

UCHWAŁA NR XIII/244/15

RADY MIASTA GDYNI

z dnia 28 października 2015 r.

w sprawie przyjęcia aktualizacji Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (tekst jednolity Dz. U. z 2013 roku poz. 594 z późniejszymi zmianami¹⁾) Rada Miasta Gdyni uchwała, co następuje:

§ 1. Uchwała się zaktualizowany Gdyński Program Wspierania Przedsiębiorczości stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Gdyni.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

§ 4. Traci moc Uchwała nr XXXI/1034/01 Rady Miasta Gdyni z dnia 27 czerwca 2001 roku w sprawie przyjęcia Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości.

Przewodniczący Rady Miasta Gdyni:

Z. Zmuda-Trzebiatowski

¹⁾Zmiany tekstu jednolitego ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2013r. poz. 645, poz. 1318, Dz. U. z 2014r. poz. 379, 1072



Gdyński Program Wspierania Przedsiębiorczości

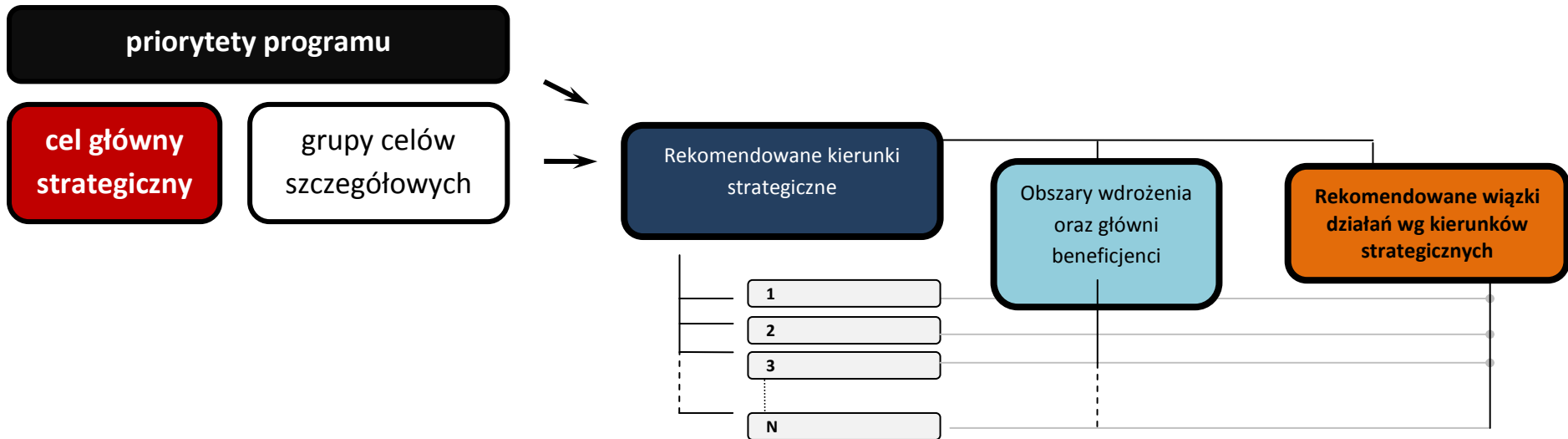
priorytety, rekomendowane działania oraz kierunki strategiczne

Gdynia, 2015

Przeprowadzona diagnoza stanu sektora MMŚP, pozwala na przygotowanie rekomendowanych celów oraz kierunków strategicznych działań samorządu Gdyni, przyczyniających się do wsparcia środowiska biznesowego, w tym poprawy warunków prowadzenia działalności gospodarczej w mieście.

- Prezentowane kierunki uwzględniają doświadczenia oraz rekomendacje wynikające z procesu wdrażania Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości w okresie 2001-2012 r.
- Opracowana w I Etapie prac diagnoza zawiera m.in. wnioski z badań pierwotnych (badań ilościowych i jakościowych), analizy danych i tendencji na podstawie danych wtórnych GUS (2009-2011) oraz danych i informacji z konsultacji eksperckich
- W niniejszym opracowaniu dostrzeżono także potrzebę określenia propozycji działań mających na celu realizację głównych celów, które pogrupowane zostały według proponowanych kierunków strategicznych.

Struktura opracowania dokumentu pt: *"Kierunki Strategiczne Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości"* - została przedstawiona na poniższym schemacie.



PRIORYTETY Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości

Propozycje niniejszych priorytetów wynikają z pogłębionych analiz w zakresie potrzeb sektora MMŚP, wniosków z procesów dotychczasowych działań i rezultatów wdrażania Programu oraz dwuetapowego procesu konsultacji społecznych oraz eksperckich z kluczowymi Partnerami projektu. Priorytety stanowią także odzwierciedlenie aspiracji miasta oraz jego mieszkańców, w tym przedsiębiorców, dla których Gdynia jest obecnie oraz będzie w przyszłości - atrakcyjnym miejscem prowadzenia oraz rozwijania działalności gospodarczej. Punktem wyjścia jest zwrócenie uwagi na już istniejący, funkcjonujący drobny biznes wpływający pozytywnie na jakość życia mieszkańców, a także sektory gospodarki tradycyjnie związane z miastem, jak i te, które w ostatnich latach znalazły, bądź perspektywicznie znajdą w Gdyni znakomite miejsce działalności oraz środowisko do kreatywnego i innowacyjnego rozwoju.

P1. Innowacyjność i kreatywność

- innowacyjność i kreatywność jako klucz do konkurencyjności sektora MMŚP w Gdyni oraz regionie Kaszub Północnych

P2. Kapitał ludzki atutem miasta i metropolii

- wysokie kompetencje, konkurencyjny potencjał na tle Polski i UE, mobilność i elastyczność kadr, system przygotowania rekrutacji

P3. Silna marka lokalnego biznesu oraz zintegrowanych obszarów funkcjonalnych

- efektywny rozwój konkurencyjnych mikroprzedsiębiorstw, przyjazne i atrakcyjne środowisko promocji lokalnych biznesów, w tym wybranych specjalności sektora MMŚP dzięki synergii współpracy w ramach powstających obszarów funkcjonalnych na terenie Kaszub Północnych

P4. Akceleratory i determinanty rozwoju

- inkubatory przedsiębiorczości, start-up Gdynia, Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia, Nadmorski Obszar Usługowy NORDA, Obszar Funkcjonalny Dolina Logistyczna, think tank-i, park przemysłowy, program wspierający sektory wzrostu, silny lokalny produkt przemysłu spotkań

Rekomendowane priorytety Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości

Wprowadzenie i inspiracje:

▶ **Postawmy na kreatywność oraz innowacyjność sektora MMŚP - "Gdynia miastem nowych idei"**

Wzmocnijmy kapitał ludzki, niech stanie się głównym atutem i wyróżnikiem Gdyni

Doceńmy lokalny potencjał biznesu i jego gdyńskie tradycje, zakorzenione od lat

Stwórzmy warunki dla nowych inwestycji i biznesów, wzmacniających obecny potencjał

Gdynia zajmuje pozycję lidera przedsiębiorczości w grupie miast 200-300 tys. mieszkańców. Pozycja ta powinna zostać utrzymana i silnie wzmocniona. Punktem odniesienia przyjmowanym w tym obszarze powinny być nie tylko miasta polskie, lecz także te o podobnej wielkości, reprezentujące najbardziej konkurencyjne i innowacyjne regiony w Unii Europejskiej. Gospodarka Polski i jej kluczowych miast stoi przed kluczowym wyzwaniem – zmiany modelu rozwoju, z ekstensywnego opartego na nadrabianiu zaległości i prostej imitacji, na model intensywny – oparty na kapitale ludzkim, społecznym i kapitale wiedzy. Zdolność do umiejętnego wykorzystania postępu technologicznego, szybkiej adaptacji do zmieniającego się otoczenia oraz kreowania nowych rozwiązań stanie się kluczem do sukcesu. Tym samym konkurencyjność gospodarki miasta w coraz większym stopniu zależeć będzie od innowacyjności i kreatywności dominujących w strukturze gospodarki miasta firm sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Obecnie odsetek firm innowacyjnych i kreatywnych jest relatywnie niski. Większość przedsiębiorców wdraża relatywnie proste strategie rynkowe, zachowując się pasywnie na rynku. Wzrost liczby podmiotów realizujących bardziej ambitne, kreatywne i wysublimowane strategie rynkowe – wprowadzających nowe bądź zasadniczo zmodyfikowane produkty i/lub usługi na rynek oraz wprowadzających nowe bądź zasadniczo zmodyfikowane procesy produkcyjne czy metody organizacji jest w interesie całego miasta. Również wzrost liczby podmiotów poszerzających zakres swojej działalności na rynki zagraniczne (eksportujących bądź inwestujących za granicą) ma swoje niebagatelne znaczenie. Podmioty aktywnie uczestniczące w rynkach międzynarodowych są z reguły produktywniejsze, większe, bardziej innowacyjne, generują lepsze miejsca pracy oferując przeciętnie rzecz biorąc wyższe wynagrodzenia. Podniesienie przeciętnego poziomu innowacyjności i kreatywności uznajemy za klucz do konkurencyjności sektora MMŚP w Gdyni oraz regionie Kaszub Północnych oraz za kluczowy czynnik dalszego rozwoju lokalnej gospodarki.

Priorytet 1. Innowacyjność i kreatywność

Innowacyjność i kreatywność jako klucz do konkurencyjności sektora MMŚP w Gdyni oraz regionu Pomorza w nawiązaniu do Regionalnej Strategii Innowacji "Uwolnij ideę - Open your mind!"

Gdynia zrealizowała już ważne, ambitne przedsięwzięcia w skali Polski i Europy, które istotnie wpłyną na poprawę innowacyjności oraz kreatywności lokalnej gospodarki, w tym sektora MMŚP. Jednym z flagowych przedsięwzięć jest rozwój kompleksu Pomorskiego Parku Naukowo-Technologicznego wspierającego przede wszystkim projekty i podmioty o charakterze innowacyjnym oraz kreatywnym. Istotną misją Parku i miasta jest także tworzenie warunków dla efektywnej, owocnej współpracy podmiotów funkcjonujących na obszarze PPNT, w tym współpracy na polu know-how, B2B, sieciowania oraz partnerstw sektorowych czy rozwoju inicjatyw klastrowych. Kompleks Parku to także miejsce organizacji wielu otwartych prelekcji, wykładów, wystaw tematycznych i warsztatów, z których mogą skorzystać osoby i podmioty gospodarcze spoza firm działających na terenie PPNT. Kolejny ważny postulat realizacji priorytetu to budowanie postaw proprzedsiębiorczych, kreatywnych i proinnowacyjnych w środowisku młodych mieszkańców Gdyni, w tym studentów i absolwentów lokalnych uczelni.

Rekomendacje:

Wpływ na konkurencyjność sektora MMŚP	Atrakcyjność Gdyni jako miejsca inwestowania i zakładania działalności
<p>Innowacyjność i kreatywność, stanowi bezsprzecznie jedną z recept na potencjalne kryzysy, załamania w sektorach tradycyjnych. Jak wykazują badania większą szansę na przetrwanie w trudnych okresach gospodarczych, mają firmy które stawiają na innowacyjność i kreatywność, w tym nie tylko w sferze produktów, ale także organizacji i zarządzania. Priorytet powinien być realizowany przez szereg działań związanych m.in. z poprawą dostępu firm lokalnych do usług doradczych, najnowszej wiedzy/know-how, efektywniejszym systemem komunikacji, a także przemyślaną polityką kształtowania wysokiej jakości kadr - kapitału ludzkiego. Istotne jest zerwanie z przekonaniem, że innowacyjność kończy się na produkcji. Nawet produkt lub usługa skrajnie tradycyjne, mogą powstawać w przedsiębiorstwie innowacyjnym.</p>	<p>Tworzenie wysokiej jakości środowiska otoczenia biznesowego, sprzyjającego rozwojowi postaw proinnowacyjnych oraz pobudzającego kreatywność firm, to także warunek przyciągania do miasta nowych, atrakcyjnych projektów oraz inwestycji zewnętrznych z sektorów high-tech. Wizerunek miasta, które sprzyja innowacyjności sektora MMŚP, to także dodatkowy, pozytywny sygnał dla dużych podmiotów zagranicznych, w tym z sektora BPO oraz R&D, mogący wpłynąć na podjęcie kluczowych decyzji o lokalizacji tutaj swoich oddziałów czy centrów rozwoju.</p>

Proponowane kierunki - programy strategiczne, które będą realizowały niniejszy priorytet:

- Program wsparcia branż kluczowych dla konkurencyjności gospodarki oraz branż najbardziej perspektywicznych;
- Efektywna komunikacja i informacja gospodarcza;
- Ułatwianie dostępu do wiedzy oraz usług doradczych;
- Progospodarcze programy edukacji młodzieży.

Postawmy na kreatywność oraz innowacyjność sektora MŚP, "Gdynia miastem nowych idei"

► Wzmocnijmy kapitał ludzki, niech stanie się głównym atutem i wyróżnikiem Gdyni

Doceniemy lokalny potencjał biznesu i jego gdyńskie tradycje, zakorzenione od lat

Stwórzmy warunki dla nowych inwestycji i biznesów, wzmacniających obecny potencjał

Współczesna gospodarka to gospodarka postindustrialna – gospodarka zdominowana przez sektor usług, a nie produkcji. Gospodarka ta staje się jednocześnie gospodarką cyfrową i sieciową, opartą o generowanie i przetwarzanie informacji. Zmienia się jednocześnie charakter usług – w przypadku państw o wyższym poziomie rozwoju są to co raz częściej usługi intelektualne, a nie materialne; usługi intensywnie wykorzystujące wiedzę (knowledge-intensive services).

W tym kontekście dalszy rozwój społeczności lokalnych w coraz większym stopniu zależy od zdolności do generowania, przyciągania, mobilizowania i efektywnego pomnażania zasobów, takich jak kapitał ludzki, kapitał wiedzy oraz kapitał społeczny (wzajemne zaufanie, tożsamość regionalna). Człowiek jest najcenniejszym zasobem firmy, a w swojej masie gospodarki. Na jednostkową wartość kapitału ludzkiego składają się zasoby fachowej wiedzy, umiejętności, zgromadzonego doświadczenia, zdrowia i energii życiowej danej osoby. Wartość tego kapitału można zwiększyć poprzez świadome inwestycje prywatne oraz publiczne w rozwój człowieka. Istotną składową kapitału ludzkiego jest również potencjał kreatywny. W grupie porównywalnych miast Gdynia dysponuje znacznymi zasobami kapitału ludzkiego. Wzmocnienie pozycji miasta wymaga jednak dalszego jego rozwoju.

Zwiększenie zasobów kapitału ludzkiego miasta wymaga m.in. poprawy efektywności systemu edukacji od przedszkola po studia wyższe. Szczególnie istotne znaczenie w tym kontekście będzie miało odbudowanie i ukierunkowanie szkolnictwa zawodowego, nastawione na perspektywiczne potrzeby lokalnego rynku pracy oraz rozwój szkolnictwa wyższego. Niezbędnym wydaje się rozwijanie edukacji dla kreatywności i przedsiębiorczości, edukacji kulturowej oraz edukacji obywatelskiej. Programy edukacyjne powinny jednocześnie umiejętnie budować identyfikację i tożsamość regionalną przyczyniając się do rozwoju zasobów kapitału społecznego. Współcześnie konkurencyjność w dużym stopniu jest funkcją zdolności do szybkiego wprowadzania zmian zarówno tych inkrementalnych, jak i radykalnych – bazuje więc na innowacyjności i zdolności adaptacyjnej. Kluczem do innowacyjności jest tym samym wzmocnienie potencjału kreatywnego społeczeństwa – myślenia w niestandardowy sposób, świadomości konieczności zmian i zdolności do ich wdrożenia. Niebagatelną rolę w tym kontekście pełni kreatywność oparta na kulturze. Kreatywność rozwija się poprzez rozbudzenie, a następnie zaspokajanie kulturowych potrzeb społeczności. Rozwój przemysłu kultury w mieście jest tym samym nie tylko pomysłem na specjalizację jej gospodarki, lecz również - a może przede wszystkim - świadomym działaniem zmierzającym do podniesienia potencjału konkurencyjnego miasta i metropolii.

Priorytet 2. Kapitał ludzki atutem miasta i metropolii

wysokie kompetencje, konkurencyjny potencjał na tle Polski i UE, mobilność i elastyczność kadr, system przygotowania rekrutacji, współpraca z Partnerami metropolitalnymi, krajowymi i międzynarodowymi

Konkurencyjność wysoko rozwiniętych, nowoczesnych gospodarek w istotnym stopniu zależy od potencjału oraz jakości kapitału ludzkiego. Sektory takie jak ICT, przemysł wiedzy, przemysły kreatywne, przemysł zdrowia, czy BPO, swoją konkurencyjność przede wszystkim opierają na wysoko kwalifikowanych kadrach, w tym przygotowanych do wymogów zmieniającej się dynamicznie sytuacji na rynku pracy. W przypadku Gdyni, podobnie jak Trójmiasta i metropolii, kapitał ludzki jest jednym z najważniejszych czynników determinujących konkurencyjność, jak i kluczowym elementem atrakcyjności inwestycyjnej przyciągającym inwestorów, w tym kapitału zagranicznego.

Założeniem niniejszego priorytetu jest także przygotowanie gdyńskich kadr - kapitału ludzkiego, do nowych wyzwań rynku pracy, w tym potrzeb mobilności, elastyczności, gotowości do ciągłego podnoszenia kwalifikacji zawodowych, a także przedsiębiorczości. Istotnym elementem programu będzie stworzenie odpowiednich mechanizmów skierowanych dla młodych kadr, pozwalających na zdobywanie zróżnicowanych doświadczeń zawodowych jeszcze na etapie nauki w szkołach średnich i wyższych. Kolejny aspekt związany z lokalnym rynkiem pracy to przygotowanie zawodowe nowych pracowników, w tym absolwentów szkół zawodowych czy technicznych dostosowanych do perspektywicznych potrzeb tego rynku i takie kreowanie bazy edukacyjnej, by jej oferta odzwierciedlała zapotrzebowanie pracodawców. Tradycyjne zawody kojarzone z gospodarką morską takie jak ślusarz, spawacz, operator maszyn, monter, cieśla nadal należą do najczęściej poszukiwanych na trójmiejskim rynku pracy, wpływając na konkurencyjność firm branży stoczniowej czy offshore.

Rekomendacje:

Wpływ na konkurencyjność sektora MMŚP	Atrakcyjność oferty inwestycyjnej miasta
Rozwinięty system doskonalenia kadr (w tym stymulujący ich mobilność i elastyczność), a także edukacji zawodowej poprzez m.in. zdobywanie pierwszych cennych doświadczeń już na poziomie młodzieży szkolnej. Zwrócenie w edukacji zawodowej uwagi na takie czynniki jak innowacyjność i kreatywność biznesu, a także elastyczność i mobilność zawodową.	W kluczowych dla rozwoju gospodarki lokalnej sektorach np. BPO, B+R, przemyśle zdrowia czy branży HoReCa, potencjalny inwestor zwraca szczególną uwagę na potencjał i jakość kapitału ludzkiego. Atrakcyjność rozwoju własnego biznesu, dzięki możliwości współpracy z innymi lokalnymi firmami, w tym budowania partnerstw, sieciowania, wsparcia kadrowego.

Proponowane kierunki - programy strategiczne, które będą realizowały niniejszy priorytet:

- ➔ Wzrost potencjału kapitału ludzkiego – „Kapitał ludzki atutem Gdyni i obszaru metropolitalnego NORDA”;
- ➔ Ułatwianie dostępu do wiedzy oraz usług doradczych;
- ➔ Progospodarcze programy edukacji młodzieży.

Priorytet 3. Silna marka lokalnego biznesu oraz zintegrowanych obszarów funkcjonalnych

efektywny rozwój konkurencyjnych mikroprzedsiębiorstw, przyjazne i atrakcyjne środowisko promocji lokalnych biznesów, w tym wybranych specjalności sektora MMŚP dzięki synergii współpracy w ramach powstających obszarów funkcjonalnych na terenie Kaszub Północnych.

Gdynia od wielu lat kojarzy się mieszkańcom regionu oraz Polski z wysoką jakością biznesu oraz aktywnością gospodarczą mieszkańców miasta. Uznawana jest za jedno z najbardziej przedsiębiorczych miast Polski. Taki stan rzeczy wynikał zarówno z uwarunkowań strategicznych i inwestycyjnych (budowa portu morskiego w Gdyni była największą w historii Polski inwestycją publiczną), zainteresowania miastem kapitału prywatnego (miasto przyciągało z całej Polski wielu przedsiębiorców i ambitnych inwestorów), a także tradycyjnie silnych kontaktów międzynarodowych. Marka gdyńskiego biznesu to nie tylko duże, morskie przedsiębiorstwa oraz tradycyjne na Wybrzeżu gałęzie gospodarki. W mieście narodziło się wiele pionierskich koncepcji i projektów biznesowych. Jak wynika z opinii gdyńskich przedsiębiorców, istotnym elementem wsparcia sektora MMŚP powinna być spójna i konsekwentna polityka wewnętrznej promocji - komunikacji marketingowej, nastawiona na budowanie silnej tożsamości gospodarczej miasta - wyróżniającej się marki lokalnego biznesu. Dla powodzenia tego priorytetu należy zwrócić uwagę na "gdyńskie specjalizacje", związane m.in. z przemysłem stoczniowym, zdrowia, wiedzy, ICT, TSL, multimediami, przetwórstwem spożywczym. Nie można zapomnieć także o mikrobiznesie, w tym usługach, handlu, drobnej konfekcji, który prowadzonym w sposób rzetelny i godny marki miasta, nierzadko od kilku pokoleń, wrósł silnie w tożsamość Gdyni, stanowiąc o gospodarczych tradycjach i przywiązaniu do jakości.

Rekomendacje:

Wpływ na konkurencyjność sektora MMŚP	Atrakcyjność Gdyni jako rynku producentów oraz konsumentów, a także Partnerów biznesowych, kooperantów
<p>Promocja wewnętrzna, a także zewnętrzna gdyńskiego biznesu wpłynie bezpośrednio na zwiększenie zainteresowania produktami i usługami, które oferują lokalny firmy sektora MMŚP.</p> <p>Przedsiębiorcy w wielu branżach i sektorach, mogą wykorzystywać potencjał marki lokalnej - wizerunku Gdyni, do wzmocnienia atrakcyjności oferowanych produktów i usług (np. w broszurach promocyjnych, e-marketingu, w reklamie TV, akcjach PR).</p>	<p>Rozwinięty i dobrze prosperujący gdyński biznes będzie skutecznie przyciągał firmy z sektorów usług profesjonalnych, w tym sektora finansów, ubezpieczeń, przemysłu spotkań, usług promocyjnych.</p> <p>Silna marka lokalnego biznesu może także zadziałać jak tzw. <i>efekt źródła</i>, przyciągając do miasta przedsiębiorców z kraju i zagranicy, preferujących prowadzenie działalności w rozwiniętym, konkurencyjnym środowisku biznesowym.</p>

Proponowane kierunki - programy strategiczne, które będą realizowały niniejszy priorytet:

- ➔ Wspieranie promocji lokalnego biznesu;
- ➔ Efektywna komunikacja i informacja gospodarcza;
- ➔ Pobudzanie przedsiębiorczości na obszarze Gdyni.

Priorytet 4. Akceleratory i determinanty rozwoju

inkubatory przedsiębiorczości, start-up Gdynia, Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia, Nadmorski Obszar Usługowy NORDA, Obszar Funkcjonalny Dolina Logistyczna, think tank-i, park przemysłowy, program wspierający sektory wzrostu, silny lokalny produkt przemysłu spotkań

"Gdynia stawia na rozwój" poprzez wspieranie rozwoju nowych, ambitnych biznesów, szczególnie bazujących na koncepcjach proekspozycyjnych, wspierających jakość życia mieszkańców lub konkurencyjność lokalnej gospodarki. Akceleratory rozwoju sektora MMŚP, będą głównie dedykowane firmom wytwarzającym lub wdrażającym innowacje (także w sferze usług), upowszechniającym nowoczesne rozwiązania i technologie, w tym know-how wpływający na integrowanie, sieciowanie lokalnej gospodarki oraz jej kreatywność. Jednym z flagowych przedsięwzięć w tym obszarze jest dalszy rozwój Pomorskiego Parku Naukowo-Technologicznego, pozwalający na wsparcie setek podmiotów i projektów wysokich technologii, sektorów kreatywnych czy przemysłu wiedzy. Ważnym elementem priorytetu jest generowanie nowych rozwiązań w zakresie wspierania sektora MMŚP, w tym dostępu do think tank-ów, rozwój gdyńskiego przemysłu spotkań, tworzenie warunków dla rozwoju partnerstw strategicznych biznesowych, sieciowania oraz inkubowania obiecujących start up-ów, m.in. tworzonych i rozwijanych przez absolwentów z Gdyni oraz regionu Morza Bałtyckiego. Priorytet zakłada opracowanie szczegółowej koncepcji oraz wdrożenie idei Parku Przemysłowego, dedykowanego głównie dla średniej wielkości firm proekspozycyjnych, dyskontujących atrakcyjną lokalizację Portu Lotniczego Gdynia-Kosakowo oraz bliskość portu morskiego w Gdyni (w tym jako element programu Doliny Logistycznej).

Rekomendacje:

Wpływ na konkurencyjność sektora MMŚP	Atrakcyjność oferty inwestycyjnej miasta
Akceleratory wzrostu kreatywnego i innowacyjnego biznesu istotnie wpłyną na konkurencyjność całego sektora MMŚP w Gdyni oraz regionie Pomorza. Z reguły niewielka grupa przedsiębiorstw napędza, stymuluje procesy unowocześniania i transformacji całego sektora.	Nowoczesna gospodarka będzie coraz silniej oparta na high-tech, wykorzystywaniu najnowszych technologii, know-how, współpracy z przemysłem wiedzy. Stąd istotnym zadaniem miasta będzie tworzenie jak najlepszych warunków dla przyciągania do Gdyni małych i średnich biznesów opartych na innowacjach, koncepcji proekspozycyjnej działalności, których funkcjonowanie wzmocni potencjał oraz konkurencyjność kluczowych lokalnych sektorów gospodarki.

Proponowane kierunki - programy strategiczne, które będą realizowały niniejszy priorytet:

- ➔ Zintegrowana obsługa inwestorów, pozyskiwanie inwestorów kluczowych;
- ➔ Pobudzanie przedsiębiorczości na obszarze Gdyni;
- ➔ Efektywna komunikacja i informacja gospodarcza.

Cel główny strategiczny oraz rekomendowane polityki wspierania przedsiębiorczości:

Cel główny - podnoszenie konkurencyjności gospodarki w Gdyni

W dążeniu do osiągnięcia celu wdrażać należy działania oparte na:

- zaawansowanej wiedzy i wdrażaniu inteligentnych strategii (smart strategy = smart business) kreujących zdolności proeksportowe oraz wspierających innowacyjność i kreatywność w sektorze MMŚP;
- budowaniu przewag konkurencyjnych wynikających z nadmorskiej specyfiki Gdyni oraz planowego rozwoju przestrzennego;
- efektywnym wykorzystaniu zaprojektowanego systemu wsparcia przez zakładanych beneficjentów;
- adekwatności do potrzeb lokalnego biznesu oraz sektorów o największym potencjale rozwoju;
- integrowaniu systemu wsparcia - uzyskaniu efektu synergii i sprzężenia zwrotnego;
- rozwijaniu zdolności dostosowawczych lokalnego biznesu do zmieniającej się sytuacji rynkowej.

➔ **Strategiczne cele szczegółowe wraz z rozwinięciem**

Nazwa celu	Rozwinięcie i uzasadnienie
<p>Cel 1 Identyfikacja i usuwanie barier związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej na obszarze Gdyni.</p>	<p>Kontynuacja procesów, działań związanych z podstawową potrzebą determinującą opracowanie i wdrożenie Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości.</p>
<p>Cel 2 Wdrożenie i rozwój efektywnego systemu informacji oraz doradztwa gospodarczego w lokalnym sektorze MMŚP.</p>	<p>Cel, który może zostać zrealizowany poprzez programowy, kompleksowy system działań uwzględniających specyfikę różnych firm i sektorów gospodarczych. Realizacja celu powinna być określona na podstawie cyklicznych badań lokalnego sektora MMŚP.</p>
<p>Cel 3 Efektywność ukierunkowanej sektorowo promocji gospodarczej miasta.</p>	<p>Aktywność Urzędu Miasta oraz wyspecjalizowanych jednostek miejskich w zakresie działań marketingowych uwzględniających komunikację wewnętrzną, w tym promocję lokalną gdyńskiego biznesu oraz potrzebę zbudowania atrakcyjnego, nowoczesnego wizerunku lokalnego biznesu, w tym najbardziej perspektywicznych i konkurencyjnych sektorów gospodarczych w Gdyni (m.in. gospodarka morska, TSL, BPO, ICT, usługi finansowe, przemysły kreatywne, przemysły wiedzy, czasu wolnego, sektor zdrowia i usług medycznych).</p>
<p>Cel 4 Wzmocnienie konkurencyjności i efektywności funkcjonowania gdyńskiego sektora MMŚP.</p>	<p>Miasto może pośrednio wpływać na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstw sektora MMŚP realizując szereg programów związanych np. z doradztwem, doskonaleniem zawodowym, marketingiem wydarzeń czy wspieraniem dostępu do know-how. Dążenie - działania o charakterze horyzontalnym sektora MMŚP.</p>
<p>Cel 5 "Jakość w ludziach - młodzi na start" – efektywne, systemowe podniesienie jakości kapitału ludzkiego, w tym przygotowania zawodowego absolwentów.</p>	<p>Jakość przygotowania zawodowego młodych gdyńskich absolwentów, w tym ze względu na specyfikę lokalnego biznesu oraz rynku pracy, w dużej mierze decyduje o przyszłych szansach na atrakcyjne, motywujące, spełniające aspiracje zatrudnienie. Z drugiej strony, jakość lokalnego kapitału ludzkiego wpływa na zintegrowaną konkurencyjność lokalnej gospodarki, a także potencjał rozwoju branż uznawanych za kluczowe oraz najbardziej perspektywiczne. Ten obszar działań będzie dotyczył wszystkich grup wiekowych, ze specjalnym wyróżnieniem działań do osób młodych (absolwentów) oraz 50+.</p>
<p>Cel 6 Wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta.</p>	<p>Pozyskiwanie nowych - kluczowych inwestorów, w tym ich zakorzenienie w mieście, przyczynia się do poprawy sytuacji gospodarczej lokalnego sektora MMŚP, w tym poprzez działania związane z inwestycjami infrastrukturalnymi oraz wzrost konsumpcji w obszarze lokalnej oferty usług i handlu. W tym obszarze należy brać pod uwagę szczególnie inwestycje proeksportowe oraz wzmacniające konkurencyjność sektorów - uznawanych za "gdyńskie specjalizacje" (m.in. gospodarka morska, ICT, BPO, przemysły wiedzy, kreatywne, medyczne)</p>
<p>Cel 7 Wzrost kreatywności oraz innowacyjności w grupie firm sektora MMŚP.</p>	<p>W ramach celu zaprogramowanie wiązki działań wspierających kreatywność oraz innowacyjność lokalnego biznesu, w tym sektora MMŚP. Ten cel ma charakter typowo horyzontalnego oddziaływania na gospodarkę sektora MMŚP, choć szczególnie pod uwagę powinny być brane sektory i branże uznawane za "gdyńskie" specjalności oraz o największych perspektywach wzrostu (m.in. gospodarka morska, ICT, BPO, usługi finansowe, przemysły wiedzy, przemysły kreatywne, przemysł zdrowia, przemysł czasu wolnego, przemysł spotkań)</p>

Nazwa celu	Rozwinięcie i uzasadnienie
<p>Cel 8 Utrzymanie pozycji lidera przedsiębiorczości w grupie miast 200-300 tys. mieszkańców.</p>	<p>Wysoka lokalna przedsiębiorczość może stanowić panaceum na dekoniekturę w okresach globalnych kryzysów gospodarczych, w tym szczególnie odczuwalnych na lokalnych rynkach pracy. Koncentracja działań aktywizacji lokalnej przedsiębiorczości - powinna następować szczególnie w sektorach uznawanych za "gdyńskie" specjalności, zarówno tradycyjne (TSL, gospodarka morską, finanse), jak i perspektywiczne - wynikające z analiz, w tym BPO (outsourcing, ICT, przemysły kreatywne, przemysły wiedzy, zdrowia, czasu wolnego).</p>
<p>Cel 9 Poprawa jakości oraz stopnia zintegrowania systemu wspierania przedsiębiorczości w Gdyni.</p>	<p>Doskonalenie już istniejących narzędzi oraz wdrażanie nowych, bardziej efektywnych systemów, procesów i narzędzi wpływających na jakość oraz integrację gdyńskiego systemu wspierania przedsiębiorczości. Takim przykładem może być projekt Gdyńskiego Inkubatora Przedsiębiorczości przy Fundacji Gospodarczej, a także rozwój oferty i zaplecza Pomorskiego Parku Naukowo - Technologicznego dzięki rozbudowie.</p>
<p>Cel 10 Skuteczna komunikacja oraz informacja o potencjalnych korzyściach strategicznych projektów gospodarczych miasta i regionu, w tym Dolina Logistyczna.</p>	
<p>Cel 11 Poprawa warunków współdziałania oraz współpracy lokalnego sektora MMŚP z otoczeniem biznesowym z obszaru Pomorza/Południowego Bałtyku.</p>	

Adresatami wsparcia oferowanego przez program są:

- funkcjonujący przedsiębiorcy;
- potencjalni przedsiębiorcy (wsparcie postaw przedsiębiorczych);
- potencjalni i dotychczasowi inwestorzy.

Proponowane główne kierunki strategiczne działań:

- 1) Efektywna komunikacja i informacja gospodarcza.
- 2) Wspieranie promocji lokalnego biznesu.
- 3) Wzrost potencjału kapitału ludzkiego – „Kapitał ludzki atutem Gdyni i obszaru metropolitalnego NORDA” (program autorski wsparcia procesów doskonalenia kadr).
- 4) Ułatwianie dostępu do wiedzy oraz usług doradczych.
- 5) Progospodarcze programy edukacji młodzieży.
- 6) Zintegrowana obsługa inwestorów, pozyskiwanie inwestorów kluczowych.
- 7) Pobudzanie przedsiębiorczości na obszarze Gdyni.
- 8) Integrowanie kluczowych dla sektora MMŚP projektów Doliny Logistycznej.
- 9) Tworzenie warunków do współpracy firm z sektora MMŚP na obszarze metropolitalnym NORDA.

Programy - kierunki uzupełniające:

- 1) Program wsparcia ukierunkowany na kluczowe i najbardziej perspektywiczne obszary lokalnej gospodarki (high-tech, przemysł kreatywny, sektor TSL, działalność proeksportowa, HoReCa).
- 2) Rozwój silnej marki przemysłu spotkań w kooperacji z miastami metropolii trójmiejskiej.
- 3) Prowadzenie monitoringu tendencji gospodarczych.
- 4) Pozyskiwanie firm z sektora dużych przedsiębiorstwa jako tzw. super stars, zapewniających silny wzrost gospodarczy.

Działania pośrednie, istotnie wpływające na realizację kierunków strategicznych:

- ❖ Zwiększenie atrakcyjności turystycznej miasta - dla turystów krajowych i zagranicznych.
- ❖ Przestrzeń miejska - zwiększanie atrakcyjności przestrzeni miejskiej oraz poprawa jej funkcjonalności z uwzględnieniem potrzeb przedstawicieli sektora MMŚP.
- ❖ Przyciąganie sektora zaawansowanych technologii do miasta oraz przemysłów kreatywnych.
- ❖ Kontynuacja aktywnej polityki zarządzania posiadanymi gruntami.

Efektywna komunikacja i informacja

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Wąskim gardłem w procesie wspierania sektora MMŚP na obszarze Gdyni oraz obszaru metropolitalnego NORDA, jest efektywny system wewnętrznej komunikacji marketingowej. Dostęp do ważnych i aktualnych informacji, związanych z szeroko pojętym systemem wsparcia sektora stanowi krytyczny czynnik powodzenia proponowanego programu. Efekt szumu informacyjnego, a także brak wdrożonego systemu zintegrowanej komunikacji profesjonalnej - biznesowej, opartego na kanałach komunikacji bezpośredniej, w tym osobistej, powoduje, że o wielu działaniach, realizowanych w ramach programu wspierania przedsiębiorczości, dowiaduje się zaledwie nieliczna grupa przedsiębiorców.

Założeniem niniejszego kierunku działań jest zbudowanie uniwersalnego (w obszarze MMŚP) i skutecznego systemu komunikacji i informacji dostosowanego do potrzeb i preferencji sektora MMŚP. System biznesowej komunikacji marketingowej Gdyni i obszaru metropolitalnego NORDA, powinien być opracowany i wdrażany jako wielopłaszczyznowa platforma, integrująca zarówno analogowe, jak i cyfrowe kanały komunikacji i informacji.

Główni beneficjanci działań:

- ➔ Przedsiębiorcy gdyńscy sektora MMŚP
- ➔ Przedsiębiorcy obszaru metropolitalnego NORDA
- ➔ Przyszli przedsiębiorcy

Uzasadnienie:	Obszar wdrażania:	Rekomendowane działania w ramach kierunku strategicznego:
<ul style="list-style-type: none"> • Wskazania przedsiębiorców - badania ilościowe i jakościowe. • Ogromna luka informacyjna w obszarze pomiędzy generowanymi działaniami, propozycjami wsparcia, a wiedzą i świadomością przedsiębiorców o istniejących możliwościach. • Dążenie do wzrostu liczby firm korzystającej z instrumentów GCWP. 	<ul style="list-style-type: none"> • Miejskie formalne kanały informacji. • Bezpośrednio - jednostki gospodarcze w mieście oraz obszarze metropolitalnym. • Instytucje i podmioty partnerskie zarządzające i operujące na rynku informacji biznesowej (m.in. GCWP, PUP w Gdyni, Fundacja Gospodarcza, Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia, Forum Kultury, Gdynia InfoBox). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wdrożenie efektywnych narzędzi e-komunikacji oraz e-informacji dopasowanych do indywidualnych potrzeb przedsiębiorców. 2. Uruchomienie platformy informacji gospodarczej poprzez Gdynia InfoBox oraz potencjał PPNT. 3. Wdrożenie systemu informacji gospodarczej (marketing bezpośredni, osobisty). 4. Uruchomienie z wybranymi partnerami telewizyjnej i radiowej platformy informacji i promocji gospodarczej. 5. Biuletyn informacji gospodarczej - miesięczny dodatek do Ratusza lub jako niezależna, cykliczna publikacja. 6. Marketing wydarzeń, w tym aktywny marketing w obszarze małych, średnich oraz flagowych wydarzeń gospodarczych. 7. Spotkania Prezydenta Miasta (względnie członków Kolegium) z najważniejszymi przedsiębiorcami.

Promocja lokalnego biznesu

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Lokalny biznes, w tym mikro oraz małe przedsiębiorstwa Gdyni, w wielu przypadkach działa i funkcjonuje efektywniej, jeśli potrafi skutecznie dotrzeć do bezpośrednich odbiorców swoich usług i produktów. Istotną rynkową grupę dla sektora mikro i małych firm stanowią sami mieszkańcy Gdyni, a także mieszkańcy obszaru metropolii. Promocja lokalnego biznesu na obszarze Gdyni, może istotnie wspomóc ich konkurencyjność oraz zdolność do przetrwania w okresach dekonunktury. Co istotne, ten kierunek działań można zrealizować przy stosunkowo niewielkich nakładach środków, w tym bez potrzeby wdrażania kosztownych inwestycji, a przede wszystkim przy użyciu już dostępnych zasobów miasta.

Ważną korzyścią rekomendowanego kierunku jest także wzrost świadomości społecznej o potencjale lokalnego biznesu - jego osiągnięciach oraz konkurencyjności. Świadomość tego *co wytwarzają?* - *w czym specjalizują się lokalne firmy*, wpływa także na budowanie silnej tożsamości lokalnej oraz więzi społecznych. Studia przypadków związane z udanymi, lokalnymi biznesami, a szczególnie tymi, które udanie konkurują z usługami i markami globalnymi, wpływa pozytywnie na aktywizację przedsiębiorczości lokalnej. Wpływ ten ma charakter bezpośredniego wpływu ekonomicznego, a zatem jest wyjątkowo pożądany.

Główni beneficjanci działań:

- ➔ Przedsiębiorcy prowadzący działalność skoncentrowaną na rynku lokalnym i regionalnym
- ➔ Podmioty ukierunkowane na kreatywność i innowacyjność
- ➔ Sektory - tradycyjnych gdyńskich specjalizacji np. TSL, usługi finansowe, usługi stoczniowe, handel, przemysł spożywczy
- ➔ Podmioty ukierunkowane proeksportowo

Uzasadnienie:	Obszar wdrażania:	Rekomendowane działania w ramach kierunku strategicznego:
<ul style="list-style-type: none"> • Silna potrzeba lokalnego biznesu - wskazana m.in. w badaniach jakościowych (IDI). • Możliwość wykorzystania już istniejących narzędzi promocji - zarządzanych przez miasto i podmioty miejskie. • Uzyskanie efektu synergii w obszarze potrzeb mieszkańców oraz lokalnego biznesu. 	<ul style="list-style-type: none"> • GCWP • Gdynia InfoBox • Urząd Miasta Gdyni • przestrzeń miejska • media miejskie oraz partnerskie • wydarzenia biznesowe • Inkubatory Przedsiębiorczości 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budowa oraz promocja portalu gospodarczego miasta - zawierającego katalog gdyńskiego biznesu, prezentacje sektorowe, opisy dobrych praktyk, materiały do pobrania. 2. Katalog gdyńskich produktów i usług - via miejskie dotykowe ekrany LCD. 3. Cykliczna aktualizacja oraz dystrybucja "Memorandum Gdyni". 4. Organizacja fame i press tripów dla dziennikarzy gospodarczych z ukierunkowaniem na specjalizacje sektorowe i branżowe. 5. Cykliczne spotkania i prezentacje biznesowe w Gdynia InfoBox. 6. Produkcja serii filmów o liderach gdyńskiego biznesu sektora MMŚP. 7. Wzmocnienie marki oraz rozwój formuły "Gdyński Biznesplan".

Podnoszenie jakości kapitału ludzkiego

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Inwestycje w kapitał ludzki coraz częściej decydują o konkurencyjności lokalnej gospodarki, w tym także sektora MMŚP Gdyni. Istotnymi cechami docelowego programu doskonalenia kadr, powinna być jego otwartość, dostępność i elastyczność, a także integracja z dynamicznymi potrzebami lokalnego biznesu oraz możliwościami, jakie stwarzają już istniejące jednostki miejskie oraz obszar tzw. III filaru gospodarki (NGO-sy). Docelowy program powinien uwzględniać m.in. potrzeby związane z rozwojem narzędzi typu e-learning, coaching, a także wspieranie inicjatyw zwiększających kreatywność oraz innowacyjność w zarządzaniu i prowadzeniu biznesu. Ważnym czynnikiem, który uwzględni docelowy program, powinna być także integracja lokalna biznesu - w tym możliwość tworzenia strefowych, markowych obszarów biznesowych, a także inicjatyw horyzontalnych z partnerami z regionu Pomorza oraz obszarów transgranicznych np. Południowego Bałtyku. Podstawowym założeniem niniejszego kierunku jest stworzenie zintegrowanego, kompleksowego programu monitorowania potrzeb rynku pracy oraz systemu szkoleń, zdobywania doświadczeń, wspierania procesów doskonalenia zawodowego kadr, szczególnie z uwzględnieniem sektorów o największym potencjale wzrostu oraz uznanych za kluczowe specjalizacje Gdyni (np. gospodarka morska, TSL, BPO). Za istotny postulat programu, należy przyjąć, aby wiedza, umiejętności i praktyczne kompetencje zawodowe przyszłych i obecnych gdyńskich kadr zawodowych, były systematycznie rozwijane zarówno w okresie wstępnego przygotowania zawodowego, jak i po podjęciu pracy. Program wsparcia jakości kapitału ludzkiego powinien uwzględniać edukację kreatywności w biznesie, postaw proinnowacyjnych oraz specyficzne potrzeby lokalnych pracodawców, systematycznie diagnozowane i monitorowane przez miasto, PUP oraz kluczowych partnerów.

Główni beneficjanci działań:

- ➔ studenci oraz absolwenci szkół wyższych
- ➔ trwale bezrobotni, w tym 50+
- ➔ menagerowie, młodzi przedsiębiorcy
- ➔ pracownicy sektorów uznanych za kluczowe

Uzasadnienie:

- Wskazania analizy badań ilościowych (CATI) i jakościowych (IDI) sektora MMŚP.
- Potrzeba ciągłych procesów doskonalenia kadr w wielu kluczowych obszarach gospodarki miasta.
- Integrowanie lokalnej oferty szkoleń/procesów doskonalenia zawodowego w wybranych, kluczowych obszarach wzrostu sektora MMŚP.
- Kapitał ludzki to kluczowy czynnik konkurencyjności regionu Pomorza oraz

Obszar wdrażania:

- Lokalny sektor MMŚP oraz obszar NORDA
- GCWP
- PUP w Gdyni
- Uczelnie wyższe oraz szkoły średnie
- Pomorskie Miasteczko Zawodów oraz Gdyński Inkubator Przedsiębiorczości
- PPNT
- NGO-sy, III filar gospodarki
- Lokalne izby gospodarcze

Rekomendowane działania

1. Program dedykowanych szkoleń sektorowych oraz wdrażania strategii kreatywności i innowacyjności.
2. Uwzględnienie w programach edukacyjnych szczególnej roli i zapotrzebowania na szkoły zawodowe i technika oraz konstruowanie autorskich programów tych szkół dostosowanych do potrzeb pracodawców.
3. Wdrażanie programów praktyk zawodowych.
4. CERTYFIKAT Gdynia Biznes + - pakiet szkoleń, treningów zawodowych, zaprojektowanych dla studentów i absolwentów.
5. Wdrożenie lokalnego programu promocji transgranicznej mobilności na rynku pracy we współpracy z PUP.
6. BAZY POZYTYWNYCH REKOMENDACJI - ofert szkoleń zawodowych,

<p>metropolii trójmiejskiej (wg opinii inwestorów, ARP, niezależnych analiz).</p> <ul style="list-style-type: none"> Rekomendacje wynikające z obserwacji PUP w Gdyni. 	<ul style="list-style-type: none"> Projekty regionalne i ogólnopolskie podnoszące jakość kadr Międzynarodowi i krajowi partnerzy Programu Promocji Zatrudnienia, w tym mobilności kadr na obszarze Bałtyku Południowego 	<p>biznesowych, wyróżniających się wysoką jakością, innowacyjnością - opracowanie i promocja.</p> <ol style="list-style-type: none"> Wdrożenie i rozwój systemów - platform e-learning, e-coaching - (np. TED'x). Kontynuacja, rozwój oraz promocja cyklicznego wydarzenia - projektu proedukacyjnego kierowanego do młodzieży Gdynia Business Week YES! - HR DAYS Gdynia - organizacja wydarzenia otwierającego młodym szanse na zdobycie atrakcyjnego zatrudnienia. Monitorowanie potrzeb rynku pracy oraz lokalnych pracodawców - współpraca z PUP w Gdyni. Ułatwianie dostępu do wiedzy eksperckiej oraz usług doradczych. Progospodarcze programy edukacji młodzieży. Program zwiększania konkurencyjności kadr, w tym szans na zdobycie pracy oraz samozatrudnienie osób w grupie zawodowej 50+
---	---	--

Ułatwianie dostępu do wiedzy eksperckiej oraz usług doradczych

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Brak wiedzy i specjalistycznych informacji, bądź kosztowny do nich dostęp, jak również brak kluczowych umiejętności, są istotną barierą rozwoju wielu firm sektora MMŚP. W tym kontekście zakłada się stworzenie dostępu dla lokalnych przedsiębiorców, w tym z sektora MMŚP, do nowych trendów i analiz sektorowych, rynkowych. Szczególnie mikro i małe przedsiębiorstwa, w tym ich liderzy, mają utrudniony dostęp do najnowszej wiedzy, informacji, istotnej dla podniesienia konkurencyjności prowadzonej działalności oraz strategicznego planowania rozwoju firmy. Dostęp do rzetelnej i aktualnej informacji ułatwia podejmowanie właściwych decyzji inwestycyjnych. Pozwala na efektywniejsze planowanie strategicznych działań, a także zapobieganie czy przeciwdziałanie przyszłym zagrożeniom. Część oferowanych usług może być odpłatna, jednak dzięki swojej masowości oraz podziału kosztu na wiele podmiotów, dostęp do nich i tak będzie znacznie tańszy, niż w przypadku jednostkowego zakupu. Kierunek ma charakter horyzontalnego systemu wsparcia sektora MMŚP, choć koncentracja działań nastąpi w obszarach gospodarki uznanych za kluczowe (m. in. BPO, TSL, ICT, przemysł kreatywny, przemysł wiedzy, przemysł spotkań, przemysł czasu wolnego, przemysł zdrowia, e-commerce, przedsiębiorstwa proekspozycyjne, lokalny smart biznes).

Główni beneficjanci działań:

- ➔ studenci oraz absolwenci szkół wyższych
- ➔ bezrobotni, w tym 50+
- ➔ menagerowie, młodzi przedsiębiorcy
- ➔ kadra firm sektorów uznanych za kluczowe

Uzasadnienie:	Obszar wdrażania:	Rekomendowane działania
<ul style="list-style-type: none"> • Rekomendacje - wskazania z przeprowadzonych badań jakościowych - potrzeba wszechstronnego doradztwa, dostępu do wiedzy praktycznej. • Synergia z kierunkiem działań "Dostęp do informacji". • Przeciwdziałanie wykluczeniom informacyjnym i technologicznym - w tym barierom dostępu małych i mikro przedsiębiorstw do istotnej dla ich konkurencyjności wiedzy (know-how) i informacji. • Zachęcanie przedsiębiorców do tworzenia przewagi konkurencyjnej w oparciu o szybsze dostosowywanie prowadzonej działalności do aktualnych trendów i technologii. 	<ul style="list-style-type: none"> • Głównie mikro i małe przedsiębiorstwa • Gdynia InfoBox • GCWP • Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia • Centrum Designu Gdynia • Lokalne izby gospodarcze • Uczelnie wyższe z obszaru Gdyni i Trójmiasta • przyszła Mediateka przy Forum Kultury w Gdyni • Urząd Miasta - e-czytelnia • Pomorskie Miasteczko Zawodów oraz Gdyński Inkubator Przedsiębiorczości przy Fundacji Gospodarczej 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tworzenie bibliotek, w tym e-dostępowych, prasy fachowej. 2. Organizacja zaawansowanych szkoleń, warsztatów oraz inspirujących spotkań, rozwój networkingu. Wsparcie lub dofinansowanie usług tego typu. 3. Wsparcie sieciowania podmiotów. 4. Wdrożenie i rozwój systemów - platform e-learning, e-coaching, e-conference - (np. TED'x). 5. Współpraca sieciowa z podmiotami lokalnymi oraz regionalnymi - liderami rozwiązań przemysłu wiedzy. 6. Rozwój systemu dostępu do profesjonalnych usług doradczych przy Gdyńskim Inkubatorze Przedsiębiorczości.

Promocja postaw przedsiębiorczych

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Przygotowanie wiązki działań programowych oraz narzędzi, które pozwolą na istotną poprawę w zakresie przygotowania młodego pokolenia Gdynian do funkcjonowania we współczesnych realiach gospodarczych, w tym pobudzania i rozwijania przedsiębiorczości (w nawiązaniu do założeń dokumentów Komisji Europejskiej - ogólne informacje już od poziomu szkół podstawowych) oraz do zmian postaw osób dojrzałych (50+). Istotny nacisk zostanie położony na programy aktywizujące kreatywność, innowacyjność, mobilność zawodową oraz umiejętności planowania i zarządzania projektem, a także przedsiębiorczość. W ramach tego kierunku działań zakłada się wykorzystanie opinii i obserwacji pracodawców z Gdyni, opartą na szczegółowej analizie kilkudziesięciu studiów przypadku (case study). Przygotowane w ramach tego kierunku propozycje działań będą zakładały potrzebę dynamicznego dostosowywania do zmieniających się realiów rynku pracy oraz procesów edukacji młodzieży. Zakłada się również kampanie społeczne skierowane do dorosłych. Celem działań jest pobudzanie ducha przedsiębiorczości.

Główni beneficjanci działań:

- ➔ studenci oraz absolwenci szkół wyższych
- ➔ bezrobotni, w tym 50+
- ➔ młodzież szkolna
- ➔ wysoko kwalifikowana kadra zawodowa, w tym reprezentanci wolnych zawodów

Uzasadnienie:	Obszar wdrażania:	Rekomendowane działania:
<ul style="list-style-type: none"> • Rekomendacje przedsiębiorców - badania IDI na obszarze Gdyni. • Kontynuacja kierunku działań (Program Wspierania Przedsiębiorczości). • Potrzeba przekazywania bieżących trendów gospodarczych oraz aktualnych potrzeb lokalnego rynku pracy. • Wzbudzanie kreatywności i aktywności gospodarczej wśród gdyńskiej młodzieży. • Istotna rola praktycznej edukacji - zwiększająca szanse na sukces zawodowy. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gdynia InfoBox • NGO-sy (wolontariat) • GCWP • Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia • Gdyński Inkubator Przedsiębiorczości przy Fundacji Gospodarczej • Pomorskie Miasteczko Zawodów • uczelnie wyższe • szkoły średnie, szkolne kluby zainteresowań • ZHR • PUP • Forum Metropolitalne NORDA 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wdrożenie autorskiego programu przedsiębiorczości i prawa w szkołach średnich – gdyńskiej wizytówki o walorach praktycznych i wizerunkowych. 2. Kampanie społeczne eksponujące pozytywy bycia przedsiębiorczym. 3. Materiały edukacyjne do pobrania z portali miejskich. 4. Konkursy oraz wydarzenia gdyńskie promujące przedsiębiorczość, w tym np. Gdyński Biznesplan, Startup Weekend. 5. Promocja oraz wspieranie działań promujących przedsiębiorczość, których organizatorami są podmioty spoza Gdyni np. PARP, ARP.

Zintegrowana obsługa inwestorów

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Niniejszy kierunek działań stanowi kontynuację procesów już zainicjowanych w Gdyni, w ramach Gdyńskiego Programu Wspierania Przedsiębiorczości (m.in. zbudowania platformy internetowej investgdynia.pl). W ramach przyszłych działań zakłada się doskonalenie oraz rozwój zintegrowanego systemu obsługi inwestorów. Działania uwzględnią zarówno rozwój platformy InvestGdynia, systemu konsultacji - obsługi bezpośredniej, jak i kreacje nowych narzędzi - uwzględniających m.in. opinie i postulaty dotychczasowych inwestorów oraz wnioski z przeprowadzonych analiz (m.in. badania jakościowe IDI, spotkania z partnerami). Zintegrowany system obsługi inwestorów w Gdyni zakłada wielopłaszczyznową, kompleksową integrację informacyjną wielu obszarów - kluczowych dla inwestorów z punktu widzenia prowadzenia procesów inwestycyjnych. Ponadto zakłada się wdrożenie zasady koncentracji - ukierunkowania pakietu wsparcia, obsługi inwestorów ze względu na kryteria inwestycji w najbardziej pożądane przez miasto, kluczowe sektory gospodarki oraz specjalizacje (w tym gospodarka morska, TSL, BPO, high-tech, przemysły kreatywne, przemysły wiedzy, działalność innowacyjna, działalności proeksportowe, przemysł spotkań, przemysły czasu wolnego, przemysł zdrowia). Zakłada się dążenie do wzrostu liczby zarejestrowanych w Gdyni firm – eksporterów. Niezbędna jest bezpośrednia obsługa inwestorów kluczowych, zarówno przed decyzją inwestycyjną, jak i już po jej podjęciu; zapewnienie przekonania, że opieka miasta nad inwestorami kluczowymi ma charakter stały i nie zanika z czasem.

Główni beneficjanci działań:

- firmy lokalne inwestujące na obszarze miasta
- nowi inwestorzy - spółki uruchamiające działalność w Gdyni
- potencjalni inwestorzy

Uzasadnienie:	Obszar wdrażania:	Rekomendowane działania:
<ul style="list-style-type: none"> • Wskazania wynikające z rekomendacji grupy dotychczasowych inwestorów (badania własne). • Kontynuacja procesów dostosowania systemu obsługi inwestorów w Gdyni do najlepszych standardów w UE. • Integracja procesów obsługi inwestorów w Gdyni. • Uwzględnienie w procesach obsługi inwestorów etapu realizacji inwestycji oraz planów rozwojowych. 	<ul style="list-style-type: none"> • Potencjalni inwestorzy • Aktywni lokalni inwestorzy • Gdynia InfoBox • Invest Gdynia • Invest in Pomerania • Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia • GCWP • Bałtycki Port Nowych Technologii • Agencja Rozwoju Pomorza • Forum Kultury • PAIiIZ • PARP 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zintegrowana promocja inwestycyjna miasta - budująca atrakcyjność marki biznesowej Gdyni. Apolityczny udział w kluczowych imprezach targowych z własną ofertą, w porozumieniu i współpracy z silnymi podmiotami gospodarczymi z Gdyni. 2. Identyfikacja potrzeb potencjalnych inwestorów - opracowanie rekomendacji inwestycji w zakresie rozwoju infrastruktury miasta. 3. Opracowanie pakietu zachęt dla wybranych grup inwestycji/inwestorów, najbardziej pożądanych w Gdyni (<i>kryteria sektorowe, technologiczno-innowacyjne, proeksportowe</i>). 4. Powołanie profesjonalnego zespołu - platformy konsultantów i ekspertów ds. obsługi inwestorów w Gdyni (<i>wg kryteriów sektorowych, marketingowych, proeksportowych</i>). 5. Rozwój marketingu B2B, marketing wydarzeń oraz działań PR ukierunkowanych na rynek inwestorów, (w tym rozwój Międzynarodowego Forum Gospodarczego). 6. Aktywna współpraca z PAIiIZ, ARP, MG, GARG, Invest in Pomerania, Bałtyckim Portem Nowych Technologii. 7. Monitoring gospodarczy i inwestycyjny.

Pobudzanie przedsiębiorczości na obszarze Gdyni, wzrost innowacyjności i kreatywności wśród przedsiębiorców

Rozwinięcie rekomendowanego kierunku działań:

Kontynuacja strategicznego kierunku działań, istotnego dla całościowej polityki wspierania przedsiębiorczości w Gdyni oraz na obszarze samorządów Forum Metropolitalnego NORDA. Gdynia systematycznie plasuje się w czołówce średnich miast w zestawieniu aktywności gospodarczej mieszkańców, mierzonej m.in. liczbą zakładanych przedsiębiorstw w ciągu roku w przeliczeniu na 1 000 mieszkańców w wieku produkcyjnym, a także ogólną liczbą podmiotów gospodarczych na terenie gminy. Dobre wskaźniki są także efektem prowadzonej przez miasto, konsekwentnej polityki aktywizowania przedsiębiorczości wśród mieszkańców. Ważny element programu stanowi coroczny konkurs "Gdyński Biznesplan", który oprócz bezpośredniego wspierania ambitnych projektów biznesowych (tzw. start up-ów), przyczynia się do promowania samozatrudnienia, stymuluje kreatywność oraz przedsiębiorczość mieszkańców. Działanie zakłada aktywizację przedsiębiorczości z założeniem przygotowania solidnych podstaw biznesu, w tym m.in. profesjonalny biznes plan, kompetencje kadry, plan promocji.

W ramach Programu, zakłada się sukcesywne wzmacnianie już prowadzonych działań, w tym promocję i wspieranie samozatrudnienia ("Gdyński Biznesplan", działalność GCWP, szkolenia PUP, Pomorskie Miasteczko Zawodów, Gdyński Inkubator Przedsiębiorczości przy Fundacji Gospodarczej), rozwój oferty inkubatora biznesu na terenie PPNT (projekty innowacyjne, sektory zaawansowanych technologii), a także promowanie przedsiębiorczości wokół najbardziej perspektywicznych obszarów lokalnej gospodarki (o najwyższej dynamice wzrostu w ostatnich latach). Należy dążyć do stworzenia parku przemysłowego na terenach postocznioowych, będącego rodzajem przedłużenia, czy też następnego etapu w stosunku do parku naukowo – technologicznego.

Biorąc pod uwagę dobre i zadowalające wskaźniki przedsiębiorczości jako takiej, celem winno być wyższe wysublimowanie strategii biznesowych realizowanych przez przedsiębiorców w Gdyni oraz wzrost innowacyjności, rozumianej jako gotowość i zdolność do wprowadzania zmian.

Główni beneficjanci działań:

- ➔ lokalni inwestorzy
- ➔ studenci oraz absolwenci szkół wyższych
- ➔ reemigranci
- ➔ społeczność kreatywna
- ➔ osoby prowadzące indywidualne projekty badawcze, prace naukowe

Uzasadnienie:	Obszar wdrażania:	Rekomendowane działania:
<ul style="list-style-type: none"> • Aktywność gospodarcza mieszkańców wpływa stabilizująco na rynek pracy oraz sytuację ekonomiczną lokalnego społeczeństwa. • Wzmocnienie potencjału sektora MMŚP w Gdyni. • Aktywizacja gospodarcza mieszkańców 	<ul style="list-style-type: none"> • Gdynia InfoBox • Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia • GCWP 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wdrażanie ułatwień oraz likwidacja barier w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej na terenie Gdyni, w tym na podstawie wniosków z monitoringu gospodarczego. 2. Stymulowanie wzrostu liczby przedsiębiorstw MMŚP w sektorach kluczowych i perspektywicznych, w tym zaawansowanych technologii,

ukierunkowana na najbardziej perspektywiczne obszary gospodarki.	<ul style="list-style-type: none">• PUP w Gdyni• Pomorskie Miasteczko Zawodów• Bałtycki Port Nowych Technologii• uczelnie wyższe Trójmiasta• Gdyński Inkubator Przedsiębiorczości przy Fundacji Gospodarczej	<p>przemysłach wiedzy, BPO, kreatywnych - kompleksowa oferta PPNT, Bałtycki Port Nowych Technologii na terenie Portu Morskiego, Inkubatory Przedsiębiorczości, realizacja projektu - park przemysłowy.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Zintegrowany rozwój działań i instrumentów bezpośredniego przyczyniających się do wzrostu liczby przedsiębiorstw w sektorze MMŚP (akcje marketingowe miasta, samorządu województwa, programy doradcze, konkursy, programy PUP).4. Programy stabilizujące lokalną gospodarkę w okresach kryzysu, w tym preferencje w zakresie zamówień publicznych, programy inwestycyjne.
--	--	--

Kierunki uzupełniające (proponowane programy specjalnych):

Wspieranie branż kluczowych dla konkurencyjności gospodarki oraz najbardziej perspektywicznych

Działania skupione na wspieraniu przedsiębiorczości w sektorach o największej dynamice oraz perspektywach wzrostu, a także kluczowych dla konkurencyjności lokalnej gospodarki. Program pozwoli m.in. na stopniowe unowocześnianie struktury gdyńskiego biznesu poprzez innowacyjność i kreatywność. Założeniem kierunku jest także wdrażanie narzędzi wsparcia, uwzględniających specyficzne potrzeby poszczególnych sektorów. Oprócz specjalizacji sektorowej (high-tech, w tym ICT, BPO, TSL, edukacja, przemysły kreatywne, wiedzy, zdrowia, czasu wolnego - w tym HoReCa), istotnym kryterium będzie także wzmocnienie potencjału przedsiębiorstw **proeksportowych** inwestujących na terenie miasta. Kierunek działań jest spójny z założeniami funkcjonowania Pomorskiego Parku Naukowo-Technologicznego Gdynia. Niezwykle istotne jest wspieranie rozwoju **branży morskiej** i dostrzeganie potencjału gospodarki morskiej, będącej wyróżnikiem i kapitałem gospodarki gdyńskiej.

Rozwój gdyńskiej marki przemysłu spotkań

Rozwój marki przemysłu spotkań (w tym kongresy, konferencje, szkolenia, targi, przyjazdy motywacyjne) przyczynia się do aktywizacji oferty usług i produktów towarzyszących, ponadto istotnie podnosi reputację, prestiż miasta wśród inwestorów i przedsiębiorców. Rozwój lokalnej marki przemysłu spotkań będzie skoordynowany z planowanymi działaniami na poziomie krajowym (Convention Bureau Polska, Polska Organizacja Turystyczna) oraz regionalnym (PROT oraz Convention Bureau Gdansk). Pożądany jest udział w znaczących targach międzynarodowych, nawet jeszcze przed sformułowaniem konkretnych ofert w celu budowania świadomości destynacji.

Prowadzenie bieżącego monitoringu tendencji gospodarczych

Monitoring bieżących tendencji w gospodarce lokalnej sektora MMŚP, w tym poprzez cykliczne badania ilościowe i jakościowe. Realizacja monitoringu poprzez wykorzystanie miejskich jednostek, w tym GCWP, a także partnerskich typu PUP, ARP. Raport poszerzony o wyniki tendencji statystycznych, będzie elementem systemu monitoringu gospodarczego miasta (barometr sektora MMŚP), ze wskazaniem bieżących potrzeb, oczekiwań sektora MMŚP, a także potencjalnych szans i zagrożeń.

Kierunki działań synergicznych - istotnych w procesie wspierania sektora MMŚP

Zwiększenie atrakcyjności turystycznej miasta

Atrakcyjność turystyczna miasta ma decydujący wpływ na rozwój i kondycję ekonomiczną sektora czasu wolnego, a także pośrednio handlu detalicznego, branży kultury, usług transportowych i zdrowotnych. Turystykę cechuje jeden z najwyższych efektów mnożnikowych we współczesnej gospodarce. Ponadto jest to sektor wciąż zaliczany do perspektywicznych m.in. ze względu na efekt starzenia się społeczeństwa, stopniowe wydłużanie okresu dostępnego czasu wolnego, dynamiczny wzrost sieci tanich połączeń lotniczych.

Atrakcyjna - wyróżniająca miasto przestrzeń miejska

W ramach działania zwiększanie atrakcyjności przestrzeni miejskiej oraz poprawa jej funkcjonalności ze względu na potrzeby prowadzenia efektywnej działalności gospodarczej. Atrakcyjna, dobrze zaplanowana i zaprojektowana przestrzeń miejska, pośrednio wpływa na aktywizację sektorów zaawansowanych technologii, przemysłów kreatywnych, a także czasu wolnego, handlu, edukacji i zdrowia.

Przyciąganie sektora zaawansowanych technologii do miasta oraz przemysłów kreatywnych

Podmioty sektora zaawansowanych technologii oraz przemysłów kreatywnych, istotnie przyczyniają się do inicjowania pozytywnych procesów na lokalnym rynku pracy, wpływając także na innowacyjność lokalnego biznesu. Warto podkreślić także generowanie istotnej wartości dodanej w zintegrowanym wizerunku gospodarczym miasta. Działania powinny mieć charakter wielopłaszczyznowy z uwzględnieniem takich czynników jak atrakcyjna oferta mieszkaniowa, programy skierowane do rodzin, bogata oferta wynajmu biur w atrakcyjnie położonych obszarach miasta, korelacja z działaniami w obszarach kultury, edukacji, przemysłu spotkań.