

Strategický plán pražských Pirátů



Pražští Piráti se po pražském Magistrátu chystají na další zteče

My jsme **Piráti v Praze** a toto je náš strategický plán na příští 4 roky. Cílem plánu není otravovat s byrokracií, ale uvědomit si, kde jsme a kam chceme dojít. Jsme krajské sdružení nejsilnější neparlamentní strany. Sdílíme společné poslání, hodnoty a kulturu otevřenosti. Cílem naší cesty je, abychom v roce 2020 byli respektovaná strana s širokou podporou občanů, která se nezpronevěřila ideálům a prosazuje otevřenost z vládnoucí pozice.

Strategický plán je **mapa na naši cestu**, taková „Pirátská mapa cesty za pokladem“. Shrnuje informace o blížících se volbách, našich soupeřích, příležitostech a hrozbách. Dáváme si v něm hlavní cíle v politice, marketingu a vnitřní organizaci. Součástí plánu je i rozpočtový výhled, abychom na cestu měli dost peněz. Plán nakonec určuje měřitelné ukazatele, podle kterých sledujeme, zda jdeme správným směrem.

Strategický plán není propagační materiál pro voliče. Je to pracovní dokument určený zejména Pirátským zastupitelům, senátorům, předsednictvu krajského sdružení, placenému aparátu a našim dodavatelům. Je inspirací pro strategie, cíle a každodenní rozhodování. Tvoříme a aktualizujeme ho se zapojením členů z celého sdružení.

Obsah

Strategický plán pražských Pirátů	1
1. Poslání a hodnoty	3
2. Upoutávka pro voliče	4
3. Kultura otevřenosti	5
4. SWOT analýza	6
5. Sdílená vize a klíčové ukazatele	8
6. Okolní podmínky	10
7. Srovnání s ostatními politickými stranami	13
8. Voliči	15
9. Oblasti rozvoje	17
10. Týmová spolupráce	21
11. Rozpočtový výhled	22
12. Uskutečňování plánu	23

1. Poslání a hodnoty

My Piráti nabízíme Pražanům otevřenou politiku. Bojujeme proti korupci a nekalému lobbingu. Zastupujeme voliče všech generací, kteří chtějí lepší správu města. Rozumíme moderním technologiím a v digitálním věku bráníme lidskou svobodu.

Dobře jsme se zorientovali na pražském Magistrátu, takže teď už to zvládneme kdekoliv :-)
Pokud se vám líbí náš program, staňte se Pirátským zastupitelem na své městské části a pomozte nám zlepšit život v Praze! Anebo se jen přijďte podívat, co děláme.



Hodnoty vycházejí z celostranického dokumentu [Pirátský klíč](#).

Jsme:

- Otevření
- Moderní
- Neohrožení
- Věcní
- Osobití
- Svobodomyslní
- Soudržní

2. Upoutávka pro voliče



Nevíš, co říct kamarádovi mezi dveřmi? Jedeš výtahem? Předávej dál informace o tom, co Piráti dělají! Může se ti hodit pár vět:

Ta pražská politika, to je teda něco. Teď ale máme v pražském zastupitelstvu **4 Piráty!** Slyšeli jste už o tom? Řešíme Opencard, kontrolujeme smlouvy, bráníme zeleň před developery... Jsme jedna z mála politických stran, kde si člověk vezme tričko s logem strany a nemusí se stydět... A koho budete volit vy?

3. Kultura otevřenosti



Otevřené dveře znamenají, že vítáme všechny, kdo nám chtějí konstruktivně pomoci

Otevřenost je naší základní organizační kulturou:

- **Otevřená komunita.** Do Pirátů aktivně nabíráme nové členy, dobrovolníky i příznivce, kteří s námi sdílejí společné cíle. Lidé jsou aktivní, jen když je daná věc baví a vidí v ní smysl – a přesně takovou realizaci jim nabízíme.
- **Otevřená výběrová řízení.** Není rozhodující, zda je někdo zkušený člen Pirátů anebo se dosud pohyboval mimo stranu. Oba mají šanci účastnit se otevřených výběrových řízení na obsazovaná místa. Otevřená výběrová řízení zajišťují, že danou věc dělá člověk, který ji umí a chce dělat a který je pro ní zapálen.
- **Otevřené primární volby.** Kandidátní listiny sestavujeme v primárních volbách, ve kterých mohou kandidovat i místní občané. Lídr by měl být zkušený Pirát, který vytipuje a osloví nezávislé osobnosti.
- **Otevřenost veřejnosti.** Krajské sdružení má pravidelné schůze, termíny jsou v [kalendáři sdružení](#). Pořádáme i další veřejné akce, např. přednášky a happeningy. Všechny veřejné materiály máme na Internetu ke stažení a dalšímu šíření.

Otevřenost ale taky vyžaduje, abychom okamžitě zasáhli proti chování, které odrazuje nebo demotivuje ostatní členy!

4. SWOT analýza



S – Silné stránky

1. Čestnost, autenticita a transparence
2. Dobrá parta lidí a velké nasazení členů
3. Levná kampaň
4. Přímá demokracie a rychlá zpětná vazba
5. Stabilní finanční zdroje od státu
6. Internetové fungování
7. Rozumíme mladé generaci

W – Slabé stránky

1. Neúplné pokrytí městských částí
2. Dojem strany jednoho tématu, nálepky (recesisti, huliči, stahovači)
3. Nezkušenost v administrativě a provozu, online diskuse o banalitách
4. Ponižování a demotivace dobrovolníků
5. Slabší mediální prezentace, chybí krajský web a newsletter
6. Nejsme zatím vnímáni jako osobnosti schopné řídit město

O – Příležitosti

1. Volby a efekt sněhové koule
2. Protestní hlasy, voliči ANO, KSČM, TOP09, prvovoliči, nevoliči
3. Zájem nových dobrovolníků a členů, crowdsourcing
4. Zájem dárců, fundraising a crowdfunding
5. Využití zkušeností z Islandu
6. Účast v radě a možnost stát se lídry pražské politiky
7. Zapojení komunity svobodného software

T – Hrozby

1. Velká politická chyba nebo diskreditace
2. Rozvírání nůžek mezi volenými funkcionáři a sdružením
3. Řešení vnitřních sporů přes média
4. Semele náš systém
5. Malá mediální pozornost, nezáživná témata
6. Vyhoření aktivních lidí

5. Sdílená vize a klíčové ukazatele



Piráti na mezinárodní konferenci v Praze

V roce 2016 jsme relativně malá, nadějná, ale málo známá politická strana. Rozumíme informatice, z opozice upozorňujeme na podezřelé věci a občas zabráníme přijetí špatného návrhu.

Naměřené ukazatele:

- voličská podpora v Praze v roce 2014 cca 5 % hlasů (celostátně 3 %), někteří lidé si nás stále spojují se stahováním, alternativou, anarchismem a konopím
- 4 zastupitelé v Zastupitelstvu hl. m. Prahy a 9 zastupitelů v městských částech, 1 senátor Libor Michálek
- zastupitelé se profilují jako mladí kluci, kteří rozumí informatice a odhalují korupční kauzy na Magistrátu
- zastavili jsme několik velkých problémů (ACTA, autorský zákon, omezení činnosti Kleslové), ale prochází nám málo konstruktivních návrhů (zveřejňování smluv, obsazování dozorčích rad)
- cca 83 členů a 3 místní sdružení, aktivní jen Praha 6 a 10, velká část nově přijatých členů je brzy neaktivní a odpadne
- cca 70 lidí se podílí na rozdáváním Pirátských novin Pražanům

V roce 2020 chceme být respektovaná strana s širokou podporou občanů, která se nezpronevěřila svým ideálům a otevřenost prosazuje z vládnoucí pozice.

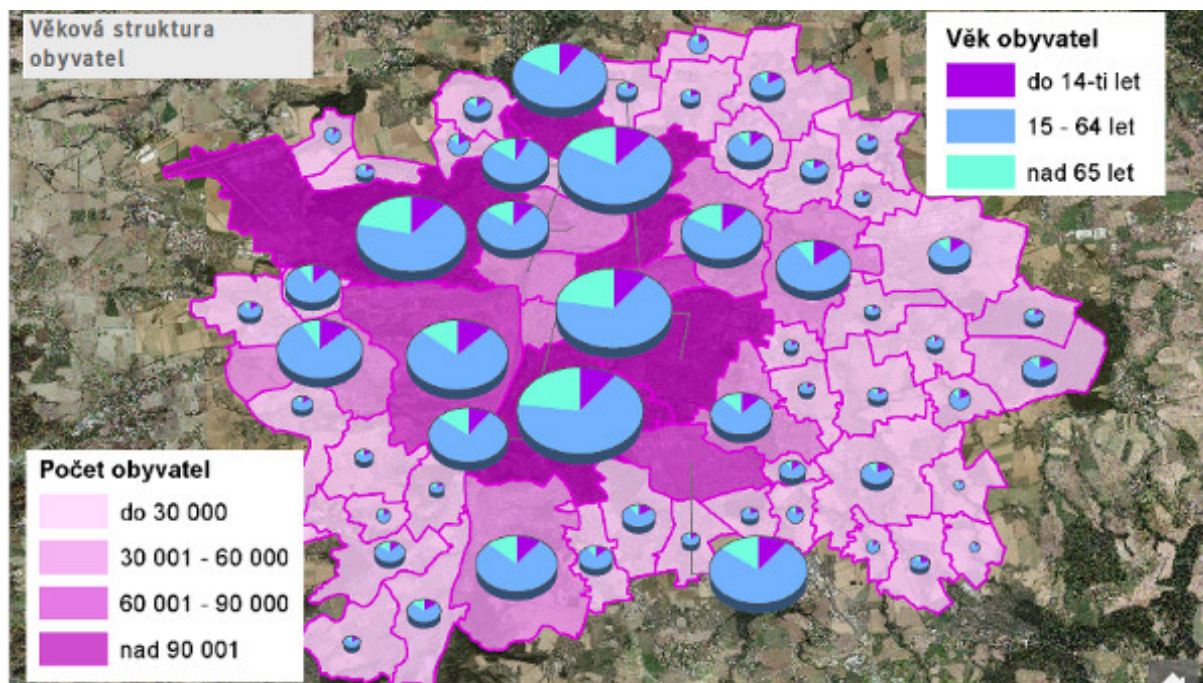
Měřitelné ukazatele, podle kterých průběžně zjišťujeme, zda se k naší vizi přibližujeme:

- voličská podpora v roce 2020 ve výši cca 12 % hlasů, bezpečně nad uzavírací klauzulí
- lidé si spojují Piráty s přípravou konstruktivních návrhů a věcným řešením problémů Prahy, např. Opencard
- v roce 2020 jsou zvoleni 3 senátoři, 2 poslanci v Praze, 7 zastupitelů v Zastupitelstvu hl. m. Prahy a zastupitelé za Piráty aspoň na 20 městských částech
- zastupitelé Pirátů jsou nezkorumpovaní a mají zkušenosti, aby dokázali vést město
- rychlá a dobře fungující vnitřní administrativa, profesionální plánování a vyhodnocení aktivit, abychom přitahovali dobrovolníky a udrželi konstruktivní atmosféru
- cílem není zvýšit počet členů za každou cenu, ale zlepšit proces přijímání členů, zejména přitáhnout, zapojit a udržet ty schopné, čestné a konstruktivní, kteří sdílejí Pirátské ideje
- cca 15 místních sdružení, která jsou samostatně aktivní, nejméně 150 lidí podílejících se na kampani

Klíčové ukazatele

1. preference v průzkumech, volební výsledek a počet zvolených funkcionářů
2. počet prosazených významných návrhů z Pirátského programu
3. počet aktivních místních sdružení a počet pokrytých městských částí
4. počet dobrovolníků podílejících se na rozdávání Pirátských listů
5. každoroční dotazník členům a hodnocení činnosti na schůzích
6. počet výstupů v médiích, zejména v televizních zprávách, pozitivní/negativní vyznění
7. oblíbenost lídrů ve veřejném mínění

6. Okolní podmínky



Zdroj: [Geoportál hl. m. Prahy](#)

Demografické podmínky v Praze

- v Praze je 920 tis. oprávněných voličů; volební účast v komunálních volbách byla naposledy 38 %, tj. cca 1 zastupitel na 5000 voličů
- podle předvolebních průzkumů v roce 2014 měli Piráti v Praze volební potenciál 8 %, skutečný volební výsledek odpovídal 5 %
- 70 % voličů se zajímá o komunální politiku, tradičně chodí volit spíše starší a vzdělanější občané, měsíc před volbami není rozhodnuta zhruba pětina občanů [zdroj](#)
- žáci středních škol jsou Pirátům velmi nakloněni, v Praze ve studentských eurovolbách dostali Piráti 17 % před vítěznou TOP 09 s 24 % hlasů; Piráti jsou silní jak mezi studenty gymnázií, tak mezi studenty středních škol a učilišť [zdroj](#)
- v Praze je cca 250 tis. důchodců a invalidních důchodců, cca 3% nezaměstnanost, voliči jsou naladěni spíše pravicově (historicky vítězila ODS a TOP 09)
- v Praze nastává odklon od historicky úspěšné pravice (ODS, TOP 09) a naopak posiluje ANO
- na městských částech začínají fungovat první alternativní koalice (např. Změna pro Prahu 11, Praha 7)
- z Pirátských témat lidi zajímají boj proti korupci, zadávání veřejných zakázek, digitální gramotnost nebo přímá volba primátora
- polovina voličů stále získává informace z televize a další čtvrtina z Internetu

Strategicky významné události

Následující čtyři roky budou plně ve znamení každoročních voleb. Volby přitahují velký zájem široké veřejnosti, který je třeba maximálně využít.

říjen 2016

senátní volby (Praha 6, 10, 11)

- chceme postavit aspoň 2 kandidáty v Praze
- v senátních volbách následujeme osvědčený politický příklad našeho senátora Libora Michálka: vybíráme dostatečně známé osobnosti a sestavujeme jednorázové koalice na jejich podporu s cílem sestavit senátní klub Pirátů

krajské volby v ostatních krajích

- chceme pomoci ostatním krajům předáváním zkušeností
- generálka na sněmovní kampaň 2017

říjen 2017

sněmovní volby

- jde o klíčové volby, neboť na nich závisí vnímání celé strany
- chceme získat aspoň 5 % v celé republice, dostat se do Sněmovny, a mít 2 poslance v Praze, naposledy jsme získali 2,8 %
- počet hlasů je klíčový pro financování sdružení, protože s volbami je spojen velký příspěvek na úhradu volebních nákladů, který se mezi krajská sdružení rozpočítává úměrně podle počtu hlasů
- lze očekávat velkou kampaň a nárůst dobrovolníků a zájemců o členství

leden 2018

prezidentské volby

- je vhodné představit koaličního kandidáta podpořeného občanskou peticí
- sbírání podpisů pod petici lze brát jako přípravu na následující komunální volby

říjen 2018

komunální volby

- zastupitelé v Zastupitelstvu hl. m. Prahy a zastupitelé v městských částech budou obhajovat mandát
- Praha je nejsilnější Pirátský kraj v republice a kontakt s občany na úrovni městských částí může pomoci i v dalších volbách

senátní volby (Praha 2, 4, 8)

- mandát bude obhajovat senátor Libor Michálek a lze postavit i další kandidáty

květen 2019

eurovolby

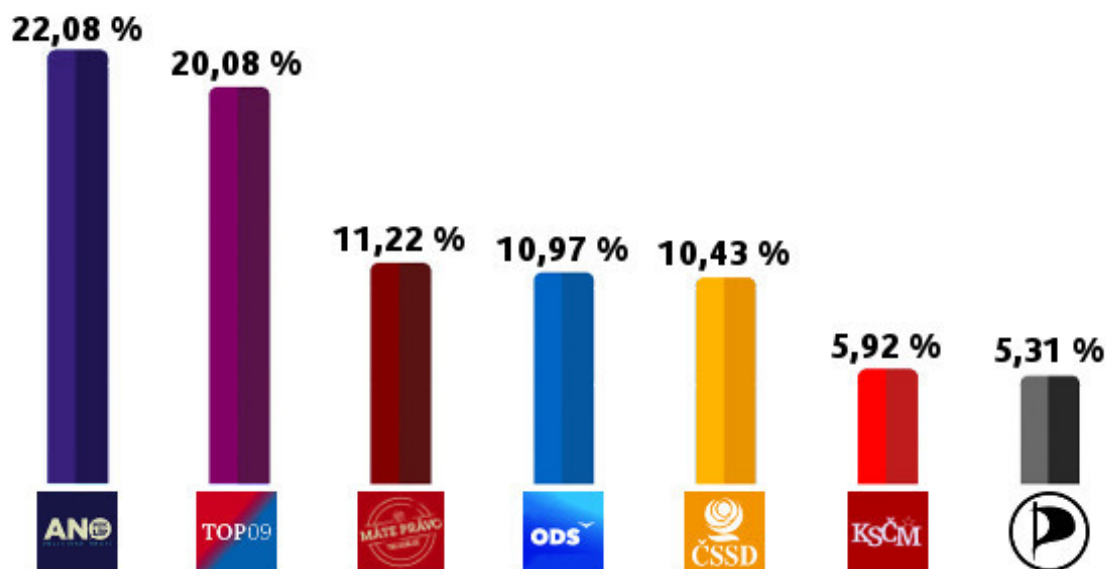
- v posledních volbách jsme těsně neuspěli, ale měli jsme velmi dobře nakročeno s výsledkem 4,8 %, který byl nejlepší napříč Pirátskými stranami v celé EU
- z hlediska mezinárodního Pirátského hnutí jde o důležité volby, přičemž lze na úrovni EU prosazovat naše celoevropská témata
- je vhodné zvážit předávání know-how ostatním Pirátským stranám v Evropě, recyklovat základ programu a kampaně (symboly hnutí po celé Evropě)

říjen 2020

senátní volby (Praha 1, 5, 9)

krajské volby v ostatních krajích

7. Srovnání s ostatními politickými stranami



Výsledky voleb do Zastupitelstva hl. m. Prahy v roce 2014 (zdroj: Česká televize)

ANO

- 22,1 %, kvůli slabému postavení primátorky Krnáčové a neschopnosti zastupitelů spíše ztrácí, voliči se ale řídí celostátní politikou ANO
- Silné stránky: Strana marketingového typu, peníze, schopnost přizpůsobit se (mediálně se někteří představitelé strany distancovali od Kleslové)
- Slabé stránky: Neschopnost, roztržitost, nedemokratičnost, podezřelé vazby (Kleslová)

TOP 09

- 20,1 %, po volbách se rozpadla, Hudeček odešel, čímž ztratili část voličů
- Silné stránky: Hlavní pravicová strana (Praha má pravicový elektorát), zkušenost z vlády
- Slabé stránky: Podezřelé vazby, nevhodné chování na zastupitelstvu, odešel lídr

Trojkoalice

- 11,2 %, obratnou politikou a prosazením cílů získává podporu (zlevněná MHD, hazard), Stropnický se zviditelnil díky stavebním předpisům
- Silné stránky: Vysoký koaliční potenciál, étos
- Slabé stránky: Roztržitost, přecházení mezi tábory, chybí lídr

ODS

- 11,0 %, snaží se nabrat hlasy jako vydatná opozice Krnáčové a budovat pověst o reformované ODS, stáhla se na městské části
- Silné stránky: Reformovala se, čitelnost, silná pozice na městských částech
- Slabé stránky: Velmi špatná pověst z doby primátora Béma, podezřelé vazby, nevhodné chování, programové úlety (privatizace všeho), chybí lídr

ČSSD

- 10,4 %, maximálně zpeněžuje svojí moc a konexe, voliče chlácholí pomocí sociálních témat (rodinná politika, sociální politika apod.), skalní voliči jsou imunní vůči korupční pověsti pražské ČSSD, řídí se podle celostátní politiky
- Silné stránky: Schopnosti, zkušenosti a vazby, peníze, jednotné vystupování
- Slabé stránky: Nedůvěryhodnost, pravomocně odsouzený podvodník Karel Březina a další šíbři, vnitřní napětí zájmových skupin, podezřelé vazby, hrozba trestního stíhání, nereformovanost, chybí lídr

KSČM

- 5,9 %, má tvrdé jádro mezi skalními příznivci levice, pomalu ale vymírá a v Praze ztrácí
- Silné stránky: Jednota, velký počet lidí vzpomínající na komunismus, čitelná levice
- Slabé stránky: Nulový koaliční potenciál, závislost na ČSSD, špatná pověst, zaostalost, stalinistka Semelová

Jedinečné příležitosti

- Mít silného lídra
- Oslovit a trvale zaujmout nespokojené voliče ostatních stran, nevoliče a protestní voliče
- Po rozpadu ANO a TOP09 nabídnout pevnou a soudržnou stranu
- Zachovat si dobrou pověst a koaliční potenciál s novějšími stranami

Klíčová konkurenční výhoda: Jediná rozumná a nezkorumpovaná politická strana

8. Voliči

Potřeby voliče

Musíme znát a respektovat **potřeby voliče**. (Voličem rozumíme občana s volebním právem, ačkoliv se třeba volby zrovna nekonají.) Při sestavování kandidátek, volbách, mediálních výstupech a práci na radnici či v senátě od nás voliči chtějí jediné – abychom **dobře odvedli svou práci**. To znamená:

- měli zkušenosti, měli rozumný program pro zásadní oblasti a nedali se koupit,
- rychle se vypořádali s problémy a nehádali se mezi sebou uvnitř strany (či koalice, pokud to není k prosazení programu),
- udělali maximum pro prosazení Pirátského programu a
- pravidelně voliče informovali o své práci jazykem, kterému rozumí.

Volič bude rád, když ho dobrou prací přesvědčíme, a odpadne jeho dilema, koho volit :-)

Jsme strana téměř pro všechny

- Voliče dělíme na *cílové skupiny*. Cílové skupiny tvoří lidé s podobnými vlastnostmi a potřebami, na které cílíme naše kampaně.
- I když jsou Piráti tradičně spojováni s mladou generací, své příznivce máme i mezi starší generací (která si pamatuje potlačování svobody za komunistického režimu). Všichni voliči mají hlas stejné váhy a nechceme nikoho diskriminovat na základě věku, pohlaví nebo etnika. Nevymezujeme se ani v pravolevém spektru.

Piráti už dávno nejsou stranou jednoho tématu zaměřenou jen na Internet. Jsme stranou přímé demokracie a **cílíme na téměř všechny skupiny voličů**. Pomyslným středem jsou voliči [sociálně liberálního](#) smýšlení v nižší střední třídě nevyhranění na pravolevé škále. Všechna sdělení zaměřená na ostatní cílové skupiny by měla být přijatelná pro tuto cílovou skupinu.

- Víme, že s **velkou částí našeho programu souhlasí většina lidí**. Chceme, aby všechny smlouvy veřejných institucí visely na Internetu, aby Praha aktivně vyšetřovala zodpovědnost za kauzu Opencard, aby mohli lidé přímo volit primátora Prahy, aby byl autorský zákon aktualizován pro tvorbu v digitálním věku. Souhlas většiny voličů s naším programem je předpoklad toho, abychom se stali velkou stranou.
- Naše cílové skupiny voličů nevycházejí tolik z demografických kritérií, jako spíš z chování, sociální třídy a hodnot voličů. V podstatě cílíme na všechny segmenty společnosti s určitými výjimkami. Naše publikum čítá cca 70 % voličů, a proto musíme v marketingové strategii tyto lidi dobře segmentovat a vhodně jim přizpůsobit kampaň.
- Výjimkou jsou skupiny, které zastávají hodnoty neslučitelné s naším programem (autoritáři, korupční skupiny, extrémní konzervativci a jiní extrémisti, rasisti). Není naším cílem získat každého. Vůbec nic si neděláme z kritiky těch, o které nestojíme, naopak ji bereme jako povzbuzení.

- Čas od času se může stát, že Pirátská strana bude mít jiný názor, než zbytek veřejnosti (např. ochrana občanských práv a svobod). V takovém případě ani nemlčíme, ani nekřičíme (pokud to není opravu třeba!), ale věcně vysvětlujeme náš názor, snažíme se pochopit pocity lidí a zklidnit jejich obavy (např. problém migrace).

Pozvolné přesvědčování voliče

Když chlap balí ženskou, většinou na ní nevybalí všechno hned na prvním rande. Ani my nechceme být nátlakoví. Zakládáme si na tom, že jsme přístupní i jiným lidem než příznivcům. Z takových lidí se mohou stát příznivci a voliči v budoucnu, když uvidí, že děláme věci dobře.

V práci s cílovou skupinou voličů vycházíme z marketingového postupu [see-think-do-care](#). Tento postup od sebe odlišuje voliče či příznivce podle fáze jejich volebního uvažování:

1. **občan** = člověk, kterého politika nezajímá, ale má volební právo (cca třetina až polovina vůbec nechodí volit)
2. **váhající volič** = člověk, který zvažuje, kterou politickou stranu volit nebo s ní sympatizovat (měsíc před volbami je cca pětina voličů nerozhodnutých)
3. **rozhodnutý volič Pirátů** = volič, který se rozhodl, že půjde k volbám, hodí to Pirátům, veřejně nás podpoří nebo se stane příznivcem
4. **skalní volič Pirátů** = opakovaně volil Piráty v několika volbách nebo s nimi dlouhodobě sympatizuje

Marketingová strategie přiřazuje k jednotlivým fázím vhodné kanály a metriky.

9. Oblasti rozvoje

Tento plán vymezuje tři základní oblasti, ve kterých potřebujeme jasnou strategii, abychom dosáhli naší vize. Je třeba, aby krajské sdružení věnovalo všem těmto oblastem srovnatelnou pozornost.

Poctivá politika



Senátor Libor Michálek zvolený za Piráty, KDU-ČSL a Stranu zelených

Předpokladem dobrého výsledku a rozvoje krajského sdružení je dělat **poctivou a občanům otevřenou politiku** na všech úrovních.

- Zásadní politická rozhodnutí rozmyšlíme z hlediska celkové strategie, případně používáme nástroje strategického plánování. Vymýšlíme **strategii** pro co nejlepší výsledek.
- Navazujeme **partnerství, dobré vztahy a spojení** s neziskovými organizacemi, jinými politickými stranami a dalšími subjekty, které brání veřejný zájem nebo s námi mají společné cíle, případně jejich takto smýšlejícími jednotlivými členy. Dáváme dohromady zastoupení Pirátů v městských částech podle místních podmínek.
- Jdeme do **každých voleb, kde to má smysl a jsme si jisti dobrou kandidátkou** (vynecháme nanejvýš některé senátní volby a městské části). Ke každým volbám nejpozději půl roku předem krajské předsednictvo jmenuje **volební štáb** a uspořádá primární volbu lídra. Tito lidé zodpovídají za dané volby, mají přidělený rozpočet

a kompetence a řídí volební kampaň v rámci projektové struktury (viz vzorový úkol #1961).

- Za uskutečňování politiky v Senátu, zastupitelstvech a ve sněmovně jsou odpovědní volení zástupci, kteří se řídí schválenými dokumenty. Důvěřujeme jejich úsudku, předpokládáme dobrou vůli a diskutujeme o názorech uvnitř strany.
- Krajské sdružení zajistí každému senátorovi zvolenému s naší účastí Pirátského asistenta na částečný úvazek. Tito asistenti budou tvořit senátní tým.

Marketing posilující důvěru



Z celostranických dokumentů jsme se inspirovali zejména [Pirátskou identitou](#) a v ní uvedenými dokumenty.

- Najdeme dvě hlavní společná témata, která budou tvořit jádro kampaní na všech úrovních. Další prioritní témata si vyberou zvolení zástupci.
- Média se zajímají více o názory politiků než o stranický aparát. Proto mluví k občanům do médií v rámci své působnosti Piráti přímo zvolení do funkce občané, zejména lídr. Podrobné fungování se řídí marketingovou strategií (#1253), jejíž provádění má na starosti mluvčí.
- Pirátství není anarchie. Kdyby Piráti na lodi nebyli koordinovaní, tak by moc daleko nedopli. Nechceme ztroskotat jako Piráti v Německu, a proto vystupujeme navenek jednotně a máme potřebnou disciplínu, zejména když si lidé naše vyjádření spojují se stranou. Vedení jde příkladem v tom, že se veřejně nehádáme, nepomlouváme se, naše sdělení se

drží jedné komunikační linky, jednoho mediálního plánu a grafická prezentace vychází ze společného základu. K tomuto účelu bude vytvořena brožura pro nováčky (#1825) a grafický manuál krajského sdružení (#1765).

- Na druhou stranu nejsme ani pražská buňka pionýrů, máme různé názory a věcně o nich diskutujeme a hledáme nejlepší řešení. To dodává mediálnímu vystupování další živou sílu a osobitost. Pokud se neshodneme, stanovisko se odhlasuje, prezentujeme výsledek a jede se dál. Tím, že jeden názor nezískal podporu většiny, se nehrouť svět.
- Směrem k veřejnosti je klíčovým systémem web krajského sdružení (#933), přes který komunikujeme s veřejností a který je zároveň rozcestníkem pro všechny další technické systémy. Faktem je, že největší základnu pro trvalé informování (zejména skalních příznivců a médií) máme na Facebooku, což chceme patřičně využít.

Efektivní organizace



Demonstrace proti řediteli odboru památkové péče pražského Magistrátu Kněžínkovi

Organizace musí fungovat rychle a jednoduše a plnit svůj účel, tj. abychom si díky ní navzájem poskytovali oporu a podporu pro Pirátskou politiku a aktivismus. Přínosem člena není pasivní přijímání informací na fóru a schůzích, ale aktivní úsilí, např. vzít si na starost živé téma v zastupitelstvu městské části, zorganizovat akci či splnit důležitý úkol. Piráti usilují o to, aby členové měli sebedůvěru, nebáli se vyjádřit svůj názor (pokud možno bez osobních výpadů) a nebáli se rozhodovat.

- **Krajské předsednictvo** stojí v čele sdružení, hospodaří s rozpočtem, koordinuje vedoucí týmů, kontroluje placené lidi a plní další úkoly, které má podle vnitřních předpisů (#1975).

Krajské předsednictvo pomáhá dostatečně velkým místním skupinám, aby založily místní sdružení (#2574).

- K vnitřní organizaci používáme projektový systém redmine, newsletter a diskusní fórum, které spravuje technický správce (#1974). Tyto systémy jsou pravidelně udržovány v podobě, která je přívětivá pro nováčky a zároveň utužuje dobrou kulturu a motivuje ke spolupráci.
- Krajské sdružení Praha chce jen takovou byrokracii, která je potřebná k naší otevřenosti. Taková byrokracie musí být dobře zdokumentovaná, rychlá, profesionální a vstřícná. Proto za ni zodpovídá krajský manažer, jehož úkolem je, aby ji ostatní pocítili co nejméně.
- Schůze krajského sdružení zasluhují v budoucnu pečlivější přípravu, aby byly atraktivním mixem vzdělání a výcviku aktivistů, oslovování členů a příznivců s konkrétními úkoly, veřejného ocenění zásluh, informování o aktualitách a volného prostoru pro konstruktivní a spontánní diskusi a nové nápady.
- Vedení se na Pirátském fóru i naživo snaží o udržení dobré atmosféry, otevřeného a férového jednání podle [návodu pro vedení](#) a [Pirátské netikety](#). Politika je velmi kreativní činnost, a proto potřebuje svobodu – uplatňujeme principy [svobodné organizace](#)
- Koordinaci dobrovolníků, proaktivní vyhledávání lidí, interní komunikaci, nábor a nováčky (#1843) má na starosti koordinátorka dobrovolníků (#2309), která se řídí dobrovolnickou strategií (#238). Nábor proběhne s volební kampaní a teprve potom, co koordinátorka zajistí hladké přijímání členů a zaškolení nováčků. Nováčkům individuálně doporučujeme vhodný způsob zapojení (zapojení do projektu, dobrovolnictví, členství apod.).

10. Týmová spolupráce



Tým ustojí i to, kde by jednotlivec upadl

Krajské sdružení se zakládá na nadšencích, kteří dávají svou energii společným cílům. Autorita vyplývá z iniciativy a zásluh, nikoliv z moci či známostí. (Viz také [Příručka nováčka](#).) Rozhoduje ten, kdo má iniciativu a nejlepší znalost problému.

Základem je **jasné rozdělení úloh**, aby každý věděl, na koho se má obrátit:

- krajské předsednictvo (#1975) s krajským manažerem (XXX),
- koordinátorka dobrovolníků (#2309), správce systémů (#1974) a fundraiser (#1788),
- předseda zastupitelského klubu (#1973), mluvčí (#1100) a zveřejňovač klubu (#1972),
- senátor a asistent senátora (XXX),
- v době voleb také volební štáb a volební manažer (vzorové úkoly #2564, #2568).

Spolupracujeme podle potřeby a tvoříme dočasné a trvalé **týmy**:

- tým krajského předsednictva vedený předsedou sdružení,
- tým zastupitelského klubu vedený předsedou klubu,
- tým v Senátu vedený pověřeným asistentem senátora,
- tým průvodců nováčků vedený koordinátorkou dobrovolníků.

Pro utužení vztahů pořádáme pravidelně **teambuildingy** (#1763) vedení a sdružení.

11. Rozpočtový výhled

Rozpočtový výhled sdružení je zpracován v návaznosti na strategický plán. Rozpočtový výhled se připravuje kvůli tomu, abychom měli trvalé udržitelné financování, nedostali se do dluhů a věděli, kolik peněz si můžeme dovolit dát do letošní kampaně a kolik si musíme ušetřit na příští roky.

Předkládaný rozpočtový výhled v souladu s Pirátským programem předpokládá **vyrovnaný nebo přebytkový rozpočet** a ohledně očekávaných příjmů je sestaven **konzervativně**, snad s výjimkou relativně optimistického zisku 7 mandátů v příštích volbách do Zastupitelstva hl. m. Prahy. Skutečné příjmy budou při zvolení do poslanecké sněmovny podstatně vyšší (za předpokladu zvolení 2 poslanců v Praze jde o nezahrnutý příjem 855 tis. Kč na poslance a dále podíl na stálém příspěvku).

V rozpočtovém výhledu jsou rozvrženy peníze na všechny další **volby**, zejména na sněmovní volby 2017 (u kterých čekáme vysoký podíl spolufinancování z celostraničského rozpočtu) a komunální volby 2018. Zároveň v rozpočtovém výhledu počítáme s penězi na senátní volby, ve kterých chceme stavět kandidáty, kteří mají šanci vyhrát, díky čemuž budou prostředky vložené do kampaně návratné. U některých položek (např. kampaně a pirátské centrum) je počítáno s kofinancováním z celostátních prostředků (např. participativní rozpočet strany, dotace mediálního odboru či předsednictva), ale výhled zachycuje pouze část financí krajského sdružení Praha. Navrhujeme relativně nízký rozpočet pro další akce, protože se ukázalo, že nejsou finančně náročné a že předchozí rozpočty byly nadsazené.

Rozpočtový výhled také počítá s výdaji na **placené funkce** (zastupitelé hl. m. Prahy, krajský manažer, volební manažer, koordinátorka dobrovolníků, asistenti senátora apod.). Cílem je pracovat zodpovědně ve funkcích, do kterých jsme byli zvoleni, snížit byrokracii pro normální členy jejím převedením na krajského manažera, a zapojit členy a příznivce do atraktivních Pirátských dobrovolnických aktivit. Odhad výdajů je i zde konzervativní, neboť např. zastupitelé mohou být uvolněni, čímž se sníží výdaje z rozpočtu krajského sdružení.

Rozpočtový výhled je zpracován s ohledem na platnou legislativu, zejména zákon č. 424/1991 Sb., o politických stranách, a dále v souladu s vnitřními předpisy, zejména rozpočtovými pravidly. Pokud dojde ke změně těchto směrodatných dokumentů, je třeba rozpočtový výhled neprodleně aktualizovat. Rozpočtový výhled je dále třeba pravidelně aktualizovat každý rok s předkládáním krajského rozpočtu.

Rozpočtový výhled je v [příloze](#).

12. Uskutečňování plánu



Lídr Pirátů v Praze Jakub Michálek na Zastupitelstvu

- Strategický plán je pro každý rok rozpracován do **akčního plánu** (neboli **verze**). V něm důsledně plánujeme priority a termíny úkolů a vyhodnocujeme ho ve výroční zprávě.
- Strategický plán není vytesán do kamene. Naopak pokud se změní okolnosti, nesmíme se bát ho **změnit** při zachování idejí, na kterých Pirátské hnutí vzniklo. Dílčí úpravy může provést kdokoli, kdo je k tomu kompetentní.
- Nejméně jednou za rok kolem začátku nového kalendářního roku krajské fórum v návaznosti na výroční zprávy projednává aktualizaci strategického plánu. Rozpočtový výhled se aktualizuje vždy po výsledcích hospodaření za předchozí rok.

Doporučená literatura:

1. Pirátská strana: [Příručka Piráta](#)
2. Pirátská strana: [Pirátská identita](#)
3. Rick Falkvinge: [Swarmwise](#)
4. Forbes: [How to write a Strategic plan](#)
5. Klára Vlachová: [Stratifikace, zaměstnanecký sektor a volební chování](#)
6. Avinash Kaushik: [See-Think-Do: Obsahový, marketingový a měřicí rámec](#)
7. Tomáš Hajzler: [Design svobodné firmy](#)

Rozpočtový výhled krajského sdružení Praha

	skut.			odhad			výhled (plán)		
	2014			2015			2016		
	volné	veřejné	celkem	volné	veřejné	celkem	volné	veřejné	celkem
Příjmy	87	826	912	64	1094	1158	73	1351	1423
Převod výsledku hospodaření	27	67	93	53	103	157	58	336	394
Členské příspěvky	15		15	8		8	10		10
Uvolněný volební příspěvek		427	427		87	87		87	87
Mandát senátor		143	143		143	143		166	166
Mandát zastupitelé		190	190		760	760		760	760
Stálý příspěvek									
Prodej	5		5		1	1		1	1
Pirátské centrum	2		2		1	1		1	1
Dary volby městské části	23		23						
Dary volby celopražské	9		9						
Dary	7		7	3		3	5		5
Výdaje	34	722	720	6	758	764	18	1120	1138
Rezerva	10	15	25	6	18	24		40	40
Propagace, pořádání akcí		20	20		65	65		20	20
Vzdělávací a informační akce		30	30		65	65		50	50
Služby veřejnosti		57	57						
Pirátské centrum	1	145	146		37	37		40	40
Volby – městské části a senát	15	42	57					310	310
Volby – celopražské	8	294	312						
Klub zastupitelů		71	71		480	480		480	480
Kancelář senátora		37			24	24		44	44
Volební manažer		10							
Koordinátor dobrovolníků								100	100
Provozní výdaje					45	45			
Krajský manažer					24	24	18	36	54
Výsledek hospodaření	53	103	193	58	336	394	55	231	285
Volby	eurovolby komunální volby						senátní volby krajské volby (ne Praha)		

žlutě jsou volitelné parametry

2017			2018			2019			2020		
volné	veřejné	celkem	volné	veřejné	celkem	volné	veřejné	celkem	volné	veřejné	celkem
77	1456	1533	108	1959	2067	30	1892	1922	43	2280	2323
55	231	285	19	301	320	10	4	14	12	392	404
12		12	14		14	15		15	16		16
	173	173		313	313		78	78		78	78
	282	282		282	282		282	282		282	282
	760	760		855	855		1330	1330		1330	1330
				198	198		198	198		198	198
	10	10		10	10						
			50		50				10		20
			20		20						
10		10	5		5	5		5	5		5
58	1155	1213	98	1955	2053	18	1500	1518	28	1960	1988
	40	40		40	40		100	100		100	100
	15	15		20	20		80	80		80	80
							50	50			
	40	40	dále čekáme, že půjde ze stálého příspěvku								
			50	330	380				10	500	510
40	300	340	30	590	620		150	150			
	480	480		540	540		840	840		840	840
	144	144		144	144		144	144		144	144
				155	155					160	160
	100	100		100	100		100	100		100	100
18	36	54	18	36	54	18	36	54	18	36	54
19	301	320	10	4	14	12	392	404	15	320	335
sněmovní volby prezidentská kampaň			prezidentské volby komunální volby senátní volby			eurovolby			senátní volby krajské volby (ne Praha)		

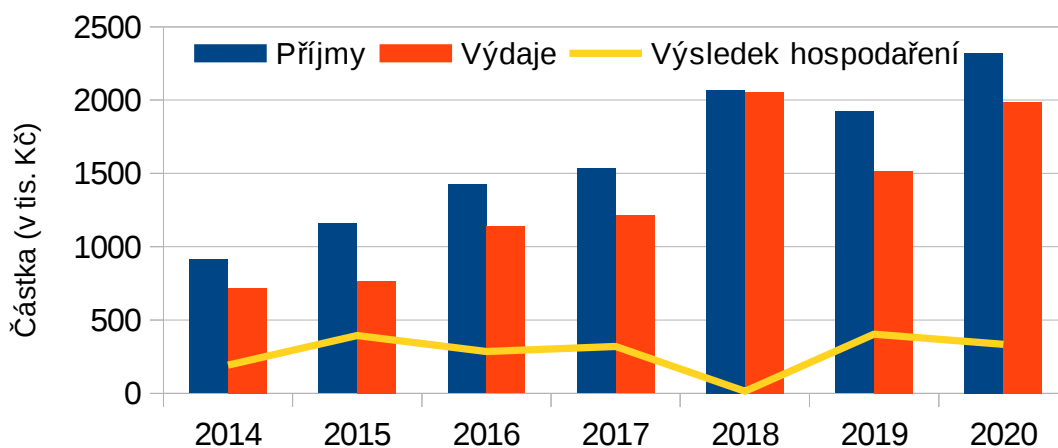
Výtah z rozpočtového výhledu

Sečteno bez ohledu na zdroj

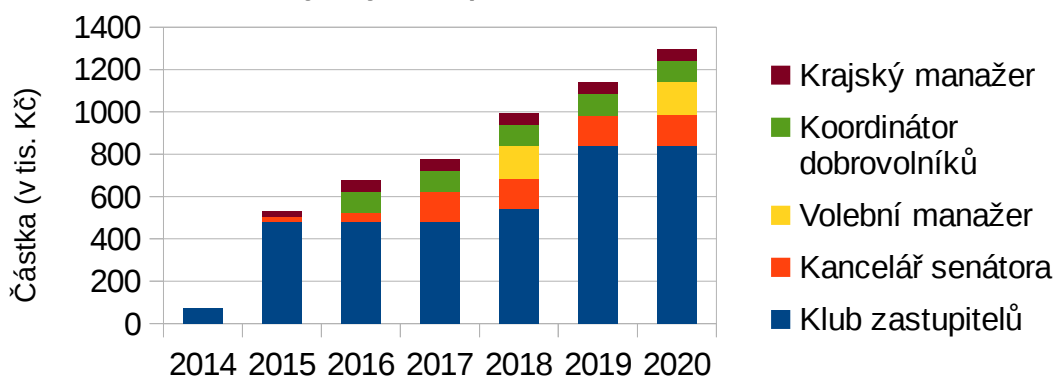
	skut. 2014	odhad 2015	výhled (plán)		2018	2019	2020
	2016	2017	2018	2019	2020		
Příjmy	912	1158	1423	1533	2067	1922	2323
Převod výsledku hospodaření	93	157	394	285	320	14	404
Členské příspěvky	15	8	10	12	14	15	16
Uvolněný volební příspěvek	427	87	87	173	313	78	78
Mandát senátor	143	143	166	282	282	282	282
Mandát zastupitelé	190	760	760	760	855	1330	1330
Stálý příspěvek					198	198	198
Prodej	5	1	1	10	10		
Pirátské centrum	2	1	1				
Dary volby městské části	23				50		20
Dary volby celopražské	9				20		
Dary	7	3	5	10	5	5	5
Výdaje	720	764	1138	1213	2053	1518	1988
Rezerva	25	24	40	40	40	100	100
Propagace, pořádání akcí	20	65	20	15	20	80	80
Vzdělávací a informační akce	30	65	50			50	
Služby veřejnosti	57						
Pirátské centrum	146	37	40	40			
Volby – městské části a senát	57		310		380		510
Volby – celopražské	312			340	620	150	
Klub zastupitelů	71	480	480	480	540	840	840
Kancelář senátora		24	44	144	144	144	144
Volební manažer					155		160
Koordinátor dobrovolníků			100	100	100	100	100
Provozní výdaje		45					
Krajský manažer		24	54	54	54	54	54
Výsledek hospodaření	193	394	285	320	14	404	335

vybrané časové řady rozpočtového výhledu:

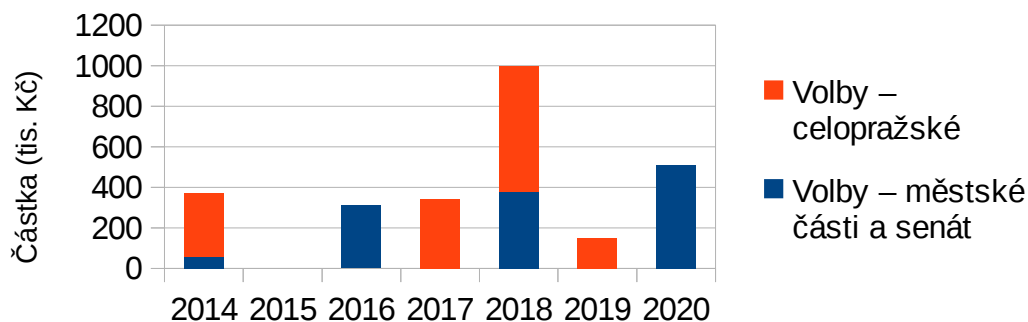
Základní parametry rozpočtového výhledu



Výdaje na placené funkce



Výdaje na volby



Vstupní parametry modelu

název parametru	hodnota	jednotka	poznámka
volební příspěvek pro Prahu	781990	Kč	příspěvek za sněmovní volby 2017 – vypočítán za konzervativního předpokladu preferencí 3,3 % s podílem 30 % pro Prahu dle platných rozpočtových pravidel
počet senátorů v roce 2016	0,66	senátora	konzervativně očekáváme, že k Liboru Michálkovi (0,33) přibude ještě aspoň třetina senátora (kandidáty stavíme ve 2 obvodech)
počet senátorů zvolených v roce 2018	0,66	senátora	očekáváme, že Libor Michálek obhájí mandát a jinak nedojde ke změně
počet zastupitelů hl. m. Prahy zvolených v roce 2018	7	zastupitelů	počet zastupitelů zvolených do Zastupitelstva hl. m. Prahy v roce 2018 odhadujeme optimisticky vzhledem k rostoucím preferencím a vysokému nasazení zastupitelského klubu
očekávaný stálý příspěvek pro Prahu	198000	Kč	roční výše stálého příspěvku za sněmovní volby 2017 – vypočítán za konzervativního předpokladu preferencí 3,3 % s podílem 20 % pro Prahu dle platných rozpočtových pravidel a rozpočítání peněz dle počtu hlasů (rozdělení mezi kraji převzato z posledních sněmovních voleb)