Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2007 - 2013

ZAŁĄCZNIK 1. Szczegółowy zakres zapytania ofertowego nr 35/POPT/2014

1. Cel i zakres opracowania.

Celem zamawianego opracowania jest przygotowanie strategii sektorowej w sektorze usług komunikacji (w tym elementów komunikacji elektronicznej w celu świadczenia usług publicznych) dla partnerstwa jednostek samorządu terytorialnego, zrzeszającego gminy i powiat, realizujące projekt jako platformy współdziałania, przewodnika, zbioru propozycji dla decydentów, organizatorów i realizatorów usług komunikacji w poszczególnych jednostkach samorządu terytorialnego realizujących projekt „Partnerstwo samorządów Południowej Wielkopolski na rzecz zwiększenia dostępności i jakości usług publicznych".

2. Wynikiem zamawianego opracowania ma być:

a) Propozycja Misji wspólnej dla wszystkich partnerów uczestniczących w dostarczaniu usług komunikacji na terenie objętym projektem „Partnerstwo samorządów Południowej Wielkopolski na rzecz zwiększenia dostępności i jakości usług publicznych";

b) Wyniki analizy otoczenia zewnętrznego obejmującego badanie uwarunkowań, trendów w dziedzinie usług komunikacji niezależnych od członków partnerstwa a istotnych dla dostarczania usług komunikacji na trenie jednostek należących do partnerstwa. Oczekiwane jest poddanie analizie trendów społecznych, ekonomicznych, politycznych, technologicznych. Należy wykorzystać dobre praktyki stosowane przez inne partnerstwa (krajowe i zagraniczne) w dziedzinie dostarczania usług komunikacji;

c) Wyniki analizy środowiska wewnętrznego obejmującego badanie lokalnych zasobów, uwarunkowań, dotychczasowych doświadczeń w dziedzinie dostarczania usług komunikacji na terenie jednostek samorządu terytorialnego tworzących partnerstwo. Należy też uwzględnić ewentualne istniejące w jednostkach należących do partnerstwa dokumenty o charakterze strategicznym lub polityki dotyczące usług komunikacji;

d) Wynik analizy SWOT, jako rezultat analizy otoczenia zewnętrznego i środowiska wewnętrznego z określaniem ich wzajemnych zależności i wagi dla przyszłego świadczenia usług komunikacji;

e) Mierzalne cele strategiczne proponowane w zakresie usług komunikacji wynikające z przeprowadzonej analizy SWOT, formułowane dla całego partnerstwa.

   W strategii należy zaproponować wskaźniki dla oceny postępów w realizacji proponowanych celów strategicznych. Strategia powinna zaproponować wskaźniki dla stanu obecnego, które będą wartościami bazowymi. Nie oczekuje się konkretnych wartości docelowych;

f) Programy realizujące proponowane cele strategiczne;

g) Projekty i działania w ramach programów strategicznych;

h) Propozycję podejścia do monitorowania postępów w zakresie realizacji programów, projektów czy stałych aktywności proponowanych w strategii;

i) Propozycję wykorzystania standardów usług publicznych do oceny poziomu ich dostarczania i sposobu na doskonalenie zarządzania oraz metodę komunikacji społecznej w dziedzinie organizowania usług publicznych w sektorze komunikacji zgodnie z zaleceniami strategii parasolowej;

j) Wizja w horyzoncie 10 lat zakresu pełnej oferty usług w sektorze komunikacji wraz z pokazaniem jak wpłyną one na jakość życia w gminach uczestniczących w projekcie.
Wizja powinna pokazywać oczekiwany stan docelowy z zakresie poziomu i organizacji publicznych usług w całym sektorze komunikacji. Wizja zawarta w strategii ma pełnić rolę motywacyjną, inspirującą podmioty odpowiedzialne na terenie partnerstwa za dostarczanie publicznych usług w sektorze komunikacji. Wizja ma zachęcać te podmioty do współdziałania;

k) Propozycja ram organizacyjnych i instytucjonalnych dla dostarczania usług komunikacji.

Wskazywane podejście powinno wynikać z proponowanego sposobu podejścia w ramach strategii parasolowej;

l) Propozycję przeprowadzenia konsultacji społecznych w procesie opracowywania i wdrażania strategii dostarczania usług z sektora komunikacji w zakresie określenia jej zakresu tematycznego oraz sposobu ich prowadzenia.

Wskazywane podejście powinno wynikać z proponowanego sposobu podejścia w ramach strategii parasolowej.

3. Termin przygotowania opracowania Strategia sektorowa w dziedzinie usług komunikacji.

a) Wykonawca przedstawi koncepcję strategii sektorowej w terminie 14 dni od daty podpisania umowy, uwzględniając kierunek i ramy działań wynikające ze wstępnej koncepcji strategii parasolowej, którą przekaże Zamawiający;
b) Po uzgodnieniu koncepcji z Zamawiającym Wykonawca przedstawi w terminie 30 dni wstępną wersję strategii sektorowej w obszarze komunikacji;
c) Wykonawca przedstawi finalną wersję strategii sektorowej w obszarze komunikacji do 31.10.2014 r.

4. W opracowaniu Strategia sektorowa w dziedzinie usług komunikacji należy uwzględnić dokumenty udostępniane wykonawcy strategii przez Zamawiającego:

a) Z realizacji strategii parasolowej: koncepcję strategii parasolowej oraz wstępną wersję strategii parasolowej;
b) Opracowania powstałe w ramach projektu;
c) Inne wskazane przez Zamawiającego.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2007 - 2013

5. **W opracowaniu Strategia sektorowa w dziedzinie usług komunikacji wykonawca jest zobowiązany zapewnić zgodność przedstawianych propozycji z obowiązującymi dokumentami na poziomie regionalnym, krajowym i unijnym.**
6. **W opracowaniu Strategia sektorowa w dziedzinie usług komunikacji należy przy prezentacji programów a zwłaszcza projektów wskazać konkretne, przewidywane źródła zewnętrznego finansowania.**