

Strategie pro Brno

Strategický plán města Brna byl schválen 26.6.2007 zastupitelstvem města o počtu 55 členů, z toho 12 žen tj. 22%.

Podrobné generové vyhodnocení cílů strategického plánu

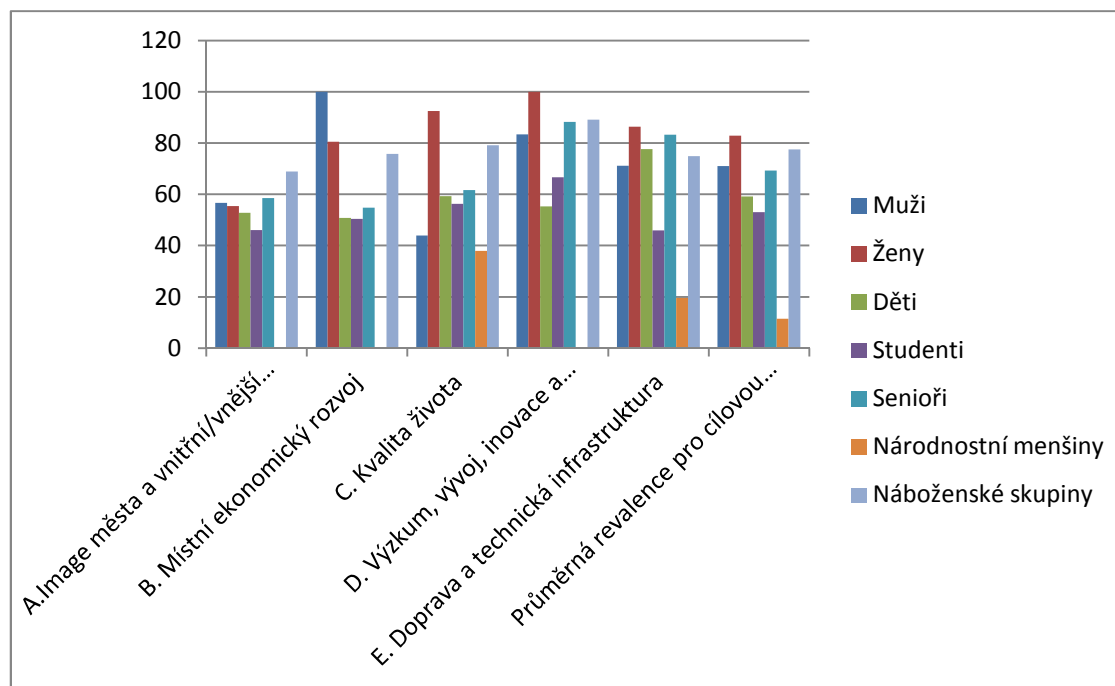
Cíle kritické oblasti: A. Image města a vnitřní/vnější vztahy		Muži	Ženy	Děti	Studenti	Senioři	Národnostní menšiny	Náboženské skupiny
1.1	Zlepšení vnitřní komunikace	3	4	3,5	3	3,5	1	5
1.2	Efektivní vnější komunikace	3	3	3	2,5	3,5	1	5
1.3	Propagace strategického profilu města jako centra vzdělávání, výzkumu, vývoje, inovací a podnikání ve vyspělých technologiích	3,5	4	4	3,5	3	1	4
Celkové agregované vyhodnocení		56,67	55,38	52,78	46,07	58,48	0,00	68,90
Cíle kritické oblasti: B. Místní ekonomický rozvoj		Muži	Ženy	Děti	Studenti	Senioři	Národnostní menšiny	Náboženské skupiny
1.1	Zlepšení prostorových a technických podmínek pro přímé investice do Brna	4,5	3,5	2	3	2	1	3
1.2	Příprava brownfields k rozvoji podnikání včetně odstranění starých ekologických zátěží	4,5	4,5	3,5	2,5	4,5	1	4,5
1.3	Podpora rozvoje cestovního ruchu s důrazem na kongresovou turistiku	4	3,5	2,5	3	3	1	4
1.4	Využití ekonomického potenciálu letiště	4	3,5	3	2	2,5	1	3,5
Celkové agregované vyhodnocení		100,00	80,44	50,79	50,46	54,76	0,00	75,79
Cíle kritické oblasti: C. Kvalita života		Muži	Ženy	Děti	Studenti	Senioři	Národnostní menšiny	Náboženské skupiny
1.1	Rozvoj variabilní nabídky bydlení	3,5	5	2	4	3	4	4,5

1.2	Podpora nabídky volnočasových aktivit, rekreace a sportu	3	4,5	4,5	4,5	3,5	3	4
1.3	Podpora rozvoje kulturního vyžití a zachování kulturního dědictví	4	4,5	5	4	4	1	4,5
1.4	Zajištění bezpečnosti obyvatel města	3	5	5	3,5	4,5	4	5
1.5	Zlepšení kvality veřejných prostranství a vybraných složek životního prostředí	3	5	4	3,5	4,5	4	4
1.6	Účinná politika města v sociální a zdravotní oblasti	2,5	5	4	3	4,5	4	4,5
Celkové agregované vyhodnocení		43,90	92,42	59,28	56,22	61,67	37,92	79,17
Cíle kritické oblasti: D. Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání		Muži	Ženy	Děti	Studenti	Senioři	Národnostní menšiny	Náboženské skupiny
1.1	Zajištění infrastruktury pro výzkum, vývoj a tvorbu inovací	3,5	4	2	3	3,5	1	4
1.2	Účinná politika města v oblasti rozvoje lidských zdrojů	3,5	4	3,5	3	4	1	3,5
Celkové agregované vyhodnocení		83,33	100,00	55,28	66,67	88,25	0,00	89,06
Cíle kritické oblasti: E. Doprava a technická infrastruktura		Muži	Ženy	Děti	Studenti	Senioři	Národnostní menšiny	Náboženské skupiny
1.1	Zajištění komfortní MHD, IDS	3,5	4,5	5	5	3,5	5	5
1.2	Řešení dopravy, ochrana centra před nadměrnou dopravou, parkování	3,5	4,5	4,5	3,5	4	1	4
1.3	Realizace projektu Europoint Brno (ŽUB) v návaznosti na dobudování městské infrastruktury	3,5	4	3	3	4,5	1	3
2.1	Nakládání s povrchovými a odpadními vodami	4	4	4	2	4	1	4
2.2	Koncepce protipovodňové ochrany a revitalizace vodních toků a nádrží	4,5	4	4,5	2	4,5	3	4
2.3	Optimalizace zásobování města energiemi a městského odpadového hospodářství	3,5	4	4,5	2,5	4,5	3	4,5
Celkové agregované vyhodnocení		71,11	86,37	77,64	45,95	83,22	19,57	74,81

Souhrnné vyhodnocení

Kritická oblast/Cílová skupina	Muži	Ženy	Děti	Studenti	Senioři	Národnostní menšiny	Náboženské skupiny	Průměrná relevance tématu
A. Image města a vnitřní/vnější vztahy	56,67	55,38	52,78	46,07	58,48	0,00	68,90	48,33
B. Místní ekonomický rozvoj	100,00	80,44	50,79	50,46	54,76	0,00	75,79	58,89
C. Kvalita života	43,90	92,42	59,28	56,22	61,67	37,92	79,17	61,51
D. Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání	83,33	100,00	55,28	66,67	88,25	0,00	89,06	68,94
E. Doprava a technická infrastruktura	71,11	86,37	77,64	45,95	83,22	19,57	74,81	65,53
Průměrná relevance pro cílovou skupinu	71,00	82,92	59,16	53,07	69,28	11,50	77,55	

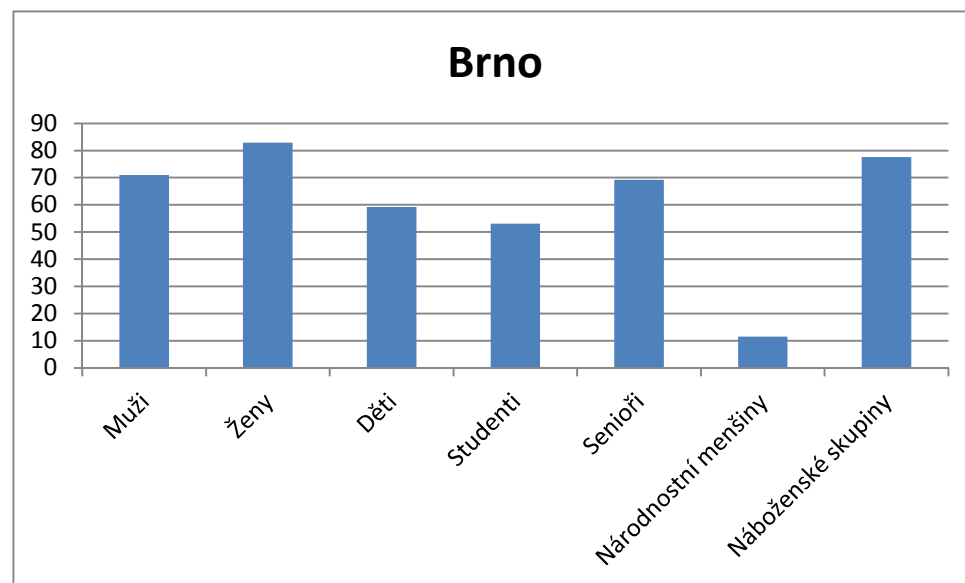
Celkové hodnocení Strategie pro Brno z pohledu souhlasu resp. nesouhlasu (relevance) jednotlivých genderových skupin



Grafické vyjádření celkového hodnocení Strategie pro Brno z pohledu souhlasu resp. nesouhlasu (relevance) jednotlivých genderových skupin

Závěr

Strategie pro Brno 2020 je rozdělena do pěti tematických okruhů – kritických oblastí, které jsou dále členěny na jednotlivé dílčí cíle. Z genderové analýzy vyplynulo, že největší souhlas (relevance) s tématy Strategie vyjádřily ženy – téměř 83% a nejméně národnostní menšiny – 11,5%. Zajímavostí je, že druhou skupinou, která se ztotožňuje s tématy Strategie, jsou náboženské skupiny (77,5%), až poté následují muži (71%) těsně následování seniory (69%). Zbylé dvě skupiny, a to studenti a děti dosahují relevance vyšší než 50% (53% studenti resp. 59% děti). Což ukazuje na **celkově genderově velmi dobře vyváženou Strategii města Brna**. Z hlediska témat strategie se čtyři z pěti pohybují kolem 60% a jen jedno téma – Image města je považováno za relevantní méně než z 50% (celkově 48,3%). Celkově relevanci jednotlivých témat snižuje hodnocení národnostních menšin – Rómů, kteří 3 z 5 témat hodnotí jako zcela nerelevantní pro své potřeby, a to Image města, Místní ekonomický rozvoj a Výzkum, vývoj a inovace.



Relevance cílů Strategie pro jednotlivé genderové skupiny v %