

# +VI. Program Operacyjny Atrakcyjność Inwestycyjna





*Andrzej Piechota,*  
BRYGADZISTA W DZIALE  
OPERACYJNYM (CFS),  
DCT GDAŃSK S.A.

# 1. CHARAKTERYSTYKA PROGRAMU OPERACYJNEGO

## Zakres Programu Operacyjnego

Inwestycje stanowią koło zamachowe gospodarki. Dzięki rozwojowi istniejących i tworzeniu się nowych przedsiębiorstw powstają dodatkowe miejsca pracy. Inwestycje sprzyjają także wzrostowi powiązań gospodarczych, kreując popyt na towary i usługi oferowane przez poddostawców. Wzrost zatrudnienia i rozwój przedsiębiorstw przekładają się w znaczący sposób na podniesienie konkurencyjności Gdańska oraz jakości życia jego mieszkańców.

Realizacja działań ujętych w Programie Operacyjnym ukierunkowana jest na wzrost liczby atrakcyjnych miejsc pracy – dobrze płatnych, stabilnych, z perspektywą rozwoju zawodowego. Podejmowane działania skupią się na stworzeniu szerokiej oferty terenów inwestycyjnych, parków biznesowych oraz zachęt dla inwestorów. Obejmować będą również doskonalenie obsługi inwestycyjnej i poinwestycyjnej, wzmacnianie współpracy w modelu partnerstwa publiczno-prywatnego oraz promocję gospodarczą miasta.



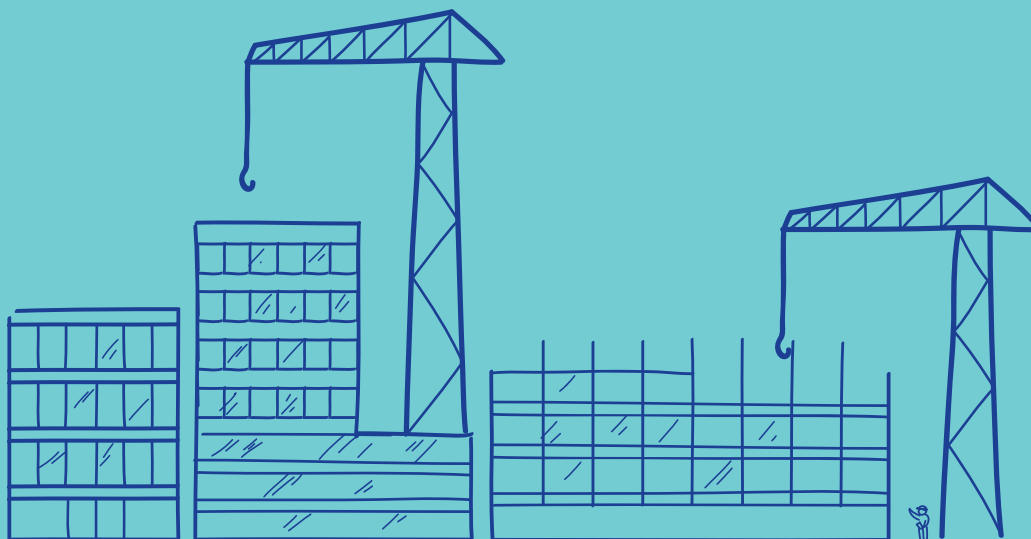
Wdrażanie Programu Operacyjnego wspiera wartości leżące u podstaw rozwoju Gdańska. Nowe miejsca **pracy** dla **MIESZKAŃCÓW** przyczynią się do wzrostu ich **jakości życia**. Przewidziane działania są wyrazem **OTWARTOŚCI** na **inwestycje**. Aby były skuteczne, nie mogą się jednak ograniczać do samego Gdańska, dlatego **WSPÓŁPRACA metropolitalna** jest warunkiem koniecznym do odniesienia sukcesu. Równie ważne jest **włączanie** inwestorów w proces **KSZTAŁCENIA** zawodowego. **Umiejętności zawodowe, kompetencje** – w tym **etyka** pracy – to kluczowe czynniki budujące atrakcyjność inwestycyjną. Napływ inwestorów ułatwi również **MOBILNOŚĆ zawodową** i przestrzenną. Nowe miejsca pracy zwiększą **imigrację**, która częściowo skompensuje ubytki na lokalnym rynku pracy spowodowane starzeniem się społeczeństwa.



## Wyzwania rozwojowe wskazane w Strategii Rozwoju Miasta Gdańsk 2030 Plus, na które odpowiada Program Operacyjny

- Wzrost jakości życia.
- Wzrost liczby miejsc pracy.

1. CHARAKTERYSTYKA  
PROGRAMU OPERACYJNEGO



## Cele strategiczne wskazane w Strategii Rozwoju Miasta Gdańsk 2030 Plus, realizowane przez Program Operacyjny

- Kreowanie innowacyjnych i otwartych rozwiązań biznesowych, umożliwiających powstawanie nowych miejsc pracy, przyciąganie zewnętrznych podmiotów gospodarczych do Gdańska oraz tworzenie kompleksowej i dostosowanej do potrzeb oferty wsparcia przedsiębiorczości, w tym start-upów.
- Wzmacnianie przepływu towarów, usług i wiedzy, przechodzących przez Gdańsk.
- Wykorzystywanie potencjału i zasobów turystycznych dla zwiększenia konkurencyjności oraz atrakcyjności miasta.

## 2. DIAGNOZA

Atrakcyjność inwestycyjna kształtowana jest przez szeroki wachlarz czynników. W pierwszym rzędzie istotne są te posiadające wymiar finansowy, w postaci odpowiednio wysokiej stopy zwrotu z inwestycji. Jednak w zglobalizowanym świecie podobne lub korzystniejsze atuty względem Gdańska oferuje dużo innych lokalizacji. Dlatego przy ostatecznym wyborze miejsca inwestycji nabierają znaczenia korzyści o charakterze społecznym i psychologicznym, w tym zdolność samorządu do pomocy w pokonywaniu różnych trudności, jakie pojawiają się w trakcie procesu inwestycyjnego. Sukces, jakim jest przyciągnięcie inwestycji bądź spowodowanie, by inwestycja pozostała w regionie, zależy więc od twardych czynników lokalizacji, takich jak: zasoby i koszt odpowiednio wykwalifikowanych pracowników, dostępność transportowa, podaż nieruchomości i cechy środowiska gospodarczego w postaci obecności sprawnych systemów poddostawców, usług dla biznesu oraz instytucji badawczo-rozwojowych. Większość wymienionych czynników w ograniczonym stopniu poddaje się oddziaływaniu polityki rozwoju prowadzonej na poziomie samorządu. Niezmiernie ważne są również miękkie czynniki, w szczególności: starania władz samorządowych, wizerunek miasta, dobre warunki życia, bliskość kultura. Kształtowanie atrakcyjności inwestycyjnej wymaga więc działań mieszczących się również w problematyce innych Programów Operacyjnych.

Twarde czynniki lokalizacji nie dają Gdańskowi wystarczająco dużej przewagi nad konkurującymi ośrodkami – Krakowem, Poznaniem i Wrocławiem. Tezę tą dobrze ilustruje liczba osób pracujących, przybliżająca dostępne zasoby pracy. Według danych Narodowego Spisu Powszechnego w Gdańsku było ich 192 tys., podczas gdy w miastach porównywanych – od 248 do 321 tys. Im większa liczba osób aktywnych zawodowo, tym potencjalny inwestor ma większe szanse na znalezienie odpowiadających jego potrzebom pracowników, co jest jednym z kluczowych czynników powodzenia przedsięwzięcia. O ile liczba osób pracujących w Gdańsku jest niższa niż w ośrodkach konkurującymi zasobami pracy. Szanse Gdańska w walce o inwestorów znacznie rosną w sytuacji, w której prowadzone są wspólne działania z Gdynią, Sopotem i innymi podmiotami z obszaru metropolitalnego. Podobne do opisanych proporcje dotyczą większości pozostałych twardych czynników lokalizacji. Wynikowa atrakcyjność inwestycyjna, mierzona liczbą dużych inwestycji, wskazuje, że Trójmiasto, łącznie z 48 inwestorami, dorównuje Poznaniowi. W samym Gdańsku zlokalizowało się ich ponad 30 (według Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych). Uwarunkowania historyczne sprawiły, że Gdańsk pełni funkcję ośrodka regionalnego wraz z sąsiadującymi ośrodkami, tj. Gdynią i Sopotem. W takim właśnie układzie jest w stanie



skuteczniej konkurować o inwestorów z innymi dużymi, krajowymi ośrodkami miejskimi. Efektem tej sytuacji jest jednak ograniczona możliwość prowadzenia wysoce skutecznej polityki inwestycyjnej w odniesieniu wyłącznie do obszaru miasta.

Jako ważny atut Gdańska i obszaru metropolitalnego jawi się wysoka atrakcyjność dla sektora usług biznesowych i finansowych, choć odstaje ona nieznacznie *in minus* od konkurencyjnych ośrodków. Sektor zatrudnienia, głównie w Trójmieście, około 14,5 tys. pracowników w 40 centrach usług biznesowych. Według raportu ABSL (w 2014 roku) stanowią oni 9% zatrudnionych ogółem w Polsce, co plasuje Trójmiasto na czwartym miejscu w Polsce za Krakowem (24%), Warszawą (17%) i Wrocławiem (16%). Przeciętne zatrudnienie w pojedynczym centrum usług w Trójmieście wynosi 244 osoby. Główne zalety to: dostępność do wykwalifikowanych kadr, w szczególności znających języki skandynawskie oraz dobra dostępność do transportu lotniczego, w tym do krajów skandynawskich. Znaczna podaż wysokiej klasy powierzchni biurowych stanowi solidny fundament dla rozwoju sektora nowoczesnych usług biznesowych. Całkowite zasoby wynoszą około 0,5 mln m<sup>2</sup> (w 2014 roku), z czego około 200 tys. m<sup>2</sup> zbudowane zostało w ostatnich 5 latach. W ciągu najbliższych 2 lat zostanie oddane do użytku kolejne 111 tys. m<sup>2</sup> powierzchni biurowych. Zdecydowana większość istniejących i budowanych biurowców znajduje się w Gdańsku, w sąsiedztwie głównych arterii

komunikacyjnych. Pod względem dostępności wolnej powierzchni w obiektach istniejących i budowanych Trójmiasto wyprzedza Kraków i Poznań, ustępując jedynie Wrocławowi. W porównaniu do tych miast wyróżnia się najwyższym odsetkiem pustostanów (14%) i niższymi czynszami (12,5-13,5 €/m<sup>2</sup>), co stwarza inwestorom korzystne warunki najmu. Wizerunek Trójmiasta, w tym Gdańska jako ośrodka usług biznesowych i finansowych, jest bardzo korzystny. W 2013 roku Trójmiasto otrzymało tytuł Best City of the Year dla sektora nowoczesnych usług biznesowych. Z punktu widzenia inwestorów, największą barierą są stosunkowo wysokie wynagrodzenia.

Dynamiczny rozwój całego sektora to efekt stosowanego w międzynarodowych korporacjach outsourcingu, czyli zlecania niektórych zadań tworzonym w tym celu, wyspecjalizowanym jednostkom, co pozwala ograniczyć koszty działalności. Zalety, jakie posiadały polskie miasta, w szczególności dostępność do kadr, trafiły w rosnące zapotrzebowanie. Inwestorzy stworzyli duży popyt głównie na absolwentów szkół wyższych o kierunkach informatycznych, ekonomicznych i filologicznych, co okazało się korzystne, biorąc pod uwagę powszechny charakter edukacji na poziomie wyższym. Rosnący popyt wywindował jednak płace do poziomu, na który nie stać rodzimych małych i średnich przedsiębiorstw z sektora IT. Na tym tle zarysowała się luka podażowa w postaci absolwentów szkół średnich posiadających adekwatne do potrzeb



kompetencje. Względnie niskie koszty wejścia na rynek mogą spowodować, że inwestorzy szukać będą innych, tańszych lokalizacji, o ile nie uzyskają satysfakcjonujących warunków. Dlatego ważne jest nie tylko przyciąganie nowych inwestorów, ale także dbałość o tych już funkcjonujących na lokalnym rynku.

Istotne znaczenie dla przyciągania inwestorów posiada struktura gospodarki, a w szczególności jej wyspecjalizowane branże. Zaliczyć do nich można niewątpliwie przemysł okrętowy, transport i logistykę, twórców oprogramowania i technologii informatycznych oraz niektóre działy przemysłu maszynowego. Ważna jest także obecność dużych koncernów paliwo-energetycznych czy unikatowa specjalizacja w jubilerstwie. Technologie *offshore* i portowo-logistyczne zostały uznane za jedno z Inteligentnych Specjalizacji Pomorza (ISP). Służą one bardziej efektywnej ekonomicznie oraz bezpiecznej dla środowiska eksploatacji i eksploatacji zasobów morza. Wsparcie z funduszy UE, udzielane na wdrażanie innowacji, może stać się istotnym bodźcem przyciągającym nowych inwestorów. Podmioty tworzące specjalizacje gospodarcze miasta same w sobie stanowią atrakcyjny cel dla inwestorów. Ich obecność wpływa również na atrakcyjność inwestycyjną poprzez podaż wysokiej jakości towarów i usług, które w swojej działalności wykorzystać może inwestor. Nowi inwestorzy nie są obojętni dla miejskich specjalizacji – mogą je wzbogacać i umacniać, ale również osłabiać.

W zakresie miękkich czynników lokalizacji Gdańsk i cały obszar metropolitalny dysponują dwoma poważnymi atutami. Pierwszy z nich to funkcjonowanie instytucji wyspecjalizowanych w obsłudze inwestorów i promocji gospodarczej. Gdańska Agencja Rozwoju Gospodarczego – InvestGDA, powstała w roku 2008 jako wyspecjalizowana spółka Miasta Gdańska, odpowiada za zapewnienie dobrze przygotowanych terenów inwestycyjnych, obsługę i wsparcie krajowych oraz zagranicznych inwestorów, zarówno nowych, jak i już działających, oraz promocję gospodarczą miasta i regionu metropolitalnego. Agencja prowadzi również projekty informacyjne i promocyjne umożliwiające nawiązywanie kontaktów i usprawniające codzienną działalność handlową, promocję i potencjał gospodarczy w krajach Azji Południowo-Wschodniej, we Francji, w USA czy Chinach. Natomiast od roku 2011 funkcjonuje inicjatywa Invest in Pomerania, współtworzona m.in. przez Miasto Gdańsk i InvestGDA, oferująca wsparcie procesu inwestycyjnego i opiekę inwestycyjną w ujęciu regionalnym. Wysoka jakość obsługi inwestorów to efekt nawiązania oddolnej współpracy samorządów obszaru metropolitalnego w sytuacji, w której stało się jasne, że dalsze próby wzmacniania atrakcyjności inwestycyjnej poprzez nieskoordynowane i rozproszone działania będą nieskuteczne z jednego zasadniczego powodu – dla inwestora zagranicznego obszar metropolitalny, a w szczególności jego rdzeń, to jedno miasto, którego mocne punkty chce wykorzystać w swojej działalności. Pogłębianie



mechanizmów współpracy metropolitalnej w zakresie oferty inwestycyjnej czy standardów obsługi procesów inwestycyjnych stanowi zatem istotny czynnik warunkujący wzajemny rozwój.

Drugi atut to korzystne warunki życia. Jak wskazują badania, mieszkańcy Gdańska są zadowoleni z miejsca zamieszkania. Niewątpliwie wpływ na dobrą ocenę ma obiektywnie wysoka atrakcyjność osiedleńcza wynikająca z uwarunkowań przyrodniczych i dziedzictwa kulturalnego, stwarzająca również szerokie możliwości spędzenia czasu wolnego. W warunkach, w których

inwestor ma do wyboru lokalizacje oferujące podobne twarde korzyści lokalizacji, decyzję podejmuje w oparciu o czynniki miękkie. Dlatego tak ważne są działania zakresu promocji gospodarczej, obsługi procesów inwestycyjnych oraz wsparcia firm w ich codziennym funkcjonowaniu. Budują one markę miejsca, której wysoka rozpoznawalność może decydować o sukcesach w konkurowaniu o inwestycje. Zarówno promocja, jak i wzmacnianie rynku usług związanych z czasem wolnym, rozrywką, wydarzeniami biznesowymi stanowią wysoce efektywny sposób rozwoju miasta oraz kreowania potencjału obszaru metropolitalnego.

### 3. OPIS CELÓW OPERACYJNYCH

Cel operacyjny	Opis
<b>VI.1. Wyższa skuteczność w pozyskiwaniu inwestorów.</b>	<p>Działania zmierzające do zwiększenia liczby inwestorów w regionie wpłyną na wzrost liczby miejsc pracy i rozwój kluczowych branż oraz na zwiększenie przewag konkurencyjnych regionalnej gospodarki. W zakresie podwyższenia skuteczności w pozyskiwaniu inwestorów podjęte zostaną działania zwiększające dostępność do informacji o ofercie inwestycyjnej całego regionu. Dodatkowo duży nacisk położony zostanie na kompleksowym przygotowaniu terenów inwestycyjnych w zakresie zwiększenia ich dostępności komunikacyjnej i uzbrojenia. Działania te bezpośrednio wpłyną na wzrost spójności transportowej, zmierzającej do integracji metropolitalnego rynku pracy. Kontynuowane będzie wsparcie dla rozwoju parków biznesowych jako obiektów o ograniczonym ryzyku inwestycyjnym i klimacie sprzyjającym inwestorom. Prowadzona będzie rozbudowa systemu zachęt w zakresie tworzenia optymalnych warunków dla rozwoju inwestycji.</p>
<b>VI.2. Najwyższe standardy obsługi procesu inwestycyjnego i opieki nad klientem gospodarczym.</b>	<p>Podnoszenie standardu w zakresie obsługi potencjalnych inwestorów jest istotne nie tylko na etapie przystępowania do realizacji przedsięwzięcia, ale również w trakcie realizacji inwestycji oraz po jej zakończeniu. Współpraca z inwestorem już pozyskanym dla regionu, polegająca w szczególności na kompleksowej pomocy doradczej, jest konieczna do zainicjowania kolejnych projektów inwestycyjnych. Prowadzi się zatem starania zmierzające do opracowania spójnego systemu opieki nad klientem gospodarczym. Istotnym elementem osiągnięcia celu jest również zwiększanie współpracy w formule partnerstwa publiczno-prywatnego.</p> <p>Działania te skierowane będą do przedsiębiorców funkcjonujących w regionie oraz do potencjalnych inwestorów, a ich skutki bezpośrednio odczują</p>



---

### **VI.3. Trwała globalna rozpoznawalność Gdańska i obszaru metropolitalnego jako ośrodka sukcesu gospodarczego.**

osoby aktywne zawodowo wskutek tworzenia nowych miejsc pracy i kooperantów (dzięki większemu popytowi na produkty i usługi ze strony inwestorów).

---

Czynności prowadzące do zwiększenia atrakcyjności inwestycyjnej Gdańska wspomogą szeroko pojęta promocja, kształtująca wizerunek miasta i obszaru metropolitalnego w kraju oraz za granicą. W tym zakresie działania skupią się na budowie międzynarodowej marki Gdańska i obszaru metropolitalnego jako miejsca przyjaznego do życia i rozwijania biznesu. Realizowane będą działania promujące biznesowy wizerunek Gdańska. Szczególny nacisk położony zostanie na budowanie długofalowych kontaktów z liderami biznesu wywodzącymi się ze środowisk polonijnych, w szczególności z tymi związanymi z Gdańskiem, jak również na przyciąganie talentów i ekspertów na potrzeby regionalnej gospodarki i nauki. Kolejnym elementem wpływającym na wzmocnienie globalnej rozpoznawalności Gdańska i obszaru metropolitalnego jest organizacja spotkań gospodarczych, skierowanych przede wszystkim do gdańskich przedsiębiorców oraz potencjalnych inwestorów różnych branż gospodarki.

## 4. CELE OPERACYJNE, ZADANIA I KLUCZOWE DZIAŁANIA

**Cel operacyjny: VI.1.**

**Wyższa skuteczność w pozyskiwaniu inwestorów.**

Zadanie	Kluczowe działanie
<p><b>VI.1.1. Doskonalenie działań z zakresu promocji gospodarczej.</b></p>	<p><b>VI.1.1.1.</b> Promocja Metropolitalnej Oferty Inwestycyjnej.</p> <p><b>VI.1.1.2.</b> Współpraca z gminami obszaru metropolitalnego w zakresie kompleksowego i spójnego rozwoju Metropolitalnej Oferty Inwestycyjnej.</p> <p><b>VI.1.1.3.</b> Rozwój i promocja oferty turystyki biznesowej.</p>
<p><b>VI.1.2. Zwiększanie podaży dobrze przygotowanych terenów inwestycyjnych.</b></p>	<p><b>VI.1.2.1.</b> Kształtowanie spójnych kierunków rozwoju gospodarczego w dokumentach rozwojowych na szczeblu lokalnym, metropolitalnym i regionalnym.</p> <p><b>VI.1.2.2.</b> Opracowywanie studiów przygotowawczych i wykonalności dla inwestycji o największym potencjale rozwojowym.</p> <p><b>VI.1.2.3.</b> Opracowywanie analiz lokalizacyjnych dla funkcjonowania stref przemysłowych i usługowo-biznesowych.</p> <p><b>VI.1.2.4.</b> Wsparcie w zbrojeniu kluczowych terenów inwestycyjnych dla strategicznych inwestorów.</p> <p><b>VI.1.2.5.</b> Zwiększenie zewnętrznej i wewnętrznej dostępności komunikacyjnej terenów inwestycyjnych poprzez rozbudowę infrastruktury drogowej i kolejowej oraz dostosowanie transportu publicznego.</p> <p><b>VI.1.2.6.</b> Rozbudowa i dostosowanie interaktywnego Systemu Informacji Przestrzennej w zakresie terenów inwestycyjnych.</p>
<p><b>VI.1.3. Wspieranie rozwoju parków biznesowych.</b></p>	<p><b>VI.1.3.1.</b> Wsparcie procesu powstawania i rozbudowy parków biznesowych.</p> <p><b>VI.1.3.2.</b> Przygotowanie dla inwestorów obiektów z ograniczonym ryzykiem inwestycyjnym, w tym: gotowej do zagospodarowania infrastruktury typu <i>plug&amp;play</i>.</p>



#### VI.1.4. Rozbudowa systemu zachęt inwestycyjnych.

- VI.1.4.1. Wsparcie inwestorów w postaci zwolnień z podatku od nieruchomości oraz uzyskiwaniu innych zachęt, takich jak: vouchery, praktyki, staże.
- VI.1.4.2. Wsparcie w przygotowaniu kadr odpowiadających na potrzeby regionalnego rynku pracy, realizowane w szczególności poprzez dedykowane kierunki studiów, szkolenia, współpracę ze szkołami ponadgimnazjalnymi.

#### Cel operacyjny: VI.2.

#### Najwyższe standardy obsługi procesu inwestycyjnego i opieki nad klientem gospodarczym.

Zadanie	Kluczowe działanie
VI.2.1. Doskonalenie obsługi procesu inwestycyjnego, w tym: przedinwestycyjnego.	<ul style="list-style-type: none"> <li>VI.2.1.1. Uruchomienie opieki nad podmiotami gospodarczymi z branż strategicznych, w tym: udzielanie informacji w zakresie uwarunkowań prawnych i gospodarczych w procesach inwestycyjnych, doradztwo inwestycyjne, wsparcie i doradztwo w procesie pozyskiwania optymalnej lokalizacji inwestycyjnej.</li> <li>VI.2.1.2. Opracowanie przewodnika dla inwestorów w ścisłej współpracy z pośrednikami gdańskich nieruchomości.</li> <li>VI.2.1.3. Utworzenie centrum rozwiązywania sytuacji kryzysowych w relacji z podmiotami gospodarczym – <i>trouble shooting</i>.</li> <li>VI.2.1.4. Rozwój i podnoszenie kompetencji kadr zajmujących się obsługą inwestorów.</li> </ul>
VI.2.2. Współpraca w ramach partnerstwa publiczno-privatnego.	<ul style="list-style-type: none"> <li>VI.2.2.1. Kształtowanie procesów umożliwiających tworzenie pomysłów na projekty partnerskie.</li> <li>VI.2.2.2. Promocja projektów partnerskich, nawiązywanie współpracy z inicjatywy miasta i/lub inwestorów prywatnych, prowadzenie dialogu partnerskiego.</li> <li>VI.2.2.3. Realizacja projektów w modelu partnerstwa publiczno-privatnego.</li> </ul>

### VI.2.3. Rozwój systemu opieki poinwestycyjnej.

**VI.2.3.1.** Doskonalenie obsługi inwestorów po zakończeniu realizacji inwestycji – inwestycyjny *aftercare*.

**VI.2.3.2.** Kontynuacja współpracy w ramach cyklicznych spotkań branżowych z podmiotami gospodarczymi.

### Cel operacyjny: VI.3.

**Trwała globalna rozpoznawalność Gdańska i obszaru metropolitalnego jako ośrodka sukcesu gospodarczego.**

#### Zadanie

**VI.3.1. Włączenie kapitału wiedzy polskiej emigracji w rozwój Gdańska i obszaru metropolitalnego.**

#### Kluczowe działanie

**VI.3.1.1.** Zwiększenie współpracy z Polonią, w szczególności poprzez stworzenie bazy przedsiębiorczej emigracji i marki ambasadorów Gdańska i obszaru metropolitalnego.

**VI.3.1.2.** Stworzenie systemu komunikacji i przekazywania informacji (newslettery, funpage'e, cykliczne spotkania), zwiększona obecność na eventach i konferencjach w wielorakich domenach wraz z uspojoną informacją o Gdańsku i obszarze metropolitalnym.

**VI.3.1.3.** Gospodarcze wykorzystanie powiązań międzynarodowych korporacji związanych z Gdańskiem.

**VI.3.2. Promocja Gdańska i obszaru metropolitalnego jako atrakcyjnego miejsca zamieszkania i prowadzenia działalności gospodarczej.**

**VI.3.2.1.** Zbudowanie wspólnej międzynarodowej marki zwiększającej rozpoznawalność produktów i usług firm wywodzących się z Gdańska oraz obszaru metropolitalnego.

**VI.3.2.2.** Wsparcie medialne ze strony miasta przedsięwzięć, takich jak: kampania wizerunkowa dotycząca sukcesów gdańskich firm i instytucji.

**VI.3.2.3.** Przyciąganie zagranicznych talentów i ekspertów do Gdańska i obszaru metropolitalnego.



**VI.3.3. Wspieranie rozwoju nowych i istniejących wydarzeń gospodarczych.**

**VI.3.3.1.** Rozwój przemysłu spotkań poprzez organizację wydarzeń o zasięgu krajowym i międzynarodowym.

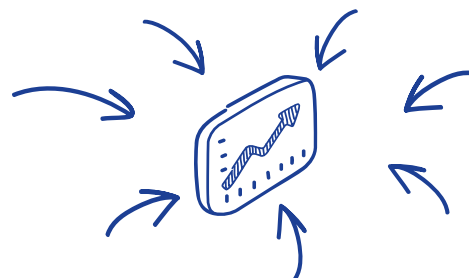
**VI.3.3.2.** Wsparcie procesu przepływu informacji do potencjalnych i obecnych inwestorów poprzez udział w targach, konferencjach i wizytach zagranicznych na poziomie krajowym i zagranicznym.

**VI.3.3.3.** Powołanie brokerów technologicznych odpowiedzialnych za sprzedaż pomorskich produktów i usług na rynkach zagranicznych.



## 5. POWIĄZANIA Z INNYMI PROGRAMAMI OPERACYJNYMI

### Oddziaływanie innych Programów Operacyjnych na osiągnięcie celów Programu Operacyjnego **ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA:**



#### EDUKACJA

– wspieranie rozwoju osobistego dzieci i młodzieży wzmocni miękkie kompetencje przyszłych pracowników, a rozwój kompetencji zawodowych mieszkańców ułatwi dostosowanie do zmieniającego się otoczenia. Zwiększenie jakości pracy placówek gdańskiego systemu edukacji oraz rozwijanie zasobów infrastruktury edukacyjnej podniesie poziom wiedzy i umiejętności absolwentów. Realizacja wymienionych celów zwiększy skuteczność pozyskiwania inwestorów, gdyż wielkość i jakość zasobów pracy należy do najważniejszych czynników lokalizacji inwestycji.



#### KULTURA I CZAS WOLNY

– wzmocnienie ponadlokalnego i międzynarodowego znaczenia gdańskiej kultury sprzyjać będzie wizerunkowi miasta jako ośrodka sukcesu gospodarczego. Bogate życie kulturalne jest jednym z czynników lokalizacji zwiększających skuteczność przyciągania inwestorów z branż zatrudniających pracowników o wysokich kwalifikacjach.



#### INNOWACYJNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

– kształcenie odpowiadające potrzebom lokalnej gospodarki, w tym wzmocnianie postaw przedsiębiorczych i kreatywnych, wsparcie gdańskich przedsiębiorstw, ich ekspansja międzynarodowa, wzrost innowacyjności i konkurencyjności ułatwią przyciąganie nowych inwestorów, jak również



rozwój już funkcjonujących na rynku regionalnym. Kluczowymi czynnikami podnoszącymi atrakcyjność inwestycyjną będą w szczególności szersze możliwości kooperacji oraz większa rozpoznawalność Gdańska jako ośrodka sukcesu gospodarczego.



### INFRASTRUKTURA

– odpowiednie przygotowanie i wyposażenie terenów pod inwestycje w infrastrukturę komunalną wpłynie na wzrost ich atrakcyjności gospodarczej, stymulując przyciąganie kapitału oraz wzrost gospodarczy miasta. Zwiększenie dostępności mieszkań we wszystkich segmentach rynku mieszkaniowego, podniesie atrakcyjność osiedleńczą, a co za tym idzie – podaź pracowników.



### MOBILNOŚĆ I TRANSPORT

– poprawa wewnętrznej i zewnętrznej dostępności transportowej miasta ułatwi dojazd do terenów inwestycyjnych, parków przemysłowych i innych obszarów rozwojowych, co pozytywnie wpłynie na podniesienie konkurencyjności lokalnej gospodarki. Dostosowana do potrzeb inwestorów i dobrze rozwinięta sieć transportu publicznego stanowi istotny czynnik lokalizacji działalności gospodarczej.



### PRZESTRZEŃ PUBLICZNA

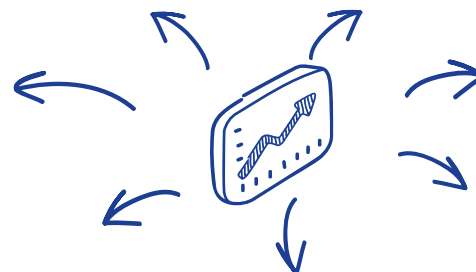
– wyższa jakość przestrzeni publicznej wzmocni atrakcyjny wizerunek miasta. Ułatwi również przyciąganie pracowników, dla których warunki życia odgrywają istotną rolę w wyborze miejsca zamieszkania i pracy.



### ZDROWIE PUBLICZNE I SPORT

– wybitne osiągnięcia sportowe gdańskich klubów i zawodników przyczynią się do trwałej globalnej rozpoznawalności Gdańska i obszaru metropolitalnego oraz lokalnych firm wspierających sport. Ponadto podniesienie jakości opieki medycznej pozytywnie wpłynie na wzrost warunków życia, a w konsekwencji zwiększy napływ pracowników.

## Oddziaływanie Programu Operacyjnego ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA na osiągnięcie celów innych Programów Operacyjnych:



### INNOWACYJNOŚĆ I PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

– napływ inwestorów w efekcie wyższej skuteczności ich pozyskiwania i lepszej obsługi oraz wsparcie inwestorów już funkcjonujących w regionie wzmocni rozwój powiązań sieci kooperacyjnych, zwiększą skalę lokalnej przedsiębiorczości, poprawią konkurencyjność i innowacyjność firm, a także ułatwią im proces umiędzynarodowienia. Trwała globalna rozpoznawalność Gdańska i obszaru metropolitalnego jako ośrodka sukcesu gospodarczego wesprze klimat dla rozwijania działalności biznesowych.



### EDUKACJA

– rozwój inwestycyjny może wpływać na zapotrzebowanie na nowe kompetencje zawodowe na lokalnym rynku pracy oraz wyznaczać kierunki w zakresie tworzenia oferty edukacyjno-szkoleniowej.



### PRZESTRZEŃ PUBLICZNA

– zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej miasta wpływa na rozwój usług, które – zlokalizowane w sąsiedztwie przestrzeni publicznej – wzbogacają jej ofertę i podnoszą jej jakość.



## 6. ZGODNOŚĆ Z KRAJOWYMI I REGIONALNYMI DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI

Zapisy Programu Operacyjnego Atrakcyjność Inwestycyjna są zgodne z celami **Strategii Rozwoju Kraju do roku 2020**. Jego realizacja w szczególności przyczyni się do osiągnięcia celów: I.1 – Przejście od administrowania do zarządzania rozwojem, II.1 – Wzmocnienie stabilności makroekonomicznej, II.2 – Wzrost wydajności gospodarki, oraz II.3 – Zwiększenie innowacyjności gospodarki. Program Operacyjny jest również spójny z zapisami ogólnokrajowej **Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki**. Przede wszystkim w zakresie celu 4 – Wzrost umiędzynarodowienia polskiej gospodarki. Niniejszy Program Operacyjny jest także

zgodny z celem operacyjnym 1.1. – Wysoka efektywność przedsiębiorstw, **Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020**. Wpisuje się on również w oś priorytetową 1 – Komerccjalizacja wiedzy, oraz oś priorytetową 2 – Przedsiębiorstwa, **Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020**. Zapisy Programu Operacyjnego zgodne są także ze **Strategią Obszaru Metropolitalnego Gdańsk–Gdynia–Sopot do roku 2030** i **Strategią Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych Obszaru Metropolitalnego Gdańsk–Gdynia–Sopot do roku 2020**.

## 7. WSKAŹNIKI REALIZACJI CELÓW OPERACYJNYCH

Cel operacyjny	Nazwa wskaźnika	Oczekiwany trend
<b>VI.1.</b> Wyższa skuteczność w pozyskiwaniu inwestorów.	<b>VI.1.a.</b> Liczba znaczących inwestycji zrealizowanych przez podmioty niepubliczne.	↗
	<b>VI.1.b.</b> Udział spółek z kapitałem zagranicznym w ogólnej liczbie podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w Gdańsku.	↗
	<b>VI.1.c.</b> Udział powierzchni uzbrojonych terenów inwestycyjnych w powierzchni terenów inwestycyjnych ogółem dostępnych w mieście pod inwestycje.	↗
	<b>VI.1.d.</b> Liczba przedsiębiorstw korzystających ze zwolnień z podatku od nieruchomości.	↗
<b>VI.2.</b> Najwyższe standardy obsługi procesu inwestycyjnego i opieki nad klientem gospodarczym.	<b>VI.2.a.</b> Wysokość nakładów inwestycyjnych w przedsiębiorstwach.	↗
	<b>VI.2.b.</b> Liczba pomyślnie rozwiązanych problemów w stosunku do liczby zgłoszonych interwencji w ramach centrum trouble shooting.	↗
	<b>VI.2.c.</b> Liczba przygotowywanych przez miasto projektów w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego.	↗
	<b>VI.2.d.</b> Liczba zakończonych inwestycji w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego.	↗
	<b>VI.2.e.</b> Wartość projektów realizowanych w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego.	↗



**VI.3.** Trwała globalna rozpoznawalność Gdańska i obszaru metropolitalnego jako ośrodka sukcesu gospodarczego.



**VI.3.a.** Liczba konferencji i kongresów krajowych.

**VI.3.b.** Liczba międzynarodowych konferencji i kongresów.

**VI.3.c.** Liczba targów i imprez wystawienniczych krajowych.

**VI.3.d.** Liczba międzynarodowych targów i imprez wystawienniczych.

