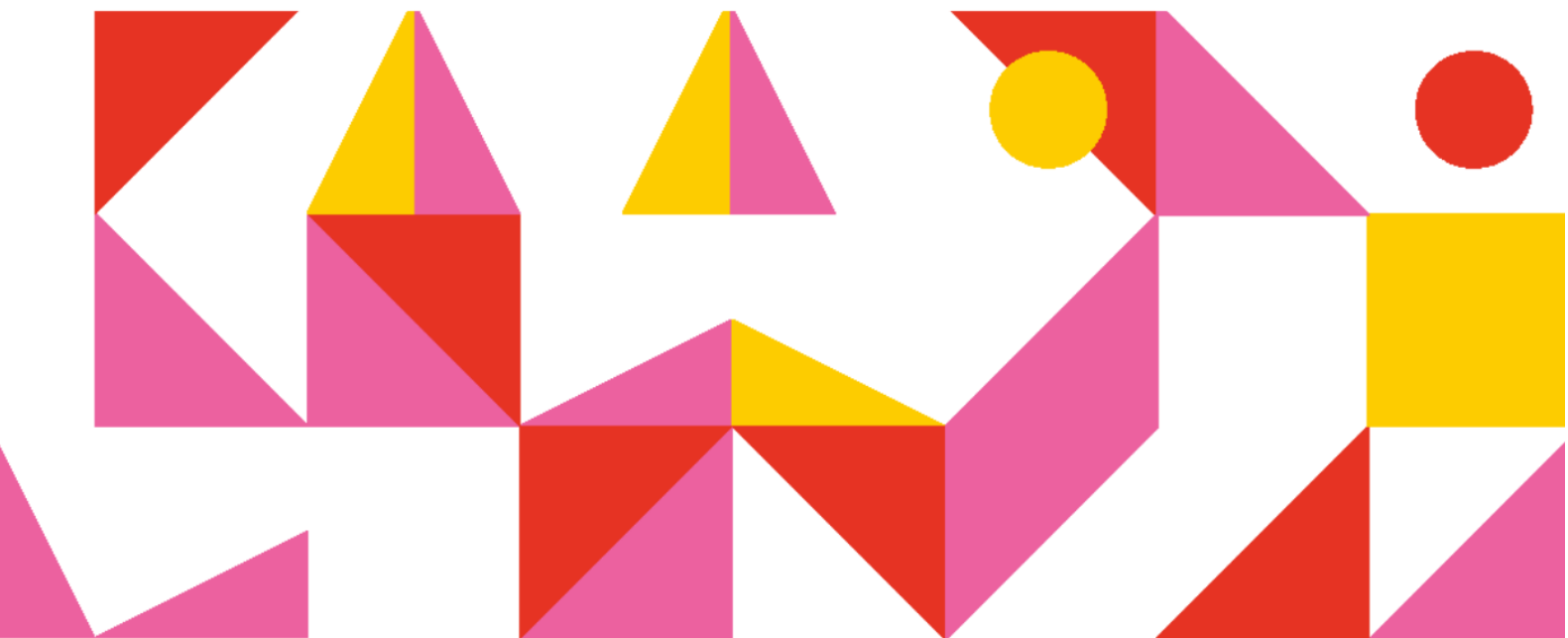
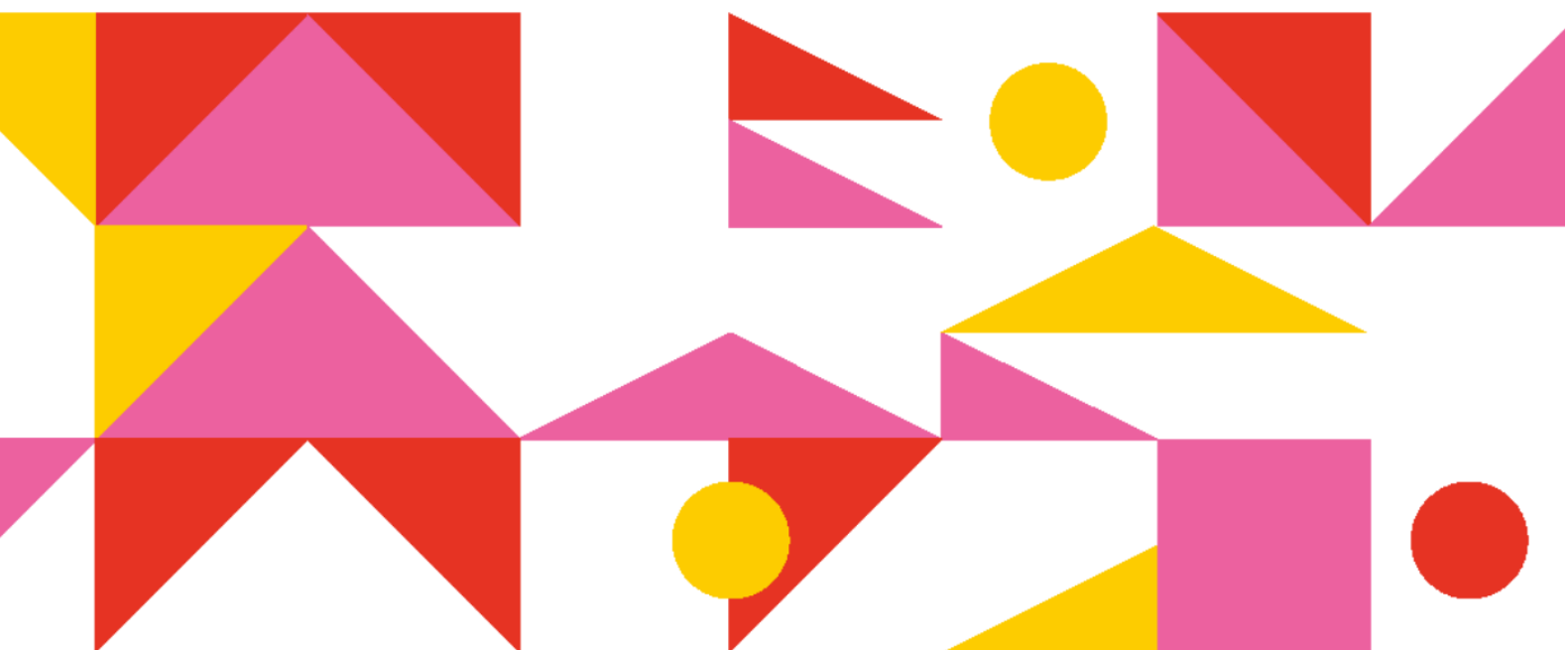




KIELCE DLA MŁODYCH

Polityka Młodzieżowa Miasta Kielce 2032

RAPORT Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH DOKUMENTU



1. Informacje o konsultacjach społecznych:

Konsultacje społeczne dotyczące **Strategii Młodzieżowej Miasta Kielce** prowadzone były w okresie **od 4 maja do 15 września 2026 roku**. Ich głównym celem było poznanie opinii młodych mieszkańców Kielc na temat zaproponowanych w Strategii kierunków i działań, zweryfikowanie ich zgodności z rzeczywistymi potrzebami młodzieży oraz zebranie uwag, propozycji zmian i dodatkowych rekomendacji, które mogły zostać uwzględnione w ostatecznej wersji dokumentu.

Proces konsultacyjny został zaplanowany w sposób umożliwiający udział młodym osobom o różnym poziomie zaangażowania i preferowanych sposobach komunikacji. Zastosowano zarówno bezpośrednie formy konsultacji w przestrzeni miejskiej, jak i narzędzia internetowe oraz media społecznościowe. Konsultacje zakończyło spotkanie w formule City Hall, podczas którego młodzi mieszkańcy mogli bezpośrednio dyskutować o poszczególnych obszarach Strategii, głosować nad zaproponowanymi kierunkami oraz przedstawiać własne wnioski i rekomendacje.



W ramach procesu wykorzystano cztery główne formy konsultacji:

- punkty informacyjno-konsultacyjne podczas miejskich wydarzeń,
- ankietę konsultacyjną na portalu Idea Kielce,
- konsultacje prowadzone za pośrednictwem mediów społecznościowych
- spotkanie City Hall z udziałem Prezydentki Miasta Kielce.

Poszczególne formy wzajemnie się uzupełniały, umożliwiając zarówno krótkie wyrażenie opinii, jak i przekazanie bardziej szczegółowych uwag czy udział w bezpośredniej dyskusji.

Istotnym założeniem całego procesu było zapewnienie możliwie szerokiego i dostępnego udziału młodych mieszkańców oraz stworzenie warunków, w których każda osoba mogła wyrazić swoją opinię - publicznie, online lub anonimowo. Zebrane podczas konsultacji głosy stanowią podstawę do podsumowania potrzeb i oczekiwań młodzieży oraz wprowadzenia niezbędnych zmian i uzupełnień przed przyjęciem ostatecznej wersji Strategii Młodzieżowej Miasta Kielce.

Konsultacje społeczne Strategii były realizowane w ramach projektu „Kielce dla Młodych – Partycypacyjne opracowanie polityki młodzieżowej Miasta Kielce” finansowanego ze środków Unii Europejskiej z Programu Erasmus+.

2. Szczegółowy opis przebiegu konsultacji społecznych:

a. punkty informacyjno-konsultacyjne

W okresie od konsultacji zorganizowano **11 mobilnych punktów informacyjno-konsultacyjnych**, które funkcjonowały podczas wydarzeń miejskich skierowanych do młodych mieszkańców lub w ramach specjalnie wydzielonych stref młodzieżowych.

Punkty konsultacyjne odbyły się w dniach:

- 11 maja – Juwenalia Kieleckie (Rynek),
- 15 maja – Targi Pracy (Galeria Korona),
- 20 maja – Targi Pracy (Uniwersytet Jana Kochanowskiego),
- 23 maja – Geofestiwal (Kadzielnia),

- 26-28 czerwca – Święto Kielc (Skwer Sendlerowej, Rynek),
- 9 lipca – Pałac Zielińskiego
- 7 sierpnia – Dzień Młodzieży (Rynek),
- 5 września – Festiwal Herlinga Grudzińskiego (Skwer Sendlerowej)
- 10 września – Salon Maturzystów (Uniwersytet Jana Kochanowskiego)

Ich celem było dotarcie z konsultacjami bezpośrednio do młodzieży - w miejscach, w których młodzi mieszkańcy spędzali czas i uczestniczyli w wydarzeniach. Podczas funkcjonowania punktów prowadzono bezpośrednie rozmowy dotyczące Strategii Młodzieżowej, przedstawiano jej główne założenia i proponowane kierunki działań oraz zbierano opinie, potrzeby i uwagi młodych osób. Uczestników zachęcano również do udziału w ankiecie konsultacyjnej dostępnej online. Taka forma pozwoliła wyjść z konsultacjami poza formalne przestrzenie i dotrzeć również do osób, które nie uczestniczyłyby w tradycyjnym spotkaniu konsultacyjnym.

b. Ankieta konsultacyjna online

Jednym z głównych narzędzi umożliwiających zebranie opinii młodych mieszkańców była ankieta internetowa prowadzona przez cały okres konsultacji. W całym okresie konsultacji ankietę wypełniło **529 osób**. Uczestnicy mogli za jej pośrednictwem odnieść się do proponowanych kierunków Strategii, ocenić poszczególne rozwiązania oraz przekazać własne uwagi i propozycje. Forma internetowa pozwoliła na udział w konsultacjach niezależnie od obecności podczas wydarzeń stacjonarnych oraz umożliwiła zebranie materiału pozwalającego na analizę opinii dotyczących poszczególnych obszarów Strategii.

c. Konsultacje w mediach społecznościowych

Równolegle z mobilnymi punktami konsultacyjnymi prowadzono działania konsultacyjne za pośrednictwem profilu Kielce dla Młodych w mediach społecznościowych. W relacjach publikowane były krótkie ankiety i pytania dotyczące kierunków Strategii, dzięki którym młodzi mogli w szybki i dostępny sposób wyrazić swoją opinię. Działania w mediach społecznościowych pełniły jednocześnie funkcję informacyjną - zwracały uwagę na trwający proces konsultacji i zachęcały do wypełnienia pełnej ankiety konsultacyjnej. Łącznie relacje zawierające ankiety konsultacyjne odnotowały około **7 000 wyświetleń**, a zamieszczone w nich miniankiety zebrały około **500 odpowiedzi**. Pozwoliło to na dodatkowe zwiększenie zasięgu procesu konsultacyjnego oraz zaangażowanie młodych osób korzystających na co dzień z mediów społecznościowych.

d. City Hall - finał konsultacji

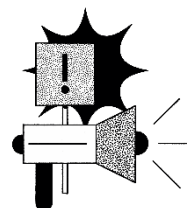
Finałowym elementem procesu było wydarzenie City Hall, które odbyło się w Sali sesyjnej w Urzędzie Miasta w Kielcach **14 września 2026 roku**. W spotkaniu uczestniczyło łącznie **125 osób**. City Hall zostało zorganizowane jako przestrzeń bezpośredniego dialogu młodych mieszkańców z władzami miasta, w tym z Prezydentką Miasta Kielce. Podczas wydarzenia kolejno przedstawiano i omawiano sześć głównych obszarów Strategii. Uczestnicy mogli komentować proponowane działania, wskazywać elementy wymagające uzupełnienia lub zmiany oraz przedstawiać własne propozycje. Każdy z omawianych obszarów poddawany był również głosowaniu, dzięki czemu możliwe było bezpośrednie sprawdzenie poziomu akceptacji proponowanych kierunków oraz wskazanie tych elementów, które wymagają dalszej pracy. Istotną częścią wydarzenia były wolne wnioski i otwarta dyskusja, podczas których każdy uczestnik mógł przedstawić swoją opinię. Jednocześnie zapewniono możliwość anonimowego zgłaszania uwag na przygotowanych kartach, które następnie umieszczano w skrzynkach pomysłów. Dzięki temu w procesie mogły uczestniczyć również osoby, które nie chciały lub nie czuły się komfortowo,



zabierając głos przed całą grupą. City Hall był również przestrzenią do rozmowy o staraniach Kielc o tytuł **Europejskiej Stolicy Młodzieży 2029**. Uczestnikom przybliżono, czym jest ten tytuł, na czym polega proces ubiegania się o niego oraz dlaczego udział młodych mieszkańców jest istotnym elementem przygotowania kandydatury Kielc. City Hall stanowiło tym samym podsumowanie kilkumiesięcznego procesu konsultacji Strategii, a jednocześnie przestrzeń do dalszej rozmowy o kierunkach rozwoju polityki młodzieżowej Kielc i zaangażowaniu młodych w przygotowanie kandydatury miasta do tytułu Europejskiej Stolicy Młodzieży 2029.

3. Analiza ankiet online:

W ankiecie wzięło udział 529 respondentów. Poniżej przedstawiono najważniejsze wyniki badania wraz z ich analizą, ze szczególnym uwzględnieniem tego, w jakim stopniu potwierdzają one trafność zaproponowanych celów i kierunków działań oraz jakie elementy wymagają dodatkowego zaakcentowania na etapie finalizacji i wdrażania dokumentu.



a. Jak młodzi oceniają pomysł stworzenia Strategii Młodzieżowej dla Kielc?

Odpowiedź	Liczba	Udział
5 – bardzo dobrze	253	47,8%
4 – dobrze	190	35,9%
3 – średnio	45	8,5%
2 – źle	10	1,9%
1 – bardzo źle	31	5,9%
Razem	529	100%

Średnia ocena wyniosła **4,18 w pięciostopniowej skali**. Zdecydowana większość respondentów oceniła ten element pozytywnie – **443 osoby (83,7%) przyznały ocenę 4 lub 5**. Oceny negatywne (1–2) stanowiły natomiast 7,8% odpowiedzi (41 osób).

b. Dokument dla młodych jest:

Odpowiedź	Liczba	Udział
Zrozumiały	361	68,2%
Raczej zrozumiały	143	27,1%
Zbyt skomplikowany	25	4,7%
Razem	529	100%

Zdecydowana większość respondentów (95,3%) oceniła dokument jako zrozumiały lub raczej zrozumiały. Jedynie 4,7% badanych uznało go za zbyt skomplikowany.

c. Które kierunki działań są najważniejsze?

Cel	Najczęściej wybierane kierunki	Co wynika z oceny narzędziownika	Ocena
Cel 1 – start i samodzielność młodych	START ZAWODOWY – 70,9%; SAMODZIELNOŚĆ – 36,5%; PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – 35,5%; WIZERUNEK – 17,2%	Narzędziownik odpowiada na potrzeby młodych. Najsilniej należy zaakcentować pierwszą pracę, zdobywanie doświadczenia, staże i kontakt z pracodawcami . Dodatkowe uwagi dotyczą samodzielności mieszkaniowej i atrakcyjności Kielc dla młodych.	● TRAFNY

Cel 2 – edukacja i rozwój	ROZWÓJ – 69,9%; DOŚWIADCZENIE – 43,1%; WSPARCIE – 26,7%; SPRAWCZOŚĆ – 21,4%	Kierunki są dobrze dobrane. Odpowiedzi otwarte wzmacniają przede wszystkim potrzebę praktycznej edukacji, zdobywania doświadczenia, poznawania zawodów i lepszego powiązania edukacji z rynkiem pracy.	● TRAFNY
Cel 3 – oferta miasta dla młodych	WYDARZENIA – 67,6%; MIEJSCA – 51,7%; INFORMACJA – 32,4%	Wszystkie trzy kierunki znajdują potwierdzenie w odpowiedziach otwartych: więcej wydarzeń, więcej przestrzeni dla młodych i skuteczniejsza informacja. Konkretnym postulatem jest jedno źródło/kalendarz informacji o wydarzeniach.	● TRAFNY
Cel 4 – zaangażowanie i partycypacja	PARTYCYPACJA – 63,3%; WOLONTARIAT – 40,6%; NGO – 36,5%	Narzędziownik jest zgodny z potrzebami, ale odpowiedzi mocno podkreślają, że partycypacja powinna oznaczać realny wpływ młodych na decyzje , a nie tylko udział w działaniach. W wolontariacie ważna jest również dostępność i informacja.	● TRAFNY
Cel 5 – transport i mobilność	DOSTĘPNOŚĆ – 63,5%; DIAGNOZA – 50,7%; MOBILNOŚĆ – 39,9%	Kierunki są trafne, ale pojawia się dużo konkretnych problemów: częstotliwość kursów, przebieg linii, dostępność połączeń, jakość taboru, połączenia kolejowe i infrastruktura rowerowa. Szczególnie ważne jest więc przełożenie diagnozy na konkretne rozwiązania.	● TRAFNY
Cel 6 – profilaktyka, wsparcie i bezpieczeństwo	WSPARCIE – 55,8%; PROFILAKTYKA – 50,9%; BEZPIECZEŃSTWO – 45,6%	Wszystkie trzy obszary są ważne, ale odpowiedzi otwarte bardzo wyraźnie wzmacniają wsparcie psychologiczne : liczba specjalistów, bezpłatność, kolejki, dostępność i jakość pomocy. W bezpieczeństwie pojawia się również problem przemocy w szkołach.	● TRAFNY

d. Czego brakuje w Strategii?

W odpowiedzi na pytanie o elementy, których brakuje w Strategii, znaczna część respondentów nie wskazała żadnych dodatkowych obszarów, uznając jej zakres za kompletny lub wystarczający. Wśród konkretnych propozycji najczęściej pojawiały się kwestie związane z dostępem młodych osób do rynku pracy i zdobywaniem doświadczenia zawodowego, wsparciem psychologicznym i zdrowiem psychicznym, skuteczniejszym informowaniem o dostępnych możliwościach oraz zwiększaniem realnego udziału młodych osób w życiu miasta. Są to jednak przede wszystkim zagadnienia już obecne w poszczególnych celach Strategii, co wskazuje raczej na potrzebę ich odpowiedniego zaakcentowania niż tworzenia nowych obszarów strategicznych. Jednocześnie w części odpowiedzi pojawiło się oczekiwanie większej konkretyzacji Strategii na etapie wdrażania – poprzez przełożenie jej założeń na konkretne działania, terminy i konsekwentną realizację.

e. W jaki sposób młodzi chcą włączyć się w proces Europejskiej Stolicy Młodzieży 2029?

Forma zaangażowania	Liczba osób	% respondentów
Udział w konsultacjach i spotkaniach	180	34,0%
Zgłaszanie pomysłów na działania i wydarzenia	154	29,1%
Nie chcę się angażować	146	27,6%
Obserwowanie i komentowanie działań online	142	26,8%
Udział w warsztatach współtworzących program	137	25,9%

Współtworzenie komunikacji i promocji projektu	127	24,0%
Udział w działaniach szkolnych/uczelnianych dotyczących ESM 2029	118	22,3%
Wolontariat przy wydarzeniach związanych z kandydaturą	111	21,0%

Wyniki wskazują na **wysoką gotowość młodych osób do włączenia się w proces kandydowania Kielc do tytułu Europejskiej Stolicy Młodzieży 2029 – blisko 3/4 respondentów (72,4%) zadeklarowało zainteresowanie co najmniej jedną z proponowanych form zaangażowania**. Brak zainteresowania udziałem w procesie wskazało 146 osób (27,6%).

Wśród konkretnych form zaangażowania największym zainteresowaniem cieszy się udział w konsultacjach i spotkaniach (180 osób; 34,0%) oraz możliwość zgłaszania własnych pomysłów na działania i wydarzenia (154 osoby; 29,1%). Respondenci wskazywali również obserwowanie i komentowanie działań online (142 osoby; 26,8%), udział w warsztatach współtworzących program (137 osób; 25,9%), współtworzenie komunikacji i promocji (127 osób; 24,0%), działania realizowane w szkołach i na uczelniach (118 osób; 22,3%) oraz wolontariat przy wydarzeniach (111 osób; 21,0%).

Wyniki pokazują zatem **znaczący potencjał do aktywnego włączenia młodych osób w proces kandydowania Kielc do tytułu Europejskiej Stolicy Młodzieży 2029**, przy czym szczególnie atrakcyjne są formy dające możliwość bezpośredniego udziału w procesie oraz zgłaszania własnych pomysłów. Ze względu na możliwość wyboru kilku odpowiedzi wartości procentowe nie sumują się do 100%.

f. Zaangażowanie młodych w Europejską Stolicę Młodzieży 2029



W odpowiedziach na pytanie o pomysły na wspólne działania w 2029 r. najczęściej pojawiały się propozycje związane z organizacją wydarzeń skierowanych do młodych – przede wszystkim koncertów, festiwali, wydarzeń sportowych, artystycznych i integracyjnych. Drugą wyraźną grupę stanowiły pomysły dotyczące tworzenia i rozwijania miejsc spotkań oraz przestrzeni aktywności młodzieży. Respondenci wskazywali również na potrzebę wykorzystania 2029 r. do rozwijania możliwości zawodowych młodych osób, w tym miejsc pracy, staży, kursów i współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami. Wśród pozostałych propozycji znalazły się działania dotyczące transportu i mobilności, sportu, zdrowia psychicznego, mieszkalnictwa, wolontariatu, działań międzynarodowych oraz promocji i informacji. Odpowiedzi pokazują, że młodzi postrzegają 2029 r. nie tylko jako okazję do organizacji dużych wydarzeń, ale również jako możliwość wprowadzenia konkretnych

i trwałych zmian poprawiających warunki życia młodych osób w Kielcach.

g. Podsumowanie

Najliczniejszą grupę stanowili respondenci w wieku 16–19 lat – 340 osób (64,3%). Osoby w wieku 13–15 lat stanowiły 10,0% badanych (53 osoby), a osoby w wieku 20–24 lata – 9,8% (52 osoby). Najmniej liczną grupę stanowiły osoby w wieku 25–30 lat – 26 respondentów (4,9%). W badaniu uczestniczyło również 58 osób powyżej 30. roku życia pracujących z młodzieżą, które stanowiły 11,0% wszystkich respondentów. Struktura wieku respondentów wskazuje na dominujący udział młodzieży w wieku szkół ponadpodstawowych, dlatego wyniki konsultacji w największym stopniu odzwierciedlają perspektywę tej grupy wiekowej.

Nieco ponad połowę respondentów stanowiły osoby mieszkające w Kielcach – 272 osoby (51,4%). Pozostałe 257 osób (48,6%) mieszka poza miastem, ale pozostaje z nim związane: 126 respondentów (23,8%) uczy się lub studiuje w Kielcach, natomiast 131 osób (24,8%) korzysta z oferty miasta. Struktura

respondentów pozwala zatem uwzględnić zarówno perspektywę mieszkańców Kielc, jak i osób, które regularnie korzystają z miasta, mimo że w nim nie mieszkają.

4. Wnioski z mobilnych punktów informacyjno-konsultacyjnych

Bezpośrednie rozmowy prowadzone z młodymi mieszkańcami podczas mobilnych punktów konsultacyjnych pokazały przede wszystkim, że **kierunki zaproponowane w Strategii są zgodne z tematami, które młodzi uznają za istotne i wymagające dalszych działań ze strony Miasta**. W rozmowach widoczne było poparcie dla samej idei stworzenia dokumentu porządkującego politykę młodzieżową Kielc oraz dla zaproponowanych obszarów działań.

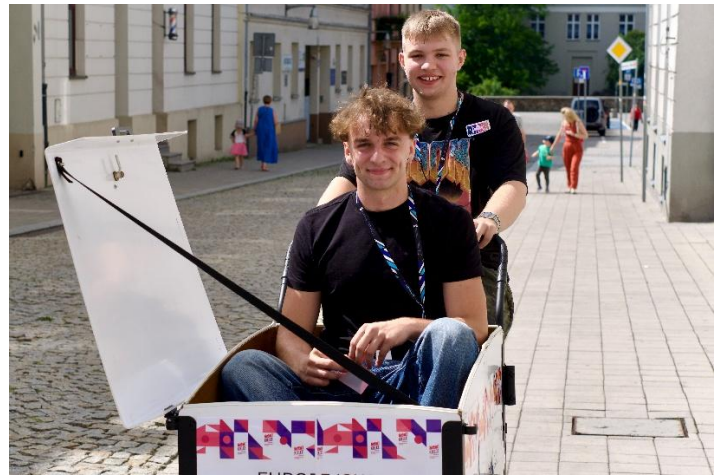
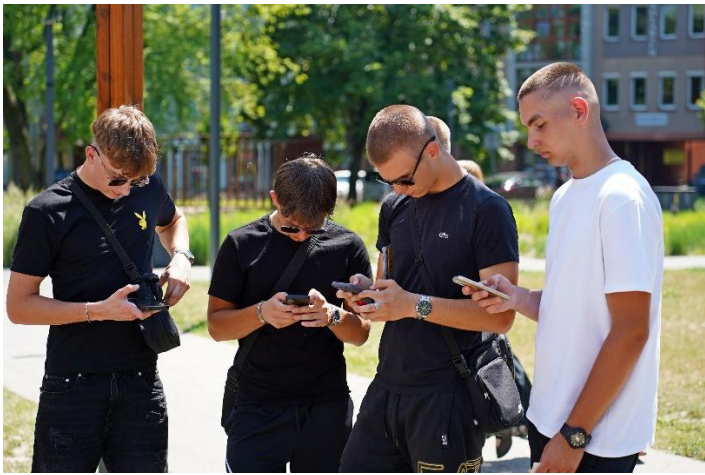
Jednocześnie jednym z najmocniej wybrzmiewających wniosków była potrzeba przejścia od ogólnych deklaracji do możliwie konkretnych rozwiązań. Młodzi zwracali uwagę, że Strategia powinna nie tylko wskazywać kierunek zmian, ale również prowadzić do działań, których efekty będą dla nich rzeczywiście widoczne i odczuwalne. Istotne jest więc, aby za zapisami dokumentu szły konkretne programy, projekty i mechanizmy ich realizacji.

W rozmowach szczególnie widoczne były następujące oczekiwania:

- **przełożenie kierunków Strategii na działania** – młodzi oczekują, aby wskazanym celom i kierunkom towarzyszyło określenie sposobu ich dalszego wdrażania oraz przykładowych działań i narzędzi, dzięki którym możliwe będzie osiągnięcie zakładanych rezultatów;
- **realna realizacja zapowiadanych działań** - ważne jest, aby Strategia była dokumentem wdrażanym w praktyce, a jej efekty były widoczne w codziennym życiu młodych mieszkańców;
- **możliwość sprawdzania postępów** - młodzi powinni mieć dostęp do informacji o tym, które działania zostały rozpoczęte, zrealizowane lub znajdują się w przygotowaniu;
- **utrzymanie dialogu również po zakończeniu konsultacji** - udział młodzieży nie powinien kończyć się wraz z przyjęciem Strategii; młodzi chcą mieć możliwość dalszego zgłaszania uwag i uczestniczenia w ocenie jej wdrażania;
- **widoczne efekty konsultacji** - ważna jest informacja zwrotna pokazująca, które propozycje młodzieży zostały uwzględnione, a w przypadku nieuwzględnienia konkretnych postulatów - z czego wynikała taka decyzja;
- **działania dostępne dla różnych grup młodzieży** - rozwiązania powinny być kierowane nie tylko do najbardziej aktywnych osób, ale również do młodych, którzy na co dzień nie uczestniczą w działalności organizacji, rad czy inicjatyw miejskich;
- **prosta i skuteczna komunikacja** - nawet dobre programy nie będą wykorzystywane, jeżeli młodzi nie będą wiedzieli o ich istnieniu; informacje o możliwościach, wydarzeniach, wsparciu czy konsultacjach powinny docierać do nich kanałami, z których faktycznie korzystają;
- **ciągłość działań** - młodzi oczekują rozwiązań długofalowych, a nie wyłącznie pojedynczych wydarzeń i jednorazowych inicjatyw;

Ogólny obraz wynikający z rozmów prowadzonych w punktach konsultacyjnych można określić jako pozytywny wobec kierunku Strategii, ale jednocześnie wymagający wobec sposobu jej późniejszej realizacji. Młodzi nie kwestionowali potrzeby działań w zaproponowanych obszarach - przeciwnie, wskazywali, że zmiany dotyczące m.in. edukacji, rynku pracy, spędzania wolnego czasu, wpływu na decyzje miasta, transportu, zdrowia psychicznego i bezpieczeństwa są potrzebne. Najważniejszym wnioskiem z tej części konsultacji jest zatem potrzeba, aby Strategia była początkiem konkretnych działań, a nie zakończeniem procesu rozmowy z młodzieżą. Młodzi oczekują mierzalnych efektów, jasnych zobowiązań, informacji o postępach oraz możliwości dalszego wpływania na sposób realizacji Strategii.





5. Wnioski z konsultacji w mediach społecznościowych

W ramach konsultacji projektu Strategii Młodzieżowej Miasta Kielce przeprowadzono serię krótkich ankiet w mediach społecznościowych – profil na IG i FB @kielcedlamlodych. Pytania odnosiły się do poszczególnych obszarów Strategii i pozwoliły sprawdzić, które z proponowanych kierunków działań są szczególnie istotne dla młodych oraz jakie elementy wymagają dalszego doprecyzowania. Wyniki ankiet w dużej mierze potwierdzają kierunki działań przyjęte w projekcie Strategii, jednocześnie wskazując, na które rozwiązania młodzi kładą największy nacisk:

- **Rynek pracy i samodzielność życiowa** - szczególnie wyraźna jest potrzeba tworzenia młodym możliwości zdobywania realnego doświadczenia zawodowego. 94% respondentów uznało konkretne oferty pracy i staży za bardziej przekonujące niż historie sukcesu, 68% wskazało krótkie doświadczenia w firmach jako lepsze przygotowanie do pierwszej pracy, a 84% uznało zdobycie doświadczenia zawodowego za najważniejsze na starcie w dorosłość. Jednocześnie 94% wskazało dobrą pracę jako czynnik, który może zatrzymać młodych w Kielcach. Wyniki potwierdzają więc znaczenie przewidzianych w Strategii praktyk, staży, współpracy z pracodawcami i działań wspierających wejście młodych na rynek pracy. W obszarze usamodzielniania się aż 97% respondentów wskazało potrzebę większej liczby mieszkań dla młodych, co wzmacnia znaczenie zawartych w Strategii działań dotyczących dostępności mieszkalnictwa.
- **Edukacja i rozwój młodych** - odpowiedzi pokazują oczekiwanie edukacji bardziej praktycznej i powiązanej z rzeczywistymi doświadczeniami. 43% wskazało praktyczne umiejętności zawodowe oraz kompetencje społeczne jako obszary, które szkoły powinny rozwijać najmocniej. 53% za najlepszy sposób łączenia edukacji z praktyką uznało praktyki i staże, natomiast w edukacji pozaformalnej największym zainteresowaniem cieszyły się projekty (50%) i warsztaty (31%). Wyniki potwierdzają zasadność zapisanych w Strategii działań dotyczących edukacji pozaformalnej, rozwoju kompetencji, współpracy z pracodawcami i nauki poprzez praktyczne doświadczenie.
- **Aktywność społeczna i obywatelska** - młodzi oczekują przede wszystkim realnego i dostępnego wpływu na decyzje miasta. 43% respondentów wskazało głosowania i konsultacje online, a kolejne 43% możliwość zgłaszania własnych pomysłów przez cały rok jako preferowane sposoby uczestnictwa w podejmowaniu decyzji. Dla 56% możliwość realnego wpływu byłaby najważniejszą zachętą do większego zaangażowania w życie miasta. Wyniki potwierdzają kierunek Strategii zakładający rozwój partycypacji młodzieży, ale jednocześnie wskazują na potrzebę zapewnienia stałych, prostych i dostępnych przez cały rok mechanizmów zgłaszania pomysłów i opinii.
- **Wsparcie inicjatyw i wolontariatu** - młodzi wskazują, że wsparcie nie powinno ograniczać się do finansowania. Najczęściej wybierano promocję inicjatyw młodych (44%) oraz bezpłatne przestrzenie do działania (31%), następnie szkolenia i mentoring (19%), a dopiero później małe granty (6%). W przypadku wolontariatu największe znaczenie miały możliwość zdobycia certyfikatu i doświadczenia do CV oraz poznawanie nowych osób - po 29%. Wyniki potwierdzają potrzebę rozwijania przewidzianego w Strategii systemowego wsparcia młodzieżowych inicjatyw i wolontariatu, ze szczególnym uwzględnieniem promocji, przestrzeni, rozwoju kompetencji i dokumentowania zdobywanego doświadczenia.
- **Mobilność i przestrzeń miejska** - jako największy priorytet wskazano transport publiczny (47%), a wśród najczęstszych sposobów poruszania się po Kielcach autobus i ruch pieszy uzyskały po 39%. Jednocześnie 71% respondentów wskazało centrum miasta, w tym Rynek, jako przestrzeń wymagającą największych zmian. Wyniki potwierdzają znaczenie działań Strategii dotyczących dostępnego transportu i przyjaznej przestrzeni miejskiej, a jednocześnie wskazują centrum Kielc jako obszar wymagający szczególnej uwagi na etapie wdrażania dokumentu.
- **Zdrowie psychiczne, dobrostan i bezpieczeństwo** - bardzo silnie zaznaczyła się potrzeba dostępnego wsparcia psychologicznego. 81% respondentów wskazało psychologa jako najbardziej potrzebną formę pomocy, a 50% zdrowie psychiczne jako najważniejszy obszar działań profilaktycznych. Jednocześnie 53% uznało relacje za czynnik najbardziej wpływający na dobrostan

młodych, a 27% wskazało presję związaną z przyszłością. Preferowane miejsca dostępu do wsparcia to miejskie punkty (40%), szkoły i uczelnie (33%) oraz rozwiązania online (27%). Wyniki potwierdzają zasadność ujęcia w Strategii zarówno profesjonalnego wsparcia, jak i profilaktyki oraz działań rozwijających kompetencje społeczne i emocjonalne.

Wyniki mini-ankiet wskazują więc przede wszystkim na dużą zgodność potrzeb deklarowanych przez młodych z kierunkami przyjętymi w projekcie Strategii. Jednocześnie pozwalają określić priorytety w ramach już zaplanowanych działań: praktyczne doświadczenie zawodowe, dostępność mieszkań, praktyczny wymiar edukacji, stałe mechanizmy wpływu na decyzje miasta, przestrzenie i promocję inicjatyw młodzieżowych, transport publiczny oraz łatwo dostępne wsparcie psychologiczne. Zebrane odpowiedzi powinny być wykorzystane nie tylko przy finalizacji dokumentu, ale również przy późniejszym ustalaniu kolejności i sposobu wdrażania poszczególnych działań Strategii.

6. Wnioski ze spotkania w formule City Hall

Spotkanie w formule **City Hall** stanowiło jeden z kluczowych etapów konsultacji. Jego celem było poddanie przygotowanych założeń Strategii bezpośredniej ocenie młodych mieszkańców oraz stworzenie przestrzeni do zgłaszania uwag, propozycji zmian i dodatkowych potrzeb, które powinny zostać uwzględnione w dokumencie.

Spotkanie zostało zorganizowane w formule nawiązującej do obrad Rady Miasta. Uczestnicy kolejno omawiali sześć obszarów tematycznych odpowiadających celom Strategii, odnosząc się zarówno do zaproponowanych kierunków działań, jak i do własnych doświadczeń związanych z życiem, nauką, pracą i funkcjonowaniem w Kielcach.



Konsultacje miały charakter aktywny. Po przedstawieniu każdego obszaru uczestnicy mogli zabierać głos w dyskusji, wskazywać elementy wymagające uzupełnienia lub zmiany oraz oceniać przedstawione propozycje poprzez głosowanie. Równolegle zapewniono możliwość przekazania opinii w formie pisemnej - osoby, które nie chciały wypowiadać się publicznie lub chciały zgłosić dodatkową uwagę, mogły pozostawić swoje propozycje w przygotowanych skrzynkach pomysłów.





a. Wnioski z dyskusji i głosowań podczas City Hall

Dyskusja i głosowania przeprowadzone podczas City Hall potwierdziły **ogólną akceptację sześciu celów i kierunków przyjętych w projekcie Strategii**. Zgłaszane uwagi dotyczyły przede wszystkim potrzeby doprecyzowania wybranych działań oraz wskazania bardziej konkretnych sposobów ich realizacji. W końcowym głosowaniu dokument został w zdecydowanej większości zaopiniowany pozytywnie, 23 osoby wskazały potrzebę uzupełnienia a 1 osoba odrzuciła dokument.

1. Dobry start w dorosłość

Wnioski do Strategii:

- utrzymanie silnego nacisku na staże, praktyki i zdobywanie pierwszego doświadczenia zawodowego;
- zwiększenie dostępności informacji o ofertach pracy, staży i możliwościach rozwoju zawodowego w Kielcach;
- rozwijanie bezpośrednich form kontaktu młodych z lokalnymi pracodawcami, np. spotkań, wizyt w firmach czy formuły speed datingu zawodowego;
- doprecyzowanie sposobów współpracy Miasta, szkół, uczelni i lokalnych przedsiębiorców;
- utrzymanie mieszkalnictwa jako jednego z kluczowych elementów usamodzielniania młodych;
- dalsze rozwijanie preferencyjnych możliwości najmu dla młodych;
- przeanalizowanie możliwości szerszego wykorzystania zasobu komunalnego na potrzeby młodych mieszkańców, absolwentów kieleckich uczelni oraz osób podejmujących pracę w Kielcach;

- większa konkretność informacji dotyczących warunków korzystania z planowanych instrumentów mieszkaniowych.

2. Edukacja, która przygotowuje do życia

Wnioski do Strategii:

- mocniejsze zaakcentowanie nauki poprzez praktykę, projekty i doświadczenie;
- rozwijanie edukacji pozaformalnej, w tym szkół leaderskich, warsztatów, ideathonów i innych praktycznych form rozwoju;
- dalszy rozwój i unowocześnianie doradztwa zawodowego w szkołach;
- dostosowywanie doradztwa zawodowego do specyfiki poszczególnych szkół i kierunków kształcenia;
- rozwijanie współpracy z CKZ i innymi podmiotami zapewniającymi praktyczne przygotowanie zawodowe;
- kontynuowanie i - w miarę możliwości - zwiększanie dostępności programów takich jak Akademia Młodych Liderów;
- większe uwzględnienie edukacji dla bezpieczeństwa i przygotowania do sytuacji kryzysowych;
- rozważenie wprowadzenia praktycznych elementów dotyczących obrony cywilnej, zasad zachowania w sytuacji zagrożenia oraz informacji o miejscach schronienia;
- działania edukacyjne dotyczące bezpieczeństwa powinny mieć charakter praktyczny, a nie wyłącznie teoretyczny.

3. Kielce po godzinach

Wnioski do Strategii:

- zwiększanie liczby wydarzeń tworzonych dla młodych i wspólnie z młodymi;
- uwzględnianie bardziej zróżnicowanej oferty, w tym koncertów, wydarzeń sportowych, open mic'ów i wydarzeń e-sportowych;
- rozwijanie przestrzeni umożliwiających młodym prezentowanie własnej twórczości i realizowanie własnych inicjatyw;
- zapewnienie młodym większych i dostępnych przestrzeni do spotkań i działania;
- analizowanie możliwości wydłużania godzin funkcjonowania przestrzeni młodzieżowych;
- stworzenie bardziej spójnego systemu informowania młodzieży o wydarzeniach, projektach, możliwościach rozwoju i konsultacjach;
- wykorzystanie szkół i uczelni jako stałego kanału przekazywania informacji o miejskiej ofercie dla młodych;
- łączenie komunikacji w social mediach z informacją analogową w szkołach i przestrzeni miejskiej;
- wzmocnienie promocji kanału Kielce dla Młodych jako miejsca zbierającego informacje istotne dla młodzieży;
- rozwijanie współpracy miejskich i regionalnych instytucji kultury z młodzieżą;
- mocniejsze włączanie młodych w programowanie wydarzeń kulturalnych;
- zwiększenie promocji najważniejszych wydarzeń młodzieżowych również poza Kielcami, w tym na poziomie ogólnopolskim.



4. Młodzi mają głos. Ale czy mają wpływ?

Wnioski do Strategii:

- większy nacisk na realny wpływ młodych na decyzje, a nie wyłącznie możliwość udziału w konsultacjach;

- zapewnienie informacji zwrotnej po konsultacjach - młodzi powinni wiedzieć, co stało się z ich propozycjami;
- zwiększanie świadomości młodych na temat istniejących możliwości udziału w podejmowaniu decyzji;
- wzmacnianie kompetencji samorządów uczniowskich;
- rozwijanie stałej współpracy pomiędzy Młodzieżową Radą Miasta a samorządami uczniowskimi;
- wykorzystanie szkół jako łącznika pomiędzy Miastem a młodymi mieszkańcami;
- wykorzystanie szkolnych mediów i kanałów komunikacyjnych do informowania o możliwościach zaangażowania;
- szersze docieranie również do młodych, którzy dotychczas nie angażują się społecznie;
- rozwijanie edukacji obywatelskiej opartej na praktycznym uczestnictwie;
- poszerzanie możliwości wolontariatu poprzez współpracę nie tylko z Miastem i NGO, ale również innymi instytucjami i podmiotami.

5. Miasto, po którym łatwo się poruszać

Wnioski do Strategii:

- mocniejsze uwzględnienie problemu wykluczenia komunikacyjnego młodych mieszkających poza granicami Kielc;
- rozwijanie współpracy z gminami ościennymi w zakresie transportu;
- zwrócenie szczególnej uwagi na możliwość powrotu młodych z Kielc w godzinach popołudniowych i wieczornych;
- zwiększanie częstotliwości i dostępności połączeń tam, gdzie jest to możliwe;
- lepsza integracja komunikacji miejskiej z transportem kolejowym i podmiejskim;
- dalsze rozwijanie koncepcji zintegrowanego systemu biletowego;
- analizowanie lokalizacji nowych przystanków w odniesieniu do rzeczywistych potoków pasażerskich;
- rozwój infrastruktury umożliwiającej wygodne przesiadanie się między różnymi środkami transportu;
- uwzględnienie znaczenia parkingów przy stacjach i węzłach przesiadkowych;
- traktowanie transportu jako elementu wpływającego nie tylko na mobilność, ale również na dostęp młodych do edukacji, wydarzeń, rozwoju i oferty miasta.



6. Miasto, w którym czuję się dobrze i bezpiecznie

Ten obszar uzyskał najwięcej głosów wskazujących potrzebę uzupełnienia, dlatego powinien zostać szczególnie przeanalizowany przed przygotowaniem ostatecznej wersji dokumentu.

Wnioski do Strategii:

- zwiększenie szczegółowości zapisów dotyczących bezpieczeństwa młodych;
- wyraźniejsze uwzględnienie edukacji dla bezpieczeństwa i obrony cywilnej;
- uwzględnienie praktycznego przygotowania młodych do reagowania w sytuacjach kryzysowych;
- zwiększanie wiedzy młodych o dostępnych miejscach schronienia i zasadach postępowania w sytuacji zagrożenia;
- prowadzenie praktycznych, angażujących szkoleń zamiast działań opartych głównie na przekazywaniu informacji;
- większe uwzględnienie bezpieczeństwa drogowego w otoczeniu szkół i miejsc uczęszczanych przez młodzież;
- poprawa oznakowania przejść dla pieszych i stref szkolnych oraz identyfikowanie miejsc wymagających interwencji;

- dalsze rozwijanie działań dotyczących zdrowia psychicznego;
- doprecyzowanie, gdzie, w jakiej formie i przez kogo młodzi będą mogli uzyskać wsparcie psychologiczne;
- rozwijanie praktycznych zajęć dotyczących stresu, emocji i radzenia sobie w trudnych sytuacjach;
- uwzględnianie bezpieczeństwa młodych również przy organizacji miejskich wydarzeń.

b. Wnioski i propozycje ze skrzynek pomysłów

Analiza propozycji zgłoszonych w skrzynkach pomysłów została przeprowadzona w odniesieniu do działań już ujętych w projekcie Strategii. Część zgłoszeń potwierdza przyjęte kierunki, natomiast poniżej wskazano przede wszystkim te elementy, które mogą stanowić uzupełnienie, doprecyzowanie lub rozwinięcie obecnych zapisów.

- Wprowadzenie stałego internetowego mechanizmu zbierania opinii młodych na temat bieżących działań i zmian w mieście - jako rozwinięcie istniejących mechanizmów partycypacji i możliwość konsultowania spraw również poza formalnymi procesami konsultacyjnymi.
- Realizowanie większej liczby praktycznych warsztatów i szkoleń bezpośrednio w szkołach, a nie wyłącznie w zewnętrznych przestrzeniach. Strategia zakłada rozwój praktycznej edukacji formalnej i pozaformalnej, natomiast uwaga doprecyzowuje oczekiwane miejsce realizacji części działań.
- Rozszerzenie edukacji obywatelskiej o praktyczną edukację polityczną, służącą rozumieniu procesów demokratycznych, funkcjonowania samorządu i instytucji publicznych oraz świadomego uczestnictwa w życiu publicznym.
- Wprowadzenie działań przeciwdziałających stereotypowemu postrzeganiu młodych przez dorosłych i pracowników instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem partnerskiego traktowania młodych jako pełnoprawnych uczestników życia miasta. Jest to spójne z podstawowym założeniem Strategii, zgodnie z którym młodzi są pełnoprawnymi mieszkańcami Kielc, ale może wymagać przełożenia tej zasady na konkretne działania.
- Mocniejsze uwzględnienie sztuki i twórczości młodzieżowej, w tym współczesnych i alternatywnych form aktywności takich jak sztuka uliczna, graffiti czy e-sport. Nie chodzi więc o dodanie kultury jako nowego obszaru, ponieważ oferta kulturalna i przestrzenie aktywności już znajdują się w Strategii, lecz o poszerzenie katalogu form odpowiadających zainteresowaniom młodych.
- Większe wykorzystanie bibliotek jako miejsc aktywności młodzieżowej - o spotkań, warsztatów, wydarzeń i realizacji inicjatyw młodych. Może to stanowić doprecyzowanie katalogu przestrzeni dostępnych dla młodzieży.
- Rozszerzenie zapisów dotyczących bezpieczeństwa o praktyczne przygotowanie do sytuacji kryzysowych, w tym wojny, klęsk żywiołowych i innych zagrożeń, podstawy samoobrony oraz praktyczne spotkania ze służbami i wojskiem. Obecna Strategia obejmuje bezpieczeństwo w przestrzeni publicznej i szkolnej oraz działania profilaktyczne i edukacyjne, ale zgłoszenia wskazują na potrzebę wyraźniejszego uwzględnienia obrony cywilnej i reagowania kryzysowego.
- Wskazanie poprawy oświetlenia konkretnych, newralgicznych miejsc w centrum miasta jako jednego z praktycznych narzędzi zwiększania bezpieczeństwa młodych. Nie jest to nowy kierunek strategiczny, lecz konkretna propozycja realizacji istniejącego celu dotyczącego bezpieczeństwa w przestrzeni publicznej.
- Bardzo mocne zaakcentowanie współpracy z gminami ościennymi w zakresie transportu, szczególnie z perspektywy młodych korzystających z Kielc w związku z edukacją, pracą i czasem



wolnym. Strategia jest już powiązana z ponadlokalnymi działaniami dotyczącymi poprawy dostępności transportowej, dlatego uważa przede wszystkim wzmacnia znaczenie tego kierunku.

- Rozszerzenie dostępności zakupu i obsługi biletów okresowych, w tym zwiększenie liczby miejsc, w których można je opłacić.
- Rozwój Kieleckiej Karty Miejskiej w kierunku pełnej obsługi cyfrowej, umożliwiającej korzystanie z niej bez konieczności posiadania fizycznej karty.
- Przy jednoczesnej cyfryzacji usług zachowanie tradycyjnych możliwości zakupu biletów, w tym płatności gotówką w biletomatach, tak aby rozwój usług cyfrowych nie powodował nowych barier dostępności.
- Szersze uwzględnienie infrastruktury umożliwiającej łączenie różnych form transportu, w tym bezpiecznych miejsc parkingowych przy punktach przesiadkowych.

Natomiast takie zgłoszenia jak darmowa pomoc psychologiczna, rozwój kompetencji młodych, szkolenie nauczycieli czy rozwijanie oferty kulturalnej potraktowałabym w raporcie jako potwierdzenie zasadności istniejących zapisów Strategii, a nie jako nowe rekomendacje. Strategia już przewiduje system wsparcia psychologicznego, rozwój konkretnych kompetencji oraz działania kierowane również do nauczycieli.

7. Wnioski przekrojowe do całej Strategii

Najważniejszym wnioskiem z City Hall nie jest potrzeba tworzenia nowych obszarów Strategii, lecz doprecyzowanie części już przyjętych kierunków i mocniejsze wskazanie sposobów ich realizacji. Uczestnicy w końcowej dyskusji bezpośrednio zwracali uwagę na potrzebę większej liczby konkretów, szczególnie w zakresie bezpieczeństwa, komunikacji, współpracy ze szkołami i przepływu informacji.

Do najważniejszych przekrojowych rekomendacji należą:

- zwiększenie konkretności zapisów - wskazywanie nie tylko kierunków, ale również możliwych mechanizmów ich realizacji;
- doprecyzowanie obszaru bezpieczeństwa, obrony cywilnej i reagowania kryzysowego;
- wzmocnienie przepływu informacji Miasto - MRM - szkoły - uczniowie i studenci;
- stworzenie skuteczniejszego systemu informowania o możliwościach dostępnych dla młodych;
- większe wykorzystanie szkół i samorządów uczniowskich jako partnerów we wdrażaniu Strategii;
- zapewnienie młodym informacji zwrotnej o efektach konsultacji i zgłaszanych pomysłów;
- docieranie nie tylko do młodzieży już aktywnej, ale również do osób dotychczas niezaangażowanych;
- utrzymanie praktycznego charakteru działań - więcej doświadczenia, projektów, spotkań, szkoleń i możliwości samodzielnego działania;
- przy wdrażaniu Strategii określanie możliwie jasno kto odpowiada za dane działanie, do kogo jest ono skierowane i w jaki sposób młodzi mogą z niego skorzystać;
- stworzenie czytelnego mechanizmu monitorowania realizacji Strategii i komunikowania młodym postępów jej wdrażania.



Konsultacje społeczne potwierdziły wysoką akceptację dla kierunku Polityki Młodzieżowej Miasta Kielce 2032. Spośród 529 respondentów 83,7% dobrze lub bardzo dobrze oceniło pomysł stworzenia Strategii, a jej średnia ocena wyniosła 4,18/5. Jednocześnie 95,3% respondentów uznało dokument za zrozumiały lub raczej zrozumiały.

Wyniki konsultacji potwierdzają trafność wszystkich sześciu celów Strategii. Nie wskazano wyraźnej potrzeby tworzenia nowych obszarów strategicznych – zgłaszane postulaty dotyczą przede wszystkim mocniejszego zaakcentowania zagadnień już obecnych w dokumencie oraz ich przełożenia na konkretne działania.

Za szczególnie istotne młodzi uznają:

- start zawodowy i zdobywanie doświadczenia – w tym pierwszą pracę, staże i kontakt z pracodawcami;
- praktyczną edukację i rozwój, lepiej powiązane z przyszłą aktywnością zawodową;
- wydarzenia i miejsca dla młodych oraz łatwiejszy dostęp do informacji o ofercie miasta;
- realny wpływ młodych na decyzje miasta, a nie jedynie uczestnictwo w organizowanych działaniach;
- poprawę transportu i mobilności, zwłaszcza dostępności i częstotliwości połączeń;
- dostępne wsparcie psychologiczne i działania dotyczące zdrowia psychicznego.

Konsultacje pokazują również, że młodzi oczekują przede wszystkim konkretnego wdrażania Strategii – działań, terminów i widocznych efektów. W odniesieniu do Europejskiej Stolicy Młodzieży 2029 widzą natomiast zarówno możliwość organizacji wydarzeń, jak i szansę na wprowadzenie trwałych zmian poprawiających warunki życia młodych osób w Kielcach.

Wniosek końcowy: wyniki konsultacji nie wskazują na potrzebę zasadniczej zmiany konstrukcji Strategii, lecz przede wszystkim na potrzebę odpowiedniego ustawienia priorytetów oraz przełożenia celów strategicznych na konkretne, mierzalne i konsekwentnie realizowane działania.