



# PTP-Cycle

PERSONALISED TRAVEL PLANNING FOR CYCLING

## Metodika

Pamatnostādnes par *PTP* projekta izstrādi un īstenošanu dzīvojamā vidē, darbavietās un augstskolās

Projektu vadītājiem



Versija: 3.0

Datums: 2016. gada februāris

Īpašnieks: Neils Smits [*Neil Smith*], *Sustrans*  
(Apvienotā Karaliste)



Co-funded by the Intelligent Energy Europe  
Programme of the European Union

# Satura rādītājs

<b>Ievads</b> .....	<b>4</b>
Par šo metodiku .....	4
Citi resursi .....	4
Kas ir <i>PTP</i> ? .....	4
Kāpēc <i>PTP</i> pieeja ir efektīva? .....	4
Kas ir <i>PTP-Cycle</i> ? .....	5
<b>Paradumu maiņas teorija</b> .....	<b>6</b>
Paradumu maiņas procesa posmi .....	6
Pārliecība un paradumi .....	8
<b><i>PTP</i> sniegtie ieguvumi</b> .....	<b>10</b>
Ieguvums veselībai un personīgie ieguvumi .....	10
Ekonomiskie ieguvumi .....	10
Ieguvumi sabiedrībai .....	11
Ieguvumi videi .....	11
<b>Projekta īstenošana</b> .....	<b>12</b>
Mērķa teritorijas vai vietas izvēle .....	14
Mērķauditorijas apzināšana .....	15
Laiks .....	16
Partneri un ieinteresētās personas .....	20
Pārvietošanās konsultāciju saruna .....	21
Informācijas pakas nokomplektēšana .....	21
Biroja atrašana darbam uz vietas .....	25
PK pieņemšana darbā .....	26
Praktiskā darba strukturēšana .....	26
Datu ieguve un mērķi .....	29
Papildpasākumi .....	29
Izvērtēšana .....	29
<b>Darbavietu iesaistīšana</b> .....	<b>30</b>
Pārskats .....	30
Darba devēja iesaistīšana .....	30
Nodrošiniet darbavietas atbalstu jūsu projektam .....	30

Ideāla darbavieta .....	31
Apliecināši pierādījumi .....	32
Darbinieku iesaistīšana .....	33
Uzaicinājums un aptaujas .....	33
Pārvietošanās konsultāciju sniegšanas iespējas .....	34
Iesaistīšanas atbalstīšana, izmantojot <i>PTP</i> līderus .....	35
<b>Augstskolu iesaistīšana .....</b>	<b>36</b>
Mērķauditorija .....	36
Studenti .....	36
Personāls .....	36
Laiks un vieta .....	37
Uzrunāšana .....	38
Izvērtēšana .....	38
Citas idejas, kā atvieglot īstenošanu .....	38
<b>Iesaistīšana uz vietas .....</b>	<b>41</b>
Priekšrocības .....	41
Ieteikumi attiecībā uz iesaistīšanu .....	41
Ieteikumi attiecībā uz iesaistīšanu .....	42

# Levads

## Par šo metodiku

Šajā metodiskajā materiālā ir sniegtas pamatnostādnes par vispārējiem principiem un praksi personalizētas ceļojumu plānošanas (*PTP*) projekta izstrādē un īstenošanā. Tas ietver arī īpašas nostādnes par projekta īstenošanu dzīvojamā vidē, darbavietās vai augstskolās, kā arī par atbalstošu iesaistīšanu projektā „uz vietas“.

Šajā materiālā ir apkopota labākā prakse no nesen Eiropā īstenotiem projektiem un izklāstīta *PTP-Cycle* projekta īstenošanas partneru pieredze. Šīs metodikas mērķis ir veicināt *PTP* īstenošanas kapacitāti visā Eiropā, veicinot efektīvas metodes un šādu metožu atkārtojamību citos projektos.

## Citi resursi

Šī metodika ir daļa no dokumentu kopuma, kas izstrādāts *PTP-Cycle* projektā un kas ietver šādus dokumentus:

- plānošanas ceļvedis — plašāka informācija par *PTP* projekta darbības jomas noteikšanas un sagatavošanās darbu posmu;
- īstenošanas veidne — sīki izstrādāta veidne *PTP* projekta plānošanai;
- īstenošanas kontrolsaraksts — vienkāršs kontrolsaraksts projekta darbības jomas noteikšanas un sagatavošanās darbu posmam;
- (nodevums 2.2) apmācības rokasgrāmata — kā sniegt labus pārvietošanās padomus projektā.
- (nodevums 3.5) līderu resursu paka — kā savā projektā iesaistīt brīvprātīgos.

Šie resursi ir pieejami bez maksas vietnē [www.ptpcycle-europe.eu](http://www.ptpcycle-europe.eu).

## Kas ir *PTP*?

*PTP* ir vispāratzīta pieeja, kas liek cilvēkiem domāt par to, kā viņi pārvietojas, un nodrošina viņiem informāciju, padomus un motivāciju biežāk iet kājām, braukt ar riteni un izmantot sabiedrisko transportu. Pētījumi liecina, ka daudzus maršrūtus, jo īpaši īsākus, varētu veikt kājām, ar riteni vai sabiedrisko transportu un bez vajadzības veikt infrastruktūras vai pakalpojumu uzlabojumus. Cilvēki bieži izmanto savas automašīnas tikai ieraduma pēc vai tāpēc, ka neapzinās alternatīvās iespējas. *PTP* mērķis ir kļaudēt subjektīvos aizspriedumus ilgtspējīga transporta izmantošanai un sniegt ieinteresējošu un uzticamu informāciju par alternatīvām.

## Kāpēc *PTP* pieeja ir efektīva?

*PTP* pieejas pamatā ir pārvietošanās konsultāciju saruna ar cilvēkiem no iecerētās mērķauditorijas. Saruna var notikt dažādās vidēs, tostarp mājās (pie mājas durvīm), darbavietās, augstskolās, skolās, autobusa/vilciena pieturās, mazumtirdzniecības vietās, pasākumos vai pat uz ielas. Tomēr vienmēr ir jāapdomā, vai vide ir piemērota iesaistīšanai sarunā, piemēram, bieži vien labāk ir uzrunāt cilvēkus, kad viņi kaut ko gaida vai atrodas nekustīgā vidē, nevis kaut kur mērķtiecīgi dodas var darbojas. Ja vien

izvēlētā vide un laiks ir piemērots, ir labas izredzes sākt sarunu ar kādu cilvēku, lai noskaidrotu, kādi ir objektīvie un subjektīvie aizspriedumi, kas viņam liedz vairāk izmantot ilgtspējīgu transportu, un kā šādus aizspriedumus varētu kļiedēt.

Un, lai pārvietošanās konsultāciju saruna noritētu veiksmīgi, ir vajadzīgs labi apmācīts un prasmīgs sarunu vedējs, ko dēvē par pārvietošanās konsultantu (PK). PK uzdevums ir rosināt cilvēkus padomāt par to, kā viņi pārvietojas, ar kādām problēmām saskaras, un sniegt informāciju, padomus un motivāciju par alternatīvu pārvietošanās veidu izmantošanu vietējā vidē. PK mudina cilvēku saprast, vai automašīna patiešām ir vislabākais pārvietošanās veids noteiktiem maršrutiem un kāds varētu būt ieguvums no alternatīva pārvietošanās veida izmantošanas. Cilvēku motivācija būs atšķirīga, tomēr PK pienākums ir apzināt priekšrocības, kādas ir konkrētajam cilvēkam — no veselības, sociālā, izmaksu, ērtības, vides vai cita viedokļa.

Turklāt izšķiroša nozīme iesaistīšanas procesā ir tam, ka PK sniedz iespēju cilvēkam pašam saprast, kādi ir šķēršļi, un rast pašam savus risinājumus, tādējādi ļaujot saprast, ka cilvēkam pašam ir kontrole pār savu galamērķi un visām sarunā pieminētajām izmaiņām. Ja PK mēģinās pamācīt, kas būtu vai nebūtu jādara, tad sarunai vienkārši nebūs rezultāta. Jau no paša sarunas sākuma PK ir jāpiestrādā pie tā, lai izveidotu labu kontaktu ar uzrunāto cilvēku, palīdzētu izveidot savstarpēju saikni un uzticēšanos un galu galā maksimāli palielinātu rezultatīvo iesaistīšanas gadījumu skaitu.

Visas sarunas pamatā jābūt kvalitatīvam informācijas piedāvājumam par ilgtspējīga transporta izmantošanas iespējām, tostarp riteņbraukšanas un kājāmgājēju kartēm, autobusa un vilciena kustības sarakstiem un informācijai par biļetēm, kā arī iespējām izmantot dažādus pārvietošanās veidus, un informācijai par riteņbraukšanas apmācību vai riteņu tehnisko apkopi.

Jāatceras, ka *PTP* mērķis ir nevis likt cilvēkiem mainīt viņu dzīvesveidu, bet gan apzināt tās nelielās un salīdzinoši vienkāršās izmaiņas, kuras cilvēki var ieviest (vai vismaz ar kurām var sākt) savā dzīvesveidā un kuras galu galā ļauj panākt būtiskas pārmaiņas visā mērķauditorijā. *PTP* mērķis ir arī iedvesmot cilvēkus mainīt viņu paradumus arī turpmāk un vēl vairāk.

## Kas ir *PTP-Cycle*?

*PTP-Cycle* ir projekts, kurā izmanto holistisku pieeju *PTP* īstenošanā, aplūkojot *PTP* izstrādes un piemērošanas aspektus dažādās vidēs, proti, dzīvojamā vidē, darbavietās un augstskolās. *PTP* ir vispārātzīts atsevišķās valstīs, tomēr vēl nav kļuvis par plaši izplatītu praksi visas Eiropas mērogā. *PTP-Cycle* mērķis ir parādīt, ka *PTP* darbības ir nododamas tālāk un ka tās var pārņemt dažādās īstenošanas vietās un dažādas mērķa grupas, lai veicinātu pārvietošanos, braucot ar riteņiem, ejot kājām vai izmantojot sabiedrisko transportu, kā arī kopīgi izmantojot automašīnas. Vietās, kur projekts tiek īstenots, tas palīdz mazināt sastrēgumus, gaisa piesārņojumu, veicina sabiedrības veselības uzlabošanu un CO<sub>2</sub> emisiju samazināšanu.

Antverpene, Burgosa, Ļubjana, Londona un Rīga ir apvienojušās projektā kā partneri ar *LEPT*, *Polis*, *Traject*, *UIRS* un *Sustrans* atbalstu<sup>1</sup>, lai izstrādātu pirmo Eiropas mēroga *PTP* īstenošanas programmu.

<sup>1</sup> *LEPT* — Londonas un Eiropas transporta partnerība [*London European Partnership for Transport*]  
*Polis* — to Eiropas pilsētu un reģionu tīkls, kas izstrādā inovatīvas tehnoloģijas un politikas attiecībā uz vietējo transportu  
*Traject* — mobilitātes pārvaldības konsultants (Beļģija)

Ir secināts, ka cilvēki, kurus varētu visvieglāk pārliecināt mainīt viņu pārvietošanās paradumus, ir meklējami mājās, darbavietās un augstskolās. Viņiem piedāvā viņu vajadzībām atbilstošu informāciju, padomu un motivāciju, lai palīdzētu mainīt pārvietošanās paradumus. Tieši šī personalizētā pieeja ir *PTP* popularitātes un panākumu atslēga.

## Paradumu maiņas teorija

Pārvietošanās konsultāciju sarunas laikā pārvietošanās konsultants (PK) uzdod atvērtus jautājumus, neizdara pārsteidzīgus spriedumus un ļauj uzrunātajai personai pašai rast risinājumus. Sarunu papildina informācija un resursi, kas rosina izmantot ilgtspējīgu transportu. *PTP* mērķis būtībā ir panākt nelielas, vienkāršas pārmaiņas, kas atvieglo dzīvi un padara pārvietošanos aizraujošāku.

Tomēr, lai mēs varētu ietekmēt un, iespējams, mainīt cilvēku paradumus, tie vispirms ir labāk jāsaprot.

### Paradumu maiņas procesa posmi

Īstenojot jebkuru paradumu maiņas projektu, svarīgi ir saprast dažādos šādas paradumu maiņas posmus. Attiecībā uz *PTP* bieži izmanto turpmāk norādītos posmus, lai novērtētu atsaucības līmeni un noskaidrotu, kāds varētu būt vajadzīgais atbalsts.



Vēl nav gatavs	Domā par to	Gatavojas	Dara	Turpina darīt
----------------	-------------	-----------	------	---------------

Saprotot, kurā no posmiem respondents ir klasificējams, PK var pielāgot sarunu tā, lai respondentu virzītu tālāk pa pārvietošanās paradumu maiņas skalu uz to, lai viņš izmēģinātu ilgtspējīgus pārvietošanās veidus un, vēlams, sāktu tos izmantot pastāvīgi. Nākamajā diagrammā tas ir norādīts sīkāk.



### Not ready yet

- This stage is called pre-contemplation. People in this stage do not intend to change their travel behaviour in the near future and may be unaware of the need to change. It can be hard to work with people at this stage, but informing them of the benefits of sustainable transport may encourage them to consider other options.

### Thinking about it

- In the second stage, contemplation, people have thought about trying a different travel mode in the near future. Whilst they are more aware of the pros of changing than those in the first stage, their reasons for not changing are about equal to these pros. This ambivalence can cause them to keep putting off taking action. By helping them break down barriers and identifying more pros, your project can move them to the next stage.

### Getting ready

- People in this stage are ready to start taking action and just need encouragement to make the change. Your TA and information package could give them the push they need to give a new mode of transport a go.

### Doing it

- Participants in this stage have tried their new mode of travel but still need encouragement to strengthen their commitment to the new behaviour.

### Staying with it

- The final stage is maintenance, when the person has been using their new travel mode for a longer period of time.

#### Vēl nav gatavs

• Šo posmu sauc par apdomāšanas priekšposmu. Cilvēki, kas klasificēti šajā posmā, neplāno mainīt savus pārvietošanās paradumus tuvākajā nākotnē un var nebūt informēti par vajadzību tos mainīt. Var būt sarežģīti strādāt ar cilvēkiem, kas atrodas šajā posmā, tomēr viņu informēšana par ilgtspējīgas pārvietošanās sniegtajiem ieguvumiem var mudināt viņus apsvērt citas iespējas.

Domā par to

<ul style="list-style-type: none"> <li>Otrajā posmā „Domā par to” klasificētie cilvēki ir domājuši par atšķirīga pārvietošanās veida izmantošanu tuvākajā nākotnē. Lai gan viņi ir vairāk informēti par paradumu maiņas priekšrocībām nekā pirmajā posmā klasificētie cilvēki, viņu iemesli, lai nemainītos, ir aptuveni tikpat svarīgi kā šādas priekšrocības. Šīs divējādās sajūtas var būt iemesls, lai rīkošanos atliktu uz vēlāku laiku. Palīdzot viņiem pārvarēt šķēršļus un minot vēl citas priekšrocības, jūsu projekts var pārvirzīt viņus uz nākamo posmu.</li> </ul>
<p>Gatavojas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Šajā posmā cilvēki ir gatavi sākt rīkoties — viņiem ir vajadzīgs tikai iedrošinājums, lai mainītos. Jūsu PK un informācijas pakete var būt izšķirošais stimuls, lai viņi sāktu izmantot jaunu pārvietošanās veidu.</li> </ul>
<p>Dara</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dalībnieki, kas klasificēti šajā posmā, ir izmēģinājuši jaunu pārvietošanās veidu, bet viņiem joprojām vajadzīgs iedrošinājums, lai nostiprinātu jaunus paradumus.</li> </ul>
<p>Turpina darīt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Galīgais posms ir „turpināšana” — konkrētā persona izmanto jauno pārvietošanās veidu jau ilgāku laiku.</li> </ul>

Cilvēkiem, kuri apsver savu pārvietošanās paradumu maiņu vai gatavojas mainīt savus pārvietošanās paradumus, ļoti noderēs informācija par alternatīvām pārvietošanās izvēlēm. Uzsverot ieguvumus, ko sniegs pārvietošanās veida maiņa, viņu pārliecība, ka paradumi jāmaina, tikai nostiprināsies.

Tāpat, ja kāds jau ir sācis rīkoties, noderīgi būs motivēt viņu tā rīkoties arī turpmāk. Pārvietošanās konsultāciju saruna nostiprina cilvēka lēmumu turpināt pārmaiņas, jo viņš apzinās ieguvumus un pierod pie jaunajiem paradumiem. Ja kāds jau regulāri izmanto ilgtspējīgus transporta veidus tā vietā, lai brauktu ar automašīnu, joprojām ir svarīgi piedāvāt viņam padomu un atbalstu, ja tiek izrādīta tāda vēlme. Plašs informācijas klāsts ļauj apmierināt daudzas vajadzības un intereses.

## Pārliecība un paradumi

Saskaņā ar plānoto paradumu teoriju cilvēka attieksme veido viņa paradumus. Šo teoriju var izmantot *PTP* projektos, izpētot cilvēku motivāciju sākt pārvietoties ilgtspējīgi.

### No attieksmes līdz paradumiem

Ja cilvēki ierosinātos paradumus uztver pozitīvi, ir lielāka iespējamība, ka viņi tos pārņems. Uzsverot ilgtspējīga transporta sniegtos ieguvumus (piem., naudas ietaupīšana, fiziskās sagatavotības uzlabošana, satiksmes sastrēgumu mazināšana), cilvēks kļūst atvērtāks pret tā izmantošanu.

### Sociālās normas

Ir lielāka iespējamība, ka cilvēki pārņems jaunus paradumus, ja viņi redzēs, ka to dara citi, un uzskatīs,



ka tas ir „normāli“. Tāpēc ir vēlams popularizēt iešanu kājām, riteņbraukšanu un sabiedriskā transporta izmantošanu kā populārus pārvietošanās veidus (piem., aicinot iesaistīties kādā no vietējām riteņbraucēju vai kājāmgājēju interešu grupām).

### **Paradumu kontrole**

Cilvēku paradumus ļoti ietekmē viņu pārliecība, ka viņi spēj to izdarīt. Ja cilvēks uzskata, ka riteņbraukšana aizņems vairāk laika vai būs apgrūtinātāka, nekā tas ir patiesībā, viņš to neizmēģinās. Ja cilvēks ir to izmēģinājis, bet viņam nav izdevies, tas atturēs no atkārtotiem mēģinājumiem. Šo pārliecību ir iespējams mainīt sarunas laikā ar PK.

## PTP sniegtie ieguvumi

Lielāka cilvēku skaita pārliecināšana iet kājām un braukt ar riteni *PTP* projekta ietvaros var sniegt vairākus ieguvumus mērķauditorijai un plašai sabiedrībai kopumā. Turpmāk ir uzskaitīti daži no būtiskākajiem ieguvumiem, ko var norādīt potenciālajiem finansētājiem vai pašai mērķauditorijai.

### Ieguvums veselībai un personīgie ieguvumi

- Aktīva un ilgtspējīga pārvietošanās uzlabo fizisko, garīgo un emocionālo veselību. Šie mūsu dzīves elementi ir savstarpēji saistīti un būtiski ietekmē mūsu labklājību darbā, mācībās, mājās un pavadot brīvo laiku.
- Aktīva pārvietošanās palīdz uzturēt ieteicamo fiziskās aktivitātes līmeni.
- Retāka automašīnu izmantošana palīdz saglabāt gaisu tīrāku. Transportlīdzekļu izplūdes gāzes palielina astmas lēkmju un elpceļu infekciju, piemēram, plaušu karsoņa un bronhīta, risku, jo īpaši gados vecākiem cilvēkiem, visjaunākajiem iedzīvotājiem un iedzīvotājiem ar hroniskām elpceļu slimībām.
- Ilgtspējīgs transports ļauj ietaupīt laiku. Ejot kājām vai braucot ar riteni, jūs bieži varat doties pa īsāko ceļu, kas nav izbraucams ar automašīnu, un izvairāties no sastrēgumiem. Sabiedriskais transports arī var apbraukt satiksmes sastrēgumus pa speciāli tam paredzētām sabiedriskā transporta joslām vai sliežu ceļiem.
- Izbaudiet komfortu un ērtības. Braucot ar autobusu, jūs varat lasīt laikrakstu, nosnausties vai strādāt ar portatīvo datoru, kamēr citi vada automašīnu.

### Ekonomiskie ieguvumi

- Iešana kājām un riteņbraukšana ir bez maksas, un sabiedriskais transports bieži izmaksā lētāk nekā braukšana ar automašīnu, ja ņem vērā degvielas, stāvvietu un tehniskās apkopes izmaksas. Fiziskā aktivitāte pārvietošanās laikā sniedz iespēju ietaupīt naudu uz sporta kluba abonementa rēķina.
- Sabiedrības veselības uzlabošanās, aktīvi pārvietojoties, un samazinātas transportlīdzekļu izplūdes gāzes rada mazāku slogu uz veselības aprūpes sistēmu.
- Darbaspēks, kas uz darbu dodas ar riteni vai kājām, ir veselīgāks un produktīvāks, mazāk slimo un samazina dīkstāves. Skolēni, kuri uz skolu dodas kājām, ar riteni vai motorrolleri, ierodas skolā moži un gatavi mācīties.
- Darbavietām mudinot savus darbiniekus izmantot ilgtspējīgu transportu, samazinās to tēriņi par automašīnu stāvvietām un tehnisko apkopi.

## leguvumi sabiedrībai

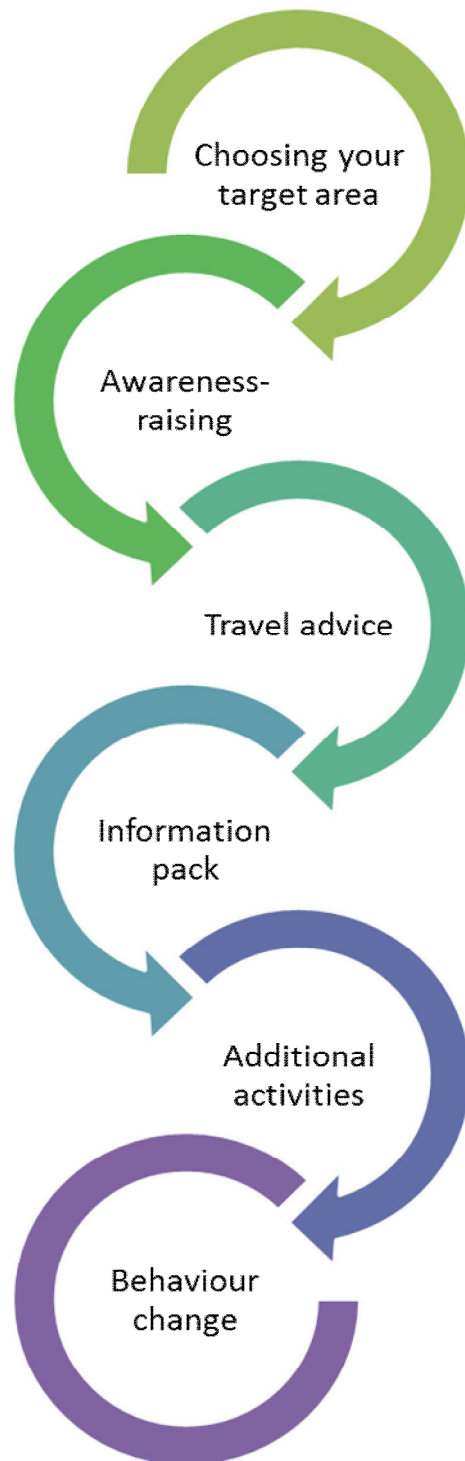
- Aktīvs un ilgtspējīgs transports palielina sabiedrības drošību, jo samazinās satiksmes negadījumu risks.
- Palielinās sociālā mijiedarbība sabiedrībā, tādējādi vietējās sabiedrības kļūst saliedētākas un laimīgākas.
- Tiek vairāk atbalstīti vietējie uzņēmumi, piemēram, veikali, restorāni, maiznīcas un kioski.
- Samazinās satiksmes troksnis. Motori un signāлтаures, vai tomēr ķēdes rati un zvaniņi? To izlemiet jūs!
- Mazinās sastrēgumi un cīņa par stāvvietām.

## leguvumi videi

- Aktīvs un ilgtspējīgs transports saglabā gaisu tīru, jo uzlabojas gaisa kvalitāte un samazinās siltumnīcefekta gāzu emisijas.
- Samazinās toksiskais gaisa piesārņojums. Daudzu transporta avotu radītās piesārņotājvielas saasina elpceļu slimības un veicina īpašuma bojāšanu un skābos lietus.
- Mazinās klimata pārmaiņu izraisītie draudi. Vai zinājāt, ka ir vajadzīgi 130 koki, lai saražotu skābekļa daudzumu, kas nepieciešams gada laikā vienas automašīnas radītā oglekļa dioksīda likvidēšanai?
- Tiek saglabāts dabiskais biotops. Ja uz ceļiem ir mazāk automašīnu, samazinās pieprasījums pēc lielāka ceļu un stāvvietu skaita un tādējādi palielinās zaļo zonu platība.
- Retāka braukšana ar automašīnu samazina pieprasījumu pēc piesārņojošas fosilās degvielas.
- Palēninās ozona slāņa noārdīšanās. Vai zinājāt, ka ievērojams daudzums freona noplūst atmosfērā no mehānisko transportlīdzekļu gaisa kondicionieriem?

## Projekta īstenošana

Runājot par *PTP* projekta struktūru, turpmāk diagrammā ir norādīti projektā parasti iekļautie dažādie posmi. Tie ir sīkāk aprakstīti turpmākajās iedaļās.



Mērķa teritorijas izvēle  
Informētības veicināšana  
Pārvietošanās konsultācijas  
Informācijas paka  
Papildu darbības  
Paradumu maiņa

## Mērķa teritorijas vai vietas izvēle

Izvēloties, kur īstenot projektu, ir jāņem vērā dažādi aspekti, lai maksimāli palielinātu iesaistīšanas tvērumu un attiecīgo ietekmi. Tas nozīmē, ka ir jānovērtē iespējas pārvietoties ilgtspējīgi un jāapzina informācija/pakalpojumi, kas pieejami, lai to veicinātu. Turpmāk ir uzskaitīti aspekti, kas jāņem vērā.

### Apkaime

Vai apkaime ir kalnaina? Atcerieties, ka daudzi cilvēki nebrauks ar riteni, ja viņiem pa ceļam būs daudz augstu kalnu. Dažos apvidos no kalniem var izvairīties, veicot maršruta plānošanu, tomēr esiet gatavi, kas tas tiks minēts kā iegants, lai nebrauktu ar riteni vai neietu kājām.

### Infrastruktūra

Vai riteņbraukšanai un iešanai kājām ir pieejami maršruti, kas ir klusi un bez satiksmes? Iesācējus no braukšanas ar riteni vai iešanas kājām varētu atturēt tas, ka ir strauji jāiekļaujas intensīvā satiksmē. Maršruta plānošana var palīdzēt pārvietošanās konsultāciju sarunā, bet, ja apkaimē satiksmes savienojumi ir nepietiekami, iespējams, labāk no tās izvairīties. Vai ir pieejamas vietas riteņu pieslēgšanai?

### Grupas un resursi

Vai ir kājāmgājēju vai riteņbraucēju interešu grupas, kam jaunpienācējs var pievienoties, lai vairotu savu pašpārliecību? Vai pašvaldība vai kāda cita organizācija piedāvā riteņbraucēju apmācību? Vai ir vietējās sabiedrības grupas vai pasākumi, ar ko jūs varētu sadarboties, lai popularizētu savu projektu? Visi šie papildu resursi palielina jūsu projekta vērtību un sniedz papildu atbalstu cilvēkiem, kuri vēlas mainīt savus paradumus.

### Informācija

Vai ir pieejamas jau gatavas kartes, transporta kustības saraksti, ceļveži un stimuli par attiecīgo teritoriju, vai arī jums būs jāizstrādā jauni materiāli? Jaunu materiālu izstrāde ir labs veids, kā pārliecināties, ka ir aptverta visa vajadzīgā informācija, tomēr jāatceras, ka jaunu materiālu noformēšana un sagatavošana aizņems mazliet vairāk laika nekā gatavu izmantošana.

### Sabiedriskais transports

Vai teritorijā, kur plānojat īstenot projektu, ir labi sabiedriskā transporta savienojumi? Aktīvas pārvietošanās saistīšana ar sabiedrisko transportu ir lielisks veids, kā padarīt garākus maršrutus pieejamākus. Varbūt jūs varētu mudināt sabiedriskā transporta uzņēmumus iesaistīties projektā, nodrošinot kartes, kustības sarakstus vai „izmēģinājuma“ biļetes, ko izdalīt projekta dalībniekiem? Iesaistīšanās projektā var būt ļoti noderīga sabiedriskā transporta uzņēmumiem, jo sniedz tiem iespēju uzlabot savu tēlu sabiedrībā un palielināt ieņēmumus.

### Mājokļi un kultūra

Kādu veidu mājokļi ir teritorijā, kur vēlaties īstenot projektu? Līdzšinējā pieredze liecina, ka piekļūt dzīvokļiem var būt sarežģītāk nekā piekļūt mājām, bet tas nenozīmē, ka jūsu projektā tas nebūs iespējams. Ja teritorijā, kur plānojat īstenot projektu, piekļuves iespējas ir ierobežotas, laba doma ir sazināties ar īpašuma pārvaldniekiem, lai vienotos par piekļuves iespējām. Pārbaudiet, vai ir kāda iedzīvotāju apvienība vai cita struktūra, kas var atbalstīt projektu, pirms ierodas PK.



Svarīgi ir arī ņemt vērā jūsu pilsētas un valsts kultūru. Kāda ir iedzīvotāju attieksme pret to, ka citi cilvēki klauvē pie viņu mājas durvīm? Dažās kultūrās iedzīvotāji neatvērs durvis svešiniekiem neatkarīgi no jūsu informētības veicināšanas kampaņas. Ņemiet vērā šos aspektus un vajadzības gadījumā attiecīgi pielāgojiet savu projektu. Labs veids, kā iesaistīt cilvēkus, neriskējot iejaukties viņu privātajā telpā, ir organizēt sabiedriskus pasākumus, kuru laikā cilvēki var vērsties pie jums.



Mērķa teritorijas Rīgā

## Mērķauditorijas apzināšana

Kā jau minēts, daži cilvēki būs atsaucīgāki atkarībā no tā, kurā paradumu maiņas procesa posmā viņi atrodas. Jūs varat maksimāli izmantot projekta resursus, vērstoties pie cilvēkiem, kuriem ir lielāka vēlme mainīties.

### Iedzīvotāju analīze

Dažos gadījumos ir pieejami īpaši rīki, kas īpaši parāda, kurās iedzīvotāju grupās ir vislielākā gatavība pārvietoties ilgtspējīgi. Alternatīvi var būt pieejami citi datu avoti, kas var būt noderīgi projekta virzīšanā uz konkrētām iedzīvotāju grupām, piemēram, valsts pētījumi, patēriņa modeļi, vienkārši statistikas datu kopumi, darbavietās veikti apsekojumi par pārvietošanās jautājumiem.

Centieties meklēt datus, kas norāda uz mainīšanās potenciālu vai kas liecina par izmaiņu nepieciešamību:

- liels īpašumā esošo automašīnu skaits;
- zems aktīvās pārvietošanās un fiziskās aktivitātes līmenis;
- īsi braucieni ar automašīnu;
- ar sliktu gaisa kvalitāti saistīti jautājumi.

Turklāt pievērsiet īpašu uzmanību iespējamām pārejas paradumu gadījumiem, kad to, kā cilvēki pārvietojas, ietekmē dzīvesveida maiņa, piem., pārceļšanās uz jaunu mājvietu, jauns darbs, skolas beigšana, kļūšana par vecākiem, kļūšana par bezdarbnieku vai pensionēšanās. Apvienotajā Karalistē Veselības un klīniskās izcilības valsts institūts norāda, ka nozīmīgi notikumi vai pārejas laiki cilvēku dzīvēs sniedz lielu iespēju viņus iesaistīt, jo tad viņi paši izvērtē savus paradumus un prasības.

Gēteborgā *PTP* programma tika īstenota no 2012. gada līdz 2014. gadam, pievērsoties trīs dažādām iedzīvotāju grupām — jauniem iedzīvotājiem, jauniem darbiniekiem un automašīnu īpašniekiem. Pirmās divas grupas tika iesaistītas tā, lai tās varētu pārņemt ilgtspējīgas pārvietošanās paradumus jau pašā to jaunā dzīvesveida sākumā.

## Laiks

Vislabākais laiks faktiskajai pārvietošanās konsultāciju sarunai ir no pavasara līdz rudenim, kad laikapstākļi ir kopumā labāki. Tas ir laiks, kad ir lielāka iespējamība, ka cilvēki apsvērs alternatīvu pārvietošanās veidu izmantošanu (jo īpaši iešanu kājām un riteņbraukšanu). Pirms tam jāparedz piemērots informētības veicināšanas un sagatavošanās periods. Šim nolūkam vēlams atvēlēt vismaz 3–4 mēnešus.

Izvērtējot *PTP* kā tādu, ir svarīgi izpētīt citas iniciatīvas, kuras varētu notikt vietējā teritorijā un kuras varētu vai nu palielināt *PTP* ietekmi, vai, iespējams, to mazināt. Turpmāk uzskaitīti daži piemēri.

**Citas aptaujas un aģitācijas darbības** — tās varētu piesātināt teritoriju ar saziņas pasākumiem, tādējādi apgrūtinot atbildi saņemšanu aptaujās par pārvietošanos vai mazinot interesi piedalīties *PTP*. Tas var arī izraisīt apjukumu.

**Jauna ilgtspējīga transporta infrastruktūra** — vēlams, lai *PTP* būtu kā turpinājums infrastruktūras darbiem, lai tādējādi varētu izmantot šīs norises projekta labā un popularizēt tās kā jaunas iespējas. Tāpat būtu jāizvairās no konflikta ar būvdarbiem, lai nodrošinātu, ka mājāsaimniecībām, izmēģinot kaut ko jaunu, nerodas slikta pieredze.

Turklāt, ja *PTP* var integrēt citos „vieglos“ (paradumu maiņas) pasākumos, tas tikai palīdzēs nostiprināt mārketinga paketes kvalitāti un papildu darbības/pakalpojumus, kas tiek piedāvāti, tādējādi atvieglojot un padarot pievilcīgāku iedzīvotājiem alternatīvu iespēju izmēģināšanu.

**Sporta vai citi nozīmīgi pasākumi** — ir vērts paturēt prātā citus pasākumus, kas varētu apgrūtināt cilvēku iesaistīšanu, piemēram, tie var būt sporta pasākumu pārraides televīzijā, vietējie festivāli, remontu darbavietās, sabiedriskā transporta inženiertehniskie darbi. Cilvēki var vienkārši nevēlēties atbildēt, nemaz nerunājot par viņu pārvietošanās paradumu maiņu.

### PARTNERU PIEREDZE — Burgosa (Spānija)

Lai izvairītos no negatīvas respondentu reakcijas, izpētiet, vai tajā pašā laikā, kad plānojat iesaistīšanu projektā, nenotiek citas kampaņas, piem., enerģētikai veltītas kampaņas, telefonakcijas vai citas reklāmas kampaņas. Pārbaudiet arī, vai ir gaidāmas politiskās vēlēšanas vai aptaujas, kas pārsātinās mērķa teritoriju ar saziņas pasākumiem.

## Informētības veicināšana

Lai mērķauditoriju sagatavotu iesaistīšanai, nepieciešami informētības veicināšanas pasākumi par jūsu projektu mērķa teritorijā vai vietā.

Projektu var popularizēt dažādos veidos, ko var pielāgot atkarībā no pieejamā budžeta un resursiem. Jo intensīvāka būs informētības veicināšana, jo pamanāmāks būs projekts, tādējādi liekot vietējai sabiedrībai vai attiecīgajai darbībai „sarosīties“, u. tml. Turpmāk aprakstītas dažas idejas no iepriekšējiem *PTP* projektiem.

### Zīmols un sasaiste ar esošajām shēmām

Lai veidotu veiksmīgu projekta tēlu sabiedrībā un tādējādi veicinātu atpazīstamību, svarīgi ir, lai projektam būtu savs zīmols. Zīmolu vēlamams iekļaut informācijas materiālos, veicināšanas pasākumos un norādīt uz darbinieku formastērpiem.

*PTP-Cycle* izstrādāja savu logotipu un krāsu shēmu, kas izmantojami kopā ar projekta partneru zīmolliem un citām esošajām shēmām.



### Plakāti, brošūras un uzlīmes

Šajos materiālos var norādīt projekta logotipu, un tos var izvietot vietējā apkaimē vai darba/mācību vietā, veikalos, kafejnīcās, autobusu pieturās un vietējos parkos. Plakāti pievērš uzmanību, līdz ar to arī projekta logotips tiek viegli pamanīts. Brošūras var izmantot, lai projektu izskaidrotu plašāk, savukārt uzlīmes ir vienkāršs veids, kā zīmolu „pārnest“ uz ikdienā lietojamiem priekšmetiem.



**Wijs op weg  
Iedereen voor**

**Fietsen, goed voor u en uw omgeving!**

- Vaak het **snelste** vervoermiddel tot 10 km in een stedelijke omgeving.
- Goed voor de fysieke **conditie** en gezondheid.
- Fietsen is **leuk** en geeft een **ontspannen** gevoel.
- **Geen benzine- en parkeerkosten.**
- Fietsen kan steeds **vlotter** en **veeliger**. De stad Antwerpen investeert in het aanleggen en onderhouden van goede en veilige fietspaden, fietsenstallingen en duidelijke bewegwijzering.
- In België regent het slechts **8 procent** van de tijd.
- Fietsen zorgt voor een **aangename, leefbare, mobiele** en **frisse** stad om in te wonen, in te werken en om te bezoeken.

[www.antwerpen.be/fietsen](http://www.antwerpen.be/fietsen)      [www.velo-antwerpen.be](http://www.velo-antwerpen.be)

**Nuttige links om u per fiets te verplaatsen in Antwerpen:**

[www.naviki.org](http://www.naviki.org)      [www.routeyou.com](http://www.routeyou.com)  
[www.fietsnet.be](http://www.fietsnet.be)      [www.google.be/maps](http://www.google.be/maps)

De enige aansprakelijkheid voor de inhoud van deze informatiefolder berust bij de auteur. Het geeft niet noodzakelijk de opinie van de Europese Unie weer. Naar SRC, noch de Europese Commissie zijn verantwoordelijk voor elk gebruik dat van deze informatie wordt gemaakt.




STAD ANTWERPEN



[www.antwerpen.be](http://www.antwerpen.be)

## Publicitāte drukātajos plašsaziņas līdzekļos

Preses relīzes un raksti vietējos laikrakstos/žurnālos popularizēs projekta zīmolu un sniegs informāciju par sasniedzamajiem projekta mērķiem, tādējādi palielinot pamanāmību plašākā mērķauditorijā.





### Vietējais radio/televīzija

Šis tāpat kā preses relīze ir lielisks veids, kā popularizēt projektu plašākā mērogā. Sazinieties ar radio vai televīziju, lai painteresētos, vai jūs var nointervēt vai varat iegūt bezmaksas reklāmas iespējas.

### PARTNERU PIEREDZE — Burgosa (Spānija)

Cilvēku iesaistīšana, viņus uzrunājot pie mājas durvīm, bija veiksmīgāka, jo iepriekš tika rīkota projekta publicitātes kampaņa (ikvienam pa pastu tika nosūtīta brošūra, lielveikalos vai sabiedriskās vietās tika izvietoti plakāti, utt.). Ja iespējams, mēs ieteiktu arī izmantot vietējos laikrakstus vai televīziju, jo šie plašsaziņas līdzekļi var ievērojami palielināt projekta pamanāmību.

## Iepazīstināšanas pasākums

Īpaša pasākuma organizēšana projekta sākumā vai plašāka/jau esoša pasākuma ietvaros ir lielisks veids, kā popularizēt projektu un sākt cilvēku iesaistīšanu. Laba ideja ir koncentrēties uz pasākumiem uzmanības pievēršanai — vairāk par šo pieeju sk. turpmāk sadaļā „Iesaistīšana uz vietas“.

### **PARTNERU PIEREDZE — Rīga (Latvija)**

Svarīgi ir organizēt popularizēšanas pasākumu pirms praktiskā darba uz vietas un tā laikā attiecīgajās mērķa teritorijās.

## Sociālie plašsaziņas līdzekļi

Sociālos plašsaziņas līdzekļus var izmantot, lai uzturētu interesi visos projekta posmos. Šis process ietver pozitīvas dalībnieku pieredzes vai ilgtspējīgas pārvietošanās padomu kopīgošanu šādos plašsaziņas līdzekļos. Apsveriet iespēju organizēt konkursu, lai piesaistītu vairāk sekotāju, tomēr ņemiet vērā, ka īsākos projektos var būt sarežģīti neatkarīgi piesaistīt pietiekami daudz sekotāju, lai sociālie plašsaziņas līdzekļi kļūtu par noderīgu instrumentu. Tā vietā apsveriet iespēju izmantot esošus, atbilstošus un uzticamus sociālo plašsaziņas līdzekļu kontus (piem., vietējās pašvaldības kontu), kas var sniegt tūlītēju piekļuvi ļoti lielam sekotāju skaitam.

## Uzaicinājums piedalīties projektā

Uzaicinājums var būt vēstule, pastkarte, brošūra vai e-pasts, un tam ir vairākas priekšrocības:

- iepazīstināšana ar projekta mērķiem un kontekstu;
- cilvēku informēšana, lai nav tā, ka tad, kad ar viņiem sazinās PK, viņiem nav ne jausmas, par ko ir runa;
- tas var palīdzēt izvērst sarunu ar konkrēto cilvēku, iedziļinoties problēmās;
- tas var kalpot kā apstiprinājums un kā partneru atbalsta apliecinājums.

Uzaicinājums kā tāds ir viens no daudzajiem *PTP* īstenošanā izmantotajiem kontaktpunktiem, kas nepārtraukti mudina cilvēkus sākt domāt par viņu paradumu maiņu.

### **PARTNERU PIEREDZE — Haringeja, Londona (Apvienotā Karaliste)**

Konsekventa vēstījumu nodošana — nodrošiniet, ka visi kontaktpunkti nodod mērķauditorijai vienus un tos pašus vēstījumus, tādējādi nostiprinot izmantotos vēstījumus. Pārliecinieties, vai visi darbinieki, partneri un ieinteresētās personas tiek iesaistītas un uzrunātas ar vienādiem zīmola vēstījumiem, stimuliem, atlīdzībām un kampaņām, lai nodrošinātu, ka ikvienā saziņā ar mērķauditoriju nododamais vēstījums ir viens un tas pats.

## Partneri un ieinteresētās personas



Projektā būtu identificē galvenie partneri un ieinteresētās personas, kas būs jāpiesaista, lai projekts izdotos. Viņu ieguldījums varētu būt tieša tūlītējo rezultātu nodrošināšana; tās var būt konsultācijas/padomu sniegšana vai ilgākā termiņā sasniegto rezultātu pamatīga izvērtēšana.

Jebkurā gadījumā ir jāpanāk to atbalsts un iesaistīšanās jau no paša sākuma, lai maksimāli palielinātu ieguvumus projektam un precīzi formulētu, kas tiek sagaidīts no viņu iesaistīšanas.

Partneri un ieinteresētās personas parasti ir šādas:

- vietējā pašvaldība;
- transporta pakalpojumu sniedzēji;
- kājāmgājēju un riteņbraucēju interešu grupas;
- vietējās sabiedrības un brīvprātīgo grupas;
- darba devēji (personāla vadītāji, augstākā vadība);
- studentu apvienības;
- sociālie uzņēmumi.

## Pārvietošanās konsultāciju saruna

*PTP* balstās uz ilgtspējīga transporta pozitīvās ietekmes uzsvēršanu un šāda transporta pozicionēšanu kā normu, kā arī cilvēku atbalstīšanu un iedrošināšanu, nevis uz pieprasīšanu, lai viņi maina savus paradumus. Runājot ar cilvēku, PK informē viņu, ka nav nekā tāda, kas būtu jādara obligāti, un ka tas, kā cilvēks tobrīd rīkojas, nav nepareizi. *PTP* mērķis ir palielināt cilvēku neatkarību un viņu kontroli pār situāciju, sniedzot informāciju par to, kāpēc un kā mainīties, bet galu galā ļauj viņiem pašiem izlemt, kas būtu labāk viņiem.

*PTP-Cycle* apmācības rokasgrāmatā (nodevums 2.2) ir plašāk aprakstītas metodes, ko ieteicams izmantot, lai saruna būtu jēgpilna un rezultatīva.

### **PARTNERU PIEREDZE — Haringeja, Londona (Apvienotā Karaliste)**

*PTP* saruna — pārliecinieties, ka tiek savākta atbilstošā informācija ziņojuma mērķiem. Izvairieties no jautājumiem, kas ir uzņēmīgi vai „bremzē” sarunu, piem., slēgtiem jautājumiem.

## Informācijas pakas nokomplektēšana

### **Personalizēta un noderīga informācijas paka**

Informācijas pakas saņemšana ir paradumu maiņas procesa nozīmīga daļa. Cilvēkam pašam apzinoties savus šķēršļus, izlemjot, kā tos pārvarēt, un izvēloties, kāda informācija viņam ir vajadzīga atbalstam, tiek radīta motivācija automašīnas vietā izmantot ilgtspējīgākus pārvietošanās veidus un pastāv lielāka iespēja pavisam augšup paradumu maiņas skalā.

Viens no visbiežāk minētajiem subjektīvajiem iemesliem, kāpēc netiek izmantots ilgtspējīgs transports, ir neietiekamas vai neprecīzas zināšanas par alternatīvām. Tāpēc svarīgi ir, lai būtu pieejams plašs

informācijas klāsts, kurā aplūkoti šķēršļi, ar ko cilvēki saskaras, un no kura var uzzināt par konkrētajā teritorijā pieejamajām iespējām.

Ir pierādījies, ka viens no visefektīvākajiem informācijas avotiem šajā ziņā ir unikāla karte (bieži vien īpaši izstrādāta konkrētajam projektam), kurā ietverta integrēta informācija par visām pieejamajām kājāmiešanas, riteņbraukšanas un sabiedriskā transporta izmantošanas iespējām/maršrutiem. Tā tiek piedāvāta papildus īpašām kājāmgājēju un riteņbraukšanas kartēm, sabiedriskā transporta kustības sarakstiem un ceļvežiem, informācijai par biļetēm un jebkādiem citiem atbilstošiem materiāliem.

Svarīgi ir, lai piedāvātā informācija būtu aktuāla, atbilstoša, skaidri saprotama un aizraujoša. Lai nodrošinātu, ka ir aptvertas visas informācijas jomas, pirms pakas galīgās nokomplektēšanas tā būtu jāizvērtē, pamatojoties uz vairākiem punktiem.

Turpmāk norādīti daži papildu piemēri par materiāliem, kas izmantojami šķēršļu novēršanai.

Šķērslis	Informācijas piemērs
<b>Uzskats, ka riteņbraukšana ir nedroša</b>	Riteņbraucēju apmācība, vietējās riteņbraukšanas kartes, kurās norādīti maršruti ar mazāku satiksmes intensitāti, riteņbraukšanas kompanjoni.
<b>Nav tik lielas ieinteresētības izmantot ilgtspējīgu transportu</b>	Uzsver ekonomiskos ieguvumus un ieguvumus veselībai un apkārtējai videi.
<b>Uzskats, ka riteņbraukšana/iešana kājām aizņems vairāk laika</b>	Maršrutu plānotājs, teritorijas kājāmgājēju/riteņbraukšanas maršrutu kartes, kurās norādīti īsākie ceļi.
<b>Nav riteņa</b>	Informācija par shēmu braukšanai uz darbu ar riteni, atlaižu karte, kas izmantojama vietējos riteņbraukšanas aprīkojuma veikalos, informatīva lapa par riteņu otrreizēju pārstrādi, informācija par riteņu nomu.
<b>Pārāk liels attālums, lai brauktu ar riteni/ietu kājām</b>	Informācija par maršrutiem, ko var veikt, izmantojot vairākus transporta veidus, piem., sabiedriskā transporta kustības saraksti vai brošūras par automašīnu koplietošanu.
<b>Nepatīk sabiedriskais transports</b>	Izmēģinājuma biļete — izmantot sabiedrisko transportu varētu būt patīkamāk, nekā šķiet.
<b>Nepietiekama fiziskā sagatavotība, lai ietu kājām vai brauktu ar riteni</b>	Vietējās kājāmiešanas/riteņbraukšanas programmas iesācējiem vai programmas, kas vērstas uz veselības veicināšanu; vispārējas vadlīnijas par to, kā sākt iet kājām vai braukt ar riteni.



## Stimuli

Projektā var izmantot stimulus, lai rosinātu cilvēkus iesaistīties sarunā, pasūtīt informāciju un sākt biežāk izmantot ilgtspējīgu transportu. Šādiem stimulus nav jābūt dārgiem, bet gan labas kvalitātes. Jūs varat aicināt vietējos uzņēmumus ziedot, un sabiedriskā transporta pakalpojumu sniedzēji varētu piedāvāt bezmaksas biļetes — tās parasti ir paredzētas jauniem vai neregulāriem sabiedriskā transporta lietotājiem, tāpēc tām nevajadzētu radīt zaudējumus konkrētajam pakalpojumu sniedzējam.

Daži ierosinājumi par to, kādi varētu būt stimuli:

- soļu skaitītāji;
- ūdens pudeles;
- velolukturi;
- datu zibatmiņas, kurās ielādēta informācija par pārvietošanos;
- sabiedriskā transporta izmēģinājuma biļetes, lai lauztu stereotipus par sabiedrisko transportu;
- vietējo veikalu atlaižu kartes, lai palīdzētu cilvēkiem iegādāties aprīkojumu, kas viņiem nepieciešams aktīvas pārvietošanās vajadzībām. Tādējādi var tikt arī atbalstīta vietējā ekonomika.

Ir daudz priekšmetu, ko jūs varētu izmantot. Padomājiet, kas atbilstu jūsu projektam, un pārliecinieties, vai jūsu piedāvātie priekšmeti paši par sevi ir ilgtspējīgi/ētiski.



## PARTNERU PIEREDZE — Haringeja, Londona (Apvienotā Karaliste)

Stimuli un balvas — *PTP* īstenošana būtībā nozīmē „uzrunāt“ cilvēku prātus un emocijas. PK jābūt apgādātiem ar stimuliem un balvām, ko piešķirt iedzīvotājiem, kuri piedalās projektā. Stimuli un balvas nav tikai pateicība par dalību — tie var veicināt pārvietošanās paradumu maiņu nākotnē kā pozitīvs atgādinājums par sarunu ar PK.

## Resursu novērtēšana

Resursu novērtēšana var būt sarežģīts aspekts jebkurā *PTP* projektā. Ja jums ir iepriekšēja pieredze, kas gūta kādā teritorijā vai vietā, un dati par pieprasījumu, to var izmantot kā norādi par iespējamo pieprasījumu turpmākai iesaistīšanai. Ja nav ne pieredzes, ne datu, mēģiniet atrast citu projektu, ko var izmantot kā aptuvenu kritēriju, lai novērtētu pieprasījumu pēc dažādu veidu materiāliem vai stimuliem. Turpmāk uzskaitīti daži padomi, kā rīkoties, ja šāda projekta nav.

- Parasti labāk ir, ja resursus pārvērtē, nevis novērtē nepietiekami. Ja jums beidzas kāds no materiāliem, tas var radīt būtisku pārtraukumu darbā uz vietas, un bieži vien mazāka materiālu apjoma pasūtīšana īsā laikposmā izmaksā dārgāk. Var pat būt neiespējami sagādāt materiālus projektam savlaicīgi vai saprātīgā termiņā, lai nodrošinātu vislabāko apkalpošanu projekta dalībniekiem.
- Mēģiniet aprēķināt, cik daudz materiālu jums būs vajadzīgs uz 100 vai 1000 cilvēkiem, kuri tiks uzrunāti. Šos skaitļus var arī korigēt atbilstoši faktiskajam pieprasījumam projekta laikā, lai ir iespējams prognozēt, vai varētu būt vajadzīgs lielāks vai mazāks materiālu skaits.
- Centieties apsvērt, kādos citos projektos/pasākumos jūs varētu izmantot tos pašus materiālus. Tādējādi var būt iespējams palielināt pasūtīšanas elastīgumu, un, ja beigās paliek materiālu

pārpalikums, to var novirzīt citam mērķim. Daži piegādātāji pat varētu pārpalikumu paņemt atpakaļ, lai jums nevajadzētu to uzglabāt vai utilizēt.

## Biroja atrašana darbam uz vietas

Lai gan tas var izklausīties vienkārši, piemērota biroja atrašana darbam uz vietas var būt reāls izaicinājums. Birojam jāatbilst noteiktai specifikācijai, ņemot vērā visas vajadzības, kam tās tiks izmantotas, piemēram,

- vai ir pietiekami daudz vietas visu darbību veikšanai, proti, telpa administratīvajam/privātajam darbam, pasniedzējiem, mārketinga materiālu nokomplektēšanai, telpa informācijas paku piegādes organizēšanai un vieta velosipēdu piekabēm, tualetēm, ēdināšanas nodrošinājumam utt.
- Vai vieta atbilst jūsu organizācijas politikai attiecībā uz darba drošību un veselības aizsardzību? Vai ir ierīkoti uguns/dūmu detektori, evakuācijas izejas un aprīkojums?
- Cik droša ir konkrētā vieta (jāievēro datu aizsardzības principi)? Vai tā ir daļa no kompleksa, ko izmanto arī citi lietotāji? Kādas ir piekļuves iespējas (diennakts laikos)?
- Vai konkrētā vieta nodrošina atbilstošu piekļuvi mērķauditorijai, piem., vai tā ir izvietota centralizēti *PTP* vajadzībām, vai tā atrodas labi redzamā vietā, lai būtu vieglāk uzrunāt cilvēkus, piem., universitātes pilsētiņā vai biznesa parkā?
- Kāds ir atvēlētais budžets īres un komunālajiem maksājumiem?
- kādas ir jūsu prasības attiecībā uz telefona pieslēgumu un informācijas tehnoloģijām?
- Cik ilgi attiecīgās telpas jums būs vajadzīgas? Padomājiet, cik ilgs laiks būs vajadzīgs darbības sākšanai un noslēgšanai!

Tiklīdz specifikācija ir skaidra, parasti ir divi pamatveidi, kā atrast piemērotas telpas:

- jūs varat sadarboties ar projekta partneriem un ieinteresētajām personām, lai saņemtu ieteikumus (nododiet tiem savu specifikāciju un palūdziet izplatīt to tālāk);
- varat veikt paši savu izpēti, lai atrastu piemērotas telpas, cita starpā novērtējot:
  - o kādi tukši biroji/mazumtirdzniecības telpas/rūpnieciskas telpas ir pieejamas tuvākajā apkaimē;
  - o kādas ir īrēšanai pieejamās sabiedriskās telpas, piem., baznīcas, brīvā laika pavadīšanas centri, skolas, ciematu zāles, laivu novietnes.

Pat ja jums šķiet, ka ir tikai viena vai divas iespējas, ko izvērtēt, dažkārt var būt vajadzīgas ilgas sarunas par līguma noslēgšanu ar attiecīgo izīrētāju. Ņemot vērā projekta specifiku (piem., telpu aizņemšana uz salīdzinoši neilgu laiku, elastīgas piekļuves iespējas u. c.), bieži vien izīrētājam nebūs „standarta” līguma, kas būtu piemērots tūlītējai izmantošanai. Pirms līguma parakstīšanas jāatrunā gan izīrētāja, gan īrnieka nosacījumi.



## PK pieņemšana darbā

Augstas kvalitātes PK pieņemšana darbā ir viens no visbūtiskākajiem aspektiem ikvienā *PTP*, lai nodrošinātu tā panākumus. Prasības var būt diezgan stingras, ja ņem vērā iespējamo pienākumu daudzveidību (sarunu vešana/pārvietošanās konsultāciju sniegšana, informācijas paku nokomplektēšana, materiālu piegāde kājām/ar velosipēdu, organizatora spējas/elastīgums, utt.).

Tāpēc ir lietderīgi atrast pieņemšanai darbā vispiemērotākos cilvēkresursus, lai apmierinātu šīs vajadzības, kā arī informēt par ieguvumiem, ko sniedz PK darba pienākumu veikšana, un piedāvāt tādu atalgojuma paketi, kas piesaista vērtīgus darbiniekus un mudina viņus palikt.

Tāpat kā tas ir attiecībā uz dažādiem citiem *PTP* projekta sagatavošanas aspektiem, vispirms vērsieties pie partneriem un ieinteresētajām personām, lai saņemtu ieteikumus par to, kur vislabāk informēt par PK darba pienākumiem. Tie palīdzēs arī ar reklāmu. Lai īstenotu projektu konkrētā teritorijā vai vietā, vēlams, lai attiecīgajiem darbiniekiem būtu labas zināšanas par vietējo apkaimi. Šādām zināšanām nav obligāti jābūt saistītām ar transportu (tās var iegūt projekta gaitā), tomēr ir skaidrs, ka darbiniekiem jābūt apņēmības pilniem īstenot projekta mērķus un veicināt ilgtspējīgu pārvietošanos.

Tad apsveriet iespēju izmantot plašākus mehānismus informēšanai par PK pienākumiem — tādus, kas nodrošina labu aptvērumu par saprātīgām izmaksām un atbalsta projekta būtību, piemēram, darba sludinājumu vietnes vai vietējos laikrakstus.

Ir iespējams izmantot arī privātas personāla atlases aģentūras, lai atrastu darbiniekus, tomēr tādā gadījumā augsti kvalificētu kandidātu atrašana var būt „laimes spēle“. Saprotams, ka šādas aģentūras arī piemēros uzcenojumu papildus jūsu piedāvātajai atalgojuma likmei, lai segtu savas izmaksas.

### **PARTNERU PIEREDZE — Rīga (Latvija)**

Ņemot vērā vajadzīgās sarunu vedēja speciālista prasmes, intensīva iedzīvotāju iesaistīšana būtu jāveic apmaksātiem darbiniekiem, nevis brīvprātīgajiem. Šādiem darbiniekiem vajadzētu būt ar labām komunikācijas prasmēm un ļoti motivētiem.

Turklāt arī PK apmācībai ir vajadzīgs ievērojams laiks (vairāk nekā tikai pāris dienu). Vēlams ieguldīt darbiniekos ilgtermiņa perspektīvā, tādējādi saglabājot un pastāvīgi pilnveidojot prasmes.

## Praktiskā darba strukturēšana

Lai efektīvi pārvaldītu darbu uz vietas, būs nepieciešams mērķa teritoriju vai vietu sadalīt mazākās partijās. Tās var būt mazākas apdzīvotas teritorijas, noteikts vietu skaits vai cilvēku skaits. PK komanda tad strādās ar tām, tajās pakāpeniski piegādājot dažādos materiālus. Konkrētā mērķa teritorijā/vietā tas varētu noritēt šādi:



Nedēļa	Piegāde
0. nedēļa	A.1. partija — uzaicinājuma pastkartes
1. nedēļa	A.1. partija — došanās uz mājām, iepakošana, piegāde A.2. partija — uzaicinājuma pastkartes
2. nedēļa	A.1. partija — piegādes pabeigšana A.2. partija — došanās uz mājām, iepakošana, piegāde A.3. partija — uzaicinājuma pastkartes
3. nedēļa	A.2. partija — piegādes pabeigšana A.3. partija — došanās uz mājām, iepakošana, piegāde A.4. partija — uzaicinājuma pastkartes utt.

Izvērtējot, kā iedalīt mērķauditoriju, padomājiet:

- kādā secībā jūs vēlaties pievērsties teritorijām/vietām/cilvēkiem (iespējams, šo izvēli ietekmēs tādi faktori kā infrastruktūras objektu esamība vai attālums līdz jūsu birojam). Atvieglotiet iesaistīto darbinieku darbu, līdz viņi aprod ar saviem pienākumiem;
- vai jums ir nepieciešams vienmērīgi sadalīt darba slodzi (darbinieku pieejamība attiecībā pret pieprasījumu);
- vai ir atsevišķas teritorijas, kas ir mazāk pieejamas vai rada bažas par drošību un kam jāpievērš īpaša uzmanība.

### **PARTNERU PIEREDZE — Haringeja, Londona (Apvienotā Karaliste)**

Teritoriju sadalīšana partijās darbam uz vietas — sākumā būtu jā sagatavo visaptverošs plāns darbam uz vietas, lai dotos uz mājām, sadalot visu mērķa teritoriju atsevišķās teritoriju partijās. Katrai partijai jāatvēl noteikts laika periods — mēs ieteiktu ne vairāk kā 2 nedēļas katrai partijai, pirms PK grupa sāk savu darbu. Tas palīdzēs uzturēt grupas motivāciju, jo katrā teritorijā būs arvien jaunas personas, ar kurām sazināties, un mērķauditorija. Koncentrējieties uz iesaistīto atsaucīgo mājsaimniecību īpatsvaru, nevis uz mājsaimniecībām, kas tikai nesen uzrunātas.

## Datu ieguve un mērķi

Neatkarīgi no tā, vai sarunu uzsākšanai ar cilvēkiem plānojat izmantot elektroniskos vai papīra formāta mehānismus, būs nepieciešams apsvērt, kādas veidlapas izmantot, lai reģistrētu visus datus. Daži dati būs noderīgi tādā ziņā, ka tie atvieglos projekta piedāvāto pakalpojumu sniegšanu, piem., informācijas paku piegādi un citu aktivitāšu ieteikšanu. Daļa datu tiks izmantota, lai novērtētu apmierinātību ar projektu, bet daļa — izvērtēšanas un atskaišu sagatavošanas mērķiem. Papildus visam iepriekšminētajam būs vajadzīga datubāze, lai atvieglotu darbības pārvaldību un nodrošinātu tiešu piekļuvi nolūkā uzraudzīt projekta norisi un rezultātus.

Svarīgi ir izvirzīt projektam uz vietas veicamā praktiskā darba mērķus, lai zinātu, ko vēlaties sasniegt — lai to izdarītu, var iesaistīt arī PK. Mērķiem jābūt izvirzītiem jau projekta izstrādes posmā, un tie cita starpā var būt šādi:

- dalībai projektā uzaicināto cilvēku skaits;
- kopējais uzrunāto cilvēku skaits;
- kopējais to cilvēku skaits, kuri aktīvi iesaistījušies projektā, piem., cilvēki, kuri saņēmuši informācijas pakas vai kuriem ieteikts sazināties ar citiem dienestiem;
- maksimālais laika periods, kurā jāsaņem minētie pakalpojumi;
- dalībnieku apmierinātības līmenis.

### **PARTNERU PIEREDZE — Haringeja, Londona (Apvienotā Karaliste)**

Individuālie mērķi — papildus vispārējam darba grupas mērķim PK jābūt izvirzītiem individuāliem mērķiem, lai nodrošinātu, ka PV sniedz vienlīdzīgu ieguldījumu projekta kopējo mērķu sasniegšanā. Šādiem mērķiem jābūt vēršoties konkrēti uz saziņas mēģinājumu un sarunu īpatsvaru, lai veicinātu kopēja mērķa sasniegšanu.

## Papildpasākumi

Lai papildinātu informācijas paku un piedāvātu cilvēkiem plašākas iespējas mainīt viņu paradumus, ir ļoti daudz papildpasākumu, ko var piedāvāt, lai viņiem būtu vieglāk pāriet no „sagatavošanās“ uz „rīcību“. Šādi papildpasākumi ir aplūkoti turpmāk sadaļā „Iesaistīšana uz vietas“.

## Izvērtēšana

Lai gan *PTP* principi ir pierādīti jau daudzas reizes, nav šaubu, ka katram projektam būs jāpierāda sava efektivitāte attiecīgajā vietā/vidē un katram projektam būs savas prasības attiecībā uz izvērtēšanu. To var uzskatīt par sava veida eksperimentu, lai izpētītu, kādi ir vajadzīgie resursi, vai arī var koncentrēties uz ietekmes novērtēšanu konkrētā politikas jomā. Tāpēc svarīgi ir, lai jau pašā sākumā būtu pilnībā pārdomāts uzraudzības plāns/satvars, ko var izmantot uzziņai visā projekta gaitā, lai nodrošinātu, ka metodika ir skaidri saprotama un robusta un ka notiek reāla virzība uz rezultātu sasniegšanu.

*PTP-Cycle* projekta gaitā tika izstrādāts standarta izvērtēšanas satvars (nodevums 5.1) izmantošanai *PTP* projektos. Šis tālāk nododamais resurss ir pieejams projekta tīmekļa vietnē [www.ptpcycle-europe.eu](http://www.ptpcycle-europe.eu).

# Darbavietu iesaistīšana

Šajā sadaļā ir aplūkoti daži īpaši aspekti, kas saistīti ar projekta īstenošanu darbavietās un kas ir specifiski šādai videi vai ko ir vērts īpaši uzsvērt. Īpaša uzmanība ir pievērsta tam, kā ar projektu ieinteresē darba devējus un iepazīstina darbiniekus.

## Pārskats

PTP projekta īstenošanai darbavietā ir divi atsevišķi posmi.

### 1. posms

#### Darba devēja iesaistīšana

Lai šāda iesaistīšana būt veiksmīga, svarīgi ir nodrošināt darbavietas apņemšanos iesaistīties PTP projektā. Ja darba devējs nebūs ieinteresēts, būs ļoti grūti piekļūt darbiniekiem. Darba devēji var arī sniegt vērtīgu ieskatu par darbinieku pārvietošanās paradumiem un problēmām un par biroja kultūru, tādējādi palīdzot strukturēt projekta īstenošanu atbilstošajā virzienā.

### 2. posms

#### Darbinieku iesaistīšana

PTP projekts, ko īsteno darbavietā, ne tikai sniedz darbiniekiem padomus un informāciju par PTP, bet arī piedāvā praktiskas aktivitātes un „līderu” apzināšanu un apmācību. Tas viss vairo atbalstu un motivē darbiniekus izdarīt izvēli par labu ilgtspējīgiem pārvietošanās veidiem.

## Darba devēja iesaistīšana

### Nodrošiniet darbavietas atbalstu jūsu projektam

Lai noskaidrotu jūsu projektam piemērotas darbavietas, varat izmantot esošos kontaktus vai šādus avotus:

- biznesa parku tīmekļa vietnes;
- vietējās tirdzniecības kameras;
- vietējās uzņēmumu partnerības;
- vietējā uzņēmumu tīkla pasākumi.

Lai piesaistītu uzmanību un gūtu vietējo publicitāti, noderīgi ir organizēt „pamanāmu” iepazīstināšanas pasākumu vietējiem darba devējiem un citiem attiecīgajiem partneriem.

Šādā iepazīstināšanas pasākumā ir vēlams:

- iepazīstināt ar *PTP* koncepciju/procesu;
- piesaistīt iedvesmojošas „runas personas“, kam bijusi pieredze *PTP* darbā citās teritorijās;
- apkopot informāciju par galvenajiem ar transportu saistītajiem jautājumiem konkrētajā teritorijā;
- uzsvērt būtiskākos iemeslus, kāpēc piedalīšanās ir izdevīga uzņēmumiem.

Pēc iepazīstināšanas pasākuma projekta darbiniekiem jāsāk „attālinātā“ izpēte, lai sākotnējā vēršanās pie darba devējiem būtu pārlicinoša, informēta un veiksmīga. Ir jābūt fundamentālai izpratnei par to, ko uzņēmums dara un kas ir tā galvenās kontaktpersonas, un jābūt gatavam pārliecināt darba devēju par piedalīšanās ieguvumiem. Pārliecinieties, vai projekta darbinieki ir pietiekami sagatavoti un informēti par būtiskākajām iespējām, riskiem un veicinošiem faktoriem, kas saistīti ar katru organizāciju, un vai viņi var efektīvi īstenot savu pieeju.

Sākotnējā saziņa būtu jāsāk, nosūtot iepazīstināšanas e-pastu galvenajai kontaktpersonai, un pēc tam divu dienu laikā jāveic telefonzvans, lai vēlreiz iepazīstinātu ar projektu un ierosinātu pirmo tikšanos. Vienmēr centieties sarunāt, lai pirmā tikšanās notiek ar galveno lēmumu pieņēmēju uzņēmumā, piemēram, personāla vadītāju, un vēl kādu personu, kuras darba pienākumos ietilpst iekšējā saziņa.

Sākotnējās tikšanās laikā jums būtu jāuzsver, kādi būtu uzņēmuma ieguvumi no iesaistīšanās, izskaidrojot, kā tie saskan ar pašreizējiem uzņēmuma mērķiem, korporatīvās atbildības ziņojumiem un uzņēmējdarbības plāniem. Izmantojiet jebkārus resursus, kas iepriekš veiksmīgi pielietoti lielāko uzņēmumu iesaistīšanai projektā, tostarp prezentācijas un gadījumpētījumus.

Atcerieties, ka darba devēji var izvēlēties iesaistīties projektā dažādos tā īstenošanas posmos, tāpēc projekta popularizēšana būtu jāturpina visā īstenošanas laikā, organizējot mārketinga kampaņas, ceļojošās akcijas un pasākumus ar *PTP* projekta darbinieku dalību.

## Ideāla darbavieta

Ideālas darbavietas atrašana un līdzdalība tās veidošanā jūsu *PTP* projektam ir daļēji atkarīga no jums. Ideāla darbavieta ir tāda, kurā augstākā vadība saprot un pilnībā atbalsta projektu, palīdzot to popularizēt iekšēji kā vienu no organizācijas pamatmērķiem un sniedzot jums iespēju piekļūt darbiniekiem. Lai panāktu šādu atsaucību, augstākā vadība ir jāpārliecina, ka jūsu projekts dos labumu organizācijai.

Visatsaucīgākās būs darbavietas, kuras atrodas vienā teritorijā ar lielu darbinieku koncentrāciju un kuras visas ir savstarpēji saistītas ar iekštīkla starpniecību vienmaiņas darba vidē. Problēmas ar automašīnu novietošanu stāvvietā un vietējā sabiedriskā transporta, riteņbraukšanas un kājāmgājēju infrastruktūras esamība — tas viss veicinās uzņēmumu iesaistīšanos.

## Darba devēju galvenie ieguvumi no PTP

Esiet gatavi pārliecināt par daudzajiem projekta radītajiem ieguvumiem, izvērtējot, kurš no tiem varētu visvairāk ieinteresēt konkrētu darbinieku grupu attiecīgajā organizācijā.

Darbinieku grupa	Ieguvumi, ar kuriem ieinteresē
Korporatīvā sociālā atbildība	Oglekļa dioksīda emisiju samazināšana un plašāki ieguvumi, ko sniedz satiksmes sastrēgumu mazināšana.
Par veselību un drošību atbildīgie darbinieki (personāla vadītāji)	Riteņbraukšanas un iešanas kājām radītie ieguvumi veselībai, tostarp mazāks darbinieku slimības dienu skaits un apmierinātāki darbinieki
Materiāli tehniskās bāzes pārvaldība	Finansiāli ieguvumi, ko sniedz mazāks stāvēšanai autostāvvietā novietojamo automašīnu skaits
Finanses	Finansiāli ieguvumi, ko sniedz retāka darbinieku slimošana, produktīvāks darbaspēks un samazināta autoparka uzturēšanas maksa.
Vadība	Viss iepriekšminētais

## Apliecinātie pierādījumi

Turpmāk aprakstīts tādu pierādījumu piemērs, kuri ieinteresēs darba devējus.

Uz katrām 100 PTP projektā iesaistītiem darbiniekiem ieguvumi ir šādi:

- slimošanas dienu skaita samazinājums par 24 dienām katru gadu;
- uzlabota labsajūta 61 darbiniekam;
- palielināta darba produktivitāte;
- braukšana uz darbu ar automašīnu samazinās par 6 %;
- CO<sub>2</sub> emisijas samazinās par līdz pat 38 tonnām;
- attiecīgie ietaupījumi organizācijai naudas izteiksmē — EUR 9500 gadā (kā minimums).



## Darbinieku iesaistīšana

Kad organizācija piekrīt piedalīties projektā un jūs esat pārrunājuši projekta īstenošanu ar organizācijas galvenajām kontaktpersonām, ir jāsāk gatavošanās pārvietošanās konsultāciju sniegšanai darbiniekiem, informējot viņus par projektu un stāstot, ko viņi var iegūt, piedaloties projektā. Ir svarīgi sasaistīties ar esošajām struktūrām un cieši sadarboties ar organizācijas iekšējo kontaktpersonu grupu, lai saplānotu savu iesaistīšanas stratēģiju.

Faktisko iesaistīšanu var īstenot, izmantojot dažādus saziņas kanālus, tostarp

- informācijas standus sabiedriskās ēku telpās;
- iekšējos saziņas kanālus, piemēram, darbinieku avīzi, e-pastu, darbinieku forumu;
- labi pamanāmus plakātus un skrejlapas, jo īpaši ēdnīcās un citās vietās, kur pulcējas darbinieki;
- informācija „dzīvajā” ekrānā, piemēram, vestibilā vai pieņemšanas telpā;
- sociālajos plašsaziņas līdzekļos, piemēram, uzņēmuma *Twitter* kontā.

Jo lielākas pūles ieguldīsiet projekta popularizēšanā, pirms tiek sākta tā īstenošana, jo lielāka būs atsauce un labāki būs rezultāti. Rūpīgi izstrādājiet saziņas plānu, lai panāktu, ka cilvēku runā par projektu.

## Uzaicinājums un aptaujas

Pēc sākotnējās popularizēšanas individuāli sazinās ar visiem darbiniekiem organizācijās, kas piekritušas iesaistīties *PTP* projektā, un uzaicina viņus piedalīties. To var izdarīt, veicot 5 minūšu ilgu elektronisku aptauju, kurā

- noskaidro pamatinformāciju par pārvietošanās paradumiem;
- noskaidro personas, kuras vēlētos piedalīties *PTP* pasākumos;
- identificē būtiskākās problēmas un šķēršļus, lai attiecīgi pielāgotu projekta mārketinga kampaņas.

Uzaicinājuma e-pastu var nosūtīt ar darba devēja vai — vēl labāk — ar tā darbinieka starpniecību, kurš identificēts kā ilgtspējas „līderis”. Vairāk informācijas par *PTP* līderiem ir atrodams „*PTP-Cycle* līderu resursu paketē” (nodevums 3.5), kas pieejama vietnē [www.ptpcycle-europe.eu](http://www.ptpcycle-europe.eu). Lai cilvēki piedalītos aptaujā līdz pat tās beigām, var piedāvāt balvu.

Iespējams, ka potenciālie *PTP* dalībnieki neatsauksies uz sākotnējo aptauju, bet iesaistīsies pēc tam, kad iepazīsies ar kādu citu projekta popularizēšanas rīku, piemēram, redzēs informāciju ekrānā savas darbavietas vestibilā vai sarunāsies ar kādu no konsultantiem kādā pasākumā. Šādā gadījumā būtu jālūdz, lai viņi piedalās aptaujā pirms pārvietošanās konsultāciju sesijas — vai nu uz vietas, vai ar e-pasta starpniecību.

## Pārvietošanās konsultāciju sniegšanas iespējas

Kad pamatdati ir apkopoti, var sākt pārvietošanās konsultāciju sniegšanu. To var darīt vairākos veidos atkarībā no tā, kurš ir vispiemērotākais konkrētajai organizācijai. Turpmāk uzskaitītas dažas ieteicamās iesaistīšanas metodes.

<b>PTP iespējas</b>	<b>Iesaistāmie dalībnieki</b>	<b>Iesaistīšanas vieta</b>	<b>Iesaistīšanas laiks</b>
<b>PTP ceļojošās akcijas</b> Informācijas stendi un individuāla uzrunāšana vestibilos, pieņemšanas telpās vai citās sabiedriski aktīvās vietās	Cilvēki, kuriem ir maz laika Cilvēki, kuriem nav vajadzīga individuāla saruna	Vestibils/sabiedriska vieta Ēdnīca Plašāks biznesa parks	Pirms vai pēc darba Pirms vai pēc darba maiņas Pusdienu pārtraukumā Darba laikā
<b>PTP tematiskais stends</b> Informācija un individuāla saruna pie jūsu tematiskā stenda	Cilvēki, kuri vēlas plašāku individuālu sarunu	Tematiskais stends	Pirms vai pēc darba Darba laikā Pusdienu pārtraukumā
<b>PTP grupa</b> Informācijas un pārvietošanās konsultāciju sesijas dalībnieku grupām, kam ir vienādas problēmas	Cilvēki, kuri dod priekšroku sarunai grupā Darba kolektīvi/nodaļas darbavietās Cilvēki ar ierobežotu pieejamību	Darba kolektīva sanāksme Ēdnīca Darbinieku atpūtas telpa Vestibils Sabiedriska vieta	Pirms vai pēc darba Pusdienu pārtraukumā Darba laikā Darba laikā
<b>PTP darbībā</b> Praktiski pārvietošanās veidu demonstrējumi cilvēkiem, kuriem trūkst pašpārlicības vai prasmju, piem., riteņbraukšanas kompanjons, pārgājieni gida pavadībā, prasmju apmācība	Cilvēki, kuriem vajadzīgas papildu prasmes un pārlicība, lai <i>PTP</i> ieviestu praksē	No darbavietas No mājām Centralizētās vietās	Pirms vai pēc darba Pirms vai pēc darba maiņas Pusdienu pārtraukumā



## Iesaistīšanas atbalstīšana, izmantojot *PTP* līderus

*PTP* pakalpojuma sniegtos ieguvumus var veicināt un popularizēt personas, ko uzskata par „līderiem” darbavietā, kura piedalās projektā.

Entuziastiem, kuri identificēti tiešsaistes aptaujās kā tādi, kas jau pārvietojas ilgtspējīgi, vai ir apzināti saziņas posmā, var piedāvāt iesaistīties brīvprātīgajā darbā, lai atbalstītu projektu. Viņus var apmācīt pārvietošanās konsultāciju sniegšanā viņu līdzgaitniekiem, kā arī viņi var palīdzēt konkrētu darbību īstenošanā, piemēram,

- *PTP* konsultāciju sarunu popularizēšanā;
- *PTP* sarunu ieteikšanā kolēģiem;
- *PTP* informācijas stenda uzturēšanā.



## Augstskolu iesaistīšana

Šajā sadaļā ir aplūkoti daži īpaši aspekti, kas saistīti ar projekta īstenošanu augstskolās un kas ir specifiski šādai videi vai ko ir vērts īpaši uzsvērt. Īpaša uzmanība pievērsta mērķauditorijai un darbību termiņiem.

### Mērķauditorija

Augstskolās ir sastopamas divas mērķauditorijas pamatgrupas — studenti un personāls. Tomēr ir vairāki sarežģīti aspekti, kas jāņem vērā, lai nodrošinātu vislabāko pieeju attiecībā uz *PTP*.

### Studenti

Studenti var būt pirmā kursa studenti, pirmsdiploma vai pēcdiploma studenti, pilnlaika vai nepilna laika studenti, gados veci vai jauni. Viss minētais nozīmē, to, ka:

- ir labas izredzes, ka pirmā kursa studentiem nebūs jau iepriekš izveidojušos pārvietošanās paradumu vai labu zināšanu par to, kādas pārvietošanās iespējas pastāv. Tas, savukārt, sniedz iespēju pieslēgties šajā pārejas posmā, pirms sāk dominēt nevēlami paradumi. Līdzīgi dažiem pirmsdiploma vai pēcdiploma studentiem jau būs izveidojušies noteikti paradumi, tāpēc būs vajadzīga tradicionālāka pieeja, novērtējot viņu situāciju un noskaidrojot, kādas izmaiņas viņi varētu ieviest;
- no tā, vai students ir pilnlaika vai nepilna laika students, var būt atkarīgs tas, cik bieži viņš dodas uz augstskolu vai no tās vai pārvietošanas vietējā apkaimē;
- augstskolās studējošo studentu daudzveidīgums (piem., viņu atšķirīgais vecums, kultūra, turīgums) veido ļoti daudzveidīgu mērķauditoriju. Tieši šādos apstākļos *PTP* ir īpaši noderīga, jo nodrošina izteikti individualizētu pieeju.

### PARTNERU PIEREDZE — Ljubljana (Slovēnija)

Studenti ir mērķauditorija, kam vajadzīga īpaša pieeja. Viņi ir gatavi izmēģināt jaunus pārvietošanās veidus, bet tiem jābūt efektīviem no izmaksu un nepieciešamā laika viedokļa.

Sadarbība ar studentiem, lai uzrunātu studentus, var palīdzēt radīt pozitīvu priekšstatu par projektu. Šāda sadarbība arī ļauj noskaidrot lietas, kas studentus interesē visvairāk un ko var izmantot kā „sviras” pārmaiņu veicināšanai.

### Personāls

Ir dažādi personāla veidi — lektori, biroja/administratīvie darbinieki un tehniskie darbinieki. Arī viņi var būt pilnas vai nepilnas slodzes darbinieki. Rūpīgi jāizvērtē katras šīs grupas darba prakse, lai tad, ka šie



darbinieki ir pieejami, viņu iesaistīšana notiktu veiksmīgi, kā arī ir jāņem vērā dažādie šķēršļi un iespējamie risinājumi.

## Laiks un vieta

Vēlams studentus iesaistīt *PTP* projektā, pirms viņi sāk studiju gaitas. Informāciju par projektu var iekļaut uzņemšanas materiālos, vai arī to var sniegt tad, kad studenti piesakās studijām. Ja ne, tad vissvarīgākais brīdis studentu uzmanības piesaistīšanai un viņu paradumu ietekmēšanai (it īpaši pirmā kursa studentiem, kā minēts iepriekš) ir akadēmiskā gada sākums.

### PARTNERU PIEREDZE — Ļubjana (Slovēnija)

Akadēmiskā gada sākums ir liela iespēja sniegt visu būtisko informāciju, jo studenti jau ir viņu ikdienas paradumu maiņas procesā. Tiklīdz viņu pārvietošanās paradumi jau ir nostiprinājušies, tiem ir tendence nemainīties visa gada garumā.



Ir vērts atcerēties, ka pirmā kursa studentiem apgūstamās informācijas apjoms ir ļoti liels, ņemot vērā, ka daudziem tas nozīmē būtiskas dzīvesveida pārmaiņas. Būtu jāpārdomā, kurā brīdī sākt sarunu par ilgtspējīgas pārvietošanās tematiku. Tāpat arī noteiktām grupām, piem., studentiem, kuri lielāko daļu laika pavada universitāšu pilsētiņās (kur viņi dzīvo vai studē), transports var būt daudz svarīgāks faktors nekā citiem, kuri izmanto transportu katru dienu.

Iesaistīšanas pieejas un pārvietošanās paradumi atšķirsies arī tāpēc, ka studentu mitekļi ir dažādi (piem., augstskolai piederoši vai privāti, daudzdzīvokļu mājas vai koplietošanas mājas, universitātes pilsētiņā un ārpus tās).

## PARTNERU PIEREDZE — Ljubljana (Slovēnija)

Pasākumu organizēšana klātienē izrādījās ļoti efektīva, jo īpaši studentu kopmītnu tuvumā.

## Uzrunāšana

Pēc būtības augstskolas var būt ievērojamas to lieluma ziņā. Ja resursi ir ierobežoti, var būt efektīvāk uzrunāt atsevišķas apakšgrupas, nevis plašāku mērķauditoriju, piemēram, noteikta kursa studentus, fakultātes, darbinieku grupas (ēdināšana, uzņemšana utt.), īpašas studentu izmitināšanas vietas vai personas, kurām ir atļauja automašīnas novietošanai stāvvietā. Tādējādi ir lielāka iespējamība panākt ietekmi konkrētā mērķa grupā nekā tad, ja izmanto plašāku pieeju gadījumā, kad tā ir pārāk neefektīva, lai iesaistītu ikvienu.

## PARTNERU PIEREDZE — Rīga (Latvija)

Lielu studentu skaitu var uzrunāt, viesojoties lekcijās. Izrādās, ka studenti ir ļoti atvērti sarunai.

Tāpat kā *PTP* projektā, ko īsteno darbavietā, ir nepieciešams apzināt un izmantot pārbaudītus saziņas kanālus studentu un personāla efektīvai iesaistīšanai. Lai to izdarītu, jāsadarbojas ar augstskolas augstāko vadību un attiecīgajiem administratīvajiem darbiniekiem.

## Izvērtēšana

Īpašs izvērtēšanas aspekts ir uzraudzības datu vākšana no personu grupas, kas atrodas „pārejas” periodā, piem., augstskolu beidzējiem vai cilvēkiem, kuri maina dzīvesvietu. Arī šajā ziņā lēmumus par to, kad vislabāk vākt uzraudzības datus, ietekmē tas, vai studenti ir pilnlaika vai nepilna laika studenti. Piemēram, nepilna laika studenti varētu būt vieni no lielākajiem pārvietošanās maršrutu veidotājiem.

## Citas idejas, kā atvieglot īstenošanu

Papildus pamatpieejai, kas paredz veikt pārvietošanās konsultāciju sarunas ar mērķauditoriju, turpmāk sniegti daži ieteikumi, kas, kā pierādīts, atvieglo projekta īstenošanu augstskolās. Vairāk ideju atrodams arī turpmāk sadaļā „Iesaistīšana uz vietas”.

<b>Politika</b>	<p>Sagādājiet vietējā pārvietošanās plāna kopiju, ja tāda ir pieejama, kā arī jebkādu citu atbilstošu politiku, piem., vides, datu aizsardzības, veselības un drošības jomā.</p> <p>Pārskatiet pārvietošanās plānu un politiku, ņemot vērā projekta panākumus.</p>
<b>Stingri pasākumi</b>	<p>Veiciet infrastruktūras un cita nodrošinājuma un aprīkojuma revīziju, lai novērtētu, vai tas ir pietiekams pieprasījuma apmierināšanai. Ņemiet vērā</p>



	riteņbraukšanas un kājāmiešanas maršrutus, riteņu uzglabāšanas vietas, slēdzamos mantu skapīšus, dušas utt. Izvērtējiet automašīnu stāvvietu pieejamību un izmaksas, lai atturētu no to izmantošanas.
<b>Līderi</b>	Izveidojiet tādu personu komandu, kuras projektā darbosies kā līderi, iespējams, pārstāvot personu grupas, ar kurām strādājat, vai iekļaujoties studentu tīklos. Vienojieties par mērķiem un par iesaistīšanas veidu un līmeni.

<b>Studentu pilnveidošanās</b>	Nodrošiniet studentiem iespējas kļūt par PK vai līderiem, lai viņi varētu apgūt jaunas prasmes, kas nākotnē noderēs darbā.
<b>Brokastis riteņbraucējiem</b>	Atalgojiet tos, kuri uz mācībām vai uz darbu dodas ar riteni vai kājām.
<b>Paziņojiet un nosviniet</b>	Dariet zināmus un nosviniet panākumus un sasniegumus, pārliecinoties, ka iesaistāt cilvēkus, ar kuriem esat sazinājušies visā projekta gaitā.
<b>Darba grupa</b>	Izveidojiet projekta darba grupu, tajā iesaistot studentus/darbiniekus, kas regulāri tiekas, lai palīdzētu koordinēt projektu.

## Iesaistīšana uz vietas

Papildus strukturētākai uzrunāšanai *PTP* projektā, kurā mērķauditorija ir skaidri definēta, ir iespējams īstenot arī neformālāku/*ad-hoc* iesaistīšanu uz vietas, joprojām atrodoties mērķa teritorijā vai vietā. To var īstenot, gan izveidojot īslaicīgus pārvietošanās konsultāciju standus mazumtirdzniecības vietās, gan dodoties uz kādu pasākumu, kurā piedalās atbilstoša mērķauditorija.

### Priekšrocības

Iesaistīšanai, kas notiek uz vietas, var būt vairākas priekšrocības:

- iespēja sazināties ar daudzveidīgāku mērķauditoriju un papildināt galveno mērķauditoriju;
- iespēja plašāk popularizēt projektu un saistīt to ar līdzīgiem/radniecīgiem pasākumiem, lai uzlabotu projekta tēlu un informētību par to;
- iesaistīšanu var elastīgi pielāgot pieprasījumam un PK pieejamībai.

### Gadījumpētījums — Dublina (Īrija)

Izvēloties mērķa teritoriju savai 2011./2012. gada programmai „*Smarter Travel Communities*“, kas notika Dublinā, Dienviddublīnas grāfistes Padome (*SDCC*) analizēja sociālekonomiskos, demogrāfiskos un pārvietošanās paradumus piecos vietējos apgabalos, lai identificētu kopienas, kas varētu būt atsaucīgas dalībai projektā. Pamatojoties uz gūtajiem datiem, tā nolēma ierobežot intensīvo klātienē iesaistīšanu projektā līdz „karstajiem punktiem“, kuros bija augstas paradumu maiņas izredzes, un vienlaikus uzrunāt plašāku sabiedrību, sniedzot pārvietošanās konsultācijas sabiedrības grupām un konsultācijas vietējos pasākumos.

Sabiedrības grupu iesaistīšana tika vērsta uz vispārīga vēstījuma izplatīšanu par ilgtspējīgu pārvietošanās veidu izmantošanu un aicināšanu tos izmēģināt. Sabiedrisku pasākumu virkne arī sniedza iespēju tiem, kuri jau piedalījās projektā, turpināt dalību.

„*Travel Smart Communities*“ — ziņojums par 1. posmu (Dienviddublīnas grāfistes Padome):  
<http://www.sdcc.ie/sites/default/files/publications/travel-smart-communities-final-phase-1-report-march-2013.pdf>

## Ieteikumi attiecībā uz iesaistīšanu

Iespējamās iesaistīšanas veidi ir dažādi, tomēr turpmāk ir uzskaitīti ieteicamie veidi.

### - **Mājas apmeklējums**

Apmeklējums mājās, ko veic, lai sniegtu detalizētāku konsultāciju vienam vai vairākiem mājas iemītniekiem. Attiecīgos gadījumos to var veikt īpašas organizācijas (piem., sabiedriskā transporta pakalpojumu sniedzēji), tādējādi gūstot tiešu piekļuvi savai klientu mērķauditorijai.

### - **Riteņu tehniskā apkope**

Riteņa pieņemšana profilaktiskajai apkopei un attiecīgās apkopes veikšana, lai to atgrieztu atpakaļ aprītē, dažreiz var būt viss, kas nepieciešams, lai cilvēks, kuram ir vēlme braukt ar riteņiem, faktiski sāktu to darīt. Tomēr svarīgi ir arī, lai konkrētais cilvēks pats spētu rūpēties par savu riteņiem pēc šāda sākotnējā apkopes pasākuma (sk. turpmāk).

### - **Riteņu tehniskās apkopes apmācības sesija/kurss**

Tā ir iespēja cilvēkiem iemācīties, kā regulāri veikt sava riteņa tehnisko apkopi. Tai nav jābūt sarežģītai — galvenais ir apgūt bremžu, pārnese darbības, riepu, ieeļļošanas, tīrīšanas u. c. pamatprincipus.

### - **Braucieni/pārgājieni pavadona vadībā**

Šādi braucieni un pārgājieni nodrošina cilvēkiem sociālu un atbalstošu vidi, lai izmēģinātu riteņbraukšanu vai iešanu kājām, parasti ielās ar mazāk intensīvu satiksmi vai maršrutos bez satiksmes. Tie palīdz vairojot pašpārliecību un veicina drošību, kā arī uzlabo individuālas zināšanas par to, kur var iet kājām un braukt ar riteņiem.

„Jane’s Walk“ ir tālāk nododama pieeja, ko izmanto, lai veicinātu iešanu kājām, izveidojot saikni starp kaimiņiem un kopienas.

### - **Riteņbraucēju apmācība**

Vēlams, lai šāda apmācība notiktu bez maksas un saistītas shēmas ietvaros. Tai jāatbilst apmācāmā spēju līmenim.

### - **Negaidītas pārvietošanās konsultācijas**

Šā pasākuma mērķis ir sniegt pārvietošanās konsultācijas neformālākā veidā un, iespējams, mainīgākā vidē. Piemēram, šādas konsultācijas var notikt:

- iestādē, kas ir sabiedriski apmeklēta, piem., lielveikalā, kinoteātrī, skolā;
- uz ielas;
- kad cilvēki stāv rindā uz kādu pasākumu;
- kādā esošā pasākumā, piem., ciema gadatirgū, ziedojumu vākšanas pasākumā.

Attiecībā uz konkrētām vietām šāda pieeja var patiešām palīdzēt cilvēkiem saprast, kā viņi varētu līdz tam nokļūt ilgtspējīgā veidā.

## **PARTNERU PIEREDZE — Rīga (Latvija)**

Mēs secinājām, ka pārvietošanās konsultāciju sarunas ir visefektīvākās publiskos pasākumos, piemēram, brīvdabas pasākumos vai vietās, kur cilvēki stāv rindā uz kādu pasākumu (muzeju nakts).

### **- Aktīvas pārvietošanās centrs**

Bāzi, kurā notiek galvenais praktiskais darbs uz vietas, var izmantot arī kā centru citu pakalpojumu sniegšanai, iespējams, uzrunājot garāmgājējus vai ar uzaicinājuma starpniecību. Pamatā tas var ietvert pārvietošanās konsultāciju un informācijas sniegšanu, tomēr var sniegt arī dažādus citus pakalpojumus, tādus kā riteņbraucēju apmācība, tehniskās apkopes kursi, stāvvietas tiem, kuri ikdienā dodas uz darbu vai mācībām, riteņu noma un citas organizētas aktivitātes. Šādu centru var pat izmantot, lai tirgotu, piemēram, riteņbraucējiem un kājāmgājējiem paredzētus papildpiederumus vai vietējās apkaimes kartes.

Ja galvenais birojs atrodas blakus citai iestādei (piem., transporta pārsēšanās vietai, tūrisma informācijas centram), tā ir vēl viena iespēja iesaistīt cilvēkus un integrēt citus pakalpojumus.

### **- Ceļojumu klubs/e-biļetens**

Ja organizē vairākus strukturētus pasākumus, vēlams izveidot ceļojumu klubu, kur cilvēki var satīties un piedalīties. Šāda kluba izveide var palīdzēt radīt sākotnējo stimulu projekta turpmākai virzībai un būt noderīga arī turpmāk. Viens no veidiem, kā uzturēt cilvēku interesi un aktīvu iesaistīšanos kluba un citos pasākumos, ir e-biļetena izmantošana.

### **- Balvu izloze**

Balvu izlozes var izmantot, lai veicinātu iesaistīšanos projektā, tostarp aizpildot aptaujas anketas izvērtēšanai. Ir lietderīgi izstrādāt dalības nosacījumu kopumu, lai nodrošinātu, ka šādas balvu izlozes norit bez traucējumiem, piemēram, nosakot, kad un kā tiks paziņots uzvarētājs.

### **- Projekta atklāšanas pasākums/karnevāls**

Informētības veicināšanas ietvaros efektīva pieeja var būt atklāšanas pasākuma organizēšana, lai popularizētu projektu plašākā mērogā. Efektīva var būt pazīstamu personu iesaistīšana un daudzveidīgu pasākumu organizēšana, lai radītu priekšstatu par to, ko gaidīt no projekta.

### **- Ceļojošā akcija**

Atšķirībā no vienreizējas iniciatīvas, piemēram, atklāšanas pasākuma, ceļojošā akcija ir „pasākums kustībā”, kura mērķis ir paplašināt projekta ģeogrāfisko aptvērumu, piesaistot vēl plašāku uzmanību projektam un, iespējams, papildinot intensīvas iesaistīšanas periodu.



#### - **Konkurss (tīmekļa platforma/lietotne)**

Aktīvas pārvietošanās konkursa organizēšana var papildināt *PTP*, tādējādi iedrošinot cilvēkus pāriet uz nākamo posmu paradumu maiņas skalā, proti, no „sagatavošanās“ uz „rīcību“. Tā ir platforma, kurā cilvēki var

- izvirzīt mērķus attiecībā uz ilgtspējīgu pārvietošanos individuālā vai grupas līmenī;
- iedrošināt cits citu un mācīties cits no cita;
- savstarpēji konkurēt un sekot līdzi progresam.

### **PARTNERU PIEREDZE — Haringeja, Londona (Apvienotā Karaliste)**

Paradumu maiņas nodrošināšana — nākotnē mēs ikvienā *PTP* projektā apsvēsim iespēju ieviest izaicinājumu iedzīvotājiem. Ir veiktas vairākas ļoti produktīvas sarunas, un šāds izaicinājums palīdzētu nodrošināt vienošanos starp PK un uzrunāto iedzīvotāju par paradumu maiņu.

#### - **Solījumu shēmas**

Salīdzinājumā ar vairāk automatizēto un tehnoloģiju virzīto konkursa pieeju solījumu shēma var ietvert ļoti vienkāršu pieeju, piemēram, cilvēkus aicina aizpildīt pastkarti, kurā viņi ieraksta izmaiņas, ko vēlas sasniegt, un aizpildīto pastkarti pēc kāda laika nosūta viņiem kā atgādinājumu, tādējādi sniedzot arī iespēju salīdzināt, ciktāl sev dotais solījums ir izpildīts. Tādā



veidā cilvēki var sniegt atgriezenisko saiti, un, iespējams, var arī piešķirt balvas atkarībā no gūtajiem panākumiem.

- **Sarunas ar esošām grupām**

Šī ir vēl viena iespēja, kā veicināt informētību un vienlaikus arī sniegt individualizētas konsultācijas īpašām mērķa grupām, piemēram, vietējās sabiedrības grupām, darba ņēmēju komitejām, studentu apvienībām.

- **Riteņbraukšanas vai kājāmiešanas kompanjoni**

Līdzīgi kā tas ar automašīnu koplietošanu, kājāmiešanas vai riteņbraukšanas kompanjona atrašana, kurš pievienojas ceļā ikdienas gaitās vai, iespējams, kādā brīvā laika izbraucienā, var palīdzēt dažādos paradumu maiņas aspektos, piem., sociālajā ziņā, drošības, pašpārliecības radīšanai, aprīkojuma koplietošanai. Atšķirībā no citām, vairāk ierobežotām darbībām kompanjoni var sniegt pastāvīgu atbalstu.

- **Aktuālās informācijas materiālu izsūtīšana**

Ja projektos izmanto papīra formāta informācijas materiālus, ir vērtīgi piedāvāt arī to elektroniskās versijas un aicināt cilvēkus apskatīt resursus tiešsaistē, lai viņiem būtu pastāvīgi pieejama aktuālā informācija. Tomēr var būt ieteicams arī izsūtīt atjauninātu pamatmateriālu paketi pa pastu, piemēram, jaunākos sabiedriskā transporta kustības sarakstus. Cilvēki šādus pasta sūtījumus var uzskatīt par papildu žestu, kas apliecina, ka viņi rūp, turklāt arī šādos sūtījumos ir lietderīgi aicināt cilvēkus aplūkot to pašu informāciju tiešsaistē.

- **Riteņu nomas shēma**

Ja nav sava riteņa, var būt noderīgi to aizdot, lai varētu izmēģināt riteņbraukšanu bez raizēm un izmaksām. Iespējams, vietējā apkaimē jau pastāv šādas shēmas; ja ne, tādu var ieviest *PTP* birojā uz vietas. Ir pieejamas arī lietotnes, kas palīdz pārvaldīt šādas shēmas, piemēram, [www.bikerentalmanager.com](http://www.bikerentalmanager.com).

Par šīs publikācijas saturu atbild vienīgi tās autori. Tajā ne vienmēr ir atspoguļots Eiropas Savienības viedoklis. Ne *EASME*, ne Eiropas Komisija neatbild par jebkādu šajā dokumentā ietvertās informācijas izmantojumu.