopiowanie i ulepszanie, tylko tylko poprzez wdrożenia oryginalnych rozwiązań opartych na głęboko rozpoznanych potrzebach użytkowników.

Gdzie ma zastosowanie?

Design Thinking, poprzez swój uniwersalny charakter, ma szerokie zastosowanie, wszędzie tam:

Robisz coś ciekawego w temacie Design Thinking?

ZGŁOŚ WYDARZENIE

Polecamy



DESIGN THINKING WEEK

I DESIGN

Festiwal Myślenia Projektowego

Aktualności

INICJATYWY

WIEDZA

MIEJSCA

RELACJE

PREZENCJE

Wydarzenia

BIAŁYSTOK

CELĘŹŃ WIELKA WIEŚ

BYDGOSZCZ

ELBLĄŻ

GDANSK

GOTYŃ

KATOWICE

KRAKÓW

WARSZAWA

gdzie mamy do czynienia z tzw. "wicked problems", czyli problemami, które nie mają jednego oczywistego rozwiązania czy setywnych tłum.

Przykładowe wyzwania dla Design Thinking:

- Jak transportować ludzi w kopalni?
- Jak poprawić doświadczenie korzystania z odkurzacza?
- Jak zbudować wózek dziecięcy dla aktywnych rodziców?
- Jak podtrzymać ciepłotę ciała noworodka w warunkach polowych?

Są to skomplikowane zagadnienia wymagające zintegrowanego podejścia, które łączy kompetencje z zakresu technologii, behawioryzmu, projektowania, ergonomii, biznesu etc.

Co jest efektem?

Celem metody jest kreowanie i wdrażanie nowatorskich rozwiązań m.in. w postaci nowych produktów, innowacyjnych technologii, usług, strategii, procesów, programów edukacyjnych, a nawet modeli biznesowych. Niezależnie od tego, czy działamy w biznesie, przemyśle, edukacji, administracji, Design Thinking wspiera rozwój innowacji i daje gwarancje niestandardowych rozwiązań.

Etapy Design Thinking



Wejście w skórę użytkownika

Innowacja zaczyna się od empatii. Pierwszym etapem Design Thinking jest głębokie zrozumienie potrzeb i problemów użytkownika. Kluczowe jest rozpoznanie ukrytych i intuicyjnych motywacji, które mają wpływ na ludzkie wybory i zachowania.

W tym celu używa się takich narzędzi jak mapy empatii, wywiady etnograficzne, obserwacje użytkowników, ankiety rozpoznawcze wraz z dokładną analizą środowiska (**hit the streets**) i potrzeb w kontekście funkcjonalności. Należy przy tym zwrócić uwagę, iż tradycyjny focus group się tu nie sprawdza, ponieważ ludzie mają tendencję do racjonalizowania swoich wypowiedzi i unikania komentarzy krytycznych. Dyskretna **obserwacja zachowania** może wykazać, że użytkownicy stosują jakieś własne amatorskie usprawnienia, które mogą stać się inspiracją dla nowych produktów.

Definiowanie właściwego problemu

Na tym etapie zespół dokonuje syntezy informacji zebranych podczas Fazy Empatii w celu zdefiniowania co jest właściwym problemem. Etap ten wymaga przełamania ram myślowych i przyzwyczajęń, które ograniczają pole widzenia.

Czy użytkownik potrzebuje tańszego inkubatora czy może tańszego sposobu na podtrzymanie ciepłoty ciała niemowlęcia?

POZNAŃ

RZESZÓW

WARSAWA

WROCŁAW

SZCZECIN

ZIELONA GÓRA

Partnerzy



Stowarzyszenie Top 500
Innovators

Zdefiniowanie problemu diametralnie wpłynie na kierunek poszukiwanych rozwiązań. Etap ten bywa dla wielu wyzwaniem, ponieważ większość osób woli od razu pracować nad konkretnym rozwiązaniem, a nie poruszać się w niepewności wielu możliwych kierunków. Zbyt szybkie zdefiniowanie problemu zawęży pełny obraz. Może się okazać, iż zainwestowane pieniądze, czas i energia nie adresują właściwego problemu. Porażka!

Przy definiowaniu problemu można się wspomagać takimi technikami jak re-framing the problem, technika 5x dlaczego, mapowanie problemu na osi jak? vs po co?

Generowanie pomysłów

Na tym etapie zespół koncentruje się na wygenerowaniu jak największej ilości możliwych rozwiązań dla zdefiniowanego problemu. Wymaga to nie tylko silnego zaplecza merytorycznego, ale przede wszystkim odwagi w kreowaniu nowych, nieszablonowych rozwiązań oraz powstrzymywania oceny i krytyki pomysłów pozostałych członków zespołu. Etap powinien zakończyć się oceną i demokratycznym wyborem najlepszego pomysłu, na bazie którego powstanie prototyp.

Podstawowym narzędziem jest tutaj proces burzy mózgów – Brainstorming. Należy pamiętać, iż burza mózgów nie jest celem samym w sobie, a jedynie punktem wyjścia do określenia kolejnych kierunków działań. Głównym wyzwaniem jest przestrzeganie **podstawowych zasad brainstormingu**: proponuj nawet najbardziej szalone rozwiązania, nie oceniaj, buduj na pomysłach innych, nie przyzwyczajaj się do swojego pomysłu, pozbadź się ego, nie koncentruj się na ograniczeniach. Przysłowowe "kolorowe karteczki na ścianie" służą do zmapowania procesu myślowego, są tymczasowe, można je swobodnie przeklejać, układać w różnych konfiguracjach przez co przypominają, że proces wymaga sporej elastyczności i dystansu do własnych pomysłów.

Budowanie prototypów

Na tym etapie powstaje fizyczny prototyp, ale celem nie jest tworzenie skomplikowanych modeli o cechach zbliżonych do produktu końcowego. Najważniejsza jest możliwość wizualnego zaprezentowania pomysłu użytkownikom i szybkie zebranie opinii na temat rozwiązania. Lepiej szybko dowiedzieć się, że nasz pomysł różni się z realnymi potrzebami i zmienić kierunek niż brnąć w kosztowną budowę czegoś wg. naszej własnej "idei fixe". Nigdy nie można mieć pewności, że produkt końcowy będzie sukcesem, ale częste budowanie udoskonalonych prototypów, oddawanie ich w ręce użytkowników i słuchanie co mają do powiedzenia zmniejsza ryzyko końcowej porażki.

Do budowania szybkich prototypów można użyć kartonu, drewna, styropianu... właściwie cegokolwiek. Prototyp nie zawsze musi być przedmiotem – w przypadku usług można się posłużyć storyboardem czy rysunkiem ścieżki użytkownika. Ważne, żeby zrobić krok dalej niż słowny opis i w dowolny sposób zwizualizować nasz pomysł.

Testowanie

Na tym etapie wybrane rozwiązanie jest testowane w środowisku użytkownika. Ważne jest przede wszystkim określenie parametrów koniecznych do spełnienia, tak aby jednoznacznie określić wynik przeprowadzonego testu. Etap ten wymaga zaangażowania wielu stron i wsparcia od strony technicznej, formalnej, administracyjnej, prawnej.

Ważne, aby proces testowania odbył się w realnym środowisku, w którym produkt będzie używany. Dopiero po testach zakończonych

pozytywnym wynikiem możemy mówić o tym, iż dany produkt, usługa są gotowe do ostatecznego wdrożenia. Niestety etap testowania jest często pomijany przy realizacji wielu przedsięwzięć, co powoduje, iż z pozoru dobre pomysły i rozwiązania są bezpośrednio implementowane do codziennego użytku i dopiero tam okazuje się, iż nie spełniają one wymaganych założeń i oczekiwań odbiorców.

Geneza Design Thinking



Miejszem narodzin i rozwoju Design Thinking jest Uniwersytet Stanforda w Kalifornii. To właśnie tam, w urokliwych zakątkach uniwersyteckiego kampusu w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych pracowano i realizowano przedsięwzięcia w duchu Design Thinking, jako metody umożliwiającej transfer kreatywnych idei i nowatorskich pomysłów do biznesowego środowiska przedsiębiorców z Doliny Krzemowej.

Jednym z głównych twórców myślenia projektowego jest David M. Kelley, profesor Uniwersytetu Stanforda, późniejszy współzałożyciel biura projektowego IDEO, które przy pomocy Design Thinking kreuje nowe produkty i usługi dla takich firm jak Apple, Google czy GE.

W jednym z wywiadów David M. Kelley wspomina, że IDEO zrodziło się z konieczności zmiany starego modelu współpracy klient – projektant. Wcześniej firmy technologiczne przychodziły do biura projektowego z gotowym produktem i oczekiwały projektu ładnej obudowy. Często okazywało się, że projektanci mieli przełomowe pomysły dotyczące funkcjonowania całego urządzenia, ale na zmiany było już za późno. IDEO poprzez angażowanie projektantów już w fazie koncepcji produktu jest w stanie wypracować dużo bardziej innowacyjne rozwiązania.

David M. Kelly



Firma posiada swoje biura w San Francisco, Chicago, Nowym Yorku, Bostonie, Londynie, Monachium, Szanghaju, Singapurze, Mumbaju, Seulu i Tokio. Zatrudnia obecnie ponad 550 pracowników w różnych obszarach, specjalistów w branżach naukowych, technologicznych, społecznych i biznesowych.

Założona w 1991 r. firma zapoczątkowała komercyjne zastosowanie Design Thinking, jako metody dedykowanej nie tylko do projektowania produktów i wzornictwa, ale przede wszystkim w zakresie doradztwa strategicznego i biznesowego dla firm, wspierając je w obszarach dotyczących organizacji, zarządzania zmianą, innowacjami, relacjami a także sprzedażą, marketingiem i komunikacją. Obecnie szefem firmy IDEO jest Tim Brown.

Kolejnym etapem rozwoju i popularyzacji metody Design Thinking jest powstanie w 2004 r. Instytutu Designu na Uniwersytecie Stanforda potocznie zwanego d.school. Założony z inicjatywy Davida M. Kellego, przy wsparciu finansowym Hasso Plattnera, interdyscyplinarny ośrodek projektowy pozwala studentom z różnych specjalizacji realizować projekty wg. metody Design Thinking dla firm, fundacji czy społeczności lokalnych.

W 2007 roku w Poczdamie powstał HPI School of Design Thinking, który w partnerstwie z d.school uczy i promuje Design Thinking w Europie.



Podziel się  Share  Like 147  +1 1  Tweet

O NAS

FACEBOOK

ARCHIWA

ARCHIWA

© Copyright 2013. All Rights Reserved.