

UCHWAŁA NR 467/XXVIII/2012

Rady Miasta Płocka

z dnia 30 października 2012 roku

w sprawie: przyjęcia Polityki Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka na lata 2012 – 2022

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 roku Nr 142, poz. 1591 z późniejszymi zmianami: Dz. U. z 2002 roku Nr 23, poz. 220, Nr 62, poz. 558, Nr 113, poz. 984, Nr 153, poz. 1271, Nr 214, poz. 1806; z 2003 roku Nr 80, poz. 717, Nr 162, poz. 1568; z 2004 roku Nr 102, poz. 1055, Nr 116, poz. 1203, z 2005 roku Nr 172, poz. 1441, Nr 175, poz. 1457; z 2006 roku Nr 17, poz. 128, Nr 181, poz. 1337; z 2007 roku Nr 48, poz. 327, Nr 138, poz. 974, Nr 173, poz. 1218; z 2008 roku Nr 180, poz. 1111, Nr 223, poz. 1458; z 2009 roku Nr 52, poz. 420, Nr 157, poz. 1241; z 2010 roku Nr 28, poz. 142 i poz. 146, Nr 40, poz. 230 i Nr 106, poz. 675, z 2011 roku Nr 21, poz. 113, Nr 117, poz. 679, Nr 134, poz. 777, Nr 149, poz. 887, Nr 217, poz. 1281, z 2012 roku poz. 567) oraz art. 3 pkt 3, art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2009 r. Nr 84, poz. 712)

Rada Miasta Płocka uchwała, co następuje:

§ 1

Przyjmuje się „Politykę Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka na lata 2012 – 2022”, stanowiącą załącznik Nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 2

Zobowiązuje się Prezydenta Miasta Płocka do realizacji oraz monitorowania, oceny i aktualizacji Polityki.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący
Rady Miasta Płocka

Artur Jaroszewski



PŁOCK

Polityka Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka na lata 2012 - 2022

Zazwyczaj ludzie przeceniają to, co mogą zrobić w ciągu roku, a nie doceniają tego, co mogą osiągnąć w ciągu dziesięciu lat.

Jim Rohn

Projekt realizowany na zlecenie Urzędu Miasta Płocka

Warszawa, październik 2012

Opracowanie:

AGERON POLSKA

ul. Starościńska 1B
02-516 Warszawa
tel.: +48 22 646 42 21
fax: +48 22 646 42 23
www.ageron.pl



Zleceniodawca:

Urząd Miasta Płocka

Stary Rynek 1
09-400 Płock
www.ump.pl



Spis treści

Wprowadzenie	5
I. Metodologia	6
II. Synteza uwarunkowań rozwoju gospodarczego	9
III. Założenia Polityki	24
IV. Struktura i opis Polityki	29
1. Obszar strategiczny: ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA	32
1.1. Usprawnienie modelu obsługi inwestora	33
1.2. Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej miasta	34
1.3. Promocja Płocka jako miasta atrakcyjnego do inwestycji	36
1.4. Poprawa wewnętrznej i zewnętrznej infrastruktury transportowej	38
Program: Utworzenie podstrefy SSE	40
2. Obszar strategiczny: MAŁE I ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWA	41
2.1. Zwiększenie dostępności płockich przedsiębiorców do zewnętrznych źródeł finansowania 42	
2.2. Stymulowanie wzrostu gospodarczego poprzez skuteczną politykę podatkową miasta .	44
2.3. Wzrost innowacyjności i konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw	46
2.4. Wzmacnianie potencjału oraz rozwój sieci instytucji otoczenia biznesu	47
2.5. Podnoszenie zdolności eksportowej płockich przedsiębiorstw	48
2.6. Usprawnienie komunikacji pomiędzy przedsiębiorcami a Urzędem Miasta	49
Program: Utworzenie Biura Obsługi Inwestora i Eksportera	50
3. Obszar strategiczny: DUŻE PRZEDSIĘBIORSTWA	52
3.1. Rozwój współpracy z płockimi dużymi przedsiębiorstwami	53
3.2. Rozwój opieki poinwestycyjnej	54
3.3. Zwiększenie poziomu inwestycji w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego	55
Program III: Rozwój płockiego modelu CSR	56

4. Obszar strategiczny: TURYSTYKA.....	57
4.1. Skoordynowany rozwój oferty turystycznej Płocka	59
4.2. Podniesie jakości oferty turystycznej	60
4.3. Poprawa rozpoznawalności wizerunku turystycznego Płocka	62
Program IV. Płock celem turystyki weekendowej.....	63
5. Obszar strategiczny: KAPITAŁ INTELEKTUALNY	65
5.1. Wzrost aktywności zawodowej mieszkańców.....	66
5.2. Wzmocnienie miejskiego systemu oświaty	68
5.3. Wzmocnienie potencjału szkolnictwa wyższego	70
5.4. Wspieranie rozwoju jednostek badawczo-rozwojowych	72
5.5. Rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej	74
Program V. Rozwój klastra chemicznego	75
6. Obszar strategiczny: TOŻSAMOŚĆ WEWNĘTRZNA	76
6.1. Kształtowanie i wzmacnianie poczucia tożsamości z miastem	77
6.2. Kształtowanie i wzmacnianie aktywności i postaw obywatelskich	78
6.3. Promowanie współdziałania i partycypacji społecznej	79
Program VI. Budżet partycypacyjny	80
V. Monitoring i ewaluacja Polityki.....	81

Wprowadzenie

Polityka Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka na lata 2012-2022 jest dokumentem powstałym z inicjatywy Urzędu Miasta Płocka. Jej podstawowym celem jest nakreślenie wizji rozwoju gospodarczego miasta.

Ocena obecnej sytuacji gospodarczej Płocka wymaga spojrzenia na nią w długim horyzoncie czasowym. W tym celu należy uwzględnić diagnozę aktualnej sytuacji miasta, prognozę trendów rozwojowych w poszczególnych obszarach gospodarczych i społecznych, a także wyznaczenie na tej podstawie kluczowych zadań, jakie należy wykonać, żeby wykorzystać w pełni potencjał miasta.

Na pełny obraz obecnej sytuacji składa się potencjał fizyczny miasta (stan infrastruktury podstawowej oraz dostępność zasobów naturalnych), kapitał intelektualny (poziom wykształcenia, wiedzy, doświadczenia i kreatywności) oraz kapitał społeczny (sieć mniej lub bardziej sformalizowanych powiązań pomiędzy poszczególnymi podmiotami życia społecznego, w której podstawowe znaczenie ma zaufanie, uznanie, przywiązanie oraz określone normy i wzorce zachowań).

Zaznaczyć trzeba, że *Polityka* jest dokumentem strategicznym opracowanym na najbliższe 10 lat. Nie jest możliwe przewidzenie wszystkich pojawiających się zdarzeń w przyszłości, a tym samym niemożliwe staje się zaplanowanie szczegółowych działań na tak długi okres. W związku z powyższym rolą *Polityki* jest przede wszystkim tworzenie warunków do rozwoju gospodarczego miasta.

Oprócz wyznaczenia priorytetów i obszarów działań *Polityka Rozwoju Gospodarczego* opisuje pożądane zmiany cywilizacyjne, a także wartości, które są naturalną drogą do ich osiągnięcia. Władze Płocka muszą położyć nacisk na zbudowanie, wraz z lokalnymi przedsiębiorcami, instytucjami otoczenia biznesu i mieszkańcami, marki lokalnej gospodarki.

Polityka Rozwoju Gospodarczego składa się z 5 części. Pierwszy rozdział opisuje metodologię realizacji projektu. Rozdział drugi stanowi wyciąg najważniejszych wniosków z I Etapu projektu, którego celem była diagnoza potencjału inwestycyjnego miasta. W ramach tej części zostały przedstawione te wyniki, które w zasadniczym stopniu wpłynęły na kształt *Polityki* i poruszane przez nią tematy. Trzeci rozdział koncentruje się na opisie założeń, jakie zostały przyjęte w trakcie opracowywania *Polityki*. Następny rozdział, czwarty, jest przedstawieniem struktury *Polityki Rozwoju Gospodarczego*. Omawia on w dalszej kolejności również poszczególne wyznaczone obszary strategiczne, a także cele operacyjne. Przedstawia zarazem argumenty, jakie przemawiały za uwzględnieniem ich w opracowanym dokumencie.

Ostatni rozdział dotyczy monitoringu i przedstawia rekomendowane zasady monitoringu i ewaluacji działań przeprowadzonych w ramach *Polityki*.

I. Metodologia

Polityka Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka do roku 2022 jest częścią projektu zaplanowanego i zleconego przez Biuro Obsługi Inwestora w Urzędzie Miasta Płocka, a realizowanego przez firmę Ageron Polska. Projekt ten składa się z trzech następujących etapów:



Etap I

W ramach Etapu I zostały wykonane m.in. następujące elementy:

- identyfikacja oraz ocena atrakcyjności najważniejszych terenów inwestycyjnych w Płocku,
- analiza celowości oraz możliwości utworzenia oferty inwestycyjnej wspólnie z sąsiednimi gminami,
- diagnoza uwarunkowań prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorstwa na terenie Płocka,
- analiza najlepszych praktyk w obszarze pozyskiwania i obsługi inwestorów przez miasta powyżej 100 tys. mieszkańców,
- analiza SWOT dla prowadzenia działalności gospodarczej oraz inwestowania w Płocku.

Osiągnięcie zakładanych celów było możliwe dzięki przeprowadzeniu badań z wykorzystaniem różnych technik badawczych, w szczególności:

- badań ilościowych,
- badań jakościowych,
- analizy desk-research.

Badania pierwotne zostały przeprowadzone w formie indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) oraz wspomaganym komputerowo wywiadów telefonicznych (CATI). Badania te zostały przeprowadzone w okresie listopad-grudzień 2011 r. W wywiadach pogłębionych udział wzięły następujące grupy respondentów:

- przedstawiciele uczelni wyższych działających na terenie Płocka,
- przedstawiciele dużych i średnich przedsiębiorstw, które w ostatnich latach ulokowały swoje inwestycje na terenie Płocka,
- przedstawiciele przedsiębiorstw działających na terenie Płocka,
- przedstawiciele dużych przedsiębiorstw, które w ostatnich latach ulokowały swoje inwestycje na obszarze Polski,
- inne osoby, których wiedza została uznana za istotną do opracowania Polityki Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka.

Etap II

Głównym celem Etapu II było opracowanie *Polityki Rozwoju Gospodarczego*, czego efektem jest niniejszy dokument. Został on przygotowany we współpracy z Biurem Obsługi Inwestora oraz innymi przedstawicielami Urzędu Miasta. Ponadto był on konsultowany z radnymi Rady Miasta Płocka, Płocką Radą Gospodarczą, a także przedstawicielami Instytucji Otoczenia Biznesu.

Podejście metodologiczne realizacji projektu wpisuje się w koncepcję metodologiczną planowania strategicznego przedstawioną przez J. M. Brysona¹. Dzięki zastosowaniu tego podejścia proces tworzenia *Polityki Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka na lata 2012-2022* posiadał ustrukturalizowany charakter.

Bazująca na modelu Brysona procedura opracowywania strategii obejmowała 8 następujących etapów:

- Działania wstępne – zaplanowanie i organizacja procesu, jak również uwzględnienie odpowiedniego poziomu uspołecznienia procesu tworzenia strategii – promocji projektu oraz udziału w nim grupy interesariuszy.
- Identyfikacja uwarunkowań organizacyjnych - przeanalizowanie (w ramach analizy desk-research) uwarunkowań *Polityki* wynikających z obowiązujących dokumentów strategicznych na poziomie regionalnym i ogólnokrajowym oraz przy zachowaniu spójności z polityką Unii Europejskiej, analiza uwarunkowań prawnych, dotychczasowej strategii działań promocyjnych.
- Opracowanie misji oraz określenie wartości – faza ta obejmowała kompleksową analizę interesariuszy – podmiotów zainteresowanych rozwojem gospodarczym Płocka - i na podstawie tej analizy określony został kierunek dalszych działań w zakresie opracowywania *Polityki*.
- Analiza silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń w otoczeniu konkurencyjnym oraz w makrootoczeniu – w tym wpływ czynników politycznych, ekonomicznych, społecznych, technologicznych i z obszaru środowiska naturalnego – prowadząca do opracowania analizy SWOT; w ramach silnych i słabych stron przeanalizowane zostały aktualne zasoby, aktualne strategie działań w obszarze promocji gospodarczej oraz wyniki tych działań.
- Określenie wizji i wyzwań strategicznych – na tym etapie zostały sformułowane priorytety – obszary strategiczne, będące podstawą *Polityki*. Cele strategiczne formułowane były w taki sposób, by uwzględniały zdiagnozowane silne strony i szanse, zakładając równocześnie pokonywanie słabych stron oraz minimalizowanie zagrożeń.
- Określenie strategii służącej realizacji celów - na kolejnym etapie, na podstawie określonych celów strategicznych, wypracowane zostały odpowiadające im cele operacyjne oraz działania i programy wpisujące się w te cele i umożliwiające skuteczną realizację *Polityki*.
- Zatwierdzenie strategii – w ostatnim etapie strategia poddana zostanie akceptacji interesariuszy, a następnie przedstawiona do zatwierdzenia przez Zastępcę Prezydenta Miasta ds. Rozwoju i Inwestycji celem jej wdrożenia.

Po zrealizowaniu etapu ósmego, dalsze kroki będą polegały na rozpoczęciu wdrażania strategii i realizacji poszczególnych działań przez instytucje odpowiedzialne za te działania zgodnie z opracowaną strategią.

Etap III

Ostatnim etapem projektu jest przedstawienie wyników projektu oraz założeń *Polityki Rozwoju Gospodarcze* szerokiej grupie odbiorców. Obejmuje on zaprezentowanie głównych wniosków Etapu I, a także najważniejszych koncepcji zawartych w Etapie II. Grupami docelowymi tych działań są

¹ Bryson J.M., *Strategic planning for public and nonprofit organizations*, Jossey Bass, A Wiley Imprint, San Francisco 2004.

pracownicy Urzędu Miasta Płocka, płocki przedsiębiorcy, przedstawiciele płockich instytucji edukacyjnych oraz Instytucji Otoczenia Biznesu, a także potencjalni inwestorzy.

Ponadto kluczowe elementy stanowiące obecne i potencjalne mocne strony Płocka, a także możliwości ich rozwoju, zostaną zaprezentowane w ramach publikacji prasowej oraz w przygotowanym specjalnie w tym celu katalogu.

II. Synteza uwarunkowań rozwoju gospodarczego

PODMIOTY GOSPODARCHE W MIEŚCIE

Płock jest miastem o relatywnie małej ilości przedsiębiorstw w stosunku do liczby mieszkańców – można więc mówić o niskim poziomie aktywności gospodarczej wśród mieszkańców miasta.

Niska dynamika przyrostu liczby nowych firm - w stosunku do podobnych miast, Płock charakteryzuje się niskim poziomem przyrostu nowych przedsiębiorstw (negatywny trend) .

Stabilność sytuacji gospodarczej - oraz niewielka liczba firm wyrejestrowanych z REGON (pozytywny trend).

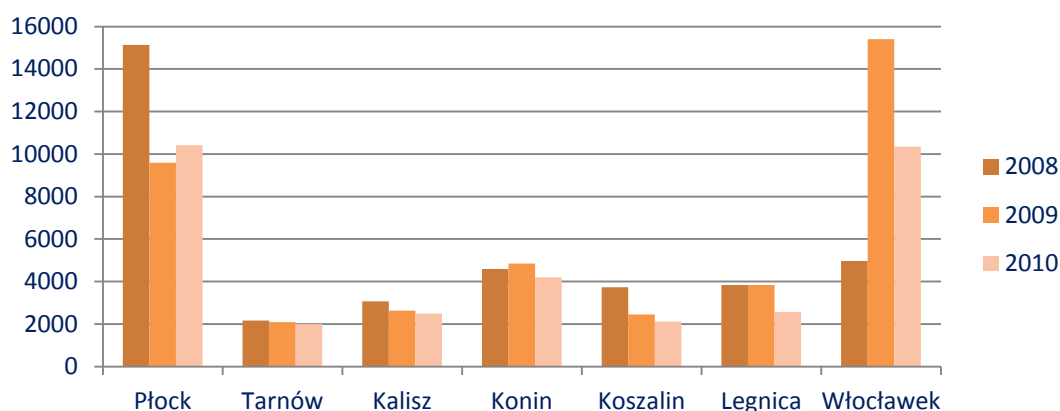
Dominującym sektorem płockiej gospodarki jest przemysł i budownictwo – rozwinięty w większym stopniu niż w innych miastach.

Płock posiada wyraźnie mniejszą niż w innych miastach liczbę firm małych i mikroprzedsiębiorstw przy równoczesnej dominacji firm zatrudniających większe liczby pracowników (firmy duże).

Bardzo wysoki sumaryczny poziom nakładów inwestycyjnych firm – silny wpływ PKN Orlen S.A. i kontrahentów.

W ramach przeprowadzonej „Diagnozy potencjału inwestycyjnego Miasta Płocka” przeanalizowano wskaźniki GUS dotyczące podmiotów gospodarczych w Płocku i sześciu podobnych miastach: Koszalin, Konin, Kalisz, Tarnów, Legnica, Włocławek. Przeprowadzona analiza porównawcza pozwoliła na określenie specyfiki życia gospodarczego Płocka. Płock okazał się miastem charakteryzującym się mało dynamicznym życiem gospodarczym. Liczba podmiotów gospodarczych w Płocku w odniesieniu do liczby mieszkańców należy do niższych i od roku 2007 plasuje się na poziomie niższym od średniej krajowej. Niekorzystne dla miasta dane dotyczą także kwestii przyrostu nowych podmiotów gospodarczych. Poza pojedynczymi wyjątkami, zakładano wyraźnie mniej firm niż w przypadku innych terenów i w miarę upływu czasu na przestrzeni lat 2005 – 2010 sytuacja ta systematycznie się pogarszała. Biorąc pod uwagę całość uwzględnionego okresu, przyrost liczby podmiotów gospodarczych na 10 tys. mieszkańców w Płocku należał do jednych z najniższych w zestawieniu. Równocześnie pozytywnym zjawiskiem jest relatywnie niskim poziom wyrejestrowań firm z systemu REGON w Płocku. Liczba jednostek wyrejestrowanych z REGON w odniesieniu do liczby ludności w latach 2005 – 2010 systematycznie spadała – co stanowiło silny i stabilny, a zarazem pozytywny trend nie obserwowany w przypadku pozostałych miast.

Rysunek 1. Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw na 1 mieszkańca w latach 2008-2010 (Bank Danych Lokalnych, GUS)



Analiza struktury wielkości podmiotów gospodarczych (mierzoną liczbą osób zatrudnionych) w Płocku wskazała na bardzo widoczną i wyróżniającą na tle innych miast dominację firm zatrudniających większe liczby pracowników w połączeniu z relatywnie niskim udziałem mikroprzedsiębiorstw – 93,14% (wartość najniższa ze wszystkich, wyraźnie niższa od średniej krajowej). Płock charakteryzuje się największymi odsetkami w trzech kategoriach: przedsiębiorcach zatrudniających od 10 do 49, od 50 do 249, oraz przedziale od 250 do 999 osób. (por. Tabela 1).

Płock jest miastem, które zdecydowanie wyróżnia się na polu nakładów inwestycyjnych firm i to w kierunku pozytywnym. Wielkość tych nakładów w roku 2010 jak i w latach 2008 – 2009 była w Płocku od ponad 2 do 5 razy większa niż w przypadku innych miast - sytuacja ta ma więc charakter względnie trwałej tendencji. Należy jednak sądzić, iż dane te odzwierciedlają korzystną sytuację głównego przedsiębiorstwa w mieście – PKN ORLEN S.A. oraz firm powiązanych niż sytuację wszystkich płockich firm. (por. Rysunek 1).

Tabela 1. Struktura podmiotów gospodarczych wedle wielkości zatrudnienia w roku 2010 (Bank Danych Lokalnych, GUS)

Jednostka terytorialna	0-9	10-49	50-249	250-999	1000+
Polska	94,98%	4,13%	0,76%	0,10%	0,02%
<u>Płock</u>	<u>93,14%</u>	<u>5,33%</u>	<u>1,29%</u>	<u>0,21%</u>	<u>0,03%</u>
Tarnów	93,67%	4,82%	1,29%	0,19%	0,04%
Kalisz	94,89%	4,00%	0,98%	0,11%	0,02%
Konin	94,63%	4,12%	1,12%	0,08%	0,05%
Koszalin	96,77%	2,52%	0,60%	0,11%	0,01%
Legnica	96,48%	2,74%	0,67%	0,08%	0,03%
Włocławek	94,66%	4,05%	1,14%	0,14%	0,02%

KAPITAŁ LUDZKI. EDUKACJA

Bogata, zróżnicowana pod względem branżowym i specjalizacyjnym oferta edukacyjna na poziomie szkół ponadgimnazjalnych w Płocku.

Niekorzystne trendy w decyzjach edukacyjnych podejmowanych przez płockich uczniów – ilościowa dominacja uczniów i absolwentów szkół ogólnokształcących w stosunku do szkół zawodowych.

Płoccy przedsiębiorcy negatywnie oceniają dostosowanie oferty szkół ponadgimnazjalnych do ich potrzeb.

Niekorzystna sytuacja w zakresie szkół wyższych w Płocku: dominacja kierunków humanistyczno – społecznych.

Największe braki są przez firmy dostrzegane w obszarze praktycznych umiejętności absolwentów (zarówno szkoły ponadgimnazjalne jak i wyższe) – umiejętności praktyczne i znajomość języków obcych.

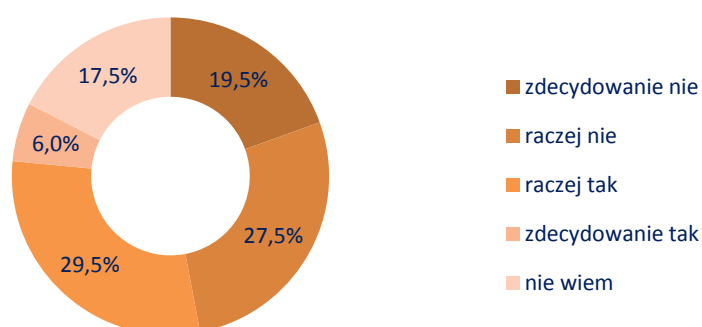
Brak kompleksowej, systemowej, zinstytucjonalizowanej współpracy pomiędzy płockimi pracodawcami i szkołami.

Braki w podaży pracy i wynikające z nich trudności rekrutacyjne są zauważalnym i względnie istotnym problemem na płockim rynku pracy.

Poziom średniego wynagrodzenia w Płocku jest wyraźnie wyższy niż w innych rejonach województwa – oczekiwania płacowe siły roboczej są wysokie co może być barierą rozwoju gospodarczego i przyciągania inwestycji.

W Płocku znajduje się: 6 zasadniczych szkół zawodowych, 12 średnich szkół zawodowych, 13 liceów ogólnokształcących. Oferta edukacyjna obejmuje wiele branż i specjalności, m.in.: budownictwo, technologię urządzeń sanitarnych, informatykę, mechanikę czy technologię żywienia. Unikalnym elementem oferty edukacyjnej jest Centrum Edukacji powstałe przy głównym pracodawcy miasta PKN Orlen S.A. – które stanowi przykład rozwiązania optymalizującego relacje pomiędzy edukacją a potrzebami rynku pracy. W przypadku oferty edukacyjnej techników i zasadniczych szkół zawodowych w ramach przeprowadzonych wśród płockich przedsiębiorców badań ankietowych przeważały opinie mówiące o jej znacznym bądź umiarkowanym niedostosowaniu do potrzeb firm (por. Rysunek 2). Najgorzej ocenianym aspektem kształcenia są umiejętności praktyczne absolwentów (średnia ocena 2,76) oraz znajomość języków obcych (2,81).

Rysunek 2. Czy oferta płockich średnich szkół zawodowych (zasadnicze szkoły zawodowe, technika) jest dostosowana do potrzeb Państwa firmy? (Badanie CATI wśród firm w Płocku; n=200)



Przedmiotem badań ankietowych i jakościowych była kwestia współpracy między sferą edukacji i biznesu. W przypadku Płocka formy takiej współpracy istnieją, jednakże często mają charakter i/lub nieformalny, brakuje zaś rozwiązań o charakterze systemowym. Płockie firmy są skłonne do współpracy z lokalnymi instytucjami oświatowymi w ramach staży lub praktyk. Większość z nich była zadowolona z dotychczasowej współpracy, jednakże ich organizacja ma charakter doraźny a nie kompleksowy, brak jest rozwiązań systemowych w skali miasta.

Ocena dostosowania oferty szkół wyższych w Płocku do potrzeb pracodawców była bardziej optymistyczna niż w przypadku szkół ponadgimnazjalnych, co nie zmienia faktu, iż także w tym przypadku przeważały opinie negatywne. Także w przypadku szkół wyższych pracodawcy najgorzej oceniali umiejętności praktyczne. Podobne opinie znalazły swe potwierdzenia w badaniach jakościowych.

Oferta edukacyjna centrum stanowi odzwierciedlenie zapotrzebowania na pracowników w spółkach powiązanych z koncernem paliwowym. W przypadku szkół ponadgimnazjalnych, oferta kierunkowa szkół wyższych w Płocku może być oceniona jako różnorodna, choć zwraca uwagę fakt relatywnie małego udziału oferty kierunków technicznych i inżynierskich, w porównaniu do wielości kierunków humanistyczno – społecznych. W opinii płockich pracodawców i inwestorów (badania jakościowe) najmocniejszym punktem w ofercie miasta jest obecność uczelni o profilu politechnicznym (filia Politechniki Warszawskiej), zaś obecność pozostałych podmiotów i kierunków kształcenia nie jest postrzegana jako istotna.

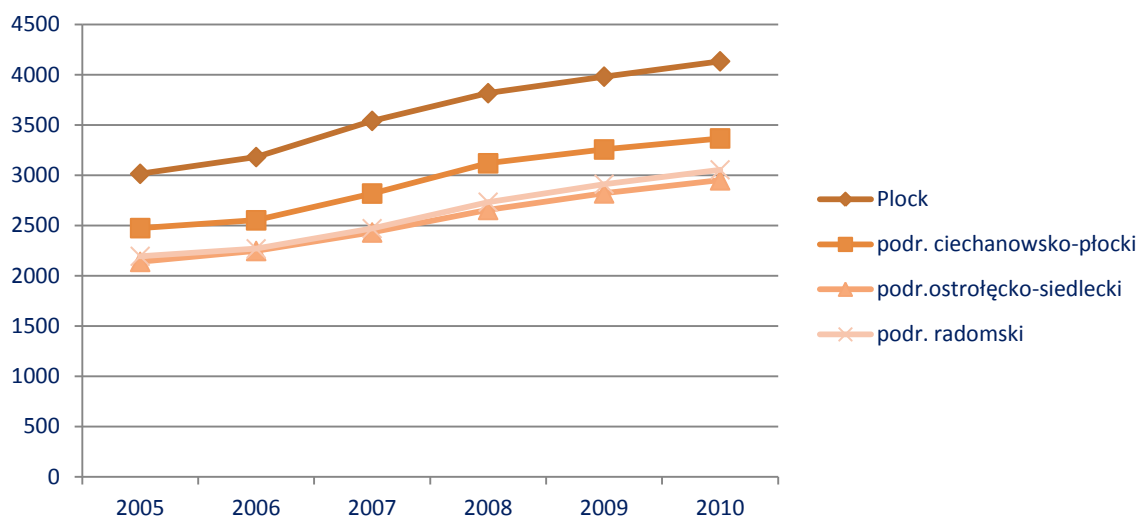
Rysunek 3. Opinie o szkołach wyższych w Płocku

Często ludzie wychodzą z tych szkół bez podstawowych umiejętności. Człowiek kończący szkołę wyższą, licencjat, to przynajmniej pakiet biurowy powinien mieć opanowany w paluszku. Firma nie jest miejscem, gdzie powinno się uczyć człowieka po studiach korzystania z pakietu biurowego, jeśli się myśli o pracy umysłowej
[IDI_FIRMY_PŁOCK_4]

Podaż pracy w Płocku nie jest według pracodawców zadowalająca. Jedynie niespełna 25% firm nie odczuwa trudności przy poszukiwaniu odpowiednich nowych pracowników. Do zawodów, w przypadku których trudności te są największe zaliczyć można: robotników przemysłowych i rzemieślników (mechanik samochodowy, spawacz, monter, piekarz, zawody budowlane), techników i średni personel (wykwalifikowani sprzedawcy i handlowcy), operatorów maszyn i urządzeń (kierowcy).

Porównanie średnich wynagrodzeń w mieście i podregionach Mazowska obejmujących obszar poza Warszawą wskazuje na wyraźnie wyższy poziom wynagrodzeń w Płocku (do 767 zł do 1000 zł niż w innych podregionach w 2010 roku). Taki stan rzeczy utrzymywał się przez cały okres lat 2005 – 2010, może być więc to uznane za obraz względnie trwałej tendencji. (por. Rysunek 4).

Rysunek 4. Średnie miesięczne wynagrodzenie w Płocku i w wybranych podregionach województwa mazowieckiego w latach 2005 - 2010



WARUNKI INWESTYCYJNE – TRANSPORT I KOMUNIKACJA

Infrastruktura transportowa i dostępność komunikacyjna – kluczowy czynnik przy wyborze lokalizacji przez inwestorów.

Negatywna ocena dostępności komunikacyjnej i infrastruktury transportowej miasta w oczach płockich przedsiębiorców i inwestorów.

Sytuacja komunikacyjna barierą w funkcjonowaniu firm, rozwoju przedsiębiorczości oraz przyciąganiu inwestycji.

Szanse w obszarze komunikacji: lotnisko Modlin, kolejowa trasa Płock – Modlin, obwodnica, w perspektywie możliwość poprowadzenia trasy S10 Warszawa-Bydgoszcz w pobliżu Płocka

Przeprowadzone badania jakościowe wśród firm realizujących duże inwestycje na terenie Polski jednoznacznie wskazały iż kryterium o najwyższej wadze, są kwestie związane z infrastrukturą transportową i komunikacją. Przy czym główną rolę odgrywa bliskość głównych szlaków komunikacyjnych drogowych oraz ich stan. Inne rodzaje transportu, w tym transport kolejowy mają mniejsze znaczenie. Podobnie zbadani płocki inwestorzy wskazywali na istotność tego czynnika. Równocześnie przedstawiciele tej ostatniej grupy dokonywali negatywnej oceny Płocka w tym obszarze: podkreślano brak dobrych dróg dojazdowych do dużych aglomeracji, jak Warszawa i Łódź, a także wskazywano na problem z dojazdem do głównych szlaków komunikacyjnych kraju – w tym autostrad.

Przedstawiciele Płockich przedsiębiorstw podzielali tego typu ocenę. Wśród czynników określanych jako utrudniające prowadzenie działalności gospodarczej dominowały te dotyczące sfery transportu i komunikacji. Wskazywano na niekorzystną lokalizację Płocka – z dala od głównych dróg w kraju. Podkreślano niekorzystny wpływ takiego stanu rzeczy na wizerunek Płocka wśród partnerów gospodarczych płockich firm. Podobnie obecny stan połączeń kolejowych jest oceniany jako zdecydowanie niewystarczający. Respondenci wyrażali się również niepocholebnie na temat rozwiązań

komunikacyjnych w obrębie granic miasta. Podkreślali oni zły stan dróg, szczególnie wyjazdowych z miasta oraz tych znajdujących się w strefach przemysłowych.

Podobnie wyniki badania ankietowego wśród plockich przedsiębiorców wskazały, iż w oczach przedstawicieli firm czynnikiem najbardziej utrudniającym ich funkcjonowanie jest komunikacja (drogowa, kolejowa, lotnicza) - prawie 70% wskazań dotyczących tego czynnika miało charakter negatywny.

Rysunek 5. Opinie o komunikacji i transporcie w Płocku

Brak dobrych połączeń. Brak dobrych połączeń kolejowych z Warszawą i Łodzią. Lotnisko zaniedbane. Mile widziany byłby jego rozwój. Nie zniechęca to do inwestycji, ale obecność dobrych połączeń komunikacyjnych by zachęcała.
[IDI_INWESTORZY_PŁOCK_2]

Infrastruktura drogowa - to duży minus Płocka. Przede wszystkim brak obwodnicy. A nic się w tym kierunku nie robi. Płock w okolicach godziny 14 jest po prostu nieprzejezdny. Komunikacyjnie Płock rozwiązany jest beznadziejnie.
[IDI_FIRMY_PŁOCK_11]

WARUNKI INWESTYCYJNE – POZOSTAŁE

Brak terenów inwestycyjnych przynależących do Specjalnej Strefy Ekonomicznej – istotny deficyt oferty inwestycyjnej Płocka

Ogólnie dobry poziom dostępu do mediów na terenach inwestycyjnych (w tym specjalistyczne – gospodarka odpadami przemysłowymi) z pewnymi brakami (infrastruktura komunikacyjna).

Przygotowanie działek inwestycyjnych i dostępność i jakość informacji oraz szybkość procedur biurowatycznych – najważniejsze po dostępności komunikacyjnej kryterium wyboru lokalizacji.

Centralne położenie w Polsce – znaczny atut inwestycyjny Płocka. Obecnie korzyści ograniczone przez uwarunkowania komunikacyjne.

W opinii plockich inwestorów miasto prowadzi niewystarczająco proaktywne działania mające na celu przyciągnięcie inwestorów.

Samorządowe centra obsługi inwestorów nie stanowią najważniejszego źródła informacji o potencjalnych lokalizacjach inwestycji - konieczność aktywnego modelu działania i funkcjonowania tego typu podmiotów.

Na podstawie wywiadów jakościowych zidentyfikowano główne kryteria i wymagania, jakimi posługują się inwestorzy przy wyborze lokalizacji inwestycji. Skonfrontowanie wyników z ofertą inwestycyjną Płocka pozwoliło na określenie warunków inwestycyjnych w mieście. W toku badań respondenci silnie podkreślali istotną rolę jaką pełnią Specjalne Strefy Ekonomiczne w tym zakresie. Tereny przynależące do tego typu stref są często chętniej wybierane jako miejsce realizacji inwestycji – SSE można uznać za „magnes” dla inwestorów. Atutem SSE są przede wszystkim ulgi od podatku dochodowego dostępne w strefach. Wielu badanych przedstawicieli inwestorów twierdziło, że jest bardzo zainteresowana takiego rodzaju uprawnieniami (szczególnie firmy produkcyjne). Oferowane ulgi wpływają na lepszy i szybszy zwrot z inwestycji. Za mocne strony stref uznano również możliwość korzystania z gotowej infrastruktury w postaci przyłączy mediów i dróg dojazdowych oraz możliwość lokalizacji w łańcuchu ze swoim poddostawcami i odbiorcami. Oferta inwestycyjna Płocka,

w której brak jest gotowych terenów inwestycyjnych objętych SSE, może być z tego punktu widzenia oceniana jako mało korzystna i zawierająca się w sferze lokalizacji „drugiego wyboru”.

Kolejnym ważnym kryterium w oczach potencjalnych inwestorów jest kwestia mediów i infrastruktury technicznej. Oceny warunków inwestycyjnych w Płocku w tym aspekcie dokonali w ramach badań jakościowych płocki inwestorzy. Badani pozytywnie oceniali poziom dostępności do mediów. Respondenci wskazywali na brak problemów z dostępem do energii elektrycznej, sieci wodociągowych i kanalizacyjnych. Za unikalną i istotną zaletę oferty inwestycyjnej Płocka (w szczególności dla branży chemicznej) uznano możliwość podłączenia się pod oczyszczalnie ścieków wyspecjalizowane w gospodarce odpadami przemysłowymi.

Do korzystnych uwarunkowań Płocka jako lokalizacji inwestycji zaliczyć można lokalizację miasta w centrum Polski. Należy jednak pamiętać, że możliwość czerpania korzyści z tego atutu miasta jest ograniczana poprzez niedogodności transportowe.

Rysunek 6. Opinie o infrastrukturze w Płocku

Infrastruktura jest zaletą. Taka typowa miejska infrastruktura. Do której zaliczyć możemy dostęp do gazu, elektryczności, komunikacja – to się polepszyło. Na samym początku mieliśmy banalne, przyziemne problemy z łączem telefonicznym, które było tylko analogowe. Internet musiał być bezprzewodowy. W tym momencie zostało to nadrobione i nie mamy większych problemów. [IDI_INWESTORZY_PŁOCK_5]

Przedsiębiorcy, którzy zainwestowali na terenie Płocka, podkreślali często niski poziom współpracy z Urzędem Miasta. Ich zdaniem wzajemne relacje ograniczone były jedynie do kwestii formalnych i administracyjnych. Wynika to przede wszystkim z indywidualnego charakteru ich inwestycji. Wskazywano również na nadal zbyt małą otwartość Urzędu Miasta na inwestujących w mieście przedsiębiorców. Proces nawiązywania bezpośredniego kontaktu z dużym inwestorem, prowadzącym nową inwestycję na terenie miasta, powinien być ich zdaniem wzmocniony.

Przedsiębiorcy wskazywali również na niewystarczająco pro aktywne działania promujące i informujące realizowane przez Miasto Płock w zakresie poszukiwania nowych inwestorów. W szczególności wskazywano, że Biuro Obsługi Inwestora powinno stać się zasadniczym źródłem informacji dla potencjalnych inwestorów. BOI, ich zdaniem, nie może być jedynie jednostką udzielającą informacji w odpowiedzi na zapytania firm, ale powinno być stroną aktywnie zabiegającą o kontakt i wychodzącą z promocją oferty oraz kompleksową informacją do sfery biznesu jako strona inicjująca. Najlepszymi narzędziami, wedle respondentów mogą być tu spotkania indywidualne i konferencje.

SILNA POZYCJA BRANŻY CHEMICZNEJ – PODSTAWA DO ROZWOJU KLASTRA

PKN Orlen – największa firma w Polsce, ważny gracz na rynku europejskim.

Orlen – dominująca pozycja i główny zasób gospodarczy Płocka.

Orlen w Płocku – nie tylko rafineria, ale liczna sieć spółek zależnych, wspomagających, podwykonawców i kontrahentów.

Długoletnia obecność i rozwój rafinerii w Płocku gwarantuje dostęp do unikalnych zasobów w mieście – infrastruktury, mediów, kapitału ludzkiego i intelektualnego.

Płock powszechnie jest kojarzony przede wszystkim z branżą rafineryjną, chemiczną i marką Orlen.

Wyniki przeprowadzonych w ramach diagnozy potencjału inwestycyjnego Płocka badań jednoznacznie potwierdzają silną czy wręcz dominującą pozycję spółki PKN Orlen S.A. oraz branży petrochemicznej i chemicznej w gospodarczym krajobrazie miasta. Pozycja ta znajduje swe odzwierciedlenie zarówno w obszarze obiektywnym (opis gospodarczy) jak i subiektywnym (opinie i skojarzenia respondentów).

Kompleks rafineryjno-petrochemiczny Orlen w Płocku uznawany jest za jeden z najnowocześniejszych i największych zakładów tego typu w Europie. Sama zaś spółka jest największą firmą w Polsce. Obecność spółki w mieście nie ogranicza się do jedynie samych zakładów petrochemicznych. W ramach Grupy Kapitałowej ORLEN funkcjonują liczne spółki zależne, mające siedzibę w Płocku, zajmujące się przede wszystkim świadczeniem na rzecz koncernu, ale również na rzecz innych klientów, różnorodnych usług.

Rysunek 7. Opinie o roli przemysłu chemicznego w Płocku

Płock jest stolicą polskiej chemii. Najlepsze miejsce do inwestycji chemicznych [IDI_INWESTORZY_PŁOCK_1]

W Płocku jest wszystko, co przemawia za branżą chemiczną. Jest uczelnia, są pracownicy, tradycja, podobne zakłady, kooperanci mający doświadczenie. [IDI_INWESTORZY_PŁOCK_5]

Wśród spółek tych należy wymienić m.in.: ORLEN Centrum Serwisowe (serwis stacji paliw), ORLEN Księgowość, Basell ORLEN Polyolefins (plastik i syntetyczne materiały – firma produkcyjna), ORLEN KolTrans, ORLEN Administracja, ORLEN Wir, ORLEN Medica, ORLEN Ochrona, ORLEN Prewencja, ORLEN Administracja, ORLEN EKO, ORLEN Projekt, ORLEN Gaz, ORLEN Petrocentrum, ORLEN Laboratorium, ORLEN Asphalt, ORLEN Automatyka. Warto zauważyć, że produkty oferowane przez PKN ORLEN S.A. są wykorzystywane przez obecnych już na terenie miasta inwestorów, ponadto obserwuje się kolejne inwestycje Orleńskie na terenie kombinatu. Funkcjonowanie w mieście tak dużego zakładu przemysłowego oznacza dostępność dla innych firm z branży takich specjalistycznych usług, jak np. służby automatyki, serwis utrzymania ruchu, nadzór, laboratoria czy zakładowa straż pożarna, jak również specjalistycznych mediów – pary, ciepła, powietrza remontowego, azotu, tlenu, itp. Dlatego też, sieć powiązań dopełniają przedsiębiorstwa i branże pokrewne i powiązane z branżą chemiczną i rafineryjną.

Warto również dodać, że funkcjonowanie rafinerii w mieście już od lat '60. było przyczyną licznych zmian społecznych i gospodarczych także o charakterze długotrwałym. Do najważniejszych tego typu zjawisk należy zaliczyć specjalizację mieszkańców miasta w aspekcie kwalifikacji zawodowych związanych z przemysłem petrochemicznym skutkującą relatywnie wysoką dostępnością wykwalifikowanych specjalistów i pracowników z branży. Jakość i charakter kapitału ludzkiego jest więc komplementarna wobec sieci powiązań gospodarczych.

Szczególnie wartym odnotowania elementem struktury branży chemicznej w mieście jest Ośrodek Badawczo - Rozwojowy Przemysłu Rafineryjnego S.A., który łączy działalność produkcyjną z działalnością naukową, pracami badawczo-rozwojowymi, projektowymi, wdrożeniowymi i techniczno-usługowymi z zakresu przemysłu rafineryjnego i petrochemicznego oraz ochrony środowiska. Dzięki działalności tego typu w mieście następuje rozwój kapitału ludzkiego związanego z branżą rafineryjną i petrochemiczną.

Rysunek 8. Skojarzenia inwestorów z terenu Polski dotyczące Płocka (wielkość liter odzwierciedla popularność odpowiedzi) (Badania jakościowe zrealizowane wśród inwestorów na terenie Polski).

centrum.Polski rafineria
brak.skojarzeń
zielone.tereny Orlen Wisła petrochemia

Tak silna pozycja branży chemicznej w Płocku znajduje swe odzwierciedlenie w wizerunku jakie posiada miasto. Zarówno przedsiębiorcy i inwestorzy miejscowi jak i inwestorzy z terenu całej Polski w ramach kojarzą miasto z „Orlenem”, „chemią”, „petrochemią” czy „rafinerią”. (por. Rysunek 9).

Lokalni przedsiębiorcy dostarczyli też bardziej kompleksowego obrazu roli Orłenu i branży chemicznej w gospodarce Płocka, potwierdzając, na bazie codziennej praktyki, opis przedstawiony powyżej. Rola ta została uznawana jest kluczową, a sam Orlen postrzegany jest w kategoriach największego zasobu gospodarczego Płocka. To właśnie obecność tej marki, rozpoznawalnej w Europie, jest w oczach płockich przedsiębiorców szansą na dalszy rozwój gospodarczy miasta. Jak już zostało wspomniane obecność Orłenu i innych dużych przedsiębiorstw implikuje obecność mniejszych firm zajmujących się podwykonawstwem. Dostępność tych ostatnich przedsiębiorstw jest zdaniem respondentów dużą zaletą Płocka. Wiele zleceń trafia do firm działających na lokalnym rynku. Umożliwia to obniżenie kosztów usług, bezpośredni nadzór nad ich wykonaniem, a także zawiązanie stabilnej współpracy gospodarczej. Ponadto obecność Orłenu bywa uznawana za atut i zachęta do ulokowania inwestycji w mieście. Firmy decydują się na inwestycje w Płocku z racji chęci obniżenia kosztów transportu surowców lub też transport ten, ze względu na przepisy prawne, nie jest możliwy. Firmy te lokują się najczęściej w bezpośredniej odległości od terenów PKN Orlen S.A. Podpisując długoletnie umowy zapewniają sobie stały dostęp do surowców. Ponadto Orlen stabilizuje gospodarczo miasto w oczach inwestorów. Nikt nie zakłada w swoich analizach zamknięcia petrochemii, a w związku z tym nowo powstałe firmy są pewne istnienia swojego kooperanta.

KLIMAT GOSPODARCZY. RELACJE MIASTO - PRZEDSIĘBIORCY

Zróżnicowana ocena klimatu gospodarczego przez płockich przedsiębiorców – zauważane zarówno pozytywy jak i braki oraz obszary do poprawy.

Działalność miasta na rzecz przedsiębiorców – przychylność, otwartość na inicjatywy, brak utrudniania lecz równocześnie brak bezpośrednich działań wspomagających i stymulujących.

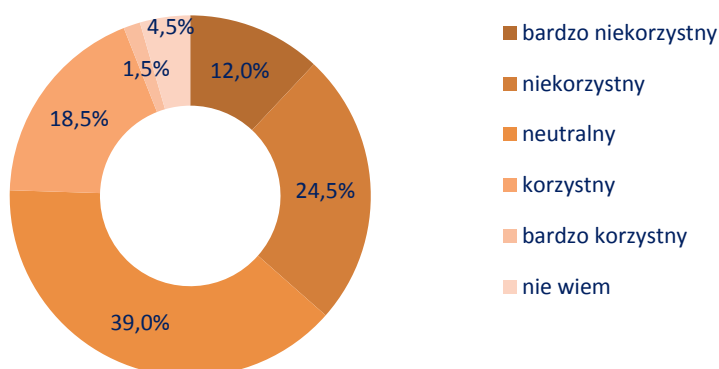
Pozytywna percepcja zmian działań miasta w ostatnich latach.

Obszary do zmiany w obszarze administracji wskazywane przez płockie firmy: proaktywna postawa, szybkość decyzji, kompetencje i kwalifikacje urzędników, miasto w roli aktywnego gospodarza sprzyjającego inicjatywom sektora prywatnego, sprawniejszy przepływ informacji.

W badaniu ankietowym wśród małych i średnich firm, na pytanie o klimat gospodarczy w Płocku, najczęstszą odpowiedzią była ocena „neutralna” – tak odpowiedziało 39% respondentów. 20% odpowiedzi, było ocenami pozytywnymi. Natomiast 36,5% respondentów oceniło klimat dla rozwoju przedsiębiorczości w Płocku negatywnie (12% - „bardzo niekorzystnie”, 24,5% - „niekorzystnie”). Podobną odpowiedź uzyskiwaliśmy w trakcie prowadzonych wywiadów pogłębionych. Wyniki takie należy uznać za względnie korzystne (opinie neutralne można w rzeczywistości zaklasyfikować jako pozytywne). Równocześnie jednak zarówno w badaniu jakościowym jak i ankietowym

Materiał zebrany zarówno w badaniach płockich przedsiębiorców wskazały, iż: przedsiębiorcy obecnie oceniają współpracę z władzą samorządową jako niezbyt intensywną, ale zadowalającą. Ich zdaniem urzędnicy nie utrudniają im pracy co należy uznać za sytuację korzystną. Zauważano, iż miasto nie utrudnia realizacji inicjatyw własnych przedsiębiorców. Równocześnie respondenci wskazywali na brak działań „in plus” – wspomagających działalność gospodarczą i stymulujących rozwój życia gospodarczego w mieście. Percepcja zmian w zakresie relacji lokalna administracja – biznes w okresie ostatnich kilku lat jest pozytywna. Badani wskazywali na zauważalną poprawę - nastąpił wzrost intensywności spotkań przy jednoczesnym ociepleniu stosunków. Przedsiębiorcy zwracali uwagę na życzliwość w rozpatrywaniu ich spraw, a także na przychylny stosunek do samych przedsiębiorstw.

Rysunek 9. Jaki jest według Pana / Pani klimat dla rozwoju przedsiębiorczości w Płocku? (Badanie CATI wśród firm w Płocku; n=200)



Ponad połowa przedsiębiorców w badaniu ankietowym dostrzega potrzebę wprowadzenia w mieście zmian, które ułatwiłyby funkcjonowanie firm. W swych oczekiwaniach co do przedmiotu zmian badania (także w badaniu jakościowym byli realistyczni). Największych zmian oczekiwali w działaniu samej administracji, a także w ulepszeniu infrastruktury drogowej. Ponadto wskazywali na takie obszary, jak: podatki, wsparcie rozwoju, inwestycje, rynek pracy, promocję miasta, dostęp do informacji, a także przystosowanie terenów do prowadzenia działalności gospodarczej. W obszarze administracyjnym oczekiwane przez przedstawicieli firm zmiany dotyczą: usprawnienia procedur wewnętrznych urzędów, szybkości wydawania decyzji, poprawy w zakresie kompetencji i kwalifikacji urzędników, wypracowania proaktywnej postawy względem firm i dbania o lokalnych przedsiębiorców, sprawniejszego przepływu informacji i implementacji dwukierunkowego przepływu wiedzy i doświadczenia (także: miasto czerpiące od przedsiębiorców), lepszej i bardziej kompleksowej promocji gospodarczej miasta

TURYSTYKA
Turystyka nie jest mocnym punktem w gospodarce Płocka.
Płock nie jest postrzegany jako miasto atrakcyjne turystycznie.
Płock jest kojarzony z przemysłem petrochemicznym, a nie z ofertą turystyczną.
Walory krajobrazowe związane z Wisłą – niewykorzystany i w niewystarczającym stopniu promowany atut miasta i okolic.

Płock, mimo posiadania zarówno pewnego potencjału turystycznego, jak i konkretnych atrakcji turystycznych, nie jest postrzegany jako miasto turystycznie atrakcyjne – wśród najpopularniejszych skojarzeń związanych z Płockiem brak jest takich, które byłyby bezpośrednio powiązane ze sferą turystyki. Co więcej, główne, dominujące skojarzenia z miastem, szczególnie wśród inwestorów zewnętrznych sugerują znaczną nieatrakcyjność turystyczną miasta („przemysł”, „miasto przemysłowe”). Podobnie, działalność turystyczna nie jest istotnym elementem płockiej gospodarki.

Rysunek 10. Skojarzenia przedstawicieli firm i inwestorów w Płocku dotyczące Płocka (wielkość liter odzwierciedla popularność odpowiedzi)



Wśród zebranych opinii lokalnych przedsiębiorców, głównie tych z branży turystycznej) taki stan rzeczy powinien ulec zmianie. W myśl tych wypowiedzi miasto w polityce rozwojowej i działalności rozwojowej (tak ogólnej jak i gospodarczej) powinno w większym stopniu stawiać na turystykę. Walory krajobrazowe regionu, w której zlokalizowany jest Płock - Wisła i jej panoramy, jeziora gostynińskie, okoliczne lasy – stanowią istotny zasób miasta, który może być turystycznie wykorzystany i promowany. Innym zasobem w tym obszarze, są też znajdujące się na terenie miasta zabytki będące świadectwem bogatego dziedzictwa historycznego miasta. Na bazie połączenia wspomnianych walorów z korzystną lokalizacją miasta (centrum Polski, relatywna bliskość Warszawy) sugerowanym przez badanych rodzajem turystyki do rozwoju w mieście jest turystyka biznesowa.

TOŻSAMOŚĆ LOKALNA. KAPITAŁ SPOŁECZNY

Silne poczucie przywiązania do miasta i rozwinięta tożsamość lokalna wśród płockich przedsiębiorców.

Menedżerowie i właściciele małych i średnich firm w Płocku są osobiście zainteresowani problemami Płocka.

Wysokim poziom motywacji i gotowości do współdziałania na rzecz rozwoju ogólnego i gospodarczego miasta i jego promocji wśród płockich firm.

Wysoki poziom kapitału społecznego (kontakty i zaufanie) i chęć jego pogłębiania, także w obszarze relacji linii biznes – władze miasta.

„Lokalny patriotyzm” jako motywacja do inwestycji w mieście.

Przy określaniu obszarów, które, w opinii przedsiębiorców z Płocka, w różnym zakresie wymagają poprawy, często wskazywano na postulaty odnośnie działalności Urzędu Miasta. Wśród nich można wymienić takie kwestie, jak: ograniczony przepływ informacji o działaniach samorządu, np.: możliwościach współpracy, pomocy, itp.; niedostateczny poziom konsultacji społecznych strategii, planów zagospodarowania przestrzennego, koncepcji inwestycyjnych; ograniczone rozumienie specyfiki biznesu – stygmatyzacja przedsiębiorców przez urzędników; niski poziom zainteresowania władz lokalnych działającymi na terenie miasta firmami, poczucie osamotnienia przedsiębiorców. Na podstawie tych danych widać wyraźnie, iż płockim przedsiębiorcom kwestia relacji i współpracy z władzami miejskimi na rzecz rozwoju gospodarczego nie jest obojętne. W Płocku istnieje duży potencjał wśród przedstawicieli społeczności lokalnej, która wyraża chęć zaangażowania się w sprawy miasta. Widzą oni Płock jako miejsce swojej działalności i życia. Na jego rozwój, do którego podchodzą często ambicjonalnie, chcieliby mieć większy wpływ, w zamian za co chcą zaoferować swoje zasoby: czasu, wiedzy i finansowe. Można więc stwierdzić, iż na poziomie postaw i chęci w płockim środowisku biznesowym istnieje znaczny potencjał do podejmowania różnorodnych działań na rzecz rozwoju w formie kooperacji, współdziałania i partnerstwa pomiędzy różnymi podmiotami sfery prywatnej i publicznej.

Relatywnie wysoki poziom zaangażowania płockich przedsiębiorców i mieszkańców w kwestie lokalnego rozwoju gospodarczego znalazł swe potwierdzenie także w wywiadach przeprowadzonych z płockimi inwestorami. Płock jako miejsce inwestycji wybierane jest najczęściej ze względów osobistych i biograficznych. Decyzje inwestycyjne często opierają się na emocjonalnym związku, poczuciu tożsamości lokalnej i chęci działania na rzecz rozwoju miasta. Postrzeganie Płocka przez jego mieszkańców w kategoriach „małej Ojczyzny” i swoisty lokalny patriotyzm przekładają się na konkretne decyzje ekonomiczne i gospodarcze. Jest to istotny i unikalny potencjał Płocka, który należy wykorzystać i zaangażować w działania prorozwojowe.

Analiza SWOT dla prowadzenia działalności gospodarczej oraz inwestowania w Płocku

Mocne strony	Słabe strony
Komunikacja i lokalizacja	
<ul style="list-style-type: none">▪ Centralne położenie w Polsce – pozwala zmniejszać koszty transportu▪ Możliwość transportu Wisłą przedmiotów dużych gabarytowo▪ Walory turystyczne regionu	<ul style="list-style-type: none">▪ Słabe skomunikowanie drogowe z resztą kraju▪ Niski poziom jakości połączenia kolejowego▪ Transport kolejowy realizowany przez środek miasta▪ Niekorzystne i zbyt rzadkie połączenia kolejowe z centrum Polski, brak międzynarodowych połączeń kolejowych▪ Zbyt duży poziom ruchu tranzytowego oraz transportu z i do zakładów PKN Orlen w transporcie wewnątrz miasta
Uwarunkowania rynkowe	
<ul style="list-style-type: none">▪ Obecność Orlenu, jako potencjalnego klienta i dostawcy▪ Dostępność surowców z Orlenu▪ Duża liczba kooperantów▪ Występowanie dużych zakładów pracy▪ Silnie rozwinięte branże: chemiczna, metalowo-maszynowa, budowlano-montażowa▪ Potencjał rozwoju turystyki oraz sektora rolno-spożywczego▪ Bliskość Warszawy – duży rynek zbytu	<ul style="list-style-type: none">▪ Niski poziom dywersyfikacji lokalnej gospodarki▪ Niska liczba małych i średnich przedsiębiorstw▪ Niska skuteczność centralnych programów rozwoju przedsiębiorczości▪ Malejąca rola Płocka w polityce Orlenu,▪ Kojarzenie Płocka z petrochemią w obszarze turystyki▪ Wysokie koszty usług▪ Ograniczona promocja miasta i subregionu▪ Brak Specjalnej Strefy Ekonomicznej
Infrastruktura techniczna	
<ul style="list-style-type: none">▪ Dostępność atrakcyjnych terenów inwestycyjnych▪ Dobra dostępność mediów (woda i kanalizacja, elektryczność, sieć gazowa, itp.)▪ Dostęp do specjalistycznych usług dla przemysłu (oczyszczalnie ścieków przemysłowych, laboratoria, służby przemysłowe, itp.)▪ Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny▪ Dostęp do powierzchni biurowej o średniej klasie	<ul style="list-style-type: none">▪ Ograniczona ilość powierzchni biurowych do wynajęcia o wysokiej klasie▪ Niezadowalająca jakość dróg dojazdowych do części terenów inwestycyjnych

Rynek pracy i edukacja

- Wielu doświadczonych pracowników w zawodach inżyniersko-technicznych
- Dostęp do wysokiej klasy specjalistów z branży petrochemicznej, chemicznej, metalowej i rafineryjnej
- Dostęp do dobrze wykształconych absolwentów kierunków technicznych na poziomie średnim i wyższym
- Duża liczba osób gotowych podjąć pracę niewymagającą większych kwalifikacji
- Dostęp do uczelni wyższych i licznych szkół zawodowych
- Zaplecze naukowo-badawcze zapewniające wsparcie dla branży chemicznej
- Niski stopień dostosowania kierunków kształcenia i liczby absolwentów do potrzeb rynku
- Niskie umiejętności praktyczne absolwentów
- Problemy ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników technicznych – spawaczy, monterów itp.
- Niedobór osób z biegłą znajomością języków obcych
- Niska motywacja pracowników
- Niedostateczna liczba dobrze wykształconych specjalistów z branży spożywczej oraz dziedziny handlu i ekonomii
- Odptyw młodych ludzi z rynku pracy
- Wysokie koszty pracy w przemyśle, w szczególności w związku z obecnością Orlenu
- Niekorzystne problemy demograficzne: ujemne saldo migracji, starzenie się społeczeństwa, spadek przyrostu naturalnego

Szanse

Zagrożenia

Komunikacja i lokalizacja

- Budowa autostrady A1 w odległości 40km od miasta
- Budowa trasy północno-zachodniej
- W perspektywie poprowadzenie drogi S10 Warszawa-Bydgoszcz w pobliżu Płocka
- Budowa linii kolejowej Płock-Modlin
- Budowa lotniska w Modlinie
- Rozbudowa lotniska General Aviation w Płocku
- Ograniczenia wydatków rządowych na drogi krajowe
- Ograniczone inwestycje w zakresie przebudowy dróg wylotowych z miasta
- Możliwość niekorzystnych skutków transportu materiałów niebezpiecznych przez miasto
- Ograniczone inwestycje w zakresie modernizacji istniejącego połączenia kolejowego Sierpc –Płock – Kutno
- Ograniczone inwestycje w zakresie modernizacji dróg śródlądowych

Uwarunkowania rynkowe

- Rozwój potencjału turystycznego miasta
- Rozwój krajowego sektora energetycznego
- Optymistyczne prognozy wzrostu popytu na usługi budownictwa przemysłowego
- Rozwój outsourcingu procesów biznesowych PKN Orlen
- Osłabienie powiązań Orłenu z Płockiem
- Ograniczenie nakładów inwestycyjnych płockich firm
- Utrzymująca się niska dynamika wzrostu liczby przedsiębiorstw
- Utrzymujący się globalny kryzys ekonomiczny
- Możliwość delokalizacji dotychczasowych inwestorów
- Ograniczone możliwości (prawne i ekonomiczne) oferowania zachęt inwestycyjnych

Infrastruktura techniczna

- Pojawiające się możliwości wydzielania nowych terenów inwestycyjnych w związku z inwestycjami drogowymi
- Tworzenie nowych powierzchni biurowych
- Wzrost cen mediów, w szczególności energii elektrycznej
- Ograniczone działania w zakresie przygotowywania nowych terenów inwestycyjnych

Rynek pracy i edukacja

- Stopniowe dostosowywanie się oferty szkół średnich i wyższych do potrzeb lokalnych przedsiębiorców
- Wzrost potencjału kapitału intelektualnego miasta
- Ograniczone inwestycje w zaplecze naukowo-badawcze płockich szkół wyższych
- Stopniowe zmniejszanie się podaży siły roboczej z przyczyn demograficznych
- Odptyw kadr do innych miast, szczególnie do Warszawy
- Wzrost liczby absolwentów szkół wyższych zagrożonych bezrobociem
- Zmniejszająca się liczba wykwalifikowanych pracowników technicznych – spawaczy, monterów, itp.

Źródło: opracowanie własne.

III. Założenia Polityki

Zgodność z dokumentami strategicznymi

Opracowana *Polityka Rozwoju Gospodarczego* wpisuje się bezpośrednio w założenia *Strategii Zrównoważonego Rozwoju Miasta Płocka na lata 2012-2022*. To właśnie *Strategia* zawiera wartości i normy, na których bazuje niniejsza *Polityka*. Tworzy ona również ramę, w którą wpisują się cele nadrzędne, obszary strategiczne, cele operacyjne oraz działania *Polityki Rozwoju Gospodarczego*.

Polityka Rozwoju Gospodarczego wpisuje się w całości w misję wyznaczoną przez *Strategię*: „Stołeczny Książęcy Płock – miastem zrównoważonego rozwoju, ukierunkowanym na wysoką jakość życia mieszkańców, atrakcyjnym dla gości i inwestorów”.

Uwzględnione zostały również przyjęte w *Strategii* cele nadrzędne:

- Lepiej zaspokojone potrzeby i wysoka jakość życia mieszkańców,
- Wysoki stopień rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej,
- Harmonijny rozwój przestrzenny i wysoka jakość środowiska,
- Dynamiczny rozwój gospodarki z zachowaniem bezpieczeństwa środowiska,
- Wysoka atrakcyjność Płocka dla gości i turystów.

Do wartości, w duchu których była tworzona *Polityka*, zostało również włączone założenie mówiące o jak najsilniejszej współpracy z partnerami społecznymi.

Drugim dokumentem, który w trakcie opracowania *Polityki Rozwoju Gospodarczego* został potraktowany priorytetowo jest *Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020*². Wyznacza ona kierunki rozwoju gospodarczego polskich regionów, miast i terenów wiejskich w perspektywie długookresowej. Ponadto określa sposób działania administracji publicznej w celu osiągnięcia wyznaczonych celów.

W ramach *KSRR* został opracowany model polaryzacyjno-dyfuzyjny rozwoju kraju.³ Zgodnie z nim rozwój regionalny ma się opierać nie na wyrównywaniu poziomów, lecz na uwzględnieniu czynnika funkcjonalnego. Zgodnie z tym ubożsi nie korzystają z doraźnej pomocy w ramach mechanizmu redystrybucyjnego, lecz uczestniczą w sukcesie najsilniejszych regionów. Tym samym im skuteczniej obszary opóźnione będą budować własny potencjał rozwojowy, tym ich powiązania funkcjonalne z centrami rozwoju będą silniejsze.

Niestety, zgodnie z omawianą strategią Płock nie został zaliczony do metropolii, w związku z czym nie może liczyć na priorytetowe traktowanie. Ośrodkiem wzrostu konkurencyjności regionu, położonym najbliżej Płocka, jest Warszawa. To właśnie ona będzie dużym beneficjentem programów z racji pozycji w *Strategii*, tworzącej podział na Warszawę i resztę miast wojewódzkich w Polsce.

Płock musi znaleźć sobie miejsce w tej nowej sytuacji. Musi on korzystać z walorów Warszawy w postaci dużego rynku zbytu, licznych Instytucji Otoczenia Biznesu, programów rozwojowych, licznych instytucji edukacyjnych, akademickich i naukowych oraz korzystnych połączeń komunikacyjnych.

Z drugiej strony zgodnie z zapisami *Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego 2010-2020* Płock może skorzystać dzięki zapisom dotyczącym zwiększania dostępności komunikacyjnej wewnątrz regionów. Jest to działanie, które ma na celu zapewnienie połączeń w obrębie województwa pomiędzy metropoliami oraz innymi miastami. Poszerzenie stref oddziaływania największych ośrodków w

² Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie, przyjęta przez Radę Ministrów 13 lipca 2010 r.

³ Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie, przyjęta przez Radę Ministrów 13 lipca 2010 r.

regionie ma na celu umożliwienie tzw. ruchu wahadłowego, umożliwiającego pracę w metropolii przy jednoczesnym mieszkaniu w innym mieście regionu. Innym zadaniem tego działania jest lepsze wykorzystanie potencjałów (m.in. turystycznych, środowiskowych, kulturowych) całego województwa, co zwiększy jakość życia wszystkich jego mieszkańców.

Ponadto *KSRR* zaznacza w dalszej perspektywie konieczność wspierania rozwoju i znaczenia miast subregionalnych. Jest to obszar oddziaływania, który wydaje się bezpośrednio dotyczyć tematyki rozwoju Płocka. Zakłada on:

- rozwijanie potencjału rozwojowego i absorpcyjnego obszarów wiejskich,
- efektywne wykorzystanie w procesach rozwojowych potencjału specjalizacji terytorialnej.

Kolejnym dokumentem, który został uwzględniony w prezentowanej *Polityce* jest *Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju*. Płock został uznany w nim za jeden z najważniejszych ośrodków regionalnych, jednak zgodnie z autorami strategii nie będzie w przyszłości „miastem pełniącym niektóre funkcje metropolitalne”. W ujęciu *Koncepcji* Płock został sklasyfikowany jako przedmiot działań: restrukturyzacji i rewitalizacji obszarów zdegradowanych i miast. Polityka przestrzenna w odniesieniu do zdegradowanych obszarów zurbanizowanych ma na celu przywrócenie ich funkcji administracyjnych, społecznych i gospodarczych oraz stworzenie warunków sprzyjających ich powtórnemu zagospodarowaniu dzięki skorelowanym interwencjom w sferze planowania przestrzennego, inwestycjom infrastrukturalnym oraz wsparciu zasobów ludzkich i przedsiębiorczości. Działania te mają doprowadzić do ponownego utworzenia korzystnych warunków życia, rozwoju przedsiębiorczości oraz potencjału inwestycyjnego przy jednoczesnym wykorzystaniu potencjału kulturowego, istniejących funkcji symbolicznych oraz przyrodniczych miasta.

Ponadto Płock ma być objęty działaniem wspierającym rozwój funkcji metropolitalnych. Procesy te będą polegały na wspomaganiu rozwoju gospodarczego oraz wsparcia zadań dotyczących dostępu do usług publicznych wyższego rzędu. Celem jest zwiększenie znaczenia i nadanie większej dynamiki rozwoju podstawowej sieci miast z naciskiem na wzrost konkurencyjności otaczających je obszarów. Przewidywanymi działaniami jest koncentracja funkcji gospodarczych, rozwój zasobów ludzkich, kapitału społecznego oraz wspieranie zwiększenia poziomu inwestycji poprzez budowę niezbędnej infrastruktury.

Kolejną pulą działań przewidzianą w *Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju* jest poprawa dostępności ośrodków subregionalnych. Celem jest poprawa dostępności do miejsc koncentracji usług publicznych oraz integracja regionalnych rynków pracy. Przewidziane są inwestycje drogowe i kolejowe łączące największe miasta z ośrodkami subregionalnymi oraz z najważniejszymi centrami powiatowymi. Dzięki temu ośrodki subregionalne mają mieć ułatwiony dostęp do większych miast, czyli do ośrodków innowacji, centrów nauki i wiedzy oraz do rynków pracy, edukacji, opieki medycznej, itp. Dodatkowym zyskiem ma być zwiększenie mobilności wahadłowej mieszkańców, co powinno bezpośrednio przekładać się na wzrost poziomu zatrudnienia, a także rozwój turystyki.

Ponadto w *Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju* znajduje się ważny zapis o budowie drogi ekspresowej łączącej Warszawę i Bydgoszcz, która przebiegać będzie albo przez Płock, albo w jego bezpośredniej okolicy. Ponadto inwestycja ta może być realizowana bezpośrednio w docelowym standardzie autostradowym. *Koncepcja* przewiduje również wstępną analizę budowy w III etapie rozwoju sieci kolejowej połączenia szybkiej kolei pomiędzy Warszawą a Bydgoszczą. Kolejną planowaną inwestycją infrastrukturalną w okolicy Płocka jest przebudowanie obwałowania rzek w dorzeczu Wisły, co zmniejszy znacząco ryzyko powodziowe w mieście.

Strategia planuje zwiększenie dywersyfikacji źródeł pochodzenia ropy w gospodarce narodowej. W związku z powyższym przewidywana jest intensyfikacja wykorzystania Rurociągu Pomorskiego (Płock-Gdańsk) i budowa jego drugiej nitki. Przedłużone zostaną wybrane rurociągi produktowe (rozchodzące się promieniście z Płocka), a także zwiększone zostaną pojemności magazynów ropy naftowej i paliw płynnych. Rozważane jest również przedłużenie rurociągu Odessa-Brody do Adamowa i Płocka.

Następnym obszarem *Koncepcji*, który należy wziąć pod uwagę, jest poprawa dostępności teleinformacyjnej. Zgodnie z zapisami *Koncepcji* na obszarze kraju wspierany będzie rozwój infrastruktury przewodowej i bezprzewodowej zwiększającej dostęp do szerokopasmowego internetu. Planowane jest tworzenie sieci punktów publicznego dostępu do internetu, usług elektronicznej administracji, elektronicznych systemów nauczania i budowanie sieci naukowych. Działania te mają zapewnić wszystkim mieszkańcom dostęp do informacji oraz możliwość prowadzenia działalności gospodarczej przy szerokim zastosowaniu internetu.

Dokumentem uwzględnionym w opracowaniu *Polityki* jest również *Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju* (w perspektywie do 2030 r.). Bazując na Raporcie „Polska 2030. Wyzwania rozwojowe” koncentruje się ona na 10 wyzwaniach. Należy do nich 1) wzrost konkurencyjności, 2) sytuacja demograficzna, 3) wysoka aktywność pracy oraz adaptacyjność zasobów pracy, 4) odpowiedni potencjał infrastruktury, 5) bezpieczeństwo energetyczno-klimatyczne, 6) gospodarka oparta na wiedzy i rozwój kapitału intelektualnego, 7) solidarność i spójność regionalna, 8) poprawa jakości społecznej, 9) sprawne państwo, 10) wzrost kapitału społecznego.

W ramach projektu *Strategii* wyznaczone są następujące filary: Innowacyjność (Kreatywność indywidualna, Polska Cyfrowa, Kapitał ludzki, Bezpieczeństwo Energetyczne), Terytorialnego Równoważenia Rozwoju (Rozwój regionalny, Transport), Efektywność (Kapitał społeczny, Sprawne Państwo).

Strategia wyznacza również 25 kluczowych projektów, które mogą mieć znaczący wpływ na rozwój Płocka, wśród nich: 2) Relokacja w wydatkach publicznych na rzecz rozwoju, 4) Warunki wzrostu oszczędności i inwestycji, 5) Aktywizacja rezerw na rynku pracy, 6) Łączenie ambicji zawodowych i aspiracji życiowych, 7) Lepszy start życiowy i zawodowy młodych, 8) Polska krajem migracji netto, 9) Efektywny model usług publicznych, 11) Unowocześnienie i poprawa jakości edukacji oraz uczenia się przez całe życie, 12) Dopasowanie edukacji do potrzeb zmieniającej się gospodarki, 13) Warunki do prorozwojowego impetu cyfrowego, 14) Konkurencyjność nauki i rozwój B+R, 15) Warunki dla nowych przewag konkurencyjnych, 17) Zwiększenie dostępności transportowej w Polsce, 21) Modernizacja infrastruktury i bezpieczeństwa energetycznego, 23) Zniesienie barier dla biznesu, 24) Usprawnienie działań państwa, 25) Warunki dla budowy kapitału społecznego.

Branże i rynki priorytetowe

Biorąc pod uwagę cele strategiczne opisane w wizji rozwoju Miasta Płocka, wnioski wynikające z diagnozy potencjału inwestycyjnego miasta oraz uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne w ramach *Polityki Rozwoju Gospodarczego* zarekomendowany został rozwój następujących branż optymalnych dla dalszego rozwoju miasta:

Branże priorytetowe:

- przemysł chemiczny i branże pokrewne,
- produkcja wyrobów z tworzyw sztucznych i produkcja opakowań,
- przetwórstwo rolno-spożywcze, w tym produkcja zdrowej żywności, produkcja dodatków do żywności
- branża turystyczna

oraz branże wspierające:

- branża budowlana, w tym budownictwo przemysłowe,
- inżynierskie usługi dla przemysłu, w tym usługi doradcze i badawczo-rozwojowe,
- branża logistyczno-magazynowa.

To właśnie firmy z powyższych branż powinny być głównymi podmiotami docelowymi działań opisanych w *Polityce Rozwoju Gospodarczego*.

Analiza poszczególnych branż oraz statystyk dotyczących kierunków i nasilenia przepływu inwestycji w tych branżach pozwoliła na wskazanie rynków priorytetowych dla poszczególnych branż. Jednakże biorąc pod uwagę aktualne światowe trendy rozwojowe, jak i daleki horyzont Polityki Rozwoju Gospodarczego, należy mieć na uwadze również nowe kierunki geograficzne, które powinny dodatkowo leżeć w strefie zainteresowania władz miasta z punktu widzenia przyciągania nowych inwestycji.

W ostatnich latach stwierdzono wysoki poziom zainteresowania inwestycjami zagranicznymi podmiotów z wybranych branż priorytetowych zlokalizowanych w takich krajach jak:

- Niemcy,
- Francja,
- USA,
- Szwajcaria.

Szczegółowe informacje dotyczące krajów priorytetowych w odniesieniu do poszczególnych branż uwzględnione zostały w Załączniku 3. Rekomendujemy jednak również stopniowe zainteresowanie potencjalnymi inwestorami z krajów wschodzących, takich jak: Chiny, Indie, Korea, Brazylia czy Turcja.

Sfery działania

W ramach oddziaływania samorządu terytorialnego na życie gospodarcze miasta wyróżnić można trzy obszary:

- **Sfera zarządzania** – zawiera zadania, będące bezpośrednimi i formalnymi kompetencjami jednostki samorządu terytorialnego. Należą do nich zarówno działania własne, zlecone, jak i te, których jednostka samorządu terytorialnego podejmuje się z własnej woli. W obrębie tej strefy znajdują się działania, które Urząd Miasta podejmuje samodzielnie;
- **Sfera współdziałania** – są to działania, w których miasto występuje przeważnie, jako partner, mniej lub bardziej równoprawna strona postępowania. Obszar ten obejmuje działania podejmowane przez instytucje, w ramach których przedstawiciele miasta biorą udział w zarządzaniu, tworzeniu koncepcji strategicznych lub wyznaczaniu zadań. Do sfery zaliczają się również działania, w których miasto jest partnerem – obejmuje to m.in. porozumienia międzygminne, partnerstwo publiczno-prawne.
- **Sfera oddziaływania** - obejmuje ona zadania pozostające poza sferą bezpośredniego wpływu, kompetencji i możliwości oddziaływania władz miasta. Do tej strefy wchodzi podmioty, na które miasto może oddziaływać w sposób pośredni – tworząc warunki do działań, które są pożądane lub przedstawiając i argumentując swoje interesy. Obszar ten dzieli się na następujące poziomy:
 - lokalny – w jego ramach są: instytucje edukacyjne;
 - regionalny – zaliczyć do niego można: sąsiadujące jednostki samorządu terytorialnego, władze województwa, otoczenie biznesu. Na tym poziomie znaczenie mają: Strategie Sektorowe, Regionalne Komponenty Krajowych Programów Operacyjnych, Regionalne Programy Operacyjne;
 - krajowy: uwzględnienie w działaniach: Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego, Średniookresowych Strategii Rozwoju Kraju, Krajowych Programów Rozwoju, Krajowych Programów Operacyjnych;
 - międzynarodowy - aktywny udział w europejskich sieciach współpracy oraz współdziałanie ze służbami Komisji Europejskiej, szczególnie w ramach procesu

planowania i negocjowania kierunków interwencji realizowanych przy udziale funduszy europejskich w perspektywie 2014-2020.

W sferze gospodarki administracja samorządowa ma ograniczone pole działania. Nie może, ze względu na brak środków, jak i ograniczenia prawne, wymusić na podmiotach gospodarczych żadnych konkretnych decyzji. W związku z tym, jednostki samorządu terytorialnego mogą oddziaływać przede wszystkim poprzez kreowanie odpowiednich warunków do tworzenia i rozwijania przedsiębiorstw. Władze miasta są odpowiedzialne przede wszystkim za panujący w mieście klimat gospodarczy, na który administracja może oddziaływać przy wykorzystaniu różnorodnych czynników, do których zaliczyć można zarówno infrastrukturę drogową, oddziaływanie na rynek pracy, jak i promocję istniejących przedsiębiorstw poprzez działania promujące ogólnie płocką gospodarkę.

IV. Struktura i opis Polityki

Na podstawie przeprowadzonej diagnozy potencjału inwestycyjnego Płocka oraz dodatkowych badań w ramach Polityki Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka na lata 2012-2022 sformułowano dwa następujące cele nadrzędne, odpowiadające na zidentyfikowane podstawowe obszary problemowe miejskiej gospodarki.

Cele nadrzędne:

- Kształtowanie wysokiej jakości życia mieszkańców oraz tworzenie dla nich możliwości rozwoju zawodowego.
- Dywersyfikacja gospodarki Płocka z naciskiem na kształtowanie większej równowagi pomiędzy poszczególnymi sektorami oraz zwiększenie różnorodności struktury przedsiębiorstw pod względem ich wielkości.

W ramach dalszych prac nad Polityką zdefiniowano trzy główne linie, w ramach których powinno oddziaływać miasto. W wyniku tych ustaleń struktura Polityki zawiera zasadniczy podział na trzy linie strategiczne: biznes, turystyka i mieszkańcy.



W ramach poszczególnych linii strategicznych wydzielono z kolei obszary strategiczne. Podział ten został stworzony w oparciu o kryterium grupy docelowej, przy zwróceniu uwagi na komplementarność poszczególnych działań. Każdemu obszarowi strategicznemu przyporządkowany został cel strategiczny Polityki Rozwoju Gospodarczego. Ostateczny podział Polityki na obszary strategiczne przedstawia się następująco:

Obszar Strategiczny – Atrakcyjność inwestycyjna

Cel strategiczny: Stworzenie w Płocku korzystnych warunków do inwestycji

Obszar Strategiczny – Małe i średnie przedsiębiorstwa

Cel strategiczny: Wsparcie warunków do tworzenia i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw

Obszar Strategiczny – Duże przedsiębiorstwa

Cel strategiczny: Wzmocnienie współpracy Urzędu Miasta z dużymi przedsiębiorstwami

Obszar Strategiczny – Turystyka

Cel strategiczny: Wzmocnienie marki Płocka jako ośrodka turystyki biznesowej i weekendowej

Obszar Strategiczny – Kapitał intelektualny

Cel strategiczny: Wzrost konkurencyjności Miasta poprzez rozwój gospodarki opartej na wiedzy

Obszar Strategiczny – Tożsamość wewnętrzna

Cel strategiczny: Wzmacnianie integracji wewnętrznej mieszkańców

W ramach każdego z obszarów i celów strategicznych zdefiniowano w Polityce cele operacyjne. Każdy cel operacyjny ma wyznaczony Podmiot Odpowiedzialny, wybrany spośród aktualnie funkcjonujących w strukturze Urzędu Miasta wydziałów. Każdy cel operacyjny poparty został argumentacją i został szczegółowo opisany, wraz z rekomendowanymi działaniami. W opisie celów operacyjnych wskazano również oczekiwane rezultaty.

Poniżej przedstawiona jest kompleksowo struktura Polityki Rozwoju Gospodarczego Płocka na lata 2012-2022 w podziale na obszary strategiczne, z wyszczególnieniem celów operacyjnych i przyporządkowanych poszczególnym obszarom programów.

1. Atrakcyjność inwestycyjna	2. Małe i średnie przedsiębiorstwa	3. Duże przedsiębiorstwa	4. Turystyka	5. Kapitał intelektualny	6. Tożsamość wewnętrzna
<i>Cel: Stworzenie w Płocku korzystnych warunków do inwestycji</i>	<i>Cel: Wsparcie warunków do tworzenia i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw</i>	<i>Cel: Wzmocnienie współpracy Urzędu Miasta z dużymi przedsiębiorstwami</i>	<i>Cel: Wzmocnienie marki Płocka jako ośrodka turystyki biznesowej i weekendowej</i>	<i>Cel: Wzrost konkurencyjności Miasta poprzez rozwój gospodarki opartej na wiedzy</i>	<i>Cel: Wzmacnianie integracji wewnętrznej mieszkańców</i>
1.1 Usprawnienie modelu obsługi inwestora 1.2 Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej miasta 1.3 Promocja Płocka jako miasta atrakcyjnego do inwestycji 1.4 Poprawa wewnętrznej i zewnętrznej infrastruktury transportowej	2.1 Zwiększenie dostępności płockich przedsiębiorstw do zewnętrznych źródeł finansowania 2.2 Stymulowanie wzrostu gospodarczego poprzez skuteczną politykę podatkową miasta 2.3 Wzrost innowacyjności i konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw 2.4 Wzmacnianie potencjału oraz rozwój sieci instytucji otoczenia biznesu 2.5 Podnoszenie zdolności eksportowej płockich przedsiębiorstw 2.6 Usprawnienie komunikacji pomiędzy przedsiębiorcami a Urzędem Miasta	3.1 Rozwój współpracy z płockimi dużymi przedsiębiorstwami 3.2 Rozwój opieki poinwestycyjnej 3.3 Zwiększenie poziomu inwestycji w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego	4.1 Skoordynowany rozwój oferty turystycznej Płocka 4.2 Podniesie jakości oferty turystycznej 4.3 Poprawa rozpoznawalności wizerunku turystycznego Płocka	5.1 Wzrost aktywności zawodowej mieszkańców 5.2 Wzmocnienie miejskiego systemu oświaty 5.3 Wzmocnienie potencjału szkolnictwa wyższego 5.4 Wspieranie rozwoju jednostek badawczo-rozwojowych 5.5 Rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej	6.1 Kształtowanie i wzmacnianie poczucia tożsamości z miastem 6.2 Kształtowanie i wzmacnianie aktywności i postaw obywatelskich 6.3 Promowanie współdziałania i partycypacji społecznej
Program I: Włączenie terenów inwestycyjnych Płocka do SSE	Program II: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera	Program III: Rozwój płockiego modelu CSR	Program IV: Płock celem turystyki weekendowej	Program V: Rozwój klastra chemicznego	Program VI: Budżet partycypacyjny

1. Obszar strategiczny: ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA

Cel Strategiczny - Stworzenie w Płocku korzystnych warunków do inwestycji

Atrakcyjność inwestycyjna

*Cel Strategiczny -
Stworzenie w Płocku
korzystnych warunków do
inwestycji*

1.1 Usprawnienie modelu obsługi inwestora

1.2 Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej miasta

1.3 Promocja Płocka jako miasta atrakcyjnego do inwestycji

1.4 Poprawa wewnętrznej i zewnętrznej infrastruktury

Program I. Utworzenie podstrefy

Przeprowadzona analiza gospodarki Płocka wykazała, że w ostatnich latach w mieście nie ulokowano zbyt wiele nowych inwestycji. Rozwijane były głównie firmy już istniejące. Nie przyczynia się to jednak do pełnego wykorzystania potencjału Płocka.

Obecnie ważnym czynnikiem terytorialnego rozwoju gospodarczego są inwestycje, które przyczyniają się do zwiększenia poziomu konkurencyjności miast i regionów. Duże przedsiębiorstwa krajowe, jak i zagraniczne, koncentrują się na rozwoju metod zarządzania, poszerzaniu kapitału wiedzy, jak i na usprawnianiu metod produkcyjnych. Nowa inwestycja to nie tylko dodatkowe miejsca pracy, lecz również szansa na wzrost znaczenia gospodarczego miasta i regionu.

Atrakcyjność inwestycyjna ma niezwykle duże znaczenie dla rozwoju gospodarczego danego obszaru. Każdy region, powiat lub miasto można scharakteryzować za pomocą określonych wskaźników, które przekładają się na poziom atrakcyjności inwestycyjnej danego obszaru. W przypadku, gdy dana lokalizacja charakteryzuje się istotnymi dla inwestora walorami lokalizacyjnymi, może ona przyciągnąć inwestycje i tym samym pozytywnie wpływać na potencjał gospodarczy. Inwestycje przyczyniają się do stworzenia nowych miejsc pracy, a także do rozwoju technologicznego regionu. Są także szansą na powiększenie budżetu miasta z takich źródeł jak: podatki od nieruchomości, podatek dochodowy od osób prawnych czy podatek dochodowy od osób fizycznych.

Przyciąganie inwestycji do miasta jest jednym z ważniejszych celów Polityki Rozwoju Gospodarczego. Na atrakcyjność inwestycyjną ma wpływ szereg czynników. Należą do nich m.in.: dostępność terenów inwestycyjnych, klimat gospodarczy w mieście, kapitał intelektualny, istniejące i planowane regionalne, krajowe oraz międzynarodowe połączenia komunikacyjne.

Aby uatrakcyjnić ofertę inwestycyjną Płocka konieczne jest przeciwdziałanie problemom, jakie na swojej drodze spotykają potencjalni inwestorzy. Wśród podstawowych problemów należy wymienić kwestie infrastrukturalne (zarówno dostępność zewnętrzną miasta, jak i wewnętrzne rozwiązania komunikacyjne), wykup gruntów inwestycyjnych (które często są rozdrobione lub o nieuregulowanej sytuacji prawnej), dostęp do środków finansowych, a także długość procedur administracyjnych. Są to problemy, na które przedstawiana *Polityka* pragnie odpowiedzieć.

Jednocześnie należy podkreślić, że w obecnych czasach do pozyskania inwestora nie wystarczy posiadanie dobrej oferty inwestycyjnej, konieczne jest również właściwe jej wypromowanie. W tym celu Urząd Miasta musi zintensyfikować działania ukazujące korzyści wynikające z inwestowania w mieście.

Cel operacyjny

1.1. Usprawnienie modelu obsługi inwestora

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja: Biuro Obsługi Inwestora to miejsce pierwszego kontaktu potencjalnych inwestorów z Urzędem Miasta. To ono odpowiada za obsługę przedsiębiorców zainteresowanych zainwestowaniem w Płocku, mając wpływ na sposób tej obsługi i przyczyniając się do wzrostu poziomu inwestycji bezpośrednich. Ma również możliwość kształtowania w pewnym stopniu klimatu gospodarczego panującego w mieście. Jak wynika z przeprowadzonych badań, to właśnie współpraca pomiędzy inwestorem a władzami miasta często wpływa na skuteczność przeprowadzonej inwestycji.

Opis celu

Jednym z trzech najważniejszych problemów napotykanym w procesie inwestycyjnym jest długość i skomplikowanie procedur administracyjnych. Zmiany na tych polach są najważniejszymi wyzwaniami jakie stoją przed Urzędem Miasta i BOI (docelowo BOIE). Prawo administracyjne powszechnie obowiązujące stwarza pewne standardy minimum operowania administracji. Władze samorządowe mogą jednak tworzyć korzystniejsze dla inwestorów przepisy prawa lokalnego.

Jednym z istotnych elementów Polityki jest wzmocnienie kadrowe Biura Obsługi Inwestorów (docelowo Biura Obsługi Inwestora i Eksportera), dzięki czemu będzie ono w stanie skuteczniej działać w zakresie obsługi inwestorów i promocji oferty inwestycyjnej. Zwiększenie zasobów kadrowych BOI jest kluczowe z punktu widzenia możliwości prowadzenia skutecznej polityki rozwoju gospodarczego miasta. Ponadto ważnym działaniem jest wypracowanie, w drodze porozumień pomiędzy odpowiedzialnymi wydziałami merytorycznymi UM, jasnych zasad i dobrych praktyk w zakresie obsługi inwestora. Umożliwi to uproszczenie i skrócenie czasu realizacji inwestycji na obszarze miasta. Dodatkowo poprzez zwiększenie zasobów kadrowych BOIE można by zagwarantować dedykowanych inwestorom doradców, którzy zapewniłoby im pełną obsługę i prowadzili ich projekty inwestycyjne od samego początku do końca. Merytoryczna pomoc dostarczana przez takich doradców z pewnością w przyszłości procentowałaby bliższą współpracą miasta z inwestorami.

Działania:

- 1.1.1. Zwiększenie zasobów kadrowych Biura Obsługi Inwestorów
- 1.1.2. Stworzenie procedury obsługi inwestora
- 1.1.3. Uproszczenie procedur administracyjnych z punktu widzenia inwestora
- 1.1.4. Wsparcie w zakresie pomocy merytorycznej i technicznej w procesie inwestycyjnym

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby inwestycji w mieście
- Większe zadowolenie wśród inwestorów ze współpracy z miastem
- Ułatwienie dostępu do informacji niezbędnych przy planowaniu i prowadzeniu inwestycji
- Opracowanie procedury obsługi inwestora

Cel operacyjny

1.2. Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej miasta

Podmioty odpowiedzialne: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, Wydział Gospodarki Mieniem Komunalnym, Wydział Inwestycji i Remontów, Biuro Geodety Miasta

Argumentacja:

W ramach pierwszego etapu projektu przeprowadzono audyt potencjalnych terenów inwestycyjnych. Wykazał on, że Płock posiada liczne tereny, które mogą stać się niezwykle interesujące dla przyszłych inwestorów. Jednakże wiele z tych gruntów nie jest w dostateczny sposób wypromowanych, ani też przygotowanych do inwestycji.

Przeprowadzone w diagnostycznej ramach „Diagnozy potencjału inwestycyjnego Miasta Płocka” badania wśród inwestorów wykazały, że częstym problemem są nieuregulowane kwestie związane z własnością gruntów. W tym celu niezbędne jest wytypowanie terenów najbardziej atrakcyjnych, których potencjał zostanie zwiększony wraz z planowanymi inwestycjami miejskimi, zwłaszcza w zakresie infrastruktury.

Opis celu:

Na chwilę obecną nie istnieje interaktywna baza dostępnych terenów inwestycyjnych, co skutkuje zmniejszonym zainteresowaniem inwestowaniem w mieście. Przygotowanie bazy danych o nieruchomościach gminy umożliwiłoby dostęp do kompleksowej informacji o potencjale inwestycyjnym miasta.

W ramach identyfikacji obszarów atrakcyjnych inwestycyjnie nienależących do władz miasta wskazane jest sklasyfikowanie własności komunalnej miasta według następujących kryteriów:

- Typ nieruchomości, lokalizacja, powierzchnia, ukształtowanie;
- Przeznaczenie w planie zagospodarowania przestrzennego;
- Status prawny własności, ewentualne roszczenia, dane współwłaściciela
- Obciążenie nieruchomości;
- Informacje o użytkownikach
- Szacunkowa wartość rynkowa gruntów, umieszczonych na nich urządzeń i budynków.

Strategia majątkowa gminy jest kluczowym czynnikiem efektywnego zarządzania mieniem komunalnym. Wyznaczenie trafnych założeń i priorytetów gospodarki majątkowej jest niezbędne do skutecznego planowania działań i zarządzania zasobami.

Celem wypracowania optymalnego modelu zarządzania majątkiem komunalnym gminy jest efektywne zarządzanie nieruchomościami należącymi do miasta. Prawo przewiduje trzy formy sprawowania zarządu nad mieniem komunalnym:

- bezpośrednie zarządzanie przez pracowników urzędu gminy, które w praktyce sprawdzało się do tej pory tylko w gminach niemających dużej liczby budynków mieszkalnych,
- tzw. system pośredni, w którym zarządzanie zasobem powierza się gminnym jednostkom organizacyjnym (np. zakładom budżetowym, spółkom komunalnym, gospodarstwom pomocniczym); system ten jest obecnie najbardziej rozpowszechniony,
- tzw. system zlecieniowy, w którym gmina powierza zarządzanie swoimi budynkami profesjonalnemu zarządcy, którym jest podmiot prywatny, a także towarzystwo budownictwa społecznego.

Kolejnym elementem stworzenia kompleksowej oferty inwestycyjnej miasta jest wykup gruntów najbardziej atrakcyjnych inwestycyjnie. Skupienie tych terenów w rękach samorządu ułatwia podjęcie decyzji odnośnie miejsca do inwestowania. Ponadto konsolidacja terenów powoduje, że oferta jest

atrakcyjniejsza dla inwestorów, ponieważ pozwala na realizację przedsięwzięć, wymagających większej przestrzeni.

Kompletna oferta inwestycyjna miasta obejmuje także przygotowanie terenów pod inwestycje. Działanie to ma na celu zapewnienie terenom inwestycyjnym warunków do prowadzenia działalności gospodarczej poprzez dostęp do infrastruktury technicznej i drogowej. Dodatkowo przewiduje się również utworzenie podstrefy Specjalnej Strefy Ekonomicznej na terenie miasta (patrz również dalej Program: Utworzenie Podstrefy SSE).

Istotną kwestią z punktu widzenia inwestora jest zmniejszenie ryzyka związanego z inwestycją. Takie ryzyko zaś stwarza nieuregulowane przeznaczenie gruntów inwestycyjnych, jak i gruntów, które znajdują się bezpośrednio w ich okolicy. W związku z powyższym zadaniem Urzędu Miasta powinno być jak najszybsze opracowanie miejskich planów zagospodarowania przestrzennego.

Działania:

- 1.2.1. Stworzenie i udostępnienie pełnej bazy ofert inwestycyjnych**
- 1.2.2. Włączenie do oferty obszarów inwestycyjnie atrakcyjnych, nienależących do miasta**
- 1.2.3. Utworzenie podstrefy SSE w mieście**
- 1.2.4. Wykupienie gruntów najbardziej atrakcyjnych inwestycyjnie**
- 1.2.5. Opracowanie strategii majątkowej gminy**
- 1.2.6. Wypracowanie optymalnego modelu zarządzania majątkiem komunalnym gminy**
- 1.2.7. Przygotowanie terenów pod inwestycje**
- 1.2.8. Opracowanie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego**

Oczekiwane rezultaty:

- Efektywniejsze zarządzanie posiadanymi terenami inwestycyjnymi
- Rozszerzenie oferty inwestycyjnej miasta
- Wzrost liczby inwestycji w mieście
- Racjonalne i strategiczne zarządzanie terenami miasta
- Wzrost liczby terenów inwestycyjnych

Cel operacyjny

1.3. Promocja Płocka jako miasta atrakcyjnego do inwestycji

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja:

Promocja miasta stanowi złożony proces, na który składa się wiele niezależnych działań. Dopiero ich właściwa koordynacja pozwala stworzyć wizerunek miasta atrakcyjnego inwestycyjnie. Należy pamiętać, że dopiero kompleksowe ujęcie tematu pozwala wykreować spójny obraz miasta, interesującego dla inwestora.

Działania marketingowe powinny koncentrować się przede wszystkim na działaniach informacyjno-promocyjnych, nie zaś na akcjach reklamowych. Wynika to przede wszystkim z faktu, że działania reklamowe pochłaniają znaczne środki finansowe.

Głównym środkiem przekazu informacji powinien być przede wszystkim Internet. Nie wymaga on zbyt dużych kosztów. Umożliwia zaś przekazanie szczegółowych i kompletnych informacji o ofercie inwestycyjnej miasta.

Opis celu:

Wśród działań promocyjnych związanych z promocją Płocka jako atrakcyjnego miejsca dla inwestycji należy wymienić przygotowanie materiałów promujących ofertę inwestycyjną miasta. Są one dobrym nośnikiem informacji, który umożliwia wstępne zapoznanie się z ofertą miasta i wskazuje najważniejsze cechy charakteryzujące ofertę miasta.

W dalszej kolejności należy zwrócić uwagę na istotność marketingu bezpośredniego – zarówno związanego z obsługą potencjalnych inwestorów zainteresowanych miastem, jak i proaktywnych działań pracowników BOIE w tym zakresie, koncentrujących się na identyfikowaniu potencjalnych inwestorów w branżach i na rynkach priorytetowych, kontaktowaniu się z nimi, prezentowaniu im oferty inwestycyjnej miasta w formie dostosowanej do potrzeb tych inwestorów. Są to działania, które powinny być realizowane na bieżąco w ramach kompetencji jednego z pracowników BOIE.

Ważnym działaniem jest promocja oferty miasta na wybranych targach inwestycyjnych lub branżowych. Najważniejszą korzyścią z wizyt na targach jest możliwość zorganizowania spotkań biznesowych z potencjalnymi inwestorami.

Skutecznym sposobem na promocję miasta jest także organizacja wizyt studyjnych dla dziennikarzy i potencjalnych inwestorów, którzy otrzymują w ten sposób możliwość bezpośredniego zapoznania się i rozpowszechnienia oferty miasta.

Niezbędne jest też stworzenie platformy internetowej prezentującej działania Biura Obsługi Inwestora i zbierającej wszelkie informacje dotyczące ofert inwestycyjnych, terenów inwestycyjnych, ofert kooperacyjnych, działań umożliwiających uzyskanie koncesji i zezwoleń. Platforma powinna być dostępna w minimum dwóch językach – polskim i angielskim w celu ułatwienia dostępu do informacji jak najliczniejszej rzeszy potencjalnych inwestorów, zarówno krajowych jak i zagranicznych.

Ponadto promocja powinna uwzględniać działania ogólnie wizerunkowe, kształtujące wizerunek miasta jako dogodnego miejsca do realizacji inwestycji – w tym zakresie możliwe są działania w zakresie Public Relations i reklamy. Ponadto w promocji wizerunkowej istotną rolę powinien odgrywać Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny; PPP-T jest bowiem instytucją, która zwiększa atrakcyjność miasta z punktu widzenia potencjalnych inwestorów.

Działania:

- 1.3.1. Przygotowanie materiałów promujących ofertę inwestycyjną miasta
- 1.3.2. Promocja oferty miasta na wybranych targach inwestycyjnych
- 1.3.3. Organizacja wizyt studyjnych dla dziennikarzy i konferencji dla potencjalnych inwestorów
- 1.3.4. Poprawa jakości i większe wyeksponowanie zakładki „Strefa inwestora” zamieszczonej na oficjalnej stronie miasta
- 1.3.5. Promocja wizerunkowa miasta w zakresie public relations
- 1.3.6. Marketing bezpośredni płockiej oferty inwestycyjnej
- 1.3.7. Współpraca z instytucjami regionalnymi i centralnymi na rzecz promocji potencjału inwestycyjnego miasta

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby inwestycji
- Umocnienie wizerunku marki gospodarczej miasta,
- Wzrost znajomości oferty Płocka wśród inwestorów
- Wzrost znajomości oferty Płocka na rynkach zagranicznych
- Stworzenie strony internetowej przedstawiającej potencjał Płocka dla inwestora

Cel operacyjny

1.4. Poprawa wewnętrznej i zewnętrznej infrastruktury transportowej

Podmioty odpowiedzialne: Zastępca Prezydenta Miasta ds. Rozwoju i Inwestycji, Pełnomocnik ds. Inwestycji Strategicznych, Wydział Strategii Rozwoju Miasta, Urbanistyki i Architektury, Wydział Inwestycji i Remontów, Miejski Zarząd Dróg w Płocku

Argumentacja:

Na etapie diagnostycznym projektu wykazano, że połączenia komunikacyjne są jedną z najistotniejszych kwestii, które bierze pod uwagę potencjalny inwestor. Wagę tego problemu podkreślali również płoccy przedsiębiorcy. Zdaniem przedstawicieli biznesu, obecny stan połączeń komunikacyjnych Płocka z resztą kraju jest poważnym czynnikiem hamującym rozwój gospodarki regionalnej. W związku z tym, powyższy cel operacyjny należy potraktować priorytetowo.

Opis celu:

Niestety władze miasta mają ograniczone możliwości w zakresie inwestycji o wymiarze krajowym i regionalnym. Najlepszym rozwiązaniem tej sytuacji jest skuteczny lobbing na rzecz rozwoju połączeń komunikacyjnych zarówno na poziomie województwa, jak i centralnym. Aby to osiągnąć, należy sformułować jasno cele, skupić wokół nich grupy poparcia, które będą w stanie wywrzeć wpływ na instytucje decyzyjne oraz klarownie zaprezentować argumenty, które świadczą o znaczeniu tych inwestycji dla regionu.

Lobbing na rzecz połączeń komunikacyjnych powinien skupić się na trzech inwestycjach, które mają kluczowe znaczenie dla Płocka:

- Modernizacja linii kolejowych – obecny stan infrastruktury kolejowej w Płocku jest niewystarczający dla potrzeb miasta i stanowi poważny hamulec rozwoju gospodarczego;
- Połączenie kolejowe Płock-Modlin – powstanie tego odcinka umożliwiłoby szybki dojazd do Mazowieckiego Portu Lotniczego, zwiększając tym samym dostępność komunikacyjną dla inwestorów i turystów;
- Budowa drogi ekspresowej S10 w pobliżu miasta – infrastruktura drogowa jest niewystarczająca dla miasta wielkości Płocka. Trasa S10 znacznie ułatwiłaby dojazd do Warszawy, co przekładałoby się na zwiększenie dostępności komunikacyjnej.

Poza działalnością lobbingową należy podjąć działania, mające na celu poprawę stanu infrastruktury drogowej w mieście. Najważniejszymi obszarami są:

- Modernizacja istniejących dróg wyjazdowych;
- Budowa północnej obwodnicy Płocka;
- Budowa trasy północno-zachodniej.

Realizacja powyższych działań pozwoli na zwiększenie bezpieczeństwa dróg w mieście oraz poprawę wewnętrznej infrastruktury.

Działania:

- 1.4.1. Lobbing na rzecz modernizacji istniejących linii kolejowych
- 1.4.2. Lobbing na rzecz budowy połączenia kolejowego Płock-Modlin
- 1.4.3. Lobbing na rzecz budowy nowej drogi ekspresowej S 10 w bezpośredniej bliskości miasta Płocka
- 1.4.4. Modernizacja istniejących dróg wyjazdowych
- 1.4.5. Budowa strategicznych połączeń komunikacyjnych miasta
- 1.4.6. Lobbing na rzecz bagrowania koryta Wisły

Oczekiwane rezultaty:

- Poprawa dostępności zewnętrznej miasta,
- Zwiększenie liczby inwestycji w mieście,
- Poprawa komunikacji w mieście.

Program: Utworzenie podstrefy SSE

Argumentacja: Specjalna Strefa Ekonomiczna (SSE) to obszar o ściśle wyznaczonych granicach, w obrębie których obowiązują odrębne regulacje prawne, których celem jest stworzenie atrakcyjnych warunków do prowadzenia działalności gospodarczej. SSE sprzyjają wzrostowi zatrudnienia, pozyskiwaniu nowych źródeł dochodu, a także wzrostowi innowacyjności, transferowi nowych technologii, udoskonalaniu umiejętności techniczno-technologicznych.

Specjalne strefy ekonomiczne są uznawane za jeden z ważniejszych mechanizmów przyciągania inwestycji i inwestorów do Polski. Inwestorów przyciąga zwłaszcza możliwość skorzystania ze zwolnienia z opodatkowania dochodów z działalności gospodarczej prowadzonej na terenie SSE.

Oczywiście nie wszyscy inwestorzy chcą inwestować w specjalnej strefie ekonomicznej. Jednakże przyłączenie terenów do SSE ma przede wszystkim uatrakcyjnić ofertę miasta. Dzięki temu atrakcyjną ofertę dla siebie będą mogli znaleźć zarówno inwestorzy zainteresowani terenami w specjalnej strefie ekonomicznej, jak i ci, którzy chcą inwestować poza jej obszarami.

Ustawa z dnia 20 października 1994 r. o specjalnych strefach ekonomicznych zawiera regulację, że poza niektórymi wyjątkami, terenami przyłączonymi do strefy muszą być tereny należące do jednostek samorządu terytorialnego. Na obecną chwilę terenami, które miasto posiada, a które spełniają kryteria przyłączenia do specjalnej strefy ekonomicznej, są tereny należące do lotniska w Płocku. Sugerowanym działaniem jest wyłączenie obszaru o powierzchni minimalnej 15-20 ha i przyłączenie go do wybranej specjalnej strefy ekonomicznej. W przypadku dużego zainteresowania terenami przyłączonymi do SSE lub też zainteresowania inwestora innymi terenami w Płocku możliwe jest dołączenie dodatkowych terenów do wybranej SSE.

Działania:

- Wydzielenie obszaru pod inwestycje z obszaru obecnego lotniska; (minimalny wydzielony teren 15-20 ha)
- Uzbrojenie terenu – pozyskiwanie środków z MJWPU – Działanie 1.3;
- Nawiązanie kontaktów z SSE – wybór optymalnej Strefy;
- Przyłączenie terenów do SSE
- Promocja terenów wraz z SSE,

Podmiot koordynujący: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Partnerzy:

- Wydział Strategii Rozwoju Miasta, Urbanistyki i Architektury
- PPPT S.A.
- Spółka Inwestycje Miejskie
- Wydział Gospodarki Mieniem Komunalnym
- Biuro Geodety Miasta
- Wydział Inwestycji i Remontów
- Płocka Rada Gospodarcza
- Wybrana Specjalna Strefa Ekonomiczna

Zakres współpracy z partnerami:

- Wydzielenie terenów inwestycyjnych
- Ewentualne dozbrojenie terenów inwestycyjnych
- Konsultacje w sprawie wyboru najkorzystniejszej Specjalnej Strefy Ekonomicznej
- Promocja przyłączonych terenów inwestycyjnych

Warunki rozpoczęcia programu:

- Decyzja o przyłączeniu terenów do SSE

Czynniki ryzyka:

- Trudności wynikające z utworzenia podstrefy w okolicy lotniska
- Konkurencja ze strony innych miast posiadających już podstrefy danej SSE

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby terenów inwestycyjnych
- Uatrakcyjnienie oferty inwestycyjnej miasta
- Wzrost liczby inwestorów w mieście

2. Obszar strategiczny: MAŁE I ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWA

Małe i średnie przedsiębiorstwa

Cel Strategiczny - Cel strategiczny: Wsparcie warunków do tworzenia i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw

2.1 Zwiększenie dostępności płockich przedsiębiorców do zewnętrznych źródeł finansowania

2.2 Stymulowanie wzrostu gospodarczego poprzez skuteczną politykę podatkową

2.3 Wzrost innowacyjności i konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw

2.4 Wzmacnianie potencjału oraz rozwój sieci instytucji otoczenia biznesu

2.5 Podnoszenie zdolności eksportowej płockich przedsiębiorstw

2.5 Usprawnienie komunikacji pomiędzy przedsiębiorcami a Urzędem Miasta

Program II. Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Analiza potencjału gospodarczego miasta wykazała stosunkowo niski wskaźnik liczby małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) do liczby mieszkańców, a także niską dynamikę przyrostu nowych firm w Płocku. Stwarza to konieczność wypracowania systemu, który wspierałby tworzenie i rozwijanie nowych przedsiębiorstw. MŚP tworzą warunki do lepszego wykorzystania pełnego potencjału endogenicznego miasta i regionu, umożliwiając zachodzenie procesów dostosowawczych rynku pracy, zmniejszają wahania koniunkturalne, a także tworzą warunki do rozwoju innowacyjności.

Szczególny nacisk na sektor MŚP w Płocku jest spowodowany koniecznością zdwersyfikowania lokalnej gospodarki, której obraz zdominowany jest przez duże przedsiębiorstwa. Pozwoli to na przynajmniej częściowe uodpornienie jej przed ewentualnymi kryzysami ekonomicznymi w poszczególnych branżach.

Niezbędnym działaniem jest przede wszystkim utworzenie i wypromowanie systemu, który będzie dostarczał niezbędnego wsparcia finansowego i pozafinansowego dla MŚP. W ramach tego systemu możliwe jest wykorzystanie funkcjonujących już w Płocku kilku programów działających na rzecz MŚP. Wymagają one jednak zwiększenia synergii. Z racji swojej specyfiki, programy te obecnie są skupione na określonej grupie beneficjentów, wąskim spektrum działalności lub też udzielają wsparcia dla przedsiębiorców z konkretnych sektorów.

Zadaniem miasta jest dążenie do uzyskania synergii wynikających ze wzajemnej współpracy płockich firm (w tym również dużych krajowych i międzynarodowych przedsiębiorstw) oraz ich współpracy z instytucjami otoczenia biznesu i zapleczem badawczo-naukowym. Światowe doświadczenia wskazują na ważną rolę powiązań łączących przedsiębiorstwa z innymi podmiotami w generowaniu innowacji. Związki i kontakty między firmami a swoimi kontrahentami oraz np. instytucjami i uczelniami stanowią system, w ramach którego przedsiębiorstwa o ograniczonym dostępie do wiedzy zdobywają ją z zewnątrz, co z kolei umożliwia im samym generowanie nowych pomysłów.

Jednocześnie płockie MŚP wymagają wsparcia w obszarze podnoszenia konkurencyjności, w czym może pomóc im rozwój działalności eksportowej. Miasto powinno aktywizować płockie MŚP w tym zakresie i zapewniać firmom jak najlepsze warunki do rozwoju ich działalności. W tym celu niezbędne jest wyznaczenie odpowiedniej komórki merytorycznej w Urzędzie Miasta Płocka, która będzie koordynować działania dotyczące rozwoju gospodarczego, w tym działania związane ze wsparciem MŚP. Polityka Rozwoju Gospodarczego widzi w tym miejscu rolę dla wzmocnionego kadrowo Biura Obsługi Inwestora, które powinno ulec przekształceniu w Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera.

Cel operacyjny

2.1. Zwiększenie dostępności płockich przedsiębiorców do zewnętrznych źródeł finansowania

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, Pełnomocnik ds. Pozyskiwania Funduszy Europejskich, Międzynarodowe Centrum Rozwoju Lokalnego CIFAL Płock sp. z o.o., Oddział Zamiejscowy Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych w Płocku

Argumentacja:

Miasto Płock nie posiada własnych funduszy służących wspieraniu lokalnej przedsiębiorczości. Niedobór kapitału jest częstym problemem w zakładaniu i rozwoju nowych przedsiębiorstw. Biorąc pod uwagę kondycję finansową miasta, należy realizować działania pozwalające małym i średnim firmom uzyskać środki regionalnych, centralnych i unijnych. Pozwoli to zwiększyć poziom aktywności gospodarczej mieszkańców i dynamikę przyrostu MŚP, która w dniu dzisiejszym jest poniżej średniej krajowej.

Opis celu

W ramy celu wpisują się działania, których zadaniem jest zarówno zwiększenie wiedzy płockich przedsiębiorców na temat dostępnych form pozyskiwania kapitału, jak i również zwiększenie znajomości marki płockiej gospodarki wśród instytucji oferujących pozyskanie kapitału.

Znacznie większy nacisk powinien zostać położony na przedstawienie już istniejących możliwości pozyskania kapitału z zewnątrz (np.: Międzynarodowe Centrum Rozwoju Lokalnego CIFAL Płock sp. z o.o. oraz Mazowiecki Regionalny Fundusz Pożyczkowy Sp. z o. o.), informowanie o dostępnych źródłach finansowania i promocję projektów umożliwiających pozyskanie środków. Przedsiębiorcy powinni mieć łatwy dostęp do takich informacji.

BOIE powinno świadczyć również usługi związane z informowaniem lokalnych przedsiębiorców o możliwościach ubiegania się o zewnętrzne źródła finansowania, przede wszystkim w zakresie wsparcia przedsiębiorców ze środków unijnych. Istotny również jest element zachęcania do korzystania z tego rodzaju wsparcia. Usługi te mogą być realizowane poprzez zbieranie wiedzy na temat aktualnych i planowanych dotacji unijnych oraz przekazywanie, udostępnianie ich MŚP w formie ułatwiającej im zapoznanie się z wymaganiami i działaniami niezbędnymi do ubiegania się o środki unijne.

Zadaniem BOIE powinno być również promowanie marki płockiej gospodarki (i pośrednio również płockich firm) wśród instytucji private equity oraz venture capital. Dzięki takim działaniom możliwe będzie unowocześnienie, rozwój, a także ekspansja na rynki zagraniczne przedsiębiorstw z Płocka.

Działania:

- 2.1.1. Stworzenie bazy informacji o możliwościach pozyskania funduszy na rozpoczęcie i rozwój działalności gospodarczej**
- 2.1.2. Stymulacja rozwoju znaczenia private equity oraz venture capital**
- 2.1.3. Stworzenie systemu informującego płockich przedsiębiorców o możliwości pozyskiwania środków unijnych**

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby MŚP
- Większa dynamika przyrostu MŚP
- Łatwiejszy dostęp do kapitału wśród płockich firm
- Wzrost wartości pozyskiwanych środków unijnych przez płockie firmy

- Rozwój firm nowych technologii
- Większa wiedza na temat private equity oraz venture capital wśród płockich firm
- Większa znajomość marki płockiej gospodarki wśród instytucji oferujących możliwość pozyskania kapitału
- Wzrost nakładów inwestycyjnych
- Wzrost innowacyjnej działalności przedsiębiorstw
- Wzrost liczby osób aktywnych zawodowo
- Wzrost liczby zatrudnionych

Cel operacyjny

2.2. Stymulowanie wzrostu gospodarczego poprzez skuteczną politykę podatkową miasta

Podmioty odpowiedzialne: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, Wydział Gospodarki Mieniem Komunalnym, Agencja Rewitalizacji Starówki Sp. z o.o., Rynex Sp. z o.o.

Argumentacja:

Władze samorządowe poprzez wyznaczanie stawek podatków lokalnych mają niebagatelny wpływ na działalność przedsiębiorców na danym terenie. Zoptymalizowana polityka podatkowa miasta polegająca na odpowiednim ustalaniu wysokości podatków i opłat lokalnych oraz przyznawaniu ulg podatkowych spełniającym określone wymogi firmom może służyć pobudzeniu gospodarczemu i jednocześnie zapewniać odpowiednie wpływy do budżetu.

Opis celu:

Cel, jakim jest osiągnięcie wzrostu gospodarczego przez optymalizację polityki podatkowej, powinien być realizowany na trzech płaszczyznach jednocześnie – nie tylko w samej sferze podatkowej przez ustalanie wysokości lokalnych stawek i ulg podatkowych, ale również przez stworzenie klarownego systemu opłat czynszowych w budynkach komunalnych. Trzecim elementem, który w znaczący sposób poprawi atrakcyjność inwestycyjną miasta i wpłynie stymulująco na gospodarkę jest stworzenie SSE, w której podmioty dysponujące zezwoleniem na działalność w strefie objęte będą zwolnieniami podatkowymi.

Samo wprowadzenie systemowego rozwiązania obejmującego wszystkie (wyżej wymienione) obszary optymalizacji podatkowej nie jest działaniem wystarczającym. Równie ważny element to zaprezentowanie obowiązującego systemu w przejrzysty sposób przedsiębiorcom prowadzącym działalność gospodarczą na terenie miasta, a także potencjalnym inwestorom. W tym celu należy przygotować materiały prezentujące dostępne ulgi i zwolnienia podatkowe, procedurę ich przyznawania i opracowany system opłat czynszowych. Wydanie broszur, a przede wszystkim opublikowanie materiału w internecie, prezentującego w przystępny sposób opracowany system, umożliwi szybkie dotarcie do potrzebnych informacji przez zainteresowanych. Jest to krok w kierunku tworzenia przejrzystego państwa. Stworzenie baz wiedzy dostępnych on-line i materiałów informacyjno-promocyjnych mających wyjaśnić zawiałości finansowego prawa miejscowego zwiększy dostęp do informacji publicznej i pozytywnie wpłynie na rozeznanie podmiotów gospodarczych w tych zagadnieniach.

Działania:

- 2.2.1. Promocja istniejących już ulg podatkowych dla nowych firm, w tym pod kątem branż priorytetowych
- 2.2.2. Wprowadzenie do systemu ulg oferowanych przez miasto zwolnień podatkowych wynikających z utworzenia podstrefy specjalnej strefy ekonomicznej
- 2.2.3. Stworzenie przejrzystego i klarownego systemu opłat czynszowych
- 2.2.4. Wprowadzenie preferencyjnych opłat czynszowych dla organizacji pozarządowych na prowadzenie działalności charytatywnej, kulturalnej, naukowej, opiekuńczej, leczniczej, oświatowej, badawczo-rozwojowej, wychowawczej, sportowej, turystycznej oraz dla podmiotów z branży turystycznej i okołoturystycznej

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby inwestorów w branżach priorytetowych
- Utworzenie spójnego systemu ulg podatkowych i danin publicznych
- Poszerzenie wiedzy wśród plockich przedsiębiorców na temat dostępnych ulg podatkowych
- Ożywienie kulturalno-turystyczne ulicy Tumskiej i Starego Miasta
- Wzrost liczby podmiotów gospodarczych
- Rozwój organizacji pozarządowych

Cel operacyjny

2.3. Wzrost innowacyjności i konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja: MŚP stanowią 99,8% wszystkich polskich firm. Według danych GUS w 2009 roku zainwestowały one w badania i rozwój 961 mln złotych i pełnią niezwykle ważną rolę w zakresie postępu technicznego i innowacji. Regionalne działania na polu MŚP wymagają tworzenia sieci współpracy i zależności pomiędzy przedsiębiorstwami oraz ich otoczeniem. Dzięki oparciu relacji na wzajemnym zaufaniu firmy mogą wymieniać się doświadczeniami i wiedzą, co pozwala im zwiększać swoją innowacyjność.

Opis celu

Wsparcie innowacji powinno polegać na pomocy w uzyskiwaniu środków finansowych przez MŚP. Podkreślić należy, że dotacje te powinny być przeznaczane na zakup praw i licencji lub badania i rozwój, a nie inwestycje w maszyny i urządzenia, ponieważ te ostatnie rzadko przyczyniają się w wymierny sposób do wzrostu innowacyjności.

Inny sposób wpływania korzystnie na innowacyjność przedsiębiorstw to stworzenie im warunków do kooperowania. Z pewnością do osiągnięcia takich pozytywnych rezultatów przyczyniłoby się stworzenie SSE. Dużą szansę na wspólne działania w ramach R&D daje nowopowstający na terenie Płockiego Parku Przemysłowo-Technologicznego Zespół Obiektów Laboratorium Centralne.

Pogłębiająca się współpraca między sektorem publicznym, biznesem i edukacją powinna stworzyć możliwości wykształcania się firm spin off i spin out. Firmy takie rozwijane w oparciu o środowiska akademickie charakteryzują się dużą innowacyjnością i łatwością w przenoszeniu wiedzy i niezbędnego „know-how” ze sfery teoretycznej na grunt działalności gospodarczej.

Dodatkowym elementem stymulującym wzrost innowacyjności MŚP to zorganizowanie przez Urząd Miasta konkursu na „Płockich Liderów Innowacyjności”. Przedsięwzięcie to wymaga stosunkowo małych nakładów finansowych, a stworzenie prestiżowego konkursu może wypromować ideę innowacji w Płocku.

Działania:

- 2.3.1. Wdrożenie efektywnego modelu wsparcia powiązań kooperacyjnych
- 2.3.2. Stworzenie bazy informacji na temat dostępnych środków dofinansowania na działalność innowacyjną
- 2.3.3. Wsparcie tworzenia firm odpryskowych (spin off i spin out)
- 2.3.4. Organizacja cyklicznego konkursu na „Płockich Liderów Innowacji”

Oczekiwane rezultaty:

- Stworzenie możliwości kooperacji małych i średnich przedsiębiorstw na różnych polach działalności
- Wzrost liczby firm spin off i spin out
- Wzrost liczby firm innowacyjnych
- Wzrost nakładów płockich przedsiębiorstw na badania i rozwój
- Organizacja konkursu „Płoccy Liderzy Innowacji”
- Wzrost działalności badawczo-rozwojowej
- Wzrost liczby zatrudnionych
- Umocnienie się marki płockiej gospodarki jako przyjaznej innowacjom

Cel operacyjny

2.4. Wzmacnianie potencjału oraz rozwój sieci instytucji otoczenia biznesu

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, Płocka Rada Gospodarcza

Argumentacja: Instytucje otoczenia biznesu - izby gospodarcze, samorządy przedsiębiorców, centra wspierania przedsiębiorczości, inkubatory przedsiębiorczości, centra transferu technologii, instytucje sfery B+R - pełnią ważną funkcję w stymulowaniu rozwoju oraz wspieraniu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Ponadto łągodzą one problemy związane z pozyskiwaniem kapitału lub nowych technologii.

Opis celu

Wspieranie rozwoju sieci instytucji otoczenia biznesu powinno być poprzedzone badaniami środowiska, w jakim działają. Badania pozwolą zidentyfikować największe problemy oraz słabości stojące na drodze do rozwoju ich potencjału i wyjść im naprzeciw. By stale monitorować szanse i zagrożenia powinny one odbywać się cyklicznie.

W ramach działań public relations, jak również w komunikatach kierowanych do mediów, przedstawiane powinny być pozytywne przykłady wspólnych, efektywnych działań oraz wypracowanych w ramach platform dobrych praktyk. Konkretnie efekty działań IOB na terenie Płocka: stowarzyszeń branżowych, organizacji zrzeszających przedsiębiorców oraz organizacji działających na rzecz przedsiębiorców, powinny być szeroko promowane. Umożliwi to zwiększenie rozpoznawalności powyższych podmiotów, jako instytucji świadczących pomoc dla MŚP w zakresie tworzenia, prowadzenia i rozwijania przedsiębiorstw oraz pozyskiwania środków na finansowanie działań rozwojowych. W działania te powinien być włączony w większym stopniu również Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny, który poprzez swoje działania wpływa na obecny kształt życia gospodarczego miasta.

Ważnym elementem wspierania instytucji otoczenia biznesu jest uwzględnienie ich głosu w prowadzonych przez miasto inwestycjach i programach. Ukształtowanie modelu konsultacji z instytucjami otoczenia biznesu i bliższa współpraca z miastem, pozwoli lepiej odpowiadać na potrzeby przedsiębiorców. IOB z racji na bliskość relacji z przedsiębiorcami potrafią często lepiej rozpoznać ich potrzeby niż władza publiczna. Mogą działać jako rzecznicy interesów MŚP w kontaktach z Miastem. Mają w tej sytuacji większą możliwość oddziaływania i silniejszą pozycję negocjacyjną niż pojedynczy przedsiębiorcy.

Działania:

2.4.1. Analiza barier i szans stojących przed instytucjami otoczenia biznesu

2.4.2. Rozwój konsultacji z lokalnymi organizacjami otoczenia biznesu

2.4.3. Promocja dobrych praktyk związanych z działaniami instytucji otoczenia biznesu

Oczekiwane rezultaty:

- Upowszechnienie wiedzy na temat Instytucji Otoczenia Biznesu i zakresu usług jakie świadczą
- Stały monitoring szans i barier mogących sprzyjać/przeszkadzać rozwojowi IOB
- Stworzenie platformy i wypracowanie modelu konsultacji między Miastem a Instytucjami Otoczenia Biznesu i lokalnymi organizacjami otoczenia biznesu – planów, projektów i działań miasta mogących mieć wpływ na podmioty gospodarcze.
- Wzrost liczby IOB
- Rozwój istniejących IOB
- Bogatsza oferta wsparcia dla MŚP dostępne w ramach IOB

Cel operacyjny

2.5. Podnoszenie zdolności eksportowej płockich przedsiębiorstw

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja:

W obecnym modelu gospodarki światowej firmy nie mogą sobie pozwolić na działalność ograniczającą się tylko do jednego regionu lub kraju. W związku z powyższym konieczne jest zdywersyfikowanie rynków docelowych poprzez stworzenie możliwości i zapewnienie niezbędnego wsparcia do wypromowania płockich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych.

Opis celu:

Pierwszym działaniem niezbędnym do realizacji omawianego celu jest przekształcenie Biura Obsługi Inwestora w Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera. Zabieg ten umożliwi rozszerzenie zadań Biura o wsparcie eksportu płockich firm. Jest to zadanie niezwykle istotne dla rozwoju płockiej gospodarki, a także do jej promowania. Do realizacji celu korzystne byłoby udostępnienie dla płockich przedsiębiorców usług informacyjno-doradczych, a także szkoleń, które swoim zakresem obejmowałyby tematykę promocji eksportu.

Ponadto niezbędne jest zwiększenie skali współpracy z podmiotami odpowiedzialnymi za promocję eksportu działającymi w skali województwa i kraju. Warto również usprawnić mechanizm informowania przedsiębiorców o dostępnych możliwościach promowania na rynkach eksportowych przy wsparciu powyższych instytucji.

Kontakt z podmiotami zagranicznymi powinien obejmować zarówno misje handlowe płockich przedsiębiorstw na rynki o największym potencjale eksportowym, uczestnictwo w targach, jak też organizację misji przyjazdowych do Płocka. Zadanie to umożliwi zaprezentowanie oferty płockich przedsiębiorstw oraz nawiązanie nowych kontaktów biznesowych. Konieczne jest stworzenie mechanizmów zachęcających płockich przedsiębiorców do udziału w planowanych misjach gospodarczych. Ważnym elementem tego działania jest utrzymywanie dobrych relacji z firmami, które już wzięły w nich udział i mogłyby promować dobre przykłady, osiągnięte korzyści lub zwiększenie możliwości rozwojowych podmiotów gospodarczych.

Działania:

- 2.5.1. Rozszerzenie zakresu zadań Biura Obsługi Inwestora o działania związane ze wspieraniem eksportu płockich firm**
- 2.5.2. Stworzenie bazy informacji na temat możliwości pozyskania wsparcia na rozwój eksportu**
- 2.5.3. Organizacja misji handlowych na rynki o wysokim potencjale eksportowym**
- 2.5.4. Organizacja misji przyjazdowych dla importerów i kontrahentów z rynków o wysokim potencjale eksportowym**
- 2.5.5. Promocja płockich firm na wybranych targach branżowych**

Oczekiwane rezultaty:

- Przekształcenie Biura Obsługi Inwestora w Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera
- Większa wiedza wśród przedsiębiorców o możliwościach rozwoju eksportu
- Dywersyfikacja struktury rynków docelowych płockich przedsiębiorstw
- Wzrost liczby firm eksportujących swoje produkty na rynki zagraniczne
- Większy udział płockich przedsiębiorstw w inicjatywach instytucji regionalnych i centralnych wspierających eksport polskich firm

Cel operacyjny

2.6. Usprawnienie komunikacji pomiędzy przedsiębiorcami a Urzędem Miasta

Podmioty odpowiedzialne: Wydział Organizacji i Procesów Pracy, Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, Wydział Promocji i Informacji, Wydział Ewidencji i Spraw Obywatelskich

Argumentacja:

Podejmowane działania w ramach niniejszego celu dotyczą przede wszystkim usprawnienia przepływu informacji pomiędzy przedsiębiorstwami a Urzędem Miasta. Odpowiada to na potrzebę płockich przedsiębiorców, którzy z racji konieczności planowania swoich działań, muszą posiadać aktualną wiedzę na temat planów podejmowanych przez władze miasta.

Ponadto płockie firmy muszą mieć możliwość wyrażania swoich opinii, dzielenia się inicjatywami społecznymi oraz zgłaszania problemów, które w największym stopniu ich dotyczą. Otwarcie władzy publicznej w stosunku do obywateli, również przy pomocy nowoczesnych technologii, jest jednym z ważniejszych czynników tworzenia demokratycznego społeczeństwa.

Opis celu:

Jednym z zadań priorytetowych, które powinno postawić sobie miasto, jest rozbudowa spójnego systemu e-administracji – usprawnienia funkcjonowania administracji publicznej i zmniejszenia formalności przy wykorzystaniu technologii informatycznych i nowoczesnych środków komunikacji. W trakcie realizacji zadań należy pamiętać o zapewnieniu zgodności technicznej systemów wprowadzanych w różnych instytucjach, a także o intuicyjność stosowanych rozwiązań (przyjazny interfejs użytkownika).

Oprócz możliwości załatwiania spraw przy pomocy nowoczesnych technologii, nie można zapomnieć o innych rolach komunikacji na linii władza samorządowa-obywatele. Przedsiębiorcy muszą mieć stały dostęp do informacji ze strony władz miasta. Jednakże warto zaznaczyć, że obecnie stosowane rozwiązania nie są w pełni efektywne. Do wypracowania optymalnych rozwiązań komunikacyjnych powinny służyć konsultacje z przedsiębiorcami na temat informacji, jakich oczekują od Urzędu Miasta i pożądanej formy odbioru tych informacji (rekomenacja: newsletter ograniczony do kwestii gospodarczych oraz planowanych i realizowanych inwestycji w mieście).

Aby zrealizować w pełni ideę otwarcia się Urzędu Miasta na przedsiębiorców konieczne jest również przeszkolenie urzędników, którzy obsługują bezpośrednio podmioty gospodarcze.

Działania:

2.6.1. Rozbudowa systemu e-administracji

2.6.2. Opracowanie systemu przepływu informacji pomiędzy przedsiębiorcami a Urzędem Miasta

2.6.3. Przeprowadzenie szkoleń dla pracowników Urzędu Miasta z zakresu obsługi i kontaktów z przedsiębiorcami

Oczekiwane rezultaty:

- Możliwość załatwiania licznych spraw pomiędzy przedsiębiorcami a urzędem drogą elektroniczną
- Możliwość składania za pośrednictwem Internetu wniosków o wydanie dokumentów
- Wymiana informacji pomiędzy urzędami online
- Wzrostu funkcjonalności świadczonych usług
- Zwiększenia zakresu informacji
- Zwiększenie przejrzystości procedur administracyjnych
- Poprawa dostępności urzędu dla przedsiębiorców

Program: Utworzenie Biura Obsługi Inwestora i Eksportera⁴

Argumentacja: Celem zapewnienia profesjonalnej obsługi inwestorom zagranicznym, krajowym podmiotom gospodarczym planującym nowe inwestycje, ośrodkom naukowo-badawczym zainteresowanym współpracą ze światem biznesu, rekomendujemy władzom miasta powołanie zespołu specjalistów posiadających zdolność prowadzenia aktywnych działań na terenie międzynarodowym.

Nowa strategia BOIE pozwoli na zwiększenie dynamiki rozwoju współpracy gospodarczej Płocka poprzez realizację zadań na rzecz rozwoju nowoczesnej gospodarki. Będzie to zmiana dotychczasowej filozofii koncentrującej wysiłki wyłącznie na przyciąganiu BIZ, na filozofię budowania partnerskich stosunków biznesowych pomiędzy Płockiem a resztą świata, opartych o: wymianę wiedzy, technologii, idei, umiejętności i ludzi.

Struktura BOIE nie może funkcjonować w oderwaniu od lokalnej infrastruktury wspierającej proces przyciągania i obsługi inwestorów zewnętrznych, rozwoju przedsiębiorczości. Powinna uwzględniać również wspieranie przedsiębiorców funkcjonujących na terenie miasta, szczególnie w zakresie promocji eksportu, co pozwoli na zwiększenie ich konkurencyjności na arenie międzynarodowej – jest to zbieżne z wyzwaniem, przed którymi stoją niektóre branże, tendencją uzupełniania zagadnień promocji gospodarczej (marketingu terytorialnego) oraz przygotowywania i obsługi projektów inwestycyjnych o zagadnienia promocji eksportu deklarowane przez Ministerstwo Gospodarki i PALIZ S.A.⁵.

Działania:

- nawiązywanie i podtrzymywanie bezpośrednich kontaktów z potencjalnymi inwestorami i eksporterami (marketing bezpośredni, spotkania bezpośrednie, udzielanie informacji na temat możliwości inwestycyjnych, warunków prowadzenia działalności na terenie aglomeracji, analizowanie potencjału eksportowego),
- udział w opracowywaniu i dystrybucja publikacji, materiałów promocyjnych i informacyjnych, w tym folderów, prezentacji multimedialnych, wydawnictw informacyjnych dla inwestorów i nabywców usług oraz towarów,
- obsługa okołoinwestycyjna: prowadzenie baz danych dla potencjalnych inwestorów, kojarzenie partnerów, organizowanie wizyt, współpraca z podmiotami świadczącymi usługi na rzecz inwestorów (agencje doradztwa personalnego i zawodowego, szkoły wyższe, agencje pośrednictwa i urząd pracy, agencje i pośrednicy nieruchomości) oraz instytucjami zaangażowanymi w proces pozyskiwania inwestorów, np. PALIZ itp.,
- udział w krajowych i zagranicznych targach i konferencjach inwestycyjnych i eksportowych (jako wystawca, bądź uczestnik), forach inwestycyjno-gospodarczych, misjach i delegacjach zagranicznych, organizacja własnych imprez promocyjnych;
- utrzymywanie współpracy w zakresie promocji inwestycyjnej i eksportowej oraz pozyskiwania nowych strategicznych inwestorów dla Płocka z Urzędem Marszałkowskim i partnerskimi gminami.

Podmiot koordynujący: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Partnerzy:

- Wydział Organizacji i Procesów Pracy
- Wydział Skarbu i Budżetu

Zakres współpracy z partnerami:

- ustalenie ostatecznej struktury BOIE
- przeanalizowanie możliwości przesunięcia pracowników z innych wydziałów do pracy w BOIE
- wygospodarowanie środków na zatrudnienie nowych pracowników

⁴ Szczegółowy opis Programu znajduje się w załączniku Załącznik 3: Model funkcjonowania Biura Obsługi Inwestora i Eksportera (BOIE) w Płocku

Warunki rozpoczęcia programu: <ul style="list-style-type: none">▪ Decyzja władz Urzędu Miasta	Czynniki ryzyka: <ul style="list-style-type: none">▪ Ograniczenia kadrowe,▪ Ograniczenia finansowe
Oczekiwane rezultaty: <ul style="list-style-type: none">▪ Wzrost liczby inwestycji▪ Wzmocnienie marki płockiej gospodarki▪ Rozwój eksportu płockich firm▪ Rozwój płockich przedsiębiorstw▪ Wzrost liczby zatrudnionych▪ Nawiązanie i utrwalenie kontaktów z potencjalnymi inwestorami	

3. Obszar strategiczny: DUŻE PRZEDSIĘBIORSTWA

Duże przedsiębiorstwa

*Cel Strategiczny -
Wzmocnienie współpracy
Urzędu Miasta z dużymi
przedsiębiorstwami*

3.1 Rozwój współpracy z płockimi dużymi przedsiębiorstwami

3.2 Rozwój opieki poinwestycyjnej miasta

3.3 Zwiększenie poziomu inwestycji w ramach partnerstwa publiczno- prywatnego

Program III. Rozwój płockiego modelu CSR

Płock jest miastem, na którego terenie funkcjonuje wiele dużych przedsiębiorstw, które istotnie wpływają na kreowanie klimatu gospodarczego w mieście. Współpraca z dużymi podmiotami gospodarczymi funkcjonującymi już na płockim rynku pozwala również uwiarygodnić ofertę inwestycyjną miasta wśród nowych inwestorów. Referencje i opinie wystawiane przez kadre zarządzającą dużych przedsiębiorstw kształtują w znacznej mierze markę płockiej gospodarki. To właśnie płockie firmy świadczą o potencjale miasta, jego zasobach i potencjale rozwojowym.

Wraz z rozwojem współpracy z dużymi przedsiębiorcami nie można zapomnieć, że na terenie Płocka zlokalizowana jest również największa polska firma – PKN ORLEN SA. Jak pokazuje część analityczna strategii, zakład petrochemiczny jest największym pracodawcą, a także stanowi swoiste koło zamachowe dla funkcjonowania wielu innych firm, które zajmują się dostarczaniem towarów i usług. W związku z powyższym w interesie władz miasta leży utrzymywanie pozytywnych relacji z tym podmiotem.

Obszar strategiczny DUŻE PRZEDSIĘBIORSTWA koncentruje się również na zwiększeniu udziału partnerstwa publiczno-prywatnego w ramach inwestycji prowadzonych przez miasto.

Cel operacyjny

3.1. Rozwój współpracy z płockimi dużymi przedsiębiorstwami

Podmioty odpowiedzialne: Zastępca Prezydenta Miasta ds. Rozwoju i Inwestycji, Płocka Rada Gospodarcza

Argumentacja:

Cel operacyjny „Rozwój współpracy z płockimi dużymi przedsiębiorstwami” zakłada utworzenie partnerskiego modelu funkcjonowania podmiotów gospodarczych z Urzędem Miasta. Takie działania mają na celu przede wszystkim poprawę klimatu gospodarczego miasta, który wpływa również na liczbę nowych inwestorów, a także zwiększa szansę na reinwestycje.

Opis celu:

Za kontakty z dużymi przedsiębiorstwami powinna być odpowiedzialna osoba o wysokiej pozycji w ramach Urzędu Miasta oraz posiadająca duże doświadczenie i kompetencje. Umożliwia to szybkie i precyzyjne ustalenie osób i instytucji pomocnych w rozwiązaniu pojawiających się problemów, zarówno w ramach urzędu, jak i poza nim. Pozwala to na skuteczne i efektywne działanie.

Inicjatywą, która wpisuje się w zarysowany cel jest funkcjonowanie Płockiej Rady Gospodarczej, której zadaniem jest nawiązanie współpracy z przedstawicielami świata nauki, kadry zarządzającej oraz przedsiębiorców z regionu płockiego. Jest ona ważnym ciałem konsultacyjnym, które umożliwia zaopiniowanie projektów kluczowych inwestycji, planów zagospodarowania przestrzennego, czy też wieloletnich planów inwestycyjnych.

Na oddzielną uwagę zasługuje nawiązanie i utrzymywanie pozytywnych relacji z PKN ORLEN SA. Specjalne uwzględnienie tego podmiotu w strategii wynika przede wszystkim z rozmiaru firmy (największa firma w Polsce, największy pracodawca w Płocku), a także ze względu na fakt, że jest ona swoistym kołem zamachowym płockiej gospodarki. To ona czyni największe nakłady inwestycyjne, współpracuje z licznymi płockimi kooperantami oraz podwykonawcami. Jej liczne spółki umacniają zaś różnorodność płockiego przemysłu.

Innym elementem omawianego celu operacyjnego jest wsparcie i promocja działań płockich firm na rzecz Płocka i jego mieszkańców. Wśród takich działań można wymienić Fundusz Grantowy będący dobrym przykładem społecznie odpowiedzialnego biznesu. Takie inicjatywy wymagają zauważenia, docenienia, a także usystematyzowania. W gestii władz samorządowych Płocka leży stworzenie pola dla rozwoju takich działań.

Działania:

- 3.1.1. Rozwój współpracy w ramach Płockiej Rady Gospodarczej**
- 3.1.2. Zainicjowanie stałego dialogu między Prezydentem Miasta a Zarządem PKN Orlen SA**
- 3.1.3. Organizacja dorocznych spotkań Prezydenta Miasta z największymi inwestorami i przedsiębiorcami**
- 3.1.4. Wspieranie i promocja działań płockich firm na rzecz Płocka**

Oczekiwane rezultaty:

- Poprawa klimatu gospodarczego miasta
- Wzrost liczby działań na rzecz miasta ze strony płockich przedsiębiorstw
- Większe poczucie tożsamości płockich dużych przedsiębiorstw z miastem
- Utrzymanie funkcjonujących w Płocku firm w mieście

Cel operacyjny

3.2. Rozwój opieki poinwestycyjnej

Podmiot odpowiedzialny: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja:

Polityka poinwestycyjna jest silnie związana z polityką proinwestycyjną. Głównym celem opieki poinwestycyjnej (after care policy) jest tworzenie korzystnych warunków do rozszerzenia działalności firm funkcjonujących już na terenie miasta.

Przyciągnięcie do gminy nowego inwestora to proces trudny, czasochłonny i drogi. Nowe miejsca pracy, a także zwiększenie wpływów do miejskiego budżetu z tytułu podatków coraz częściej osiąga się inaczej, zachęcając działających już w gminie przedsiębiorców do rozwijania działalności. Innym powodem rozwoju opieki poinwestycyjnej jest również zapobieganie ewentualnym relokacjom. Ponadto pozytywne opinie przedsiębiorców na temat warunków funkcjonowania w danym miejscu są ważnym narzędziem zwiększania atrakcyjności inwestycyjnej danego obszaru.

Opis celu:

Opieka poinwestycyjna składa się przede wszystkim z dwóch grup działań. Pierwszą z nich jest utrzymywanie dialogu z nowymi inwestorami, którzy zdecydują się na realizację inwestycji. Celem tych działań jest wysłuchanie i, o ile to możliwe, rozwiązanie problemów, które trapią przedsiębiorców. Stanowią one również pomoc dla firm w odnalezieniu się w nowej przestrzeni – wsparcie w nawiązywaniu nowych relacji z innymi przedsiębiorcami, instytucjami edukacyjnymi oraz Instytucjami Otoczenia Biznesu. Inwestorzy muszą czuć się zauważeni przez władze miasta, a także docenieni z racji inwestycji, jakich dokonali w mieście.

Drugą grupą działań jest wsparcie firm w rozwoju działalności. Z jednej strony wszystkie przedsiębiorstwa powinny otrzymać informację na temat ulg i zwolnień podatkowych, ewentualnego dodatkowego wsparcia finansowego, a także dostępnych terenów inwestycyjnych. Z drugiej strony Urząd Miasta musi identyfikować firmy, które myślą nad rozszerzeniem swojej działalności, ale zastanawiają się nad lokalizacją nowego zakładu. W interesie miasta leży przekonanie tych firm, aby swoją inwestycję zrealizowały właśnie w Płocku.

Działania:

- 3.2.1. Opracowanie oferty inwestycyjnej miasta dedykowanej obecnie działającym w Płocku przedsiębiorstwom**
- 3.2.2. Promocja aktualnej oferty inwestycyjnej wśród płockich przedsiębiorców w oparciu o marketing bezpośredni**
- 3.2.3. Cykliczne spotkania władz miasta z płockimi inwestorami**
- 3.2.4. Utrzymanie zachęt inwestycyjnych dla przedsiębiorców rozbudowujących swoje zakłady**

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby inwestycji w mieście
- Większe zadowolenie wśród inwestorów ze współpracy z miastem
- Wzrost poczucia tożsamości przedsiębiorców z miastem
- Ograniczenie liczby relokacji

Cel operacyjny

3.3. Zwiększenie poziomu inwestycji w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego

Podmioty odpowiedzialne: Pełnomocnik ds. Inwestycji Strategicznych, Wydział Inwestycji i Remontów, Miejski Zarząd Dróg, Wydział Strategii Rozwoju Miasta, Urbanistyki i Architektury, Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, Pełnomocnik ds. Partnerstwa Publiczno-Prywatnego

Argumentacja:

Partnerstwo publiczno-prywatne od lat uznawane jest za niezwykle korzystną formę realizacji inwestycji infrastrukturalnych w wielu krajach świata. Na Starym Kontynencie taka forma współpracy najbardziej upowszechniła się w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii oraz Portugalii. W Wielkiej Brytanii projekty realizowane w ramach PPP stanowią ok. 15% wszystkich inwestycji publicznych.

PPP umożliwia realizację projektów w sytuacji ograniczonej dostępności kapitału publicznego, czyli zwiększenie tym samym zapotrzebowania na inwestycje, a także szybsze ich wdrożenie, bowiem obarczenie sektora prywatnego odpowiedzialnością za projekt i budowę, w połączeniu z płatnościami związanymi z dostępnością usług, stanowi istotne zachęty dla sektora prywatnego do przedstawienia projektów kapitałowych w krótszym terminie.

Ukształtowanie umowy w oparciu o PPP to dla obu jej stron również lepsza alokacja ryzyka - większe ryzyko ponosi strona, która ma większe możliwości zarządzania lub ponosi mniejsze koszty. Za zastosowaniem PPP przemawia jakość usługi, która jest często lepsza niż jakość usługi w ramach tradycyjnego zamówienia publicznego. Ponadto efektem PPP są dodatkowe przychody, które nie byłyby możliwe do osiągnięcia, jeśli daną inwestycję realizowałby jedynie sektor publiczny.

Opis celu:

Partnerstwo publiczno-prywatne bez wątpienia ma wiele zalet, jednakże nie we wszystkich przypadkach wskazane jest stosowanie tej formuły współpracy. W związku z powyższym, w pierwszym kroku należy dokonać oceny ryzyka i wskazać inwestycje będące w polu zainteresowania miasta, a jednocześnie przewidziane do realizacji w ramach PPP.

Specyfika PPP wymaga również przygotowania organizacyjnego do wykonania projektu. Z racji tego, że jest to rozwiązanie jeszcze w Polsce mało znane, konieczne jest również przeszkolenie i odpowiednie przygotowanie pracowników administracji. Ponadto konieczne jest stworzenie modelu analizy i wyceny inwestycji, które mają być realizowane w formule PPP. Jest to niezwykle ważne – z jednej strony miasto musi zabezpieczyć swoje interesy, z drugiej zaś projekt musi być komercyjnie atrakcyjny dla firm prywatnych.

Działania:

- 3.3.1. Przygotowanie analiz oraz wycena ryzyk na podstawie przyjętych schematów**
- 3.3.2. Rozwój oferty projektów przeznaczonych do inwestycji na zasadach PPP oraz ustalenie ich pożądanej struktury**
- 3.3.3. Zapewnienie rozwiązań organizacyjnych, które zagwarantują wysoki poziom zarządzania procesem PPP, zabezpieczających jego przebieg zgodnie z przyjętym harmonogramem**
- 3.3.4. Wypracowanie rozwiązań instytucjonalnych, które pozwolą na sprawny monitoring współpracy oraz pełną kontrolę wzajemnych zobowiązań**
- 3.3.5. Promocja oferty inwestycyjnej w formule PPP**

Oczekiwane rezultaty:

- Opracowanie efektywnych rozwiązań organizacyjnych i prawnych dla inwestycji PPP
- Wzrost inwestycji realizowanych w formule PPP
- Przygotowanie oferty inwestycji w formule PPP

Program III: Rozwój płockiego modelu CSR

Argumentacja:

Zgodnie z definicją Komisji Unii Europejskiej CSR jest „konceptcją dobrowolnego uwzględniania przez firmę aspektów społecznych i ekologicznych podczas prowadzenia działań handlowych i w kontaktach z interesariuszami”⁶. Jest to koncepcja zarządzania uwzględniającego odpowiedzialność firmy za swoich pracowników, klientów, środowisko lokalne i naturalne, a także własnych akcjonariuszy. CSR tworzy synergię pomiędzy trzema polami: ekonomicznym, środowiskowym i społecznym.

Dzięki wsparciu CSR miasto kreuje przestrzeń i warunki dla firm odpowiedzialnych społecznie. Jest to szansa również na zwiększenie poczucia tożsamości z miastem. Z kolei przedsiębiorstwa mogą zyskać dzięki poprawie swojego wizerunku oraz kształtowaniu długofalowych, opartych na zaufaniu, relacji z interesariuszami zewnętrznymi.

Miasto Płock realizuje już pewne działania w tym kierunku, stąd program przewiduje rozwój tych działań we współpracy z płockimi przedsiębiorcami i stworzenie modelowego rozwiązania CSR, które stanowiłoby atrakcyjny produkt gospodarczy Płocka, korzystny dla współtworzących go płockich przedsiębiorstw, jak i dla samych mieszkańców.

Działania:

- Promowanie koncepcji CSR, prezentacja dobrych praktyk
- Kontakt z zainteresowanymi partnerami, w szczególności z organizacjami pozarządowymi
- Ukształtowanie koncepcji i obszarów działań
- Sformalizowanie działań
- Promocja efektów

Podmiot koordynujący: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Partnerzy:

- Płocka Rada Gospodarcza
- Izba Gospodarcza Regionu Płockiego
- CIFAL
- Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny S.A.
- Płocka Rada Działalności Pożytku Publicznego

Zakres współpracy z partnerami:

- Konsultacja założeń, w szczególności z organizacjami pozarządowymi
- Współkoordynowanie działań
- Promocja efektów

Warunki rozpoczęcia programu:

- Decyzja o wprowadzeniu już funkcjonujących działań/rozwiązań do programu
- Decyzja o rozpoczęciu programu
- Zainteresowanie ze strony potencjalnych partnerów

Czynniki ryzyka:

- Brak zainteresowania ze strony potencjalnych partnerów

Oczekiwane rezultaty:

- Ograniczenie liczby relokacji przedsiębiorstw poza teren Płocka
- Wzrost liczby reinwestycji
- Wzmocnienie wizerunku marki gospodarczej miasta
- Wzrost znaczenia i siły trzeciego sektora

⁶ Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility. COM (2001) 366 final, Bruksela 200

4. Obszar strategiczny: TURYSTYKA

Cel strategiczny: Wzmocnienie marki Płocka jako ośrodka turystyki biznesowej i weekendowej

Turystyka

*Cel Strategiczny:
Wzmocnienie marki
Płocka jako ośrodka
turystyki biznesowej
i weekendowej*

4.1 Skoordynowany rozwój oferty turystycznej

4.2 Podniesienie jakości oferty turystycznej

4.3 Poprawa rozpoznawalności wizerunku turystycznego Płocka

Program IV. Płock celem turystyki weekendowej

Płock posiada unikatowe zasoby kultury, a także znaczące walory krajobrazowe. Rozwinięcie w pełni ich potencjału wymaga przeprowadzenia konkretnych działań, które umożliwiłyby ich wykorzystanie dla rozwoju społeczno-ekonomicznego miasta. Rozwój turystyki stworzy warunki przede wszystkim do wzmocnienia sfery usług w lokalnej strukturze PKB, a także przyczyni się do tworzenia dodatkowych miejsc pracy.

Segmentami turystyki o największym potencjale są: **turystyka biznesowa oraz weekendowa**. Potencjał tej pierwszej kształtowany jest przede wszystkim przez obecność dużych przedsiębiorstw w Płocku. Wsparty też został inwestycjami przeprowadzonymi w ciągu ostatnich lat, które doprowadziły do powstania w mieście hoteli wysokiej klasy, a także częściowego zrewitalizowania Starówki. Ponadto bliskość Warszawy i centralne położenie miasta daje możliwości przyciągania turystów biznesowych z segmentu turystyki motywacyjnej. Z kolei za rozwojem turystyki weekendowej przemawiają następujące argumenty:

- Walory krajobrazowe regionu (nadbrzeże Wisły, Brudzeński Park Krajobrazowy, Gostynińsko-Włocławski Park Krajobrazowy);
- Historia i zabytki miasta;
- Inwestycja Termy Gostynińskie;
- Bliskość dużych rynków zbytu (Warszawa, Toruń, Łódź).

Płock nie jest obecnie na zewnątrz postrzegany przez pryzmat turystyki. Podstawowym celem promocji turystycznej miasta jest zatem wykreowanie turystycznej marki miasta. W budowaniu wizerunku turystycznego miasta duży nacisk należy kłaść na podkreślenie dziedzictwa regionalnego. Odnosi się ono do unikatowego potencjału kulturowego, historycznego oraz walorów krajobrazowych.

Aby jednak ukazać cały potencjał kulturowy i turystyczny Płocka niezbędne jest stworzenie silnych wizerunkowo i rozpoznawalnych produktów turystycznych. Wymaga to stworzenia spójnej promocji walorów i atrakcji miasta na poziomie krajowym i międzynarodowym. W tym celu należy zapewnić skoordynowanie działań wszystkich podmiotów należących do strefy turystycznej i okołoturystycznej. Wymaga to skoordynowanej pracy całego środowiska, zarówno strony publicznej (miasto, organizacje, stowarzyszenia), jak też komercyjnej (hotele i restauracje, biura podróży, przewoźnicy, dysponenci atrakcji turystycznych). Działania promocyjno-informacyjne, realizowane poza granicami Płocka, winna uzupełniać zintegrowana sieć regionalnej informacji turystycznej oraz czytelny i jednorodny system identyfikacji turystycznej miasta.

Rozwój różnorodnych form turystyki wymaga również tworzenia warunków do inicjatyw na rzecz rozbudowy i utrzymania infrastruktury mającej na celu zapewnienie możliwości spędzania czasu wolnego. Musi ona uwzględniać zróżnicowane potrzeby klientów. W związku z powyższym powinny być to działania na rzecz rozwoju oferty miasta zarówno pod względem zaplecza turystyki biznesowej, możliwości spędzania czasu wolnego, jak i aktywnych form wypoczynku.

Istotnym wkładem w rozwój miasta są nakłady na sektor kultury. Jest to swoisty sposób inwestowania, w znaczeniu ekonomicznym, ponieważ dobrze wydane pieniądze w działania kulturalne potrafią zaprocentować bardzo dużym zyskiem dla miasta. Zwiększenie nakładów na kulturę zwiększa nie tylko atrakcyjność turystyczną miasta, lecz również ma bezpośrednie przełożenie na jakość życia w mieście, a to właśnie ona jest również brana pod uwagę podczas inwestycji bezpośrednich.

Zgodnie z Krajową Strategią Rozwoju Regionalnego, Płock powinien być miastem, który oferuje możliwości spędzania wolnego czasu dla klientów pochodzących z okolicznych metropolii (m.in. Warszawa i Łódź). Z drugiej zaś strony jego rolą jest również bycie ośrodkiem kulturowym dla subregionu.

Cel operacyjny

4.1. Skoordynowany rozwój oferty turystycznej Płocka

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Promocji i Informacji, Płocka Lokalna Organizacja Turystyczna

Argumentacja:

Obecnie Płock nie posiada rozpoznawalnej marki turystycznej. Nie funkcjonuje w świadomości Polaków, a nawet mieszkańców sąsiedniej Warszawy, jako miejscowość o atrakcyjnych walorach turystycznych. Budowanie marki turystycznej miasta należy rozpocząć od przygotowania kompleksowej oferty turystycznej, tj. uporządkowania aktualnych zasobów i zdefiniowania kierunków rozwoju sektora, w uzgodnieniu z jego uczestnikami.

Opis celu:

Działania przewidziane do realizacji w ramach tego celu operacyjnego stanowią pierwszy etap budowania marki turystycznej miasta. Przed przystąpieniem do działań promocyjnych należy dokonać analizy potencjału turystycznego miasta i regionu, poprzez szczegółowe określenie zasobów naturalnych i kulturowych, infrastruktury, zasobów ludzkich, itp. Powstała w ten sposób Biała Księga Turystyki Płockiej powinna stanowić podstawę do dalszych działań, w szczególności w zakresie rozwoju nowych produktów turystycznych (pod kątem turystyki weekendowej i biznesowej), a następnie w zakresie prezentowania możliwości turystycznych Płocka na wybranych rynkach docelowych.

Działanie powinno być również przyczynkiem do nawiązania dialogu pomiędzy wszystkimi uczestnikami sektora turystycznego w mieście. Współpraca z przedsiębiorstwami z sektora turystycznego powinna dążyć do rozwoju nowych produktów turystycznych, np. w formule PPP. Współpraca z gminami ościennymi powinna dążyć do wypracowania wspólnej oferty regionu – inwestycje w sektorze turystyki w gminach ościennych wzmocnią potencjał turystyczny Płocka. Rozwój kompleksowej oferty wymaga opracowania procedur umożliwiających koordynację rozwoju oferty turystycznej miasta pomiędzy różnymi podmiotami.

Działania:

- 4.1.1. Analiza potencjału turystycznego miasta i regionu – Biała Księga Turystyki Płockiej
- 4.1.2. Przygotowanie nowych produktów turystycznych wraz z podmiotami branży turystycznej, pod kątem turystyki weekendowej i biznesowej
- 4.1.3. Opracowanie strategii promocji turystycznej Płocka w zakresie turystyki weekendowej i biznesowej
- 4.1.4. Rozwój współpracy z jednostkami samorządu terytorialnego z regionu
- 4.1.5. Opracowanie procedur umożliwiających koordynację promocji miasta pomiędzy różnymi podmiotami

Oczekiwane rezultaty:

- Opracowana w sposób kompleksowy oferta turystyczna miasta
- Wypracowanie rozwiązań w celu podniesienia potencjału sektora, uzgodnione z jego uczestnikami
- Zwiększenie konkurencyjności oferty turystycznej miasta, głównie poprzez rozwój turystyki biznesowej oraz weekendowej
- Zaproponowanie nowych rozwiązań wykorzystania obecnych walorów, atrakcji i produktów turystycznych
- Wdrożenie nowych produktów turystycznych
- Zharmonizowany rozwój infrastruktury turystycznej zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz zachowaniem dziedzictwa kulturowego miejsca

Cel operacyjny

4.2. Podniesienie jakości oferty turystycznej

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Promocji i Informacji, Płocka Lokalna Organizacja Turystyczna, Miejski Zarząd Dróg, Wydział Inwestycji i Remontów, Pełnomocnik ds. Inwestycji Strategicznych, Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja:

Działania przewidziane do realizacji w ramach niniejszego celu operacyjnego zakładają stworzenie i udostępnienie turystom bogatej i różnorodnej oferty możliwości spędzania czasu wolnego poprzez poprawę jakości infrastruktury turystycznej oraz poprawę jakości obsługi turysty.

Opis celu:

Rozbudowa infrastruktury turystycznej oraz nowe inwestycje w turystykę przyczynią się do uatrakcyjnienia Płocka, zarówno wobec turysty weekendowego, jak i biznesowego. Pozwoli to na wzrost liczby podmiotów oferujących usługi turystyczne, jak i na zwiększenie liczby turystów odwiedzających miasto. Działania zakładają określenie obecnych możliwości korzystania z różnych form spędzania czasu wolnego, wybór inwestycji, które uatrakcyjnią spędzanie czasu turystom, oraz realizację inwestycji w sektorze. Przy realizacji działań należy uwzględnić udział organizacji pozarządowych.

W ramach poprawy jakości infrastruktury turystycznej istotne jest również zwiększenie dostępności atrakcji dla turysty. Działanie zakłada wypracowanie, wraz z podmiotami zarządzającymi atrakcjami, sposobów zwiększających ich dostępność (poprawa dostępności komunikacyjnej, zmiana godzin otwarcia placówek, możliwość otwarcia placówek dla grup zorganizowanych w dodatkowym terminie). Terenami, które powinny otrzymać znaczenie priorytetowe w zakresie rozwoju turystyki jest Stare Miasto oraz nadbrzeże Wisły.

Łatwość poruszania się po mieście i identyfikacji jego atrakcji niewątpliwie zwiększa zadowolenie turysty z pobytu. Opracowanie systemu informacji turystycznej ma za zadanie umożliwienie szerszego i wygodniejszego dostępu do informacji o mieście (przede wszystkim dotyczących walorów, atrakcji i produktów turystycznych) oraz zachęcenie turystów do korzystania z oferty miasta (funkcja informacyjno-promocyjna).

W ramach podnoszenia jakości obsługi turysty istotną grupę działań stanowią działania podnoszące kwalifikacje pracowników branży turystycznej, m.in. poprzez zapoznanie pracowników branży turystycznej z wszystkimi dostępnymi produktami turystycznymi regionu, tak aby każdy z nich posiadał niezbędną wiedzę o atrakcjach, jakie zapewnia miasto turystom w czasie wolnym. Program działania obejmuje przygotowanie materiałów zawierających informacje na temat historii i walorów miasta i regionu, technik marketingowych i handlowych, potrzeb turystów biznesowych i weekendowych oraz marketingu terytorialnego. Ich celem ma być podniesienie świadomości kadr na temat korzyści płynących z rozwoju turystyki biznesowej i weekendowej dla miasta.

Koordinacja rozwoju oferty turystycznej Płocka wymaga również prowadzenia stałego monitoringu ruchu turystycznego w mieście. Opracowanie systemu ma za zadanie pozyskanie wiarygodnych informacji na temat ruchu turystycznego w mieście – obecnie i w przyszłości, co jest elementem niezbędnym do świadomego budowania oferty turystycznej miasta, m.in. w zakresie kształtowania i aktualizowania katalogu produktów i usług turystycznych, udostępniania kluczowych walorów i atrakcji turystycznych, dywersyfikacji ruchu turystycznego, kształcenia kadr branży turystycznej. Prowadzenie monitoringu powinno mieć charakter ciągły.

Działania:

- 4.2.1. Rozbudowa infrastruktury turystycznej
- 4.2.2. Wspieranie nowych inwestycji w zakresie turystyki
- 4.2.3. Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych
- 4.2.4. Zagospodarowanie terenów nabrzeża Wisły
- 4.2.5. Wdrożenie systemu oznakowania atrakcji i produktów turystycznych
- 4.2.6. Działania na rzecz podniesienia kwalifikacji pracowników branży turystycznej
- 4.2.7. Opracowanie systemu monitoringu ruchu turystycznego

Oczekiwane rezultaty:

- Rozbudowa infrastruktury turystycznej miasta
- Poprawa jakości infrastruktury turystycznej miasta
- Podniesienie poziomu wykorzystania wielu atrakcji i produktów turystycznych
- Podniesienie jakości obsługi turysty w mieście
- Wzrost liczby obiektów turystycznych
- Podniesienie stopnia zadowolenia turysty z pobytu w mieście
- Zwiększenie dostępu do informacji o intensywności ruchu przyjazdowego w Płocku
- Powstanie systemu monitorującego ruch turystycznych

Cel operacyjny

4.3. Poprawa rozpoznawalności wizerunku turystycznego Płocka

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Promocji i Informacji, Płocka Lokalna Organizacja Turystyczna

Argumentacja:

Obecnie Płock nie jest postrzegany jako miejscowość turystyczna. Biorąc pod uwagę potencjał turystyczny miasta, w szczególności pod kątem rozwoju turystyki biznesowej i weekendowej, istotne jest wykreowanie wśród potencjalnych odbiorców turystycznej marki miasta.

Opis celu:

Celem działań przewidzianych do realizacji w ramach celu operacyjnego jest zwiększenie zainteresowania możliwością wyjazdu turystycznego do Płocka wśród potencjalnych odbiorców oraz zwiększenie dostępności informacji na temat oferty turystycznej miasta, zarówno wśród turystów już odwiedzających miasto, jak i planujących wyjazd do miasta.

Do celów promocji turystycznej miasta mogą być wykorzystywane materiały informacyjno-promocyjne dostępne obecnie na portalu miasta. Materiały przygotowane w formie elektronicznej – do pobrania w Internecie powinny być uzupełnione o aplikacje mobilne. Należy również zadbać o dostępność materiałów w mieście w formie drukowanej – w punktach informacji turystycznej, obiektach użyteczności publicznych, obiektach noclegowych, gastronomicznych, kulturalnych, sportowych, itp. Materiały promocyjne powinny być dostępne także na stoiskach miasta na targach turystycznych i inwestycyjnych.

Wykreowanie turystycznej marki miasta będzie możliwe dzięki realizacji kampanii promocyjnych skierowanych do potencjalnych grup odbiorców, do których należy zaliczyć mieszkańców sąsiednich dużych miast (w szczególności Warszawy, oraz mieszkańców Mazowsza) oraz środowisko biznesowe, w tym organizatorów turystyki biznesowej.

Działania promocyjne powinny uwzględniać m.in.:

- aktywną obecność miasta w Internecie (sieci społecznościowe, fora internetowe, blogi)
- artykuły sponsorowane w polskiej prasie
- wizyty studyjne dla dziennikarzy polskich i zagranicznych
- reklamę outdoor w dużych miastach
- reklamę w prasie ogólnopolskiej o tematyce społeczno-gospodarczej (+ dodatki regionalne)

Działania:

4.3.1. Stała aktualizacja materiałów promujących ofertę turystyczną Płocka

4.3.2. Wpisanie oferty Płocka do „Strategii Rozwoju Turystyki dla Województwa Mazowieckiego”

4.3.3. Realizacja kampanii wizerunkowych i produktowych skierowanych do mieszkańców sąsiednich dużych miast, w szczególności Warszawy, oraz mieszkańców Mazowsza

4.3.4. Realizacja kampanii wizerunkowych i produktowych skierowanych do polskiego środowiska biznesowego

Oczekiwane rezultaty:

- Zwiększenie rozpoznawalności turystycznej marki miasta
- Zwiększenie zainteresowania miastem wśród docelowych profili turystów
- Zwiększenie ruchu turystycznego w mieście
- Zwiększenie dostępności informacji o mieście

Program IV. Płock celem turystyki weekendowej

Argumentacja: Program ten zakłada promocję Płocka jako celu turystyki weekendowej, w szczególności dla mieszkańców sąsiednich dużych miast (głównie Warszawy, Torunia i Łodzi oraz mieszkańców Mazowsza). O zasadności realizacji programu świadczą zarówno nowe trendy w turystyce (uwarunkowania zewnętrzne), jak i potencjał turystyczny miasta (uwarunkowania wewnętrzne):

Uwarunkowania zewnętrzne:

- Wzrost zainteresowania wyjazdami do miast oraz krótkimi wyjazdami turystycznymi – częstsze, ale krótsze podróże;
- Wzrost popularności wyjazdów weekendowych
- Wzrost popytu na produkty związane z dziedzictwem kulturowym;
- Wzrost popytu na produkty regionalne i lokalne.

Uwarunkowania wewnętrzne:

- Walory krajobrazowe regionu (nadbrzeże Wisły, Brudzeński Park Krajobrazowy);
- Historia i zabytki miasta;
- Inwestycja Termy Gostynińskie;
- Bliskość dużych rynków zbytu (Warszawa, Toruń, Łódź).

Działania:

Program zakłada rozwój oferty „Płock na weekend”. W ramach rozwoju oferty dla turysty weekendowego miasto powinno dążyć do wypracowania nowych produktów turystycznych w kontekście turystyki weekendowej w obszarze turystyki **miejskiej i kulturowej** (np.: szlak – zabytki Płocka) oraz w obszarze **turystyki rekreacyjnej i aktywnej** (np. Centrum Sportów Outdoorowych – Radziwie). Istotne jest również wpisanie oferty Płocka w ofertę subregionalną i regionalną.

Ponadto Program zakłada realizację działań promujących ofertę turystyczną Płocka w dwóch etapach:

- **Etap 1:** przygotowanie materiałów informacyjno-promocyjnych (wersja elektroniczna i drukowana).

Rekomendacja: szczególny nacisk należy położyć na zwiększenie dostępności informacji na temat oferty turystycznej Płocka w Internecie (rozbudowa istniejącej zakładki *Turystyka >> Na weekend*). Należy zapewnić możliwość samodzielnego przygotowywania pakietów wyjazdowych przez turystów z wykorzystaniem dostępnych modułów tematycznych i przygotowania planu podróży on-line. Taki efekt można osiągnąć poprzez aplikację na stronie miasta (pod roboczą nazwą „Zaplanuj swój weekend w Płocku”), która umożliwiłaby „dodawanie” atrakcji miasta do koszyka, a następnie generowania zindywidualizowanego planu wyjazdu weekendowego do Płocka, np. w formacie PDF. Warto wykorzystać nowe rozwiązania technologiczne (aplikacje z przewodnikiem na telefon, audio-przewodniki).

- **Etap 2:** kampania outdoorowa na terenie pobliskich aglomeracji: Warszawa, Łódź, Toruń oraz reklama w ogólnopolskiej prasie.

Rekomendacja – koncepcja kreatywna: reklama powinna przedstawiać konkretne możliwości spędzenia weekendu w Płocku (seria billboardów prezentujących równolegle różne produkty turystyczne). Przekaz promocyjny: w Płocku można spędzić w ciekawy sposób weekend. Uzupełnieniem przekazu promocyjnego powinno być podkreślenie bliskości Płocka oraz wskazówki dojazdu do Płocka (wyłącznie w przypadku reklamy outdoorowej).

Rekomendacja – wybór nośników do kampanii outdoorowej: działania z wykorzystaniem reklamy outdoor są eksponowane szerokiemu gronu odbiorców w dużych miastach, przez co zauważalność tych działań jest stosunkowo wysoka. Reklama outdoor powinna być zlokalizowana powinna być przede wszystkim w centrach dużych miast, a nośniki powinny być dobierane w sposób selektywny – ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnych nośników reklamy outdoor. Reklama powinna również uwzględniać billboardy w środkach komunikacji miejskiej (w warszawskim metrze, na przystankach autobusowych, reklama na autobusach, itp.).

Rekomendacja – wybór tytułów prasowych: magazyny ogólnopolskie o tematyce społeczno-gospodarczej + dodatki regionalne.

Podmiot koordynujący: Wydział Promocji i Informacji	
Partnerzy: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Płocka Lokalna Organizacja Turystyczna ▪ Wydział Promocji i Informacji 	Zakres współpracy z partnerami: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wypracowanie nowych produktów turystycznych pod kątem turystyki weekendowej ▪ Wybór podwykonawców do wdrożenia aplikacji „Zaplanuj swój weekend w Płocku” na stronie miasta ▪ Wybór podwykonawców do przeprowadzenia kampanii outdoorowej (koncepcja kreatywna, zakup nośników)
Warunki rozpoczęcia programu: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Opracowanie kompleksowej oferty pod kątem turystyki weekendowej ▪ Poprawa funkcjonalności informacyjnej zakładki <i>Turystyka >> Na weekend</i> na portalu miasta 	Czynniki ryzyka: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wzrost cen paliw (ograniczenie wyjazdów weekendowych wśród mieszkańców dużych miast) ▪ Intensyfikacja działań promocyjnych miejscowości konkurencyjnych
Oczekiwane rezultaty: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wykreowanie wizerunku Płocka jako destynacji dla wyjazdów weekendowych ▪ Wzrost ruchu turystycznego w mieście ▪ Zwiększenie rozpoznawalności atrakcji turystycznych Płocka 	

5. Obszar strategiczny: KAPITAŁ INTELEKTUALNY

Cel: Wzrost konkurencyjności Miasta poprzez rozwój gospodarki opartej na wiedzy

Kapitał intelektualny

*Cel Strategiczny -
Wzrost konkurencyjności
Miasta poprzez rozwój
gospodarki opartej na
wiedzy*

5.1 Wzrost aktywności zawodowej mieszkańców

5.2 Wzmocnienie miejskiego systemu oświaty

5.3 Wzmocnienie potencjału szkolnictwa wyższego

5.4 Wspieranie rozwoju jednostek badawczo - rozwojowych

5.5. Rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej

Program V. Rozwój klastra chemicznego

Niezwykle ważnym elementem budującym konkurencyjność gospodarki jest kapitał intelektualny. Jest on sumą kapitału, jaki tworzą ludzie i instytucje, potencjał zewnętrznego wizerunku oraz wewnętrzne relacje społeczne. Warunkuje on kreatywność podmiotów, a także ich możliwości do szybkiego reagowania na zmieniającą się rzeczywistość. Polska gospodarka, w tym i Płock, jest zmuszona właśnie na innowacyjności opierać swoją konkurencyjność w stosunku do rynków, które charakteryzują się niskimi kosztami pracy. Niestety rynek pracy ma problem z szybkim dostosowaniem się do procesów globalizacji oraz szybkich zmian technologicznych.

Procesy społeczno-gospodarcze zachodzące w ostatnich dekadach wymuszają konieczność dostosowania regionalnego rynku pracy do bieżących i perspektywicznych potrzeb związanych z konsekwencjami zmian demograficznych i technologicznych. *Polityka Rozwoju Gospodarczego* musi uwzględnić i opracować kierunki działań, które będą się przyczyniać do kształcenia i doskonalenia kompetencji oraz podnoszenia i zmiany kwalifikacji wśród mieszkańców. Ponadto musi ona zwrócić uwagę na niekorzystną sytuację demograficzną – starzenie się społeczeństwa. Oznacza to, że na rynku pracy coraz więcej będzie osób starszych. W związku z tym szczególną uwagę należy poświęcić osobom młodym, które mają problemy ze znalezieniem pracy, jak i osobom w wieku 50+, które trudniej przystosowują się do szybkich zmian.

Pomimo tego, że Płock posiada dużą liczbę bezrobotnych z wyższym wykształceniem, to właśnie wiedza jest ciągle podstawowym czynnikiem aktywizacji zawodowej i drogą do rozwoju kadry. To właśnie ludzie stanowią duży potencjał miasta. Powinien być on wydobywany, tak aby płocczanie mogli w pełni uczestniczyć w życiu społecznym, ekonomicznym i politycznym. Jest on również spotęgowany przez funkcjonowanie w Płocku trzech uczelni wyższych, które zapewniają dopływ wykształconych osób na rynek pracy. Rolą władz miasta jest właściwe wykorzystanie możliwości, jakie są obecnie dostępne.

Płock musi zrobić wszystko co w jego mocy, aby stworzyć jak najlepsze warunki do wykorzystania kapitału wiedzy, energii i przedsiębiorczości swoich mieszkańców. W tym celu konieczne staje się tworzenie platform współpracy pomiędzy biznesem, środowiskiem naukowym a administracją publiczną.

Jako szczególne wyzwanie *Polityka* postrzega przygotowany przez Komisję Europejską projekt Strategii dla Europy 2020⁷, który w priorytecie *Rozwój inteligentny: rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacji* zakłada wzrost nakładów na badania i rozwój do około 3% PKB.

⁷ Komunikat Komisji Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, Bruksela 2010.

Cel operacyjny

5.1. Wzrost aktywności zawodowej mieszkańców

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Edukacji i Kultury, Miejski Urząd Pracy

Argumentacja:

Niski poziom aktywności zawodowej, który jest problemem zarówno w Płocku jak i w skali kraju, generuje szereg negatywnych konsekwencji społeczno-gospodarczych. Długotrwałe pozostawanie większych grup społecznych poza sferą zawodowej aktywności może prowadzić do dewaluacji posiadanych kwalifikacji i kompetencji, i pogłębiać stopień wykluczenia docelowo generując rozmaite problemy społeczne oraz obciążenia ekonomiczne (korzystanie z pomocy społecznej). Co więcej, zagrożeniem jest tu też międzypokoleniowy transfer wykluczenia rynku pracy i wyuczonej nieaktywności na rynku pracy w wyniku przekazywania wzorców z pokolenia rodziców na pokolenie dzieci.

Opis celu:

Istnieje konieczność podejmowania działań na rzecz zwiększania poziomu aktywności zawodowej obywateli oraz postaw przedsiębiorczych wśród mieszkańców miasta. Działania te powinny być nakierowane na różnorodne grupy docelowe zróżnicowane pod względem wieku, wykształcenia czy płci i innych ważnych czynników. W znacznej mierze obszarem podejmowanych działań powinna być szeroko pojmowana edukacja (formalna i nieformalna, publiczna i prywatna, na różnych poziomach), która jest głównym i najlepszym narzędziem do kształtowania właściwych i trwałych postaw, kompetencji i kwalifikacji oraz modeli zachowań sprzyjających podtrzymywaniu zawodowej aktywności.

Wzrastające znaczenie włączania małych dzieci w proces edukacji będzie realizowane poprzez powszechny dostęp do edukacji przedszkolnej oraz wspieranie pozaprzedzkolnych form edukacji. Dodatkowo, zapewnienie opieki dla dzieci małych, ułatwi realizację postulatów *work-life balance* i podtrzymanie aktywności zawodowej młodych rodziców na możliwie najwyższym poziomie. Kształtowanie wśród młodzieży postaw kreatywnych, ułatwianie im uczestnictwa w otoczeniu zewnętrznym wymaga poprawy jakości edukacji w zakresie nauk ścisłych, języków obcych oraz umiejętności artystycznych i sportowych. Z kolei powszechna edukacja ekonomiczna oraz kształtowanie postaw innowacyjnych i przedsiębiorczych dzieci i młodzieży pozwoli im w przyszłości na aktywne włączanie się w procesy gospodarcze miasta i regionu oraz wzmocni proces budowy gospodarki innowacyjnej. W kontekście przyszłego rozwoju miasta szczególne znaczenie mieć będzie systemowe wspieranie młodzieży wybitnie uzdolnionej. Specjalne działania będą podejmowane na rzecz osób szczególnie zagrożonych biernością zawodową (w tym pokolenie 50+), gdyż podtrzymanie aktywności zawodowej tej grupy staje się istotnym wyzwaniem w kontekście realizowanych zmian w powszechnym systemie emerytalnym (wydłużenie wieku emerytalnego). Realizacja działań edukacyjnych i proaktywizacyjnych powinna opierać się na wykorzystaniu innowacyjnych i nowoczesnych technik.

Oprócz edukacji, optymalizacji alokacji zasobów na rynku pracy i przeciwdziałaniu strukturalnym determinantom bierności zawodowej (niedopasowanie popytu i podaży pracy) służyć będzie systematyczne monitorowanie rynku pracy oraz efektywne reagowanie na wyniki prowadzonych badań.

Powyższych koncepcji zarówno edukacyjnych jak i monitoringu rynku pracy nie da się zrealizować bez pogłębienia współpracy pomiędzy podmiotami biznesowymi i podmiotami sfery biznesowej (przedsiębiorcy).

Działania:

- 5.1.1. Badania i monitorowanie rynku pracy**
- 5.1.2. Rozwój oferty kształcenia ustawicznego osób dorosłych, zwłaszcza dla osób powyżej 50 roku życia**
- 5.1.3. Włączenie kursów e-learningowych do oferty edukacyjnej**
- 5.1.4. Rozwój i wspieranie systemu doradztwa zawodowego w szkołach**
- 5.1.5. Realizacja konkursu promującego pro-przedsiębiorcze postawy wśród młodych mieszkańców miasta**

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby inicjatyw gospodarczych kreowanych przez mieszkańców Płocka
- Wzrost liczby nowych firm zakładanych w Płocku (ogólnie)
- Wzrost liczby nowych firm zakładanych w Płocku (przez absolwentów i osoby młode)
- Wzrost liczby uczniów płockich szkół biorących udział w organizowanych konkursach o tematyce ekonomicznej, gospodarczej i biznesowej
- Wzrost liczby projektów edukacyjno – społecznych realizowanych przez płockie szkoły we współpracy z płockimi firmami
- Wzrost liczby uczniów średnich szkół zawodowych (zasadnicze szkoły zawodowe, technika) realizujących praktyki w zakładach pracy w toku nauki
- Wzrost liczby inicjatyw z zakresu współpracy na linii szkoły gimnazjalne i ponadgimnazjalne – szkoły wyższe, ze szczególnym uwzględnieniem zajęć nakierowanych na optymalizowanie wyborów ścieżki edukacyjnej płockich szkół średnich i zainteresowanie różnorodnymi kierunkami wiedzy akademickiej
- Wzrost liczby studentów szkół wyższych realizujących praktyki w zakładach pracy w toku nauki
- Wzrost poziomu aktywności zawodowej młodych matek oraz skrócenie czasu wykluczenia z aktywności zawodowej z powodu opieki nad małymi dziećmi
- Wzrost poziomu aktywności zawodowej w grupie 50+
- Wzrost liczby zajęć z zakresu orientacji zawodowej, przedsiębiorczości, wiedzy ekonomicznej skierowany do uczniów w płockich szkołach
- Wzrost odsetka szkoleń dla rynku pracy realizowanych metodami innowacyjnymi, w tym z zastosowanie e-learningu
- Wzrost odsetka zajęć szkolnych realizowanych metodami innowacyjnymi, w tym z zastosowanie e-learningu
- Wzrost poziomu znajomości języków obcych wśród uczniów płockich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych
- Wzrost poziomu znajomości języków obcych wśród studentów płockich szkół wyższych

Cel operacyjny

5.2. Wzmocnienie miejskiego systemu oświaty

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Edukacji i Kultury

Argumentacja:

Efektywne funkcjonowanie szkolnictwa w realiach współczesnego świata wymaga odejścia od dotychczas rozpowszechnionego modelu realizowania celów kształceniowych i wychowawczych w oparciu o działanie szeregu odrębnych instytucji pozostających na różnych poziomach edukacji i jedynie w niewielkim stopniu współpracujących ze sobą.

Opis Celu:

Koniecznością, w celu poprawy jakości kształcenia oraz jego dopasowania do potrzeb otaczającego świata, staje się współdziałanie i kooperacja (wymiana wiedzy, doświadczeń, rozwiązań, koncepcji) instytucji edukacyjnych różnych typów i poziomów, tak w wymiarze globalnym, europejskim, ogólnokrajowym, jak i lokalnym. Linia podziału na oświatę publiczną i prywatną nie może być barierą współpracy. Dodatkowo, w celu zapewnienia optymalnego przełożenia efektów edukacyjnych na sferę zawodową, tak w wymiarze indywidualnym – uczniów, jak i społecznym, konieczne jest rozszerzenie owej współpracy poza obszar ograniczający się jedynie do instytucji edukacyjnych. W kręgu zainteresowania powinny być tu głównie przedsiębiorstwa i podmioty biznesowe, jednakże uwzględniać należy także aktorów sfery społecznej, w szczególności organizacje pozarządowe. Co również ważne, aby tego typu współpraca była efektywna i aby mogła przynosić efekty długotrwałe powinna mieć charakter zinstytucjonalizowany. Kształtowanie nawyków i sprawnych modeli współpracy jest procesem czasochłonnym, przez co kwestia cykliczności i systematyczności staje się sprawą kluczową.

W przełożeniu kształcenia na rynek pracy elementem ważnym jest zadbanie o optymalizację wyborów ścieżek kształcenia. Wspomaganie uczniów i studentów w zakresie doradztwa zawodowego i orientacji zawodowej należy traktować jako nieodłączny element edukacji i wspierać jego rozwój na kolejnych etapach edukacji.

Innym ważnym wymiarem działań na rzecz rozwoju, wsparcia i poprawy jakości edukacji jest uwzględnienie postulatu, iż szkoła jako taka (wraz ze stanowiącą zasadniczy zasób instytucji edukacyjnych kadrami nauczycielską i akademicką) powinna być nie tylko instytucją nauczającą, ale również uczącą się. W realiach intensyfikacji tempa zmian w dzisiejszym świecie oraz tempa przyrostu nowej wiedzy dbanie o rozwój kwalifikacji i kompetencji przez nauczycieli jest koniecznością. Działania te uzupełniane powinny być przez nieustanne dbanie o jakość oferty edukacyjnej skierowanej do uczniów i dbanie o jej poszerzanie, rozwój i wzbogacanie gamy zajęć pozalekcyjnych. Rozwijanie zainteresowań własnych jest najlepszą drogą do realizacji potencjału, kreatywności, rozwoju inicjatyw (w tym także o znaczeniu ekonomicznym istotnym dla miejskiego rozwoju).

Działania:

- 5.2.1. Utworzenie Płockiego Forum Edukacyjnego**
- 5.2.2. Wspieranie współpracy pomiędzy środowiskiem biznesowym i środowiskiem edukacyjnym**
- 5.2.3. Wspieranie współpracy środowiska akademickiego ze szkołami i placówkami oświatowymi**
- 5.2.4. Rozwój współpracy płockich szkół ze szkołami zagranicznymi w zakresie międzynarodowej wymiany uczniów**

Oczekiwane rezultaty:

- Utworzenie Płockiego Forum Edukacyjnego
- Realizacja spotkań w ramach Płockiego Forum Edukacyjnego z częstotliwością przynajmniej raz w roku
- Wzrost liczby innych inicjatyw z zakresu kooperacji, wymiany doświadczeń i poglądów w obszarze edukacji
- Wzrost liczby uczniów zajmujących wysokie pozycje w wojewódzkich i krajowych konkursach międzyszkolnych i/lub wzrost liczby przedmiotów dyscyplin, w których takie nagrody są zdobywane, ze szczególnym uwzględnieniem tematyki ekonomicznej
- Wzrost pozycji zajmowanej przez płockie szkoły średnie w rankingach wojewódzkich i ogólnopolskich
- Wzrost poziomu kompetencji i kwalifikacji wśród kadry nauczycielskiej w płockich szkołach
- Skonstruowanie i implementacja miejskiego standardu poziomu jakości edukacji
- Wprowadzenie systemu cyklicznego monitorowania jakości edukacji w płockich szkołach
- Zwiększenie poziomu konkurencyjności pomiędzy płockimi szkołami w oparciu o jakość oferty
- Wzrost odsetka dzieci korzystających z przedszkoli i żłobków
- Wzrost liczby zajęć z zakresu orientacji zawodowej i doradztwa zawodowego realizowanych w szkołach gimnazjalnych, ponadgimnazjalnych i wyższych w Płocku
- Zmiany ilościowe (liczba zajęć) i jakościowe (różnorodność kierunków, dyscyplin, innowacyjność) w ofercie zajęć pozalekcyjnych w szkołach w Płocku

Cel operacyjny

5.3. Wzmocnienie potencjału szkolnictwa wyższego

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Edukacji i Kultury, Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny S.A., Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja:

W ciągu ostatniego dwudziestolecia w Polsce edukacja na poziomie wyższym uległa znaczącym przeobrażeniom, tak w wymiarze ilościowym, jak i jakościowym. Uwolnienie akademickiego rynku edukacyjnego i umożliwienie działania prywatnym podmiotom edukacyjnym na tym rynku zaszkodziło znaczącą ekspansją szkół wyższych, i co za tym idzie upowszechnieniem się wykształcenia na poziomie wyższym wśród młodych ludzi. Zmiany te dotyczą także populacji i rynku edukacyjnego w Płocku. Równocześnie, wraz z przyrostem ilościowym jakości kształcenia, szczególnie w przypadku mniejszych ośrodków akademickich i szkół prywatnych, nie była wysoka. W związku z czym silnie obecnie jest zjawisko dezawuacji wykształcenia wyższego, szczególnie w wymiarze jego przełożenia na pozycję absolwentów na rynku pracy. Oferta edukacyjna szkół wyższych zarówno w zakresie dopasowania oferowanych kierunków kształcenia do potrzeb rynku pracy, jak i jakości nabywanych kwalifikacji i umiejętności, często jest niezadowolająca. Tym samym formalne wyższe wykształcenie w wymiarze indywidualnym przestaje być gwarantem korzystnego przebiegu kariery zawodowej, nie sprzyja więc ogólnemu przyrostowi jakości kapitału ludzkiego w lokalnej gospodarce i nie stanowi pozytywnego impulsu rozwojowego. Aby te pozytywne efekty były osiągnięte w większym stopniu konieczne jest bardziej przemyślane, kontrolowane i stymulowane realizowanie oferty edukacyjnej na poziomie wyższym. Z racji tego, że w ostatecznym rozrachunku o jakości kształcenia decyduje jakość akademickich kadr, to właśnie na tę sferę powinien zostać położony największy nacisk. Głównym rysem podejmowanych działań powinna być też współpraca na linii uczelnie – studenci – przedsiębiorstwa, przy czym wymiana korzyści powinna przebiegać w sposób dwustronny, poprzez umożliwienie firmom dostępu do rozwiązań opracowywanych przez studentów czy podniesienie poziomu innowacyjności firm w Płocku dzięki wykorzystaniu innowacyjnych pomysłów studentów.

Opis celu:

Wzmocnienie potencjału szkół wyższych w Płocku powinno koncentrować się przede wszystkim na tworzeniu sieci współpracy pomiędzy nimi a strefą biznesu. Połączenie tych dwóch partnerów jest niezwykle istotnym krokiem w tworzeniu konkurencyjnej gospodarki, wspieraniu innowacyjności, a także edukowaniu studentów, którzy łatwiej odnajdą się na rynku pracy.

Kadra akademicka w procesie edukacji powinna koncentrować się na tym, aby swoim wychowankom przekazać wiedzę, dzięki której staną się oni pożądanymi pracownikami. Jest to niemożliwe bez trwałego badania rynku pracy i orientowania się na jego potrzeby. Jednym ze sposobów takiego badania jest rozwinięcie programu prac magisterskich zamawianych przez przedsiębiorców. Działanie to polega na zgłoszeniu przez firmę problemu, tematu, który mógłby zostać rozwiązany w ramach pisania pracy magisterskiej przez studenta. Dodatkową możliwością realizacji celu jest również stworzenie miejskiego systemu staży, który łączyłby zainteresowanych przedsiębiorców oraz studentów.

W celu poprawy poziomu edukacji i dostosowania systemu nauczania do potrzeb rynku warto skierować działania Urzędu Miasta oraz władz uczelni wyższych na poszerzenie wiedzy pracowników naukowych oraz studentów na temat zasad, którymi kierują się nowoczesne przedsiębiorstwa.

Ponadto działaniem skierowanym do samej kadry akademickiej jest przedstawienie jej informacji na temat mechanizmów transferu, ochrony własności intelektualnych, możliwości ekonomicznego wykorzystania nowych rozwiązań, teorii naukowych i innowacji. Warto również promować płockie

uczelnie w trakcie misji przyjazdowych oraz wyjazdowych organizowanych przez Biuro Obsługi Inwestora i Eksporterera.

Działania:

- 5.3.1. Wsparcie systemu zamawianych prac magisterskich**
- 5.3.2. Poszerzenie wiedzy pracowników naukowych o mechanizmach transferu technologii oraz zasadach ochrony własności intelektualnej**
- 5.3.3. Wzrost wiedzy o funkcjonowaniu innowacyjnego przedsiębiorstwa, zarządzaniu i transferze technologii, zagadnieniach prawnych, rachunkowości czy marketingu**
- 5.3.4. Wspieranie udziału płockich uczelni wyższych w krajowych i międzynarodowych sieciach współpracy**
- 5.3.5. Stworzenie miejskiego systemu staży pomiędzy płockimi instytucjami akademickimi a przedsiębiorstwami**
- 5.3.6. Wzmocnienie wymiany międzynarodowej płockich studentów**

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby pisanych przez studentów „zamawianych prac magisterskich” w płockich szkołach
- Wzrost liczby koncepcji i rozwiązań autorstwa studentów znajdujących swe zastosowanie w firmach
- Intensyfikacja współpracy pomiędzy płocką kadrą akademicką a płockimi firmami w zakresie działalności badawczo-rozwojowej
- Wzrost liczby inicjatyw z zakresu współpracy międzyuczelnianej na poziomie krajowym, w których udział wezmą uczelnie płockie
- Wzrost liczby inicjatyw z zakresu współpracy międzyuczelnianej na poziomie ogólnoeuropejskim, w których udział wezmą uczelnie płockie
- Zwiększenie stopnia specjalizacji płockiej kadry akademickiej
- Wzrost liczby przypadków realizacji komercyjnych zleceń badawczych przez płockie uczelnie

Cel operacyjny

5.4. Wspieranie rozwoju jednostek badawczo-rozwojowych

Podmiot odpowiedzialny: Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny, Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera

Argumentacja:

Niezależnie od struktury lokalnej gospodarki sprawne funkcjonowanie branży badawczo-rozwojowej jest kwestią kluczową dla rozwoju gospodarczego i innowacji. W przypadku Płocka, gdzie dominują branże: petrochemiczna, chemiczna i rafineryjna, a więc branże o wysokim poziomie zaawansowania technologii i wiedzy, znaczenie działań z zakresu B+R dodatkowo wzrasta.

Opis celu:

Zapewnienie rozwoju branży B+R wymaga działań z zakresu rozbudowy infrastruktury potrzebnej do prowadzenia badań, dbania o rozwój niezbędnego kapitału ludzkiego i intelektualnego (kadra specjalistyczna) oraz wypracowywania i utrwalania metod i modeli współpracy pomiędzy różnymi stronami procesów badawczo-rozwojowych. Do owych stron będących w obszarze zainteresowania działań B+R (ze względu na samo prowadzenie badań, jak i ich zastosowanie i rozpowszechnianie) zaliczyć można przedstawicieli środowisk naukowych, specjalistów z przedsiębiorstw, innych przedstawicieli biznesu, lokalne władze, przedstawicieli mediów oraz organizacje pozarządowe i zwykłych mieszkańców zaangażowanych w rozwój miasta.

Ważnym polem współpracy jest technologiczny foresight lokalny, czyli prognozowanie wraz ze specjalistami przyszłych kierunków rozwoju techniki, potrzebnego zaplecza technologicznego przedsiębiorstw oraz wyznaczania perspektyw, szans i zagrożeń stojących przed rozwojem działań B+R.

Innym wymiarem funkcjonowania i rozwoju sfery B+R jest konieczność wychodzenia poza kontekst *stricte* lokalny. Działania badawczo-rozwojowe, szczególnie przy uwzględnieniu możliwości korzystania z renomy PKN Orlen i podmiotów powiązanych jako ośrodka o znaczeniu krajowym i europejskim, powinny w możliwie największym stopniu i największej liczbie przypadków być eksternalizowane. Z jednej strony czerpanie, a z drugiej strony generowanie wkładu w rozwój technologii (wiedza, rozwiązania, know-how) w wymiarze krajowym, europejskim czy międzynarodowym z pewnością stanowić będzie impuls rozwojowy dla Płocka jako miasta, jak i podmiotów gospodarczych i naukowych.

Wypracowane rozwiązania powinny być zaś wszechstronnie promowane wśród przedstawicieli biznesu. W zakres działań promocyjnych powinny wchodzić działania z zakresu „tłumaczenia” technologii i ukazywania ich praktycznych zastosowań oraz korzyści z nich wynikających dla prowadzonej działalności.

Działania:

- 5.4.1. Określenie możliwości ośrodków badawczo-rozwojowych
- 5.4.2. Identyfikacja potrzeb biznesu w obszarach badawczych
- 5.4.3. Wyznaczenie strategicznych obszarów badawczych mających wpływ na rozwój miasta (technologiczny foresight lokalny)
- 5.4.4. Wypracowanie działań mających na celu kojarzenie ze sobą potrzeb biznesu i możliwości ośrodków badawczo-rozwojowych
- 5.4.5. Wspieranie projektów inwestycyjnych w zakresie budowy i wyposażenia specjalistycznych laboratoriów oraz centrów zaawansowanych technologii
- 5.4.6. Umiędzynarodowienie działalności ośrodków innowacji i udział w projektach międzynarodowych

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby ośrodków B+R
- Zwiększenie oferty specjalistycznych usług B+R
- Określenie celów technologicznych stojących przed miastem
- Wzrost liczby działań innowacyjnych

Cel operacyjny

5.5. Rozwój infrastruktury telekomunikacyjnej

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Strategii Rozwoju Miasta, Urbanistyki i Architektury, Wydział Inwestycji i Remontów, Pełnomocnik ds. Inwestycji Strategicznych

Argumentacja: Konkurencyjność lokalnej gospodarki w epoce globalizacji wynika przede wszystkim z jej innowacyjności. Biorąc pod uwagę rolę informacji we współczesnym świecie miasto musi dołożyć wszelkich starań, aby stworzyć w Płocku nowoczesną infrastrukturę telekomunikacyjną, która będzie stanowić zaplecze dla rozwoju przedsiębiorstw o wysokiej technologii. Również inwestycje w system najefektywniejszego wykorzystania energii elektrycznej stają się działaniem niezbędnym do zapewnienia bezpiecznego rozwoju płockich przedsiębiorstw.

Opis Celu:

Postęp technologiczny jest nieustający, a w dodatku przebiega w bardzo szybkim tempie. Myślenie strategiczne ma na celu przewidzenie nie tego, co będzie za 2-3 lata, lecz również jakie stoją przed miastem wyzwania w perspektywie 10-letniej. Jednym z takich wyzwań jest sieć Next Generation, która będzie transportować wszystkie informacje i realizować usługi telekomunikacyjne w postaci pakietowej.

Niezwykle ważne jest również zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego dla mieszkańców i przedsiębiorców z Płocka. Dla realizacji tego celu skutecznym rozwiązaniem jest inwestycja w kierunku sieci inteligentnych, które zapewnią właściwą dystrybucję energii.

Bezpośrednio na jakość życia mieszkańców może się zaś przełożyć zwiększenie stref dostępu do bezpłatnego internetu bezprzewodowego. Stałe połączenie do sieci internetowej, nawet o małej przepustowości łącza, umożliwi dostęp do informacji w każdym czasie.

Działania:

5.5.1. Stworzenie warunków dla budowy i rozwoju sieci nowej generacji (Next Generation Network)

5.5.2. Wspieranie rozwoju infrastruktury telekomunikacyjnej

5.5.3. Modernizacja infrastruktury przesyłowej w kierunku sieci inteligentnych (smart grid)

5.5.4. Powiększenie stref dostępu do bezpłatnego Internetu bezprzewodowego

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby przedsiębiorstw opartych na nowoczesnej technologii
- Stworzenie sieci smart grid
- Stworzenie sieci nowej generacji
- Wzrost liczby stref dostępu do bezpłatnego bezprzewodowego Internetu

Program V. Rozwój klastra chemicznego

Argumentacja:

Płock nieformalnie nazywany jest „stolicą polskiej chemii”. Za takim określeniem przemawia fakt, że na terenie miasta zlokalizowane są liczne przedsiębiorstwa działające w branży chemicznej lub okołochemicznej. Wśród z nich znajduje się największe polskie przedsiębiorstwo PKN ORLEN, Basell Orlen Polyolefins, Operator Logistyczny Paliw Płynnych, Ośrodek Badawczo - Rozwojowy Przemysłu Rafineryjnego, Przedsiębiorstwo Eksploatacji Rurociągów Naftowych "Przyjaźń" oraz inne liczne firmy kooperujące. W przedsiębiorstwach tych pracują wysoce wykwalifikowani specjaliści, których szeregi uzupełniają absolwenci Politechniki Warszawskiej Oddział w Płocku.

Przeprowadzona „Diagnoza potencjału inwestycyjnego Miasta Płocka” wykazała funkcjonujące już pewne powiązania pomiędzy sektorem przedsiębiorstw a podmiotami edukacyjnymi.

Rolą klastra jest stymulacja działań proinnowacyjnych, wspieranie współpracy pomiędzy zrzeszonymi podmiotami, a także poprawa konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Struktura klastrowa umożliwia również lepsze wykorzystanie potencjału kapitału ludzkiego.

Działania:

- Przeprowadzenie badania analizującego potencjał klastra chemicznego w Płocku
- Opracowanie możliwości prawnych form zrzeszenia się klastra
- Promocja oraz szkolenia w zakresie klasteringu wśród przedsiębiorstw
- Zainicjowanie spotkań pomiędzy potencjalnymi interesariuszami
- Wsparcie inicjatyw podmiotów działających na rzecz rozwoju klastra

Podmiot koordynujący: Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, z możliwością przekazania tej kompetencji w ręce Płockiego Parku Przemysłowo-Technologicznego S.A.

Partnerzy:

- Płocki Park Przemysłowo – Technologiczny S.A.
- Płocka Rada Gospodarcza
- Izba Gospodarcza Regionu Płockiego

Zakres współpracy z partnerami:

- Zainicjowanie działań
- Promocja idei klastra chemicznego w Płocku

Warunki rozpoczęcia programu:

- Zaangażowanie potencjalnych podmiotów zainteresowanych

Czynniki ryzyka:

- Brak zainteresowania ze strony interesariuszy

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost działań proinwestycyjnych
- Zwiększenie kapitału intelektualnego miasta
- Unowocześnienie istniejących i utworzenie nowych ośrodków badawczo-rozwojowych
- Wzmocnienie wizerunku marki gospodarczej miasta
- Wzrost liczby inwestycji i reinwestycji w Płocku

6. Obszar strategiczny: TOŻSAMOŚĆ WEWNĘTRZNA

Cel Strategiczny: Wzmacnianie integracji wewnętrznej mieszkańców

Tożsamość wewnętrzna

Cel Strategiczny - Wzmacnianie integracji wewnętrznej mieszkańców

6.1 Kształtowanie i wzmacnianie poczucia tożsamości z miastem

5.2 Kształtowanie i wzmacnianie aktywności

6.3 Promowanie współdziałania i partycypacji społecznej

Program V. Budżet partycypacyjny

Kwestia budowy tożsamości wewnętrznej w *Polityce Rozwoju Gospodarczego* może wydawać się kontrowersyjna. Jednakże to właśnie tożsamość wewnętrzna i budowany przez nią kapitał społeczny ma bezpośrednie przełożenie na klimat gospodarczy miasta, a także na szybszą i skuteczniejszą realizację celów *Polityki*.

Według Raportu „Polska 2030” kapitał społeczny jest to „potencjał zgromadzony w polskim społeczeństwie w postaci obowiązujących norm postępowania, zaufania i zaangażowania, które wspierając współpracę i wymianę wiedzy, przyczyniają się do wzrostu dobrostanu Polski.” Z perspektywy przedsiębiorców ważnym elementem stanowiącym o atrakcyjności danego miasta jest jego kapitał intelektualny. Najczęstszą formą, jaką on przybiera, są specjaliści o wysokich kwalifikacjach. Płock musi zrobić wszystko, co w jego mocy, aby właśnie takich ludzi utrzymać, a także przyciągnąć nowych. W związku z powyższym musi on stworzyć jak najlepsze warunki do życia i rozwoju zawodowego, wypromować je, i dążyć do sytuacji, w której mieszkańcy będą coraz silniej identyfikować się z miastem.

Kolejną przesłanką przemawiającą za rozwojem kapitału społecznego jest możliwość pozyskania dodatkowych zasobów niezbędnych do rozwoju miasta. Mowa tu o kapitale w postaci mieszkańców. Dysponują oni tak zasobami, jak i wiedzą oraz czasem. Ponadto coraz częściej obywatele pragną wywierać wpływ na decyzje podejmowane w sferze publicznej. Są również dysponentami licznych talentów, umiejętności, kompetencji, a także nieszablonowych punktów widzenia. Wykorzystanie tego pozwoli na tworzenie licznych innowacji w sferze społecznej, gospodarczej i kulturowej. Pominięcie zaś ich głosów może

powodować wzrost antagonizmów wewnątrz społeczności oraz niezadowolenie z działalności władz samorządowych.

Należy położyć nacisk na poszukiwanie nowych dróg komunikacji pomiędzy poszczególnymi podmiotami życia społecznego, nowych form organizacji oraz kształtowania troski o dobro wspólne. Takie działania mają wpływ na sferę gospodarczą miasta, ponieważ kreują politykę otwartości. Bezpośrednio za nią idzie wzrost zaufania, skłonność do kooperacji oraz uczestniczenie w różnych przedsięwzięciach inwestycyjnych.

W związku z tym należy im umożliwić współdziałanie w tworzeniu dobra publicznego. W tym celu konieczne jest zwiększenie dostępu obywateli do jasnej i przystępnej informacji, dzięki której mogliby podejmować racjonalne decyzje. Obywatele powinni również posiadać dostęp do kanałów artykulacji swoich potrzeb i postulatów. Niezbędne do tego jest stworzenie pola korzystnego dla współpracy i inwencji społecznych. Ma to bezpośrednie przełożenie na skuteczną realizację polityki społecznej i podniesienie jakości życia.

Cel operacyjny

6.1. Kształtowanie i wzmacnianie poczucia tożsamości z miastem

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Promocji i Informacji, Wydział Edukacji i Kultury, Pełnomocnik ds. Organizacji Pozarządowych

Argumentacja:

Wskazany cel operacyjny odpowiada na potrzebę zwiększenia poczucia tożsamości obywateli z miastem. Ma to zapobiec emigracji mieszkańców oraz wpłynąć na przyciąganie nowych rezydentów i na zwiększenie atrakcyjności miasta. Niepokojącym faktem jest występowanie w mentalności mieszkańców podziału obywateli na tych, którzy mieszkali w Płocku przed budową zakładu petrochemicznego, jak i na tych, którzy osiedlili się w mieście po tym wydarzeniu.

Opis celu:

W przypadku Płocka, jako miasta o bogatej i wielowiekowej historii oraz znaczącej pozycji w dziejach kraju we wczesnych etapach jego funkcjonowania, podstawą, na której może być budowana lokalna tożsamość i patriotyzm jest historyczne dziedzictwo. Świadomość i znajomość historii miasta może być źródłem dumy płocczan. W celu jej kształtowania i podtrzymywania należy dbać o rozwój i wzmacniać przestrzeń symboliczną (pomniki, miejsca odniesienia, nazewnictwo) oraz dbać o stan elementów materialnych (zabytki), a także ich należyte opracowanie promocyjne. Należy przy tym szczególnie koncentrować się na mieszkańcach młodych dbając o wykorzystanie form i środków przekazu dostosowanych do wymagań i oczekiwań tej grupy odbiorców. Troska o rozwój tożsamości lokalnej wśród najmłodszych, z racji potencjalnego wpływu na ich przyszłe decyzje co do pozostania bądź nie w mieście, jest inwestycją w rozwój tak społeczny jak i gospodarczy miasta.

Elementem dotarcia do ludzi młodych jest aktywna obecność miasta w sferze wirtualnej. W dobie upowszechniania się wzorców społeczeństwa informacyjnego i cyfrowego funkcjonowanie miasta w Internecie nie może ograniczać się jedynie do, choćby najlepiej prowadzonej i dopracowanej graficznie, witryny internetowej. Obecność na portalach społecznościowych, serwisach multimedialnych oraz w ramach rynku aplikacji mobilnych jest koniecznością, gdy celem jest wypromowanie miasta i dynamizacja życia społecznego, kulturalnego i gospodarczego. Wskazane jest również łączenie aktywizacji wirtualnej mieszkańców z tą mającą miejsce w świecie rzeczywistym.

Z racji tego, że sfera gospodarki często bywa poza obszarem głównego, codziennego i „naturalnego” zainteresowania zwykłych obywateli, wskazanym jest, aby elementem realizacji płockiej polityki gospodarczej były wewnętrzne działania promocyjne skierowane do mieszkańców miasta jako do głównej grupy docelowej. Umożliwia to tworzenie spójnego przekazu medialnego.

Działania:

- 6.1.1. Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego oraz krajobrazu kulturowego i przyrodniczego
- 6.1.2. Ożywienie kulturowe i społeczne obszaru Starówki
- 6.1.3. Zwiększenie obecności miasta w interaktywnych kanałach przekazu (np. serwisy społecznościowe)
- 6.1.4. Promocja wewnętrzna skierowana do mieszkańców Płocka włączająca mieszkańców w działania związane z rozwojem gospodarczym miasta

Oczekiwane rezultaty:

- Zwiększenie znajomości historii i dziejów miasta, szczególnie wśród młodych płocczan
- Wzmocnienie poczucia tożsamości z miastem
- Zwiększenie liczby wydarzeń kulturalnych o randze krajowej
- Dynamizacja życia społecznego, kulturalnego i gospodarczego

Cel operacyjny

6.2. Kształtowanie i wzmacnianie aktywności i postaw obywatelskich

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Promocji i Informacji, Pełnomocnik ds. Organizacji Pozarządowych, Pełnomocnik ds. Wolontariatu, Wydział Zdrowia i Spraw Społecznych

Argumentacja:

Korzystnym dla miasta działaniem jest również otwarcie się na outsourcing miejskich usług. Aby osiągnąć pełną efektywność takich działań, a także zmaksymalizować korzyści z nich płynących, konieczne jest wsparcie organizacji pozarządowych oraz niesformalizowanych ruchów obywatelskich.

To właśnie organizacje pozarządowe pełnią ważną rolę w budowaniu kapitału społecznego. Są one nośnikami idei i tworzą sieci współpracy między różnymi grupami społecznymi (są instrumentem wsparcia oraz płaszczyzną aktywizacji wielu jednostek), co wzmacnia więzi społeczne, buduje poczucie tożsamości i podnosi poziom zaufania społecznego. Dla podniesienia kapitału społecznego niezbędne jest zatem wzmacnianie potencjału – poprzez dostęp do kapitału, informacji i szkoleń – istniejących organizacji.

Opis działania:

W tworzeniu kapitału społecznego ważnym narzędziem jest promowanie podejmowania działań społecznych i obywatelskich. Miasto powinno również wspierać wszelkie formy wolontariatu i promować jego idee we wszystkich grupach wiekowych mieszkańców. Ponadto ważnymi działaniami jest pobudzanie aktywności i kreatywności płocczan (zaliczają się do tego programy edukacyjne, praca zespołowa, inkubatory społeczne, lider lokalny, animator społeczny, trener osiedlowy).

Urząd Miasta za swój cel powinien postawić stworzenie przejrzystej struktury działań. Mieszkańcy muszą mieć dostęp do informacji na temat wyborów i rozwiązań, przed którymi stoi władza samorządowa oraz urzędnicy, jakie ryzyka oraz koszty są związane z poszczególnymi działaniami, jakich mogą spodziewać się utrudnień, a przede wszystkim, jaki jest ich cel.

Ważną kwestią jest również otwarcie miasta na wszelkie inicjatywy wychodzące od obywateli. Środki muszą być kierowane tam, gdzie pragną tego przede wszystkim mieszkańcy, ponieważ to właśnie oni zdają sobie sprawę z największych problemów, jakie trapią miasto, ponadto mają liczne pomysły na ich rozwiązanie.

Wraz z rozwojem organizacji pozarządowych, a także społecznie odpowiedzialnego biznesu, warto również wspierać synergii pomiędzy trzecim sektorem a biznesem. Tworzenie klimatu do takich działań umożliwi włączanie się w kwestie społeczne przedsiębiorcom, a organizacjom pozarządowym ułatwi to dostęp do potrzebnych niezbędnych środków.

Działania:

- 6.2.1. **Rozwój edukacji obywatelskiej w ramach systemu edukacyjnego**
- 6.2.2. **Wzmacnianie zorganizowanych postaw aktywności obywatelskiej**
- 6.2.3. **Nacisk na zwiększenie integracji społecznej**
- 6.2.4. **Wsparcie istniejących w Płocku organizacji pozarządowych**
- 6.2.5. **Wsparcie współdziałania pomiędzy organizacjami pozarządowymi a biznesem**

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost liczby organizacji pozarządowych
- Wzrost liczby inicjatyw społecznych
- Powstania program edukacji obywatelskiej
- Wzrost liczby wolontariuszy

Cel operacyjny

6.3. Promowanie współdziałania i partycypacji społecznej

Podmiot odpowiedzialny: Wydział Promocji i Informacji, Pełnomocnik ds. Organizacji Pozarządowych

Argumentacja:

Cel operacyjny „Promowanie współdziałania i partycypacji społecznej” jest kolejnym elementem *Polityki* podkreślającym wagę kapitału społecznego. Do jego pełnego rozwoju należy stworzyć model komunikacji pomiędzy Urzędem Miasta a obywatelami, który umożliwiłby większy współdziałanie mieszkańców w podejmowaniu decyzji publicznych. Aby dobrze realizować swoje zadania władza samorządowa musi posiadać niezbędny poziom zaufania. Ponadto konsultacje społeczne umożliwiają rozwiązywanie problemów w sytuacjach konfliktogennych. Przeprowadzenie ich, pomimo konieczności inwestycji pewnych środków (czasu oraz pieniędzy) w dłuższej perspektywie przynosi zysk poprzez zapobieganie protestom społecznym. Konsultacje społeczne tworzą pozytywny klimat wokół proponowanych działań, wzmacniają pozytywny wizerunek urzędu, pozwalają na ukazanie problemu w szerszym kontekście, a także służą kreatywnym rozwiązaniom.

Opis celu:

Zadaniem, przed którym staje miasto, jest wzrost zaangażowania obywateli, a tym samym zwiększenie odpowiedzialności za ich środowisko lokalne. Niezbędnym elementem tworzenia społeczeństwa obywatelskiego są dobrze poinformowani mieszkańcy. Już dzisiaj samorządy są zobowiązane (np. poprzez prawnie określone obowiązki, zawarte chociażby w ustawie o dostępie do informacji publicznej albo w ustawie o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie) do udzielenia informacji poprzez odpowiednie formy i procedury.

Aby osiągnąć wyznaczony cel, miasto musi promować i upowszechniać mechanizmy dialogu obywatelskiego i dążyć do zwiększenia wykorzystania zasobów lokalnych instytucji publicznych dla rozwijania aktywności obywatelskiej. Ponadto ważne jest wspieranie, inicjowanie i promowanie innowacyjnych rozwiązań w zakresie powierzania realizacji zadań publicznych obywatelom.

Działania:

6.3.1. Poprawa jakości komunikacji w sferze publicznej

6.3.2. Rozbudowa systemu informowania społeczności lokalnej o działalności władz miasta

6.3.3. Stworzenie modelu konsultacji społecznych

Oczekiwane rezultaty:

- Powstanie modelu konsultacji społecznych
- Wzrost liczby konsultacji społecznych
- Wzrost liczby inicjatyw obywatelskich
- Większy przepływ informacji pomiędzy Urzędem Miasta a obywatelami

Program VI. Budżet partycypacyjny

Argumentacja: Budżet partycypacyjny jest metodą, dzięki której mieszkańcy miasta mogą zdecydować o priorytetowym przeznaczeniu środków publicznych. Umożliwia on skonstruowanie priorytetów wydawania pieniędzy z budżetu miasta. Proces ten służy zwiększaniu zaangażowania ludzi do debaty nad kwestiami, które dotyczą ich bezpośrednio. Pozwala to na zwiększenie kapitału społecznego miasta, wzrost zaufania do instytucji samorządu terytorialnego, a także zwiększenie poczucia identyfikacji z miastem. Budżet partycypacyjny jest również bardzo dobrą metodą edukacji obywatelskiej. Pozwala przedstawić zasady, założenia i ograniczenia w dysponowaniu środkami publicznymi.

Skala przedsięwzięcia może być bardzo różna – począwszy od ustalenia budżetu dla całego miasta, po ustalenie budżetu dla jego części lub też jednej instytucji. Ustalanie budżetu partycypacyjnego może być zamknięte do jednego dnia lub też do kilku rozłożonych w czasie. Proces zakłada kilka etapów. Pierwszym jest przedstawienie uczestnikom założeń programu, a także jego celów. Następnie osoby biorące udział w programie powinny zapoznać się ze specyfiką omawianego budżetu. Muszą one uzyskać informacje na temat obszaru, którym objęty jest budżet, ograniczeń w jego tworzeniu, a także potencjalnych celów, na które mogą być przeznaczony środki. Uczestnicy debatuja między sobą oraz mogą zadawać pytania ekspertom. Ostatnim etapem jest głosowanie nad priorytetami działań, a także skalą przyznawanych na nie środków.

Działania:

- Wybór instytucji, w której budżet partycypacyjny będzie przeprowadzany
- Przeszkolenie osób odpowiedzialnych za program odnośnie tematyki budżetu partycypacyjnego
- Wybór metody przeprowadzenia budżetu partycypacyjnego. Przygotowanie materiałów informacyjnych
- Przeprowadzenie kampanii informacyjnej i promocyjnej
- Rekrutacja uczestników
- Organizacja spotkań
- Ogłoszenie wyników
- Wdrożenie wyników programu

Podmiot koordynujący: Pełnomocnik ds. Organizacji Pozarządowych

Partnerzy:

- Wydział Promocji i Informacji
- Pełnomocnik ds. Wolontariatu
- Wydział Skarbu i Budżetu

Zakres współpracy z partnerami:

- Przeprowadzenie akcji promocyjnej i informacyjnej
- Wsparcie merytoryczne

Warunki rozpoczęcia programu:

- Decyzja Rady Miasta o rozpoczęciu działania

Czynniki ryzyka:

- Przygotowanie programu „Budżet partycypacyjny” bez dostatecznego doinformowania uczestników
- Nieuwzględnienie wyników opracowanych przez obywateli może przynieść odwrotne rezultaty od zakładanych

Oczekiwane rezultaty:

- Wzrost zaufania mieszkańców do instytucji publicznych
- Zwiększenie poczucia identyfikacji z miastem
- Większa liczba rezydentów w mieście
- Zmniejszenie się liczby osób emigrujących

V. Monitoring i ewaluacja Polityki

Monitoring to proces ciągły, którego celem jest badanie zgodności efektów końcowych realizacji zadań z wcześniej wybranymi celami. Jest to systematyczne zbieranie i analizowanie wiarygodnych informacji finansowych i statystycznych, które pozwala na śledzenie i ostrzeganie, jak kształtują się postępy w realizacji przyjętej polityki działania. Elementami monitorowania procesów realizacyjnych są z jednej strony założone cele strategiczne oraz ich operacjonalizacja⁸ przy użyciu określonych mierników, z drugiej zaś strony – osiągnięte wyniki w postaci rezultatów i wpływów.

Ewaluacja to badania okresowe mające na celu oszacowanie jakości i stopnia realizacji projektu w stosunku do ustalonych wcześniej kryteriów. Celem ewaluacji jest ustalanie kluczowych czynników sukcesu lub niepowodzenia projektu⁹. Zgodnie z wytycznymi ewaluację przeprowadza się w trzech etapach: *ex ante* (przed rozpoczęciem projektu), *mid-term* (w trakcie realizacji) i *ex post* (po zakończeniu projektu).

W ramach ewaluacji oceniana będzie trafność wyboru celów strategicznych i operacyjnych wobec potencjału, którym dysponuje miasto Płock, efektywność i trafność alokacji zasobów, skuteczność realizacji programu rozwoju gospodarczego i strategii promocji (porównanie wyników z celami) oraz trwałość procesów rozwojowych (w jakim stopniu realizacja strategii przyczyniła się do polepszenia sytuacji gospodarczej i społecznej w Płocku). W razie wyników negatywnych analizowane będą przyczyny oraz skala odchylenia od ustalonych norm i wskaźników. Składnikami ewaluacji procesów realizacyjnych będzie ocena:

- trafności wyboru celów strategicznych i operacyjnych w odniesieniu do potencjału gospodarczego i inwestycyjnego, którym dysponuje Płock ;
- efektywności alokacji zasobów inwestycyjnych oraz zasobów finansowych pozyskanych z zewnątrz;
- skuteczności realizacji programu rozwoju gospodarczego miasta Płocka poprzez porównanie osiągniętych wyników z założonymi celami.

Dynamicznie zmieniająca się sytuacja na rynkach światowych nie daje możliwości wskazania projektów i działań marketingowych, których realizacja będzie w pełni zasadna w dłuższym przedziale czasowym. Oznacza to konieczność ciągłego monitorowania zarówno uzyskiwanych efektów, jak i zmian w otoczeniu zewnętrznym, oceny trafności wyboru celów strategicznych i operacyjnych oraz uwarunkowań wewnętrznych, efektywności i trafności alokacji zasobów, skuteczności realizacji programu oraz trwałości procesów rozwojowych. W razie wyników negatywnych analizowane będą nie tylko przyczyny oraz skala odchylenia, ale również modyfikowany program rozwoju miasta Płock.

Głównym źródłem informacji o zachodzących zmianach powinny być dane gromadzone i analizowane przez Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera. Nieodzownym elementem prac poprzedzających monitoring jest sporządzenie analizy stanu wyjściowego, w której określone zostaną wskaźniki wyjściowe (zerowe), będące w kolejnych okresach sprawozdawczych punktem odniesienia. W tym zakresie praktycznym rozwiązaniem może być przyjęcie jako stan wyjściowy danych zawartych w opracowanej „*Diagnozie potencjału inwestycyjnego Miasta Płocka*”. Instrumentem wykorzystywanym każdorazowo w sporządzaniu zbiorczych raportów na temat stanu realizacji programu rozwoju miasta Płock będzie zestaw wskaźników, który – ze względu na możliwość porównania materiału analitycznego w ujęciu dynamicznym – powinien być jednolity. Przedmiotem monitorowania, ewaluacji i aktualizacji będzie każdorazowo cały obszar miasta Płock w wybranych

⁸ Operacjonalizacja: etap przygotowania badań, w ramach którego określa się i definiuje pojęcia, dobiera wskaźniki, określa badaną zbiorowość, decyduje o metodach i technikach badawczych oraz zasadach analizy uzyskanego materiału empirycznego.

⁹ Ocena stanu realizacji projektu pod kątem adekwatności, wydajności, trwałości, skuteczności i wpływu na rozwój miasta Płock.

sferach jego aktywności, tj. w szeroko rozumianym obszarze gospodarczym, społecznym oraz w obszarze kontaktów z otoczeniem zewnętrznym.

Szczegółowa lista wskaźników rezultatu, pozwalających na bieżący monitoring stanu realizacji Polityki Rozwoju Gospodarczego w zakresie działań realizowanych przez Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, uwzględnionych w Krótkookresowym Programie Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka zawarta jest w Załączniku 1. Załącznik ten zawiera również mierniki efektywności – wskaźniki, które powinny być podstawą do ewaluacji Polityki Rozwoju Gospodarczego w dłuższym okresie, tak aby możliwe było określenie efektów wdrażania Polityki. Wskaźniki efektywności zawarte w Załączniku 1 przy poszczególnych działaniach korespondują z oczekiwanymi rezultatami wdrażania Polityki zawartymi przy poszczególnych celach operacyjnych na poziomie niniejszego dokumentu strategicznego.

Monitoring i ewaluacja - zalecenia

W celu ewaluacji skuteczności prowadzonych działań i wprowadzenia ewentualnych zmian w działaniach promocyjnych zaleca się przeprowadzenie na początku 2017 roku badań wizerunkowych. Po zakończeniu realizacji działań objętych krótkookresowym programem rozwoju gospodarczego Płocka należy przeprowadzić pogłębione badania mające na celu ewaluację całego programu, w tym działań promocyjnych dotyczących potencjału inwestycyjnego miasta.

Komórką odpowiedzialną za koordynowanie zadań monitoringu i ewaluacji powinno być Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera, którego rola w przebiegu całego cyklu monitorowania, ewaluacji i aktualizacji będzie wiodąca. Do obowiązków koordynatora planowanych działań należeć będzie wiele czynności (gromadzenie, klasyfikowanie danych otrzymywanych od innych podmiotów, kontakty z instytucjami dysponującymi źródłem przydatnych do monitoringu informacji) oraz zadania o charakterze analitycznym – koncepcyjnym, takie jak przetwarzanie uzyskanych informacji, opracowywanie zbiorczych raportów, formułowanie wniosków, itp.

Podmiotami współpracującymi z Biurem Obsługi Inwestora i Eksportera w zakresie monitoringu wdrażania programu rozwoju miasta mogą i powinny być inne komórki organizacyjne Urzędu Miasta Płocka, samorząd gospodarczy, organizacje pozarządowe oraz inne podmioty zaangażowane w rozwój gospodarczy miasta. Rolą partnerów będzie zarówno udzielanie kompleksowych informacji pozostających w ich kompetencjach, jak również zaangażowanie w sprawne i efektywne przeprowadzanie cyklicznych analiz.

Biuro Obsługi Inwestora i Eksportera powinno przekazywać cyklicznie raporty o stanie realizacji Polityki Rozwoju Gospodarczego Prezydentowi Miasta Płocka lub wyznaczonemu przez niego pełnomocnikowi. Opiniowanie raportów, ocena postępów w osiąganiu zaplanowanych celów, a także inicjowanie ewentualnych zmian w zapisach *Polityki*, powinny leżeć w gestii Płockiej Rady Gospodarczej. Do procesu opiniowania powinni zostać również włączeni przedstawiciele ośrodków akademickich, eksperci zewnętrzni i reprezentanci organizacji pozarządowych. Cykliczna informacja o wynikach realizacji *Polityki*, wraz z ewentualnymi propozycjami jej aktualizacji, powinna być zarazem przedstawiana Radzie Miasta.

Co do zasady, monitoring powinien być procesem ciągłym, co oznacza konieczność stałego gromadzenia i przetwarzania danych. Niemniej jednak, dla usprawnienia czynności sprawozdawczych i oceniających przyjmuje się, że raporty zbiorcze na temat realizacji *Polityki Rozwoju Gospodarczego Miasta Płocka* zostaną sformułowane i zaopiniowane przez wspomniane wyżej podmioty i instytucje w połowie realizacji Polityki oraz na koniec okresu jej realizacji. Raporty podsumowujące przedstawiane będą do wiadomości zainteresowanych stron.