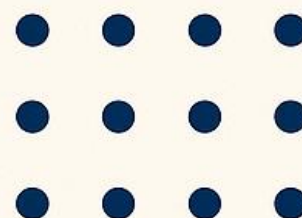




---

# PROGRAM WSPIERANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI DLA MIASTA KIELCE



Centrum Obsługi Inwestora  
Urząd Miasta Kielce  
Wydział Rozwoju i Rewitalizacji Miasta



## Spis treści

Spis treści .....	1
Wykaz skrótów .....	3
I. Wprowadzenie .....	4
II. Analiza SWOT .....	8
III. Architektura programu .....	12
3.1. Wizja i cel strategiczny .....	12
3.2. Priorytety rozwojowe .....	12
3.3. Cele szczegółowe Programu .....	12
IV. Opis priorytetów Programu.....	14
Beneficjenci oraz instytucje zaangażowane w realizację Programu .....	14
Priorytet I: Kapitał ludzki odpowiadający potrzebom nowoczesnej gospodarki .....	15
Priorytet II: Smart biznes w smart city – innowacyjne firmy w nowoczesnym mieście.....	22
Priorytet III: Silna i wyróżniająca się marka gospodarcza Kielc.....	29
Priorytet IV: Efektywna współpraca na rzecz rozwoju przedsiębiorczości .....	33
V. Wdrażanie i monitoring efektów programu.....	40
System monitoringu .....	41
VI. Zakończenie.....	43



## Wykaz skrótów

- BSS** – sektor usług dla biznesu (z ang. Business Service Sector)
- COI** – Centrum Obsługi Inwestora Urzędu Miasta Kielce
- COI Świętokrzyskie** – Centrum Obsługi Inwestora Województwa Świętokrzyskiego
- CKP** – Centrum Kształcenia Praktycznego
- CTT** – Centrum Transferu Technologii
- IOB** – instytucja otoczenia biznesu
- KDPA** – Kieleckie Dni Przedsiębiorczości Akademickiej
- KOF** – Kielecki Obszar Funkcjonalny
- KPT** – Kielecki Park Technologiczny
- MUP** – Miejski Urząd Pracy
- MŚP** – małe i średnie przedsiębiorstwa
- OTT** – Ośrodek Transferu Technologii
- PAIH** – Polska Agencja Inwestycji i Handlu
- PARP** – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
- PO PW** – Program Operacyjny Polska Wschodnia
- PŚk** – Politechnika Świętokrzyska
- RPO WŚ** – Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego
- SIPH** – Staropolska Izba Przemysłowo Handlowa
- ŚCDN** – Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli
- ŚODMiDN** – Samorządowy Ośrodek Doradztwa Metodycznego i Doskonalenia Nauczycieli
- ŚCITT** – Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii
- SWOT** – Analiza mocnych, słabych stron, szans i zagrożeń (z ang. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
- UJK** – Uniwersytet Jana Kochanowskiego
- UM** – Urząd Miasta



## I. Wprowadzenie

„Program wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce” (zwany dalej „*Programem*”) jest dokumentem operacyjnym powstałym w odpowiedzi na wyzwania zdiagnozowane w „Strategii rozwoju Miasta Kielce na lata 2007-2020. Aktualizacja”. Motywacją do opracowania „Programu” była w chęć pokazania drogi realizacji Celu strategicznego 2: *Kielce atrakcyjne dla biznesu, osób przedsiębiorczych i kreatywnych*, który obejmuje następujące cele operacyjne:

- Stworzenie warunków do zwiększenia zainteresowania inwestorów miastem i rozwoju przedsiębiorczości;
- Wykorzystanie potencjału turystycznego i rekreacyjnego Kielc;
- Zwiększenie zewnętrznej dostępności i wewnętrznej spójności komunikacyjnej Kielc.

Rozwój Kielc jako stolicy regionu oraz miasta o wysokich aspiracjach wymaga spójnych, przemyślanych i konsekwentnych działań oraz zaangażowania ze strony wszystkich aktorów lokalnego ekosystemu gospodarczego. Zalicza się do nich w szczególności samorząd lokalny, instytucje otoczenia biznesu, podmioty zaangażowane w szeroko rozumianą edukację oraz przede wszystkim przedsiębiorców. Kluczową rolę odgrywają tu regionalne uczelnie wyższe i szkoły – pełniąc funkcje dydaktyczne budują one przyszłe kadry dla gospodarki. Należy przy tym podkreślić, że od środowiska akademickiego oczekuje się obecnie aktywnej współpracy ze sferą biznesu zarówno na polu kształcenia pracowników i menadżerów, jak i komercjalizacji wynalazków czy wyników badań naukowych.

Dla budowania przewagi konkurencyjnej Kielc konieczne jest ponadto wzmacnianie i rozwijanie współpracy z gminami Kieleckiego Obszaru Funkcjonalnego (KOF), z którymi miasto jest powiązane siecią współzależności. Mimo swojej dominującej roli jako regionalnego ośrodka administracyjnego, akademickiego, społecznego czy kulturalnego Kielce dostrzegają rosnący potencjał sąsiadujących gmin, których atrakcyjna oferta w zakresie jakości życia bądź niskich kosztów prowadzenia działalności gospodarczej przekonuje skutecznie mieszkańców przedsiębiorców do relokacji. Zjawisko to ma odzwierciedlenie w danych statystycznych: zgodnie z *Diagnozą społeczno-gospodarczą* przygotowaną na potrzeby niniejszego *Programu*, dystans rozwojowy pomiędzy gminami KOF a Kielcami systematycznie się zmniejsza (zob. str. 32). Nie należy tego jednak traktować w kategoriach rosnącej konkurencji dla Kielc, lecz jako pole do współpracy i osiągania obopólnych korzyści. Kielce jako miasto objęte w 60% różnymi formami ochrony przyrody (zob. *Diagnoza...*, str. 30) oraz posiadające na własność gminy stosunkowo mały zasób terenów inwestycyjnych może dzięki współpracy z sąsiednimi gminami stworzyć zdywersyfikowaną i bardziej atrakcyjną ofertę inwestycyjną. „Ucieczka” firm do tych gmin to pozorna strata, ponieważ rozwijające się tereny podmiejskie będą generowały rosnący popyt na usługi medyczne, handlowe, kulturalne, transportowe, edukacyjne i in. realizowane przez Kielce jako główny ośrodek metropolitalny. Za bezpośrednich beneficjentów niniejszego



*Programu* należy więc uznać nie tylko firmy prowadzące działalność w Kielcach, ale ogólnie przedsiębiorców działających na terenie KOF. Wszyscy bowiem, zarówno mieszkańcy, jak i podmioty gospodarcze KOF są częścią lokalnego ekosystemu gospodarczego i czerpią z niego korzyści.

W *Programie* zaprezentowane zostaną obszary i działania, które mają tworzyć lepsze warunki do rozwijania firm. Obok nowych inwestorów, zawsze pożądanym i oczekiwanym przez władze lokalne, należy pamiętać o decydującym wpływie reinwestycji na rozwój miasta. W ostatnich latach jesteśmy świadkami intensywnej aktywności inwestycyjnej czołowych kieleckich firm. Swoje zaplecze produkcyjne i magazynowe rozbudowały NSK Bearings, DS Smith, Delfo Poland, Mac Edukacja, VIVE, Marbach, Tegen, FCPK Bytów i in. Powstają nowe powierzchnie biurowe (Plaza, Stacja Biznesu, Ventus Apollo).

Można pokusić się o wniosek, że działające w Kielcach firmy, osiągając wyższy niż dotychczas poziom dochodowości, śmiało decydują się na realizację ambitnych strategii rozwojowych. Przekłada się to pośrednio na tworzenie wartości dodanej gospodarki miasta. Biorąc pod uwagę powyższe, tworzenie korzystnych warunków do inwestowania powinno uwzględnić postulaty nowych inwestorów, jak i odpowiadać na potrzeby i oczekiwania lokalnych firm reinwestujących swoje zyski.

*Diagnoza społeczno-gospodarcza*, która poprzedziła opracowanie założeń *Programu wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce*, wykazała szereg interesujących tendencji i zjawisk z obszaru rynku pracy, demografii, rozwoju przestrzennego, przedsiębiorczości i in. Dane dotyczące Kielc zostały zestawione z wartościami pozyskanymi dla innych miast o podobnych do Kielc parametrach lub uwarunkowaniach (benchmarking z Toruniem, Rzeszowem, Olsztynem, Lublinem i Białymstokiem). Ponadto, w ramach *Diagnozy*, pomiędzy październikiem 2017 roku, a styczniem 2018 roku przeprowadzono szerokie konsultacje społeczne obejmujące wywiady ankietowe i badania fokusowe różnych grup interesariuszy (mikro, małe, średnie i duże firmy, IOB, gminy KOF, studenci, mieszkańcy). W trakcie prac nad *Programem* odbywały się także spotkania *Rady Programowej* jako ciała konsultacyjnego i opiniotwórczego. W skład *Rady* weszli przedstawiciele biznesu, uczelni wyższych, instytucji lokalnych oraz pracownicy samorządu w roli obserwatorów. Przeprowadzono indywidualne konsultacje z ekspertami lokalnymi i zewnętrznymi w celu wypracowania najlepszych rozwiązań i praktyk. Zwieńczeniem całości prac nad *Programem* była konferencja „Kielce atrakcyjne dla biznesu”, w której przebieg zaangażowali się przedstawiciele małych i dużych firm, lokalne władze, środowisko akademickie oraz instytucje otoczenia biznesu. *Program* jest zatem efektem wspólnej pracy tych środowisk oraz odzwierciedleniem różnych stanowisk i poglądów.

Kompleksowe i systemowe podejście do kwestii wspierania przedsiębiorczości w Kielcach, które zostało opisane w *Programie*, stworzy realną szansę na poprawę sytuacji ekonomicznej obecnych i przyszłych przedsiębiorców, a przed to także pracowników firm. Realizacja celów wynikających z ustalonych priorytetów pozwoli na kształtowanie korzystnych warunków dla rozwoju przedsiębiorczości, zwiększy potencjał miasta do konkurencyjności na rynku krajowym i zagranicznym oraz przyczyni się do kreowania trwałych i wysokiej jakości miejsc pracy.



Realizacja rozwiązań zaproponowanych w *Programie* jest uzależniona od wielu czynników, w tym od regulacji prawnych i dokumentów strategicznych sformułowanych na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym oraz europejskim. Kluczowe znaczenie ma zatem spójność Programu z przyjętymi w nich założeniami, jego powiązanie z szeregiem aktów prawnych regulujących procesy gospodarcze i dokumentów strategicznych programujących przyszły rozwój. W odniesieniu do prawodawstwa krajowego są to:

- **Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym** – zgodnie z zadaniami, jakie nakłada Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, obowiązkiem samorządu lokalnego jest „*zaspokajanie zbiorowych potrzeb wspólnoty*” (art. 7, ust. 1). Zapis ten zobowiązuje każdy samorząd do realizacji zadań w zakresie kształtowania dogodnych warunków życia. Odzwierciedleniem tego zapisu w obszarze stymulowania rozwoju przedsiębiorczości, jak również stwarzania warunków do zwiększenia zainteresowania miastem ze strony inwestorów, są założenia Programu.
- **Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców** nakłada na organy administracji publicznej powinność w zakresie wspierania rozwoju przedsiębiorczości poprzez tworzenie korzystnych warunków do podejmowania i wykonywania działalności gospodarczej, w szczególności wspierania mikro oraz małych i średnich przedsiębiorców. Program jest niczym innym, jak planem specjalnie dobranych przedsięwzięć, mających na celu polepszenie warunków istniejących przedsiębiorstw oraz stworzenie przyjaznego otoczenia wsparcia dla przyszłych przedsiębiorstw.
- **„Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju”** – głównym celem „Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju” jest tworzenie warunków dla wzrostu dochodów mieszkańców Polski przy jednoczesnym wzroście spójności w wymiarze społecznym, ekonomicznym, środowiskowym i terytorialnym. Program jest zgodny z zapisami w/w Strategii, zakłada bowiem, że jego wdrożenie spowoduje, iż Kielce staną się miastem, w którym rozwój gospodarczy kształtuje warunki do dobrego życia, zachęcając obecnych i potencjalnych mieszkańców do wiązania z Kielcami swojej przyszłości.
- **„Strategia rozwoju Miasta Kielce na lata 2007-2020. Aktualizacja”** – strategia wskazuje kierunki rozwoju Kielc i definiuje szereg działań, które zmierzają do stworzenia warunków dla swobodnego rozwoju społeczno-gospodarczego miasta. Odnoszą się one do kształtowania poszczególnych elementów oferty Kielc, zarówno w odniesieniu do inwestycji w infrastrukturę, poprawy warunków życia mieszkańców, jak i kształtowania ‘miękkich’ aspektów oferty miasta jak edukacja czy oferta kulturalna. Wszystko to razem ma na celu stworzenie przestrzeni atrakcyjnej do życia i prowadzenia biznesu.
- **„Strategia rozwoju województwa świętokrzyskiego do roku 2020”** – gospodarcza wizja rozwoju miasta i całego województwa muszą ze sobą ściśle korespondować. „Strategia Rozwoju Województwa Świętokrzyskiego” zakłada realizację swoich celów poprzez wsparcie kontynuacji wzrostu gospodarczego w województwie świętokrzyskim (tj. rosnące PKB per capita, wzrastający wskaźnik zatrudnienia czy malejąca stopa bezrobocia), przy jednoczesnym minimalizowaniu negatywnych procesów demograficznych. Jest to spójne z założeniami przyjętymi w Programie, które wyrażają konieczność dążenia do najlepszego możliwego wykorzystania pozytywnych tendencji zmian oraz przeciwdziałania niekorzystnym zjawiskom gospodarczym np. odpływowi ludzi młodych.
- **„Strategia Badań i Innowacyjności (RIS3). Od absorpcji do rezultatów – jak pobudzić potencjał województwa świętokrzyskiego 2014-2020+”** – program wpisuje się w założenia strategii RIS3 w zakresie tworzenia kultury sprzyjającej innowacjom, przedsiębiorczości i konkurencyjności, która pomoże stworzyć nowe i trwałe miejsca pracy dla wysoko wykwalifikowanych pracowników oraz wesprze wzrost gospodarczy, który będzie szybszy niż średnia krajowa.
- **„Strategia rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim na lata 2015-2020”** – działania wpisane do Programu mogą wesprzeć osiągnięcie celów „Strategii rozwoju turystyki...” poprzez realizację przedsięwzięć na rzecz podnoszenia potencjału kadrowego i organizacyjnego interesariuszy rynku turystycznego, jak również udział w komunikacji marketingowej regionu ukierunkowanej na budowanie atrakcyjnego wizerunku.



Ponadto *Program* koresponduje również z dokumentami programującymi rozwój na poziomie krajów członkowskich Unii Europejskiej:

- **„Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu”** – Strategia Komisji Europejskiej wyznacza trzy kierunki rozwoju: Rozwój inteligentny, Rozwój zrównoważony oraz Spójność społeczną, gospodarczą i terytorialną. Dokument definiuje podstawowe cele, do których powinno się dążyć w celu pobudzenia wzrostu gospodarczego. Należy do nich chociażby zwiększenie wskaźnika zatrudnienia osób w wieku 20-65 lat, zwiększenie w relacji do PKB nakładów na inwestycje w badania i rozwój czy ograniczenie liczby osób przedwcześnie kończących naukę szkolną. Z punktu widzenia Programu, najistotniejsze priorytety dotyczą rozwoju inteligentnego (w obszarze Smart biznes w smart city), zorientowania na gospodarkę opartą na wiedzy oraz rozwój zrównoważony. Jednakże zapisy trzeciego obszaru spójności społeczno-gospodarczej są uwzględnione w Programie w części dotyczącej kwalifikacji osób, wzrostu zatrudniania (priorytet I).
- **„Plan działania na rzecz przedsiębiorczości do 2020 r.”** – Komunikat (Nr COM (2012) 795 z dnia 9 stycznia 2013 r.) skierowany do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów wskazujący na konieczność zwiększenia liczby przedsiębiorców jako warunku wzrostu gospodarczego, jak również wymieniający filary rozwoju przedsiębiorczości, jak: kształcenie i szkolenie w zakresie przedsiębiorczości (filar działań 1), tworzenie środowiska, w którym przedsiębiorcy mogą dobrze prosperować (filar działań 2) oraz dawanie wzorów do naśladowania (filar działań 3). Główne założenia Programu zakładają wzrost liczby przedsiębiorstw w efekcie wdrożenia działań wspierających, usprawniających ich działanie, co wskazuje na powiązanie priorytetów obu dokumentów.
- **„Program Operacyjny Polska Wschodnia 2014-2020”** – Program poprzez swoje cele i proponowane działania wpisuje się bezpośrednio lub pośrednio w założenia rozwojowe przewidziane w ramach PO PW 2014-2020, w szczególności w ramach osi priorytetowej I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia obejmującej szeroko rozumiane wsparcie dla rozwoju firm (sieciowanie, rozwój innowacyjności, internacjonalizację).
- **„Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego 2014-2020”** – RPOWŚ 2014-2020 stanowi odpowiedź na zdiagnozowane potrzeby regionalne, a jego celem jest zdynamizowanie rozwoju gospodarki województwa, w oparciu o nowe rozwiązania technologiczne i wzrost poziomu kapitału społecznego. Program bazując również na szczegółowej diagnozie potrzeb różnych grup interesariuszy nawiązuje swoimi założeniami do Osi priorytetowych 1: Innowacje i nauka, Osi priorytetowej 2: Konkurencyjna gospodarka, Oś priorytetowa 8. Rozwój edukacji i aktywne społeczeństwo czy Oś priorytetowa 10: Otwarty rynek pracy RPO WŚ 2014-2020.



## II. Analiza SWOT

Na bazie przeprowadzonej diagnozy, analizy dokumentów strategicznych oraz konsultacji społecznych proponuje się uwzględnienie w kontekście programowania rozwoju przedsiębiorczości szeregu uwarunkowań i czynników wpływu. Odnoszą się one bezpośrednio oraz pośrednio do kwestii kształtowania potencjału gospodarczego miasta i KOF. Celem przeprowadzonej analizy SWOT jest wskazanie podstawowych potencjałów rozwoju przedsiębiorczości oraz podnoszenia atrakcyjności inwestycyjnej Kielc, identyfikacja obszarów wymagających interwencji poprzez wdrażanie stosownych działań oraz identyfikacja szans i zagrożeń płynących z otoczenia.

**Tabela. 1. Analiza SWOT – atuty**

- Ugruntowana pozycja Targów Kielce na arenie krajowej i międzynarodowej
- Tradycje przemysłowe miasta wynikające z historycznej obecności COP (branża maszynowa, budowlana)
- Obecność centrali dużych firmo zasięgu międzynarodowym (Kolporter, Grupa Kapitałowa ROVESE, Barlinek, Echo Investment i inne)
- Zmiany w strukturze gospodarczej Kielc polegające na stopniowym odchodzeniu od tradycyjnych dziedzin gospodarowania na rzecz większego udziału usług specjalistycznych, jak również skierowanych na zaspokajanie potrzeb czasu wolnego
- Obecność Kieleckiego Parku Technologicznego wraz z ofertą wsparcia rozwoju innowacyjnego dla startupów i firm w początkowej fazie rozwoju
- Działalność instytucji otoczenia biznesu oferujących szeroki wachlarz usług skierowanych do przedsiębiorstw
- Działalność Centrum Obsługi Inwestora jako jednostki dedykowanej obsłudze inwestora i działaniom na rzecz rozwoju przedsiębiorczości
- Rozwój Miejskiego Systemu Informacji Przestrzennej jako element wsparcia procesu inwestycyjnego
- Specjalna Strefa Ekonomiczna „Starachowice” na terenie miasta i KOF
- Baza ofert inwestycyjnych tworzona z KOF
- Potencjał dwóch państwowych uczelni wyższych – Uniwersytetu Jana Kochanowskiego oraz Politechniki Świętokrzyskiej (infrastruktura badawcza, wsparcie eksperckie oraz aktywność podmiotów ukierunkowanych na działalność B+R)
- Wysoka pozycja Kielc i regionu świętokrzyskiego w zakresie poziomu bezpieczeństwa powszechnego<sup>1</sup>
- Niższe koszty życia w porównaniu do najbliższych ośrodków wojewódzkich powiązane z ofertą miasta sprzyjającą dobrym warunkom do życia
- Spójna infrastruktura komunikacyjno-transportowa Kielc i KOF

<sup>1</sup> Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2016, str. 86-87



## Tabela. 2. Analiza SWOT – słabe strony

- Brak na terenie Kielc dużych terenów inwestycyjnych będących własnością gminy
- Brak wykształconej marki gospodarczej Kielc (postrzeganie Kielc przez pryzmat marki turystycznej regionu)
- Niewystarczająca ilość atrakcyjnych (dobrze płatnych, ambitnych i umożliwiających rozwój) miejsc pracy
- Niski poziom postaw przedsiębiorczych oraz słaba aktywność biznesowa mieszkańców Kielc (niewielki poziom tzw. nowej przedsiębiorczości – 60% firm to przedsiębiorstwa z ponad 20-letnim stażem na rynku)
- Jeden z najniższych w gronie porównywanych miast poziom nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw
- Niewielki potencjał rozwojowy (brak planów rozwoju) kieleckich przedsiębiorców
- Niski udział podmiotów z kapitałem zagranicznym w ogólnej liczbie przedsiębiorstw
- Niski poziom współpracy firm z instytucjami otoczenia biznesu działającymi w Kielcach (niemal 2/3 firm nie korzystało z usług wsparcia biznesu w ciągu 5 lat poprzedzających badanie prowadzone na potrzeby opracowania Programu)
- Niska rentowność kieleckich firm – problemy firm (zwłaszcza mikro i małych) z wygospodarowaniem środków na inwestycje i rozwój, połączone ze zmniejszeniem dochodów w ciągu ostatnich kilku lat
- Niski poziom internacjonalizacji kieleckich firm (niski udział eksportu w sprzedaży)
- Brak wystarczającej liczby wysoko wykwalifikowanych kadr menadżerskich
- Wysoka migracja – zmniejszanie się liczby mieszkańców, w tym odpływ potencjalnych specjalistów
- Brak koordynacji systemu usług wspierających przedsiębiorczość (niski poziom komunikacji)
- Niskie kwalifikacje i doświadczenia osób świadczących usługi doradcze dla firm w instytucjach otoczenia biznesu (niska jakość usług)
- Niski poziom zaangażowania kieleckich uczelni we współpracę z biznesem połączone ze niekorzystnymi ocenami oferty uczelni pod kątem przygotowania studentów do pracy zawodowej (niewystarczająca oferta atrakcyjnych studiów podyplomowych i kursów zawodowych)
- Brak funkcjonujących w Kielcach funduszy inwestycyjnych angażujących się w przedsięwzięcia innowacyjne (venture capital, sieci business angels)
- Brak obiektów biurowych klasy A, B+

## Tabela. 3. Analiza SWOT – szanse

- Potencjalny duży rynek zbytu towarów i usług – 5 dużych aglomeracji w promieniu 200 km od Kielc
- Potencjał KOF w zakresie dynamizacji procesów rozwoju gospodarczego (wspólna oferta inwestycyjna)
- Uzbieranie kolejnych terenów inwestycyjnych
- Realizacja inwestycji w formie partnerstwa publiczno-prywatnego
- Rosnący rynek turystyki, w tym kongresowej na bazie Targów Kielce (convention bureau)
- Trendy rynku pracy korzystne z punktu widzenia potencjalnych inwestorów – stopa bezrobocia relatywnie wyższa niż w porównywanych ośrodkach miejskich oraz względnie niższy średni poziom oferowanych wynagrodzeń
- Rosnąca pozycja Polski jako lokalizacji centrów usług biznesowych
- Dynamiczny rozwój Kieleckiego Parku Technologicznego wraz z planowanym rozwojem innowacyjnych usług i infrastruktury
- Plany rozwojowe kieleckich uczelni wyższych związane z podnoszeniem atrakcyjności oferty kształcenia oraz otwarciem na potrzeby gospodarki i rozwoju lokalnego
- Duży poziom zainteresowania studentów kieleckich uczelni podejmowaniem w trakcie studiów działań służących podnoszeniu kompetencji zawodowych



- Wzrost liczby studentów z zagranicy na kieleckich uczelniach (internacjonalizacja uczelni)
- Dotychczasowa oraz aktualna realizacja przez kieleckie uczelnie oraz instytucje otoczenia biznesu projektów ukierunkowanych na intensyfikowanie powiązań środowiska akademickiego i biznesowego (szanse na zaistnienie długofalowych efektów)
- Możliwości kształcenia wykwalifikowanych kadr na bazie powstającego Centrum Kształcenia Praktycznego
- Dostępność pomocy publicznej skierowanej do przedsiębiorców
- Duży poziom wydatków samorządu lokalnego w przeliczeniu na 1 mieszkańca finansowanych ze środków UE (stymulowanie rozwoju oraz lokalnego popytu dzięki środkom zewnętrznym)
- Rozwój przemysłu czasu wolnego (np. Kielce Raj dla Dzieci)
- Zwiększające się zapotrzebowanie na usługi magazynowe i logistyczne
- Realizacja sieci dróg ekspresowych zapewniająca lepsze połączenia z innymi ośrodkami i regionami w Polsce i za granicą (S7, Via Carpatia, S74)
- Liczne inwestycje infrastrukturalne w mieście
- Możliwość wykorzystania potencjału marki Kielce Expo City (Kielce Miastem Wystaw)
- Dobre warunki do życia dzięki walorom przyrodniczym, infrastrukturze kulturalnej, rekreacyjnej i sportowej (oferta czasu wolnego)

#### Tabela. 4. Analiza SWOT – zagrożenia

- Zagrożenia demograficzne (ujemne saldo migracyjne osób młodych i przedsiębiorczych, negatywne tendencje powodujące starzenie się społeczeństwa oraz zmniejszający się udział ludności w wieku produkcyjnym)
- Większa atrakcyjność innych ośrodków dla młodych ludzi – niechęć do wiązania swojej przyszłości z Kielcami
- Zwiększająca się utrata funkcji gospodarczych śródmieścia w efekcie przeniesienia handlu i usług do galerii i centrów handlowych
- Rosnąca konkurencja ze strony dużych i globalnych firm wobec MSP
- Kwestie prawno-podatkowe, w tym częste zmiany przepisów prawa, jako podstawowe bariery rozwoju przedsiębiorstw
- Konkurencja ze strony innych miast w zakresie pozyskiwania inwestorów, oferty edukacyjnej i przyciągania wykwalifikowanych absolwentów
- Słaba zewnętrzna dostępność komunikacyjna Kielc (brak lotniska, szybkiej kolei i dróg szybkiego ruchu)
- Niekorzystny wizerunek miasta wg mieszkańców Kielc (kielczanie nie są ambasadorami miasta)
- Utrudniony dostęp do środków na rozwój działalności gospodarczej (dostępne fundusze na rozwój wyłącznie działalności innowacyjnej, badawczo-rozwojowej) połączone ze skomplikowanymi procedurami pozyskiwania funduszy

Z analizy SWOT wynika, że Kielce są miastem, w którym szanse dominują nad zagrożeniami, a słabe strony nad silnymi. Ponieważ okazje zewnętrzne są relatywnie trudniejsze do wykorzystania, strategia w zakresie rozwoju przedsiębiorczości powinna przede wszystkim bazować na dążeniu do minimalizowania słabości w celu lepszego wykorzystania istniejących w otoczeniu szans rozwojowych. Przy jednoczesnym rozwiązywaniu bieżących potrzeb miasta, wzmacnianiu atutów i reagowaniu na pojawiające się zagrożenia istnieje możliwość realizacji działań strategicznych o dalekosiężnym charakterze i oddziaływaniu. Do takich obszarów należy zaliczyć:



- Kształtowanie potencjału kapitału ludzkiego, w tym rozwój kompetencji zawodowych i umiejętności „miękkich” oraz intensyfikowanie działań na rzecz wspierania rozwoju postaw przedsiębiorczych mieszkańców Kielc;
- Wsparcie i dynamizacja procesów rozwojowych oraz poziomu innowacyjności kieleckich przedsiębiorstw;
- Wzmocnienie zewnętrznej promocji miasta jako silnego ośrodka gospodarczego budowanej wokół spójnej marki i wewnętrznej tożsamości;
- Zintegrowanie działań oraz szersze zaangażowanie kieleckich instytucji wsparcia biznesu i uczelni w procesy rozwoju gospodarczego Kielc, w tym we współpracę z biznesem;
- Kształtowanie potencjału gospodarczego Kielc poprzez oddziaływanie na czynniki o charakterze zewnętrznym (np. dostępność komunikacyjna Kielc i KOF).



## III. Architektura programu

### 3.1. Wizja i cel strategiczny

Realizacja „Programu wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce” powinna przynieść skutki dostrzegalne zarówno w ekosystemie gospodarczym, jak również zaowocować szerszym efektem rozwojowym dostrzeganym przez mieszkańców Kielc pod postacią poprawy jakości życia w mieście. **W efekcie realizacji Programu Kielce mają stać się miastem, w którym rozwój gospodarczy kształtuje warunki do dobrego życia, zachęcając obecnych i potencjalnych mieszkańców do wiązania z Kielcami swojej przyszłości.**

Zgodnie z przyjętym na początku założeniem, *Program wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce* stanowi dokument operacyjny – usystematyzowany zbiór narzędzi, działań i projektów do realizacji Celu strategicznego II „Strategii rozwoju miasta Kielce na lata 2007-2020. Aktualizacja”: **Kielce atrakcyjne dla biznesu, osób przedsiębiorczych i kreatywnych.**

Cel ten obejmuje:

- Stworzenie warunków do zwiększenia zainteresowania inwestorów regionem i rozwoju przedsiębiorczości (Cel operacyjny 1);
- Wykorzystanie potencjału turystycznego i rekreacyjnego Kielc (Cel operacyjny 2);
- Zwiększenie zewnętrznej dostępności oraz wewnętrznej spójności komunikacyjnej Kielc (Cel operacyjny 3).

### 3.2. Priorytety rozwojowe

Osiągnięcie strategicznego celu „Programu wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce” nastąpi poprzez realizację 4 priorytetów rozwojowych wyłonionych w oparciu o *Diagnozę społeczno-gospodarczą*.

**Priorytet I:**  
Kapitał ludzki odpowiadający potrzebom nowoczesnej gospodarki

**Priorytet II:**  
Smart biznes w smart city: innowacyjne firmy w nowoczesnym mieście

**Priorytet III:**  
Silna i wyróżniająca się marka gospodarcza Kielc

**Priorytet IV:**  
Efektywna współpraca na rzecz rozwoju przedsiębiorczości

### 3.3. Cele szczegółowe Programu

W obrębie każdego z priorytetów rozwojowych wyznaczono cele szczegółowe, które odwołują się do poszczególnych zagadnień istotnych dla budowania potencjału Kielc jako silnego ośrodka wzrostu gospodarczego. Układ celów i priorytetów, hierarchię oraz zależności



występujące pomiędzy poszczególnymi poziomami planowania strategicznego obrazuje poniższa matryca.

**Tabela 5. Architektura Programu wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce – struktura ogólna**

<b>Cel strategiczny:</b>			
<b>Kielce atrakcyjne dla biznesu, osób przedsiębiorczych i kreatywnych</b>			
<b>Priorytety rozwojowe:</b>			
<b>I. Kapitał ludzki odpowiadający potrzebom nowoczesnej gospodarki</b>	<b>II. Smart biznes w smart city: innowacyjne firmy w nowoczesnym mieście</b>	<b>III. Silna i wyróżniająca się marka gospodarcza Kielc</b>	<b>IV. Efektywna współpraca na rzecz rozwoju przedsiębiorczości</b>
<b>Cele szczegółowe:</b>			
1.1. Dostosowanie kwalifikacji zawodowych do potrzeb przedsiębiorstw	2.1. Wsparcie procesów rozwojowych firm – wdrażanie innowacji oraz internacjonalizacja	3.1. Budowanie poczucia tożsamości i pozytywnego wizerunku Kielc wśród mieszkańców	4.1. Tworzenie ekosystemu współpracy
1.2. Kształcenie kompetencji kluczowych dla rynku pracy	2.2. Kielce atrakcyjne dla inwestorów i nowej przedsiębiorczości	3.2. Wzmocnienie efektywności promocji gospodarczej Kielc	4.2. Skuteczna polityka informacyjna wykorzystująca dostępne kanały komunikacji
1.3. Zatrzymanie odpływu z Kielc młodych i utalentowanych osób			

Źródło: opracowanie własne



## IV. Opis priorytetów Programu

### Beneficjenci oraz instytucje zaangażowane w realizację Programu

#### **Kluczowi beneficjenci / odbiorcy działań:**

- Uczniowie kieleckich szkół
- Studenci, absolwenci oraz kadra naukowa kieleckich szkół wyższych
- Nauczyciele, instruktorzy zawodów, doradcy zawodowi
- Mieszkańcy Kielc zainteresowani założeniem działalności gospodarczej i podnoszeniem kwalifikacji (osoby z różnych przedziałów wiekowych)
- Osoby bezrobotne
- Kadra menadżerska przedsiębiorstw
- Instytucje otoczenia biznesu
- Firmy i startupy

#### **Instytucje zaangażowane w realizację działań:**

- Urząd Miasta Kielce wydziały zaangażowane w obsługę przedsiębiorstw
- Kielecki Park Technologiczny
- Centrum Kształcenia Praktycznego
- Uczelnie wyższe i ich jednostki
- Placówki edukacyjne różnych poziomów kształcenia
- Instytucje otoczenia biznesu
- Kuratorium Oświaty w Kielcach
- Miejski Urząd Pracy
- Inkubatory przedsiębiorczości
- Lokalni przedsiębiorcy
- Organizacje gospodarcze
- Lokalne media



### Priorytet I:

#### Kapitał ludzki odpowiadający potrzebom nowoczesnej gospodarki

Ważną cechą współczesnego rozwoju gospodarczego jest reorientacja polegająca na stopniowym przechodzeniu od gospodarki tradycyjnej do gospodarki opartej na wiedzy i nowoczesnych technologiach (ang. *knowledge-based economy*). Charakteryzuje ją wzrost znaczenia kapitału niematerialnego oraz wiodąca rola działalności innowacyjnej. Wiedza jest w niej tworzona, przyswajana i wykorzystywana przez przedsiębiorstwa, organizacje, osoby fizyczne i społeczności, sprzyjając szybkiemu rozwojowi gospodarki i społeczeństwa. Gospodarka oparta na wiedzy rozwija się szybciej od innych, ponieważ dysponuje lepiej wyedukowanymi ludźmi i bardziej efektywnie wykorzystuje kapitał ludzki i technologie.

Odpowiednia jakość kapitału ludzkiego jest podstawą gospodarki opartej na wiedzy. O konkurencyjności miast i regionów w coraz większym stopniu przesądza więc ich zdolność do aktywizacji potencjału lokalnych społeczności w różnych obszarach, w tym również tych związanych z kształceniem ustawicznym oraz przedsiębiorczością.

U podstawy tych procesów jest jednak zawsze człowiek jako jednostka stymulująca, tworząca, przyswajająca i wykorzystująca wiedzę. W Kielcach podejmowane są obecnie działania prowadzące do wzmacniania potencjału kieleckiego kapitału ludzkiego w kierunku dostosowania do potrzeb rozwijającej się gospodarki. Kluczową rolę w tym systemie pełnią bez wątpienia szkoły i uczelnie kształcące przyszłe kadry na lokalny i regionalny rynek pracy.

W regionie świętokrzyskim największą rolę w szkolnictwie wyższym odgrywają **Uniwersytet Jana Kochanowskiego oraz Politechnika Świętokrzyska**, czyli dwie publiczne uczelnie zlokalizowane w Kielcach. Cieszą się one największym prestiżem w gronie regionalnych szkół wyższych i rozwijają się inwestując w infrastrukturę, kadry a przede wszystkim w atrakcyjne kierunki studiów, np. medycyna, prawo, wzornictwo, lingwistyka stosowana, kosmetologia(UJK)czy architektura, automatyka i robotyka, budownictwo, elektrotechnika, informatyka, inżynieria danych, elektromechanika i budowa maszyn, metrologia (PŚk).

Kwestia kształtowania potencjału kapitału ludzkiego to jeden z obszarów działalności **Miejskiego Urzędu Pracy**, który transferuje usługi i narzędzia rynku pracy na linii pracodawca – pracownik. MUP realizuje dużą liczbę projektów na rzecz osób bezrobotnych, co ma pozytywny wpływ na paletę dostępnych w Kielcach usług szkoleniowych.

Na uwagę zasługuje projekt powstawania **klas patronackich** w kieleckich szkołach prowadzony przez szkoły zawodowe, lokalne firmy oraz **Centrum Kształcenia Praktycznego**, które rozpocznie swoją działalność edukacyjną od 2020 roku. Z powstaniem CKP-u związane są w mieście duże nadzieje, ponieważ będzie on kształcił deficytowe obecnie kadry dla branży metalowo-odlewniczej, informatycznej, elektrycznej oraz elektronicznej.

#### Cel 1.1. Dostosowanie kwalifikacji zawodowych do potrzeb przedsiębiorstw

Jak pokazała przeprowadzona diagnoza 50% kieleckich firm planuje w ciągu najbliższych 5 lat zwiększenie zatrudnienia, a ponad połowa przewiduje, że będzie się w tym czasie rozwijać. Jednocześnie największym wyzwaniem w skali całego kraju jest niedostosowanie



wykształcenia i kompetencji zawodowych pracowników do oczekiwań przedsiębiorców. Aby edukacja była efektywna, kształcenie kadr powinno uwzględniać potrzeby przedsiębiorców i istniejące specjalizacje gospodarcze miasta (przemysł metalowo-maszynowy, branża targowo-kongresowa, turystyka, usługi medyczne), jak również tworzyć kadry dla nowych, perspektywicznych gałęzi gospodarki i kierunków rozwoju (branża BSS, kreatywna, przemysł czasu wolnego).

### **Zadania w ramach Celu 1.1.**

#### **1. Zapewnienie wysokiej jakości kształcenia zawodowego poprzez inicjowanie i wspieranie współpracy kieleckich szkół zawodowych z lokalnymi przedsiębiorstwami.**

Proces ten powinien polegać na łączeniu praktycznej nauki zawodu organizowanej przez pracodawcę z kształceniem teoretycznym i ogólnym w systemie szkolnym. Warunkiem niezbędnym jest zbudowanie systemu dobrych praktyk możliwych do realizacji w ramach polskiego prawa. Rozwiązanie to pozwoli na przyuczenie do zawodu w warunkach rzeczywistych, z możliwością poznania zasad działania firmy oraz obsługi maszyn i urządzeń wykorzystywanych obecnie w procesach produkcyjnych. Kształcenie i aktualizacja wiedzy powinna objąć także nauczycieli praktycznej nauki zawodu, tak aby mogli przekazywać uczniom wiedzę i umiejętności zgodne z wymogami współczesnych firm.

##### ***Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:***

- *Uruchomienie Centrum Kształcenia Praktycznego CK Technik ukierunkowanego na kształcenie kadr na potrzeby branży metalowo-odlewniczej, informatycznej, elektrycznej oraz elektronicznej*
- *Promowanie i wspieranie istniejących oraz nowych szkół zawodowych, w tym wyposażenie warsztatów w sprzęt potrzebny do praktycznej nauki zawodu*
- *Inicjowanie i wspieranie otwierania nowych kierunków w szkołach zawodowych we współpracy z przedsiębiorcami deklarującymi niedobory pracowników*
- *Kontynuowanie procesu tworzenia klas patronackich*
- *Oddelegowywanie nauczycieli zawodów na staże u przedsiębiorców celem zaktualizowania wiedzy praktycznej z gwarantowanym powrotem do pracy dydaktycznej oraz dalszym transferowaniem wiedzy w środowisku dydaktycznym, a także gratyfikacją dla przedsiębiorcy*
- *Zintegrowana informacja nt. istniejących szkół zawodowych, kierunków kształcenia, programów nauczania oraz liczby uczniów w poszczególnych klasach (platforma dla uczniów, rodziców i pracodawców dostępna online)*

#### **2. Promocja kształcenia zawodowego.**

Budowanie świadomości młodzieży i ich rodziców na temat korzyści płynących z wyboru szkoły zawodowej jest kluczowe dla osiągnięcia końcowego rezultatu tj. wzrostu liczby wykwalifikowanych pracowników zawodowych. Działania promocyjno-informacyjne powinny być realizowane regularnie przez lokalne IOB i samorząd. Warto zaznaczyć, że w przeciwieństwie do studentów i absolwentów osoby z wykształceniem technicznym lub



zawodowym z reguły nie migrują do innych miast/regionów, o ile mogą znaleźć pracę na miejscu. Promowanie wykształcenia zawodowego może więc być w przyszłości atutem w walce z rosnącym deficytem ludności w mieście. Może ponadto stanowić istotny argument dla nowych inwestorów, dla których kadry są kluczową determinantą decyzji inwestycyjnej.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- Wizyty doradców zawodowych na wywiadówkach w szkołach
- Indywidualne i grupowe spotkania przedsiębiorców i doradców zawodowych z dziećmi i młodzieżą w szkołach
- Aplikacja na smartfony, strona internetowa, media społecznościowe – komunikat skierowany do uczniów, z funkcjami diagnostycznymi, bazą informacji o możliwościach i perspektywach rozwoju w oparciu o ofertę kieleckich szkół i uczelni, ofertą staży, praktyk, ofert pracy, prezentacją kieleckich pracodawców itp.
- Giełda płatnych i bezpłatnych praktyk i staży zawodowych dostępna online lub w lokalnym radiu
- Kampanie w prasie, radiu, internecie (ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych), broszury i plakaty rozwieszane w szkołach
- Regularne badanie trendów na lokalnym rynku pracy pod kątem zapotrzebowania na określone specjalizacje oraz preferowane umiejętności (np. barometr zawodów)

### **3. Zapewnienie wysokiej jakości absolwentów szkół wyższych w specjalizacjach poszukiwanych przez pracodawców.**

We współczesnej gospodarce wiedza i umiejętności nabyte na studiach często nie są wystarczające, aby szybko znaleźć atrakcyjną i ambitną pracę. Dodatkowo absolwenci posiadają wykształcenie w specjalizacjach, na które popyt jest bardzo niski. Kolejnym aspektem jest konieczność aktualizowania wiedzy i zaplecza dydaktycznego ze względu na postęp techniczny i naukowy, który zmienia nasze otoczenie niekiedy w przeciągu kilku lat. O ile firmy chętnie wdrażają innowacje, dostrzegając bezpośrednio płynące z nich korzyści finansowe, o tyle uczelnie mają trudności w dostosowaniu swojej oferty do dynamicznie zmieniającego się świata. Wynika to m.in. z przesłanek finansowych (wysokie koszty zakupu sprzętu do celów dydaktycznych, naukowych i badawczych, wysokie koszty szkoleń, kosztowny udział w branżowych wydarzeniach) oraz organizacyjnych (trudność w zapewnieniu kadry dydaktycznej o określonych kompetencjach, brak aktualizowania bądź weryfikowania w praktyce swojej wiedzy przez nauczycieli akademickich). Zbudowanie systemu, który będzie kształcił studentów w poszukiwanych przez rynek specjalizacjach, dostosowanie programów nauczania do wymogów nowoczesnej gospodarki oraz podniesienie jakości kształcenia to obecnie największe wyzwanie stojące przed uczelniami. Szczególnie wysokie oczekiwania są w stosunku do szkół i uczelni kształcących w kierunkach informatycznych, szacuje się bowiem, że w Polsce brakuje obecnie ok. 50 tys. programistów, administratorów i innych specjalistów IT. Problemem jest nie tylko zbyt mały zasób informatyków, ale także brak doświadczenia, kwalifikacji i znajomości języka angielskiego, który wydaje się tu nieodzowny. Zawód ten wymaga także nieustannego aktualizowania wiedzy i uzupełniania kwalifikacji ze względu na szybki postęp technologiczny, co rodzi kolejne wyzwania dla przedsiębiorstw.



**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Otwieranie na uczelniach nowych specjalizacji oraz kierunków studiów*
- *Poszerzenie oferty biznesowych studiów podyplomowych i kursów zawodowych wybranych w oparciu o badania potrzeb przedsiębiorców, realizowanych na wysokim poziomie*
- *Przygotowanie oferty studiów w zakresie podnoszenia kompetencji menadżerskich skierowanych do pracowników i kadry zarządzającej kieleckich firm (np. studia MBA)*
- *Kontynuacja rozmów trójstronnych prowadzonych przez PŚk, KPT i firmy IT w celu wyposażenia absolwentów informatyki w wiedzę i umiejętności poszukiwane przez kieleckich pracodawców*
- *Zapewnienie wysokiej jakości kształcenia IT ze szczególnym uwzględnieniem języków programowania*
- *Zwiększenie liczby studentów i absolwentów informatyki*
- *Nawiązanie współpracy uczelni z firmami z różnych branż w zakresie tworzenia systemu praktyk*
- *Nawiązanie współpracy uczelni z obecnymi w Kielcach firmami BSS w celu dostosowania programu kształcenia do ich oczekiwań*
- *Zapewnienie wykładowców mających bogate doświadczenie biznesowe, pozaakademickie (np. prowadzących własne firmy, pracujących w działach badawczo-rozwojowych firm etc.)*
- *Kontynuacja konkursów na najlepszą pracę dyplomową nawiązującą do branż kluczowych dla gospodarki Kielc i nowych obszarów tematycznych (np. smart city, prace poświęcone konkretnym problemom miasta czy pojawiającym się wyzwaniom)*

## **Cel 1.2. Kształcenie kompetencji kluczowych dla rynku pracy**

Kompetencje kluczowe według Komisji Europejskiej to takie umiejętności miękkie, czyli postawy, które w codziennym życiu, także w życiu zawodowym, pomagają aktywnie korzystać z otaczających nas możliwości i nadarzających się szans, stale się rozwijać oraz być cenionym, elastycznym pracownikiem lub pracodawcą. Obejmują one umiejętności cyfrowe, podstawowe umiejętności matematyczne, umiejętność i gotowość do uczenia się przez całe życie, odpowiedzialność społeczną i obywatelską, podejmowanie inicjatywy, przedsiębiorczość, świadomość kulturalną oraz kreatywność. Wszystkie te umiejętności mają wpływ na jakość życia i wymagają ciągłego inwestowania w celu osiągnięcia lepszych efektów społeczno-gospodarczych. Niestety, polski system edukacji na każdym szczeblu zaniedbuje ten element kształcenia, kładąc nacisk na edukację teoretyczną. Również poziom znajomości języków obcych jest niezadowalający, mimo lekcji wprowadzanych już w pierwszej klasie szkoły podstawowej, a nierzadko i w przedszkolach. W przypadku Kielc niewystarczająca znajomość języków obcych jest również powszechnie odczuwana, przy czym należy zaznaczyć, że pracodawcy oczekują znajomości języka obcego na poziomie B2 lub wyższym. Niewielka liczba osób posługujących się różnymi językami obcymi (nie tylko angielskim) hamuje napływ do miasta inwestycji międzynarodowych z sektora usług biznesowych (BSS). Od kilku lat poszukują one nowych lokalizacji biurowych w gronie miast średniej wielkości (powodem jest stale rozwijająca się branża BSS w Polsce oraz znaczne nasycenie rynku w dużych miastach takich jak Kraków, Warszawa czy Wrocław). Firmy outsourcingowe potrzebują także specjalistów IT, zwłaszcza programistów.



## Zadania w ramach Celu 1.2.

### 1. Podniesienie poziomu znajomości języków obcych.

Zadanie dotyczy zarówno poprawy znajomości języka angielskiego czy niemieckiego (jako najpowszechniejszych), jak i popularyzacji nauki innych języków obcych, niszowych, ale kluczowych w gospodarce (np. j. chiński).

#### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- *Dwujęzyczne Kielce – wypracowanie z ekspertami skutecznego systemu nauczania języków obcych w kieleckich przedszkolach, szkołach i uczelniach (np. we współpracy z Radą ds. Dwujęzyczności)*
- *Współfinansowanie projektów zwiększających kompetencje językowe uczniów i studentów z uzyskaniem certyfikatu językowego*
- *Wprowadzenie wymogu posiadania certyfikatów językowych z co najmniej jednego języka przez studentów kieleckich uczelni*
- *Oferta podnoszenia kompetencji nauczycieli w zakresie nauczania języków obcych dostępna w centrach kształcenia nauczycieli (np. ŚCDN, ŚODMiDN)*

### 2. Kształcenie kompetencji cyfrowych

Działanie to powinno być realizowane na wszystkich etapach kształcenia i życia, zaczynając od przedszkola po kształcenie seniorów. Umiejętności cyfrowe to jedna z najważniejszych kompetencji, istotna dla funkcjonowania w różnych dziedzinach życia: nauce, pracy, życiu prywatnym oraz zapobiegająca wykluczeniu z szeregu możliwości oferowanych współcześnie za pośrednictwem narzędzi ICT.

#### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- *Lekcje programowania prowadzone w szkołach i poza szkołą (np. KPT, CKP, in).*
- *Warsztaty organizowane przez prywatne firmy zainteresowane propagowaniem wiedzy cyfrowej (np. w ramach CSR)*
- *Warsztaty dla osób starszych chcących poszerzyć swoje umiejętności w zakresie obsługi komputera*
- *Stypendia dla zdolnych studentów przeznaczane na naukę języków programowania*
- *Pozyskiwanie środków unijnych na szkolenia IT*
- *Oferta szkoleń IT ofertowana przez IOB (np. KPT, CKP, MUP)*

### 3. Edukacja dzieci, młodzieży oraz studentów w zakresie postaw przedsiębiorczych.

Przedsiębiorczość rozumiana jako cecha czy proces nie oznacza wyłącznie wiedzy nt. zakładania własnej działalności gospodarczej, choć są to umiejętności bazowe. To także zespół umiejętności związanych z oceną ryzyka, dostrzeganiem szans rynkowych i ich wykorzystywaniem, innowacyjnością i kreatywnością w poszukiwaniu rozwiązań. To ponadto



świadomość konsekwencji podejmowanych decyzji zarówno w odniesieniu do prowadzonej firmy, jak i lokalnego ekosystemu gospodarczego. Dostrzegając potrzebę kreowania i wzmacniania takich postaw Miasto Kielce (zespół COI) podejmuje różnorodne działania o charakterze dydaktycznym i wychowawczym w ramach programu „Edukacja przedsiębiorczości”. Działania te promują przedsiębiorczość wśród młodzieży szkół średnich, ale docelowo realizowane będą inicjatywy na rzecz uczniów i dzieci z innych poziomów nauczania.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Lekcje, warsztaty o zakładaniu, prowadzeniu firmy, teoria i praktyka, spotkania z przedsiębiorcami*
- *Prezentacje dla przedszkolaków – transfer wiedzy o przedsiębiorczości w sposób dostosowany do wieku odbiorcy*
- *Prowadzenie warsztatów przez osoby posiadające praktykę w prowadzeniu biznesu*
- *Kontynuacja działań realizowanych w szkołach i na uczelniach w zakresie promocji postaw przedsiębiorczych*
- *Symulacje, gry terenowe, gry menadżerskie i decyzyjne, konkursy o tematyce biznesowej dla uczniów i studentów*
- *Gry edukacyjne online (symulacje prowadzenia firmy)*

#### **4. Kształcenie umiejętności autoprezentacji, komunikacji, współpracy.**

O tym, że pracownik „sprawdza się” w oczach pracodawcy decyduje nie tylko zasób teoretycznej wiedzy i kwalifikacje formalne. Ważne są także inne umiejętności, trudne do zmierzenia, ale niezbędne dla stworzenia sprawnej i odnoszącej sukcesy organizacji jaką jest przedsiębiorstwo. Są to: komunikatywność, praca zespołowa oraz indywidualna, odporność na stres, obsługa klienta, zaangażowanie itp. Pracodawcy bardzo często podkreślają braki początkujących pracowników w tych obszarach. Bariery komunikacyjne uniemożliwiają skuteczne działanie zwłaszcza na stanowiskach pracy umysłowej i zespołowej. Dotyczy to także umiejętności społecznych ułatwiających przyszłym pracownikom odnalezienie się na rynku pracy.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Kursy i szkolenia z zakresu tworzenia CV oraz przygotowania się i zachowania na rozmowie kwalifikacyjnej*
- *Zachęcanie uczniów do pracy w grupach, do realizowania złożonych projektów*
- *Organizowanie przedstawień w szkołach i prezentacji wyników swojej pracy na forum klasy lub szkoły*
- *Organizowanie konferencji, podczas których studenci kieleckich uczelni prezentują swoje projekty, referaty, prace licencjackie na forum publicznym (np. przed innymi studentami)*
- *Kursy skutecznej komunikacji i prowadzenia negocjacji*
- *Kursy z obsługi podstawowych urządzeń biurowych*
- *Staże, praktyki, wizyty w firmach w celu zapoznania się z funkcjonowaniem firmy w praktyce*



- Kursy twórczego rozwiązywania problemów

### **Cel 1.3. Zatrzymanie odpływu z Kielc młodych i utalentowanych osób**

Jednym z istotnych rozwojowych wyzwań, przed jakimi stoi samorząd Kielc, jest ograniczenie procesu ubytku liczby mieszkańców. Proces ten jest szczególnie dotkliwie odczuwalny w efekcie migracji młodych ludzi. Dotyczy to zarówno osób, które opuszczają Kielce w celu podjęcia nauki w innych ośrodkach akademickich, jak i absolwentów kieleckich uczelni wyjeżdżających z Kielc w poszukiwaniu zatrudnienia. W efekcie kapitał społeczny miasta, jak również lokalna gospodarka, tracą możliwość korzystania z potencjału zdolnych ludzi dającego możliwość inicjowania procesów rozwojowych na poziomie firm a tym samym na poziomie całego lokalnego ekosystemu gospodarczego. Celem działań jest zachęcanie młodych ludzi do odbycia pełnej ścieżki edukacyjnej w Kielcach oraz zaoferowaniem alternatywy dobrze płatnej pracy w Kielcach, bez konieczności migracji.

#### **Zadania w ramach Celu 1.3.**

##### **1. Zwiększenie zainteresowania absolwentów kieleckich uczelni pozostaniem w Kielcach.**

Jednym z problemów zaobserwowanych w trakcie prowadzonej diagnozy jest niewielkie zainteresowanie studentów kieleckich uczelni pozostaniem w Kielcach po zakończeniu nauki. W efekcie z Kielc wyjeżdżają osoby, które mogłyby w istotny sposób przyczynić się do rozwoju lokalnej społeczności prowadząc własną firmę lub realizując się zawodowo w kieleckich firmach. Podstawowym celem projektów jest pokazanie potencjału życia oraz możliwości rozwoju zawodowego w Kielcach.

##### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Rozwinięcie i nagłośnienie idei konkursu dla talentów na różnych poziomach edukacji (rozwinięcie kategorii konkursu „Nadzieja Kielc”). Oprócz wsparcia osób utalentowanych muzycznie, literacko, plastycznie itp. konkurs rozszerzony zostanie o aspekt innowacyjny: wyróżnienia przyznane zostaną osobom uzdolnionym technicznie (młodym wynalazcom, inżynierom, doktorantom)*
- *Cykliczne konkursy dla uczniów i studentów np. na wymyślenie innowacyjnego produktu lub usługi wraz z opracowaniem biznesplanu lub modelu biznesowego*
- *Kielecka Karta Absolwenta oferująca studentom i absolwentom kieleckich uczelni szereg korzyści w postaci zniżek czy rabatów na produkty i usługi świadczone przez lokalnych przedsiębiorców, instytucje kultury i sportu. Oprócz zaoferowania bezpośrednich korzyści finansowych propozycja jest także elementem promocji lokalnego biznesu oraz stymulowania popytu na ofertę kieleckich firm i usługodawców*
- *Kontynuacja i rozwinięcie idei konkursów na pracę dyplomową organizowanych przez KPT i Politechnikę Świętokrzyską*



## 2. Zachęcenie do powrotu do Kielc osób, które wyjechały na studia lub do pracy do innych miast.

Oferta skierowana do osób, które zdecydowały się na wyjazd z Kielc celem podjęcia studiów lub pracy w innym mieście. W przypadku poszukiwanych przez rynek specjalistów potrzebne jest tworzenie materialnych zachęt dla osób, które zdecydują się na powrót do Kielc i prowadzenie własnej firmy.

### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- *Pakiet nowego mieszkańca obejmujący różnorodne usługi i jakość życia: bezpłatne szczepienia, oferta przedszkoli, żłobków, tereny zielone, tanie mieszkania, infrastruktura sportowa*
- *Stymulowanie powstawania w Kielcach i w KOF wysokiej jakości miejsc pracy*
- *Promocja Kielc jako dobrego miejsca do życia i nauki oferującego work-life balance realizowana poza regionem (organizacja wydarzeń, koncertów, kampania z wykorzystaniem osób znanych, które odniosły sukces i wiążą swoje życie i pracę z miastem, 'dream team' ambasadorów Kielc)*

### Priorytet II:

#### Smart biznes w smart city – innowacyjne firmy w nowoczesnym mieście

Jednym z fundamentów rozwoju nowoczesnej gospodarki, oprócz wysokiej jakości kapitału ludzkiego (por. Priorytet I: Kapitał ludzki odpowiadający potrzebom nowoczesnej gospodarki), są firmy otwarte na rozwój i wdrażanie innowacji wynoszące lokalną gospodarkę na wyższy poziom konkurencyjności. To firmy, które stale usprawniają swoją działalność i konkurują nie tylko na lokalnym rynku, ale także z powodzeniem podejmują wyzwania w skali globalnej. Dynamika rozwoju firm zależy w dużej mierze od ich potencjału czy zdolności do wykreowania wizji marketingowej, jak i dostępności narzędzi wspierania biznesu, które będą w stanie inspirować oraz akcelerować procesy rynkowej ekspansji. Dużą rolę w tym względzie może odegrać lokalny ekosystem gospodarczy, którego naturalnym liderem, a równocześnie obszarem rozwoju może być miasto. Miasto jest w tym wydaniu ośrodkiem kreowania innowacyjności jak również dostarczycielem usług i oferty prorozwojowej nie tylko na rzecz mieszkańców, ale także przedsiębiorstw. Nowoczesne miasto, nie zapominając o potrzebach codzienności, odpowiada na wyzwania współczesności i przyszłości sięgając po nowoczesne narzędzia wspierające rozwój biznesu.

Gospodarka Kielc napotyka jednak na pewne ograniczenia: jednym z nich jest wielkość miasta determinująca stosunkowo mały rynek zbytu i mały popyt wewnętrzny. Kolejne wyzwania to izolacja komunikacyjna regionu - brak autostrady, szybkiej kolei, lotniska regionalnego, niewielkie nasycenie drogami ekspresowymi. Na terenie miasta występują liczne formy ochrony przyrody, co przekłada się na relatywnie małą ilość terenów inwestycyjnych. Obecność pięciu dużych aglomeracji miejskich w promieniu 200 km od Kielc sprzyja emigracji najbardziej utalentowanych osób z regionu, na co wpływa także niski poziom płac w regionie. Jednocześnie miasta te mogą stanowić duży potencjalny rynek zbytu dla produktów i usług wytwarzanych w Kielcach.



Spuścizną historyczną związaną z bogactwem surowców naturalnych w województwie świętokrzyskim są tradycje Centralnego Okręgu Przemysłowego, które zdeterminowały obecność w Kielcach i regionie określonych przemysłów. Jako przykład specjalizacji dominującej w gospodarce miasta oraz regionu należy wskazać branżę metalowo-maszynową reprezentowaną przez takie firmy jak NSK Bearing, NSK ISKRA, Kielecką Fabrykę Pomp Białogon, FCPK Bytów, CPP Prema, Chemar Rurociągi, Chemar Armatura, Odlewnia Chemar, Pralma Kielce, Utech Technics, Marbach, Tegen, ISKRA Poland, ISKRA ZMiłS, ISKRA Zakłady Precyzyjne, Megaterm Plus i in.

Ważnym segmentem rynku jest silnie powiązana z metalową branżą motoryzacyjną. Należą do niej znani producenci pojazdów specjalizowanych oraz urządzeń i elementów do specjalistycznych samochodów: Aebi Schmidt, Delfo Poland, SHL Production, Gervasi Polska, KH Kipper, Moto-Truck, Stolarczyk, Stokota.

Kielce to również wschodzący rynek sektora BSS. Obecne są tu już firmy CCIG, Telbridge, Medcover, Comarch, Transition Technologies, Infover i inne. Istnieje szansa, że dzięki zwiększeniu dostępności wykwalifikowanych pracowników oraz nowych powierzchni biurowych Kielce staną się coraz częściej destynacją wybieraną przez branżę outsourcingową jako atrakcyjna alternatywa w stosunku do dużych aglomeracji

Jednym z głównych wyróżników gospodarki Kielc są Targi Kielce S.A., z którymi wiąże się marka Kielce Expo City. Targi Kielce to spółka akcyjna o 25-letniej historii należąca do Gminy Kielce. Zajmuje ona pozycję wicelidera działalności targowej w Polsce (po targach Międzynarodowe Targi Poznańskie) organizując wiele renomowanych w skali krajowej i światowej wydarzeń jak np. Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego, PLASTPOL, AGROTECH.

### **Cel 2.1. Wsparcie procesów rozwojowych firm – wdrażanie innowacji oraz internacjonalizacja**

Kieleckie firmy osiągają relatywnie niski poziom rentowności, innowacji i internalizacji (zob. Diagnoza społeczno-gospodarcza str. 75-81). Firmy te napotykają na szereg ograniczeń zarówno w zakresie finansowania nowych inwestycji, jak i dostępu do usług prorozwojowych czy obaw przed ryzykiem wdrażania innowacji. W efekcie znacząco zostaje ograniczona ich zdolność kształtowania potencjału konkurencyjnego na rynku krajowym i międzynarodowym.

Dla rozwijających się firm naturalnym etapem jest ekspansja, pozyskiwanie nowych rynków. W dobie powszechnego dostępu do internetu zadanie to staje się łatwiejsze niż kiedyś, co nie znaczy, że internacjonalizacja nie nastrocza problemów. Nawiązanie i utrzymanie relacji z kontrahentami zagranicznymi jest procesem czasochłonnym, kosztownym, obciążonym dużym ryzykiem, jak również wymagającym znajomości języków obcych oraz realiów funkcjonowania na obcych rynkach. Dlatego wiele firm ogranicza swoją działalność nie skalując swojej działalności. Ważne jest, aby zachęcać i pomagać im rozwijać eksport, ponieważ współpraca z zagranicą stymuluje napływ innowacji, zwiększa wartość dodaną firm (a przez to całą gospodarkę) oraz uodparnia na wahania lokalnej koniunktury.



Istotnym elementem współczesnych ekosystemów gospodarczych stały się w ostatnim czasie startupy jako specyficzne formy prowadzenia działalności gospodarczej, których podstawowymi cechami jest działanie na rzecz stworzenia nowego produktu/usługi w warunkach niepewności ryzyka i szybkiego zwrotu z inwestycji. To rodzaj organizacji biznesowej, stworzonej na miarę gospodarki opartej na wiedzy, w której przewagę konkurencyjną buduje się na kreatywności i zdolności do szybkich zmian. Ze względu na duże ryzyko niepowodzenia działalności typu start-up (innovacyjne pomysły biznesowe), ale także wielki potencjał rozwojowy i możliwe perspektywiczne korzyści dla lokalnej gospodarki (wykraczające poza kwestie generowanych przychodów podatkowych) ekosystem startupowy wymaga szczególnej troski i wsparcia ze strony różnorodnych instytucji będących w tym ekosystemie.

W Kielcach środowisko startupowe jest rozproszone, ale bardzo aktywnie angażuje się różne inicjatywy podejmowane na rzecz startupów. Są to wydarzenia typu Startup Weekend, Startup Poland Camp, TechKlub. Jednym z ważniejszych działań realizowanych przez KPT na rzecz startupów jest platforma startowa TechnoparkBiznesHub, której pierwsza edycja została zakończona, a nad kolejną trwają prace. W wyniku realizacji pilotażowego projektu wsparcie na etapie inkubacji firmy, akceleracji i ekspansji rynkowej otrzymało kilkadziesiąt młodych osób posiadających innowacyjne pomysły biznesowe.

### **Zadania w ramach Celu 2.1.**

#### **1. Promocja dostępnych usług wsparcia eksporterów.**

Usługi wsparcia eksportu są realizowane przez niektóre instytucje otoczenia biznesu działające w Kielcach (np. SIPH, COI Świętokrzyskie). Oprócz tego istnieje możliwość korzystania z tego rodzaju oferty w ramach programów wsparcia na szczeblu krajowym oferowanych przez PAIH (Polskie Mosty Technologiczne) czy PARP (Internacjonalizacja MŚP) oraz na szczeblu regionalnym (Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego). Istotą rzeczy jest zidentyfikowanie firm posiadających odpowiedni potencjał eksportowy oraz skuteczne dotarcie do nich z informacją o istniejących możliwościach wsparcia ich rozwoju na rynkach międzynarodowych.

#### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- Stworzenie bazy firm z terenu KOF o potencjale eksportowym
- Promocja bazy zawierającej kontakty do zagranicznych biur handlowych prowadzonych przez PAIH (baza ta powinna także zawierać dane najważniejszych izb gospodarczych w danym kraju oraz adres przedstawicielstw w Polsce)
- Zapewnienie skutecznych działań informacyjnych o dostępnych instrumentach wsparcia: mailing, media społecznościowe lub marketing bezpośredni w firmach, które zostały zidentyfikowane jako poszukujące nowych lub kolejnych rynków zbytu
- Organizacja gospodarczych misji wyjazdowych / przyjazdowych w sposób dostosowany do oczekiwań firm
- Ułatwienie wymiany doświadczeń eksporterów w gronie zainteresowanych firm (np. w formie



*platformy online, sieciowania, spotkań)*

- *Zorganizowanie we współpracy z IOB doradztwa celnego, prawnego i innego związanego z wchodzeniem na rynki zagraniczne*

## **2. Wsparcie doradcze dla mikro i małych firm we wzmacnianiu konkurencyjności na rynku.**

Doradztwo dla mikrofirm stanowi ważną część działalności wielu IOB. Grupa ta wymaga szczególnej uwagi, ponieważ jest najliczniejsza: zgodnie z „Raportem o stanie sektora MŚP w Polsce” (PARP, 2016) 96% przedsiębiorstw w Polsce to mikrofirmy. Doradztwo może objąć różne obszary funkcjonowania działalności gospodarczej, np. aspekty prawne i podatkowe, rozwój produktów, diagnozę mocnych i słabych stron, audyt rynku, obsługę klienta, narzędzia promocji czy źródła finansowania (w tym kredytowania) rozwoju firmy. Usługi te powinny być przy tym łatwo dostępne i cechować się wysoką jakością.

### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Dyżury punktu konsultacyjnego w ramach współpracy z biurami rachunkowymi bądź Krajową Izbą Doradców Podatkowych. Konsultanci innych specjalności mogą być zapraszani w ustalonych z firmą terminach*
- *Kielce Info Hub – uruchomienie (np. w siedzibie KPT) punktu informacyjno-doradczego w zakresie usług wsparcia biznesu połączonego ze zintegrowaniem istniejącej oferty usług wsparcia biznesu pod postacią Bazy Usług Rozwoju Biznesu – strony internetowej stworzonej w oparciu o zasady User Experience, z opcją filtrowania wg różnych kryteriów (wielkość firm, branża, poziom odpłatności etc.)*
- *System bonów popytowych na usługi szkoleniowe dla firm*
- *Promocja dostępnych programów wsparcia, w tym programów unijnych*
- *Zintegrowana informacja o usługach doradczych dla przedsiębiorców dostępna online*
- *Badanie oczekiwań przedsiębiorców i tworzenie szytych na miarę rozwiązań*

## **3. Usługi wsparcia startupów.**

W ostatnich latach mamy do czynienia z dużym wzrostem segmentu firm startupowych i otaczającego go systemu. Również w Kielcach działa wiele podmiotów tworzących, rozwijających oraz wdrażających innowacyjne produkty i usługi. Borykają się one jednak z problemem komercjalizacji produktu, brakiem przestrzeni do wymiany doświadczeń i informacji oraz niskim stopniem skomunikowania.

### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Udzielanie wsparcia finansowego i merytorycznego w ramach projektu platformy startowe*
- *Uruchomienie dedykowanego inkubatora (wraz ze specjalistycznymi usługami doradczymi) dla startupów w ramach infrastruktury KPT (California INC)*
- *Stworzenie bezpłatnej przestrzeni co-workingowej dla kieleckich startupów łatwo dostępnej w kategoriach czasu (np. 12 godz. na dobę) oraz miejsca (centrum miasta)*
- *Kontynuacja projektu COI Kielce w zakresie organizowania bezpłatnego stoiska dla startupów podczas*



*wybranych wydarzeń targowych w Targach Kielce*

- Wspieranie cyklicznych eventów organizowanych przez środowisko i przeznaczonych dla startupów (np. TechClub, Startup Weekend)*
- Stworzenie w sieci miejsca dedykowanego środowisku startupowemu w Kielcach w celu usprawnienia przepływu informacji i integracji ekosystemu startupowego*
- Powołanie w mieście przez środowisko startupowe fundacji organizującej pomoc i wydarzenia dla tej grupy podmiotów*

## **Cel 2.2. Kielce atrakcyjne dla inwestorów i nowej przedsiębiorczości**

Działanie to należy m.in. rozumieć jako budowanie warunków do rozwoju istniejących oraz perspektywicznych branż. Podnoszenie atrakcyjności inwestycyjnej miast jest elementem szerszej polityki rozwojowej i dotyczy nie tylko uporządkowania i przygotowania terenów inwestycyjnych. Działania mające na celu zwiększenie zainteresowania podejmowaniem inwestycji w mieście muszą być traktowane kompleksowo. Liczba czynników wpływających na zdolność miast do przyciągania inwestorów jest bowiem długa i obejmuje, oprócz aspektów infrastrukturalnych (dostępność komunikacyjna, dostępność i uzbrojenie terenów inwestycyjnych), również potencjał kapitału ludzkiego (wykwalifikowane kadry dla konkretnych branż), ocenę jakości życia w mieście, ulgi, preferencje czy programy wsparcia. Ważnym aspektem jest aktywność lokalnego samorządu wobec inwestorów bazująca w dużej mierze na efektywnych działaniach promocyjnych. Ten obszar aktywności należy rozumieć jako zdolność do kreowania przyjaznego wizerunku miasta, zachęcającego do lokowania na jego obszarze inwestycji.

Na ofertę inwestycyjną Kielc składają się coraz lepsza infrastruktura techniczna (w tym transportowa) w obrębie miasta, obecność dwóch silnych ośrodków akademickich, kapitał ludzki, wysoka jakość życia mieszkańców oraz gospodarcze specjalizacje miasta.

Jednym z dobrze rozwiniętych segmentów lokalnej gospodarki jest szeroko rozumiana branża metalowa, zatrudniająca ok. 12 tys. osób w regionie. Te dane świadczą o istotnej roli przemysłu metalowego i maszynowego. Firmy prowadzące działalność w branży metalowej w ostatnich latach przeprowadziły szereg reinwestycji. Warto stymulować ten pozytywny trend, aby skutki dobrej koniunktury były odczuwalne w gospodarce całego regionu.

Na uwagę zasługuje też rozwój Targów Kielce i ich niewątpliwy wpływ na rozpoznawalność i wizerunek miasta jako ośrodka wystawienniczego. Istnieje duża szansa, że przy zapewnieniu podstawowych warunków miasto stanie się atrakcyjną lokalizacją dla usług biznesowych (BSS), tak jak miało to miejsce w przypadku Opola czy Bydgoszczy. Podobnie może być w przypadku usług logistycznych - w wyniku podwyższenia standardu przejazdu trasą S7 tereny zlokalizowane przy drodze staną się bardzo atrakcyjne dla inwestorów z tej branży.

Zespolenie potencjału obszarowego kilkunastu gmin tworzących razem z Kielcami Kielecki Obszar Funkcjonalny to z jednej strony zwiększenie palety terenów inwestycyjnych, które można zaoferować potencjalnym inwestorom, z drugiej natomiast, poprzez zintegrowany charakter inwestycji, wpływanie na infrastrukturalny rozwój obszaru. Dodatkowe zalety



wynikające z połączenia potencjałów to możliwość skuteczniejszego lobbowania za prowadzeniem inwestycji regionalnych wpływających na podnoszenie atrakcyjności inwestycyjnej KOF (np. budowa dróg ekspresowych), jak również zaoferowanie potencjalnym inwestorom korzyści w postaci zróżnicowanej przestrzeni do rozwoju, większej dostępności kapitału ludzkiego oraz usług wsparcia biznesowego.

### **Zadania w ramach Celu 2.2.**

#### **1. Zwiększenie zewnętrznej dostępności komunikacyjnej.**

Rozbudowie potencjału Kielc w zakresie dobrych warunków do inwestycji musi towarzyszyć wzmocnienie infrastruktury regionu umożliwiającej sprawny transport. Bez zapewnienia rozwoju sieci dróg, połączeń kolejowych czy możliwości transportu lotniczego możliwości rozwoju gospodarczego miasta i regionu będą w istotny sposób ograniczone. Warto także podkreślić, że rozwinięta i nowoczesna infrastruktura transportowa to podstawowa determinanta branży logistycznej.

##### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Lobbowanie na rzecz budowy połączeń z siecią dróg krajowych*
- *Zakończenie modernizacji trasy S7 oraz przebudowa niektórych odcinków DK74, DK73*
- *Podejmowanie działań w kierunku uruchomienia regionalnego lotniska cargo i pasażerskiego*
- *Modernizacja połączeń kolejowych*

#### **2. Przygotowanie terenów inwestycyjnych Kielc i KOF na potrzeby nowych inwestycji i reinwestycji.**

Kielce cechuje relatywnie mała ilość terenów inwestycyjnych - wynika to z ograniczeń obszarowych i środowiskowych miasta. Jednocześnie wiele firm decyduje się na rozwijanie działalności w podkieleckich gminach ze względu na konkurencyjne koszty zakupu ziemi. Zjawisko to występuje powszechnie w całym kraju. Współpracy z sąsiadującymi gminami nie należy się obawiać, raczej traktować ją w kategoriach tworzenia wspólnej oferty inwestycyjnej. Jedną z takich inicjatyw jest baza ofert inwestycyjnych – pozwala na promowanie i udostępnianie w internecie ofert terenów, hal produkcyjnych, lokali biurowych i usługowych pod adresem [www.mapa.invest.kielce.pl](http://www.mapa.invest.kielce.pl). Tworzenie ofert inwestycyjnej to także rewitalizowanie terenów przemysłowych i oddawanie ich w ręce prężnie rozwijających się firm – jak to ma miejsce w Kieleckim Parku Technologicznym. Przygotowane działki a także gotowe biura i hale produkcyjne cieszą się ogromnym zainteresowaniem i potwierdzają, że jest to dobry kierunek rozwoju oferty miasta.

##### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Pozyskiwanie, uzbrajanie i kompleksowe przygotowanie przez KPT nowych terenów inwestycyjnych (kontynuacja)*



- Prowadzenie i promowanie wspólnej dla KOF bazy terenów i ofert inwestycyjnych [www.invest.kielce.pl](http://www.invest.kielce.pl) (kontynuacja)
- Przyspieszenie procesu dostarczenia mediów i doprowadzenia dróg dojazdowych na terenach zakupionych przez inwestora
- Utworzenie i udostępnienie Rejestru Cen i Wartości Nieruchomości w Kielcach i KOF (baza danych o cenach i wartościach nieruchomości gruntowych, budynkowych i lokalowych znajdujących się w Kielcach i KOF)

### 3. Rozwój oferty inwestycyjnej miasta.

Pozyskiwanie inwestorów jest działaniem obliczonym na osiągnięcie określonych korzyści ekonomicznych, a pośrednio także społecznych. Inwestycje w istotny sposób wpływają na potencjał lokalnej gospodarki tworząc miejsca pracy, przyczyniając się na zasadzie efektu mnożnikowego do rozwoju kolejnych branż i powstawania nowych przedsiębiorstw. Te z kolei jako nowe podmioty gospodarcze wymagają szczególnych warunków do rozwoju i wejścia w fazę wzrostu. Pożądane instrumentarium wsparcia jest tu zatem inne niż w przypadku doświadczonych rynkowo, rozwiniętych, dużych podmiotów.

#### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- Kontynuacja rozbudowy infrastruktury Kieleckiego Parku Technologicznego, w tym zaplecza biurowego, hal produkcyjnych, wyposażenie laboratoriów, zapewnienie wewnętrznej komunikacji i dostępności do terenów inwestycyjnych
- Modernizacja dróg w obrębie miasta w celu usprawnienia transportu i komunikacji (kontynuacja)
- Rewitalizacja terenów przemysłowych w celu podniesienia ich wartości inwestycyjnej
- Zapewnienie zachęt inwestycyjnych w postaci pakietu usług negocjowanych z inwestorem przez Miejski Urząd Pracy (staże, szkolenia pracowników, poszukiwanie kandydatów do pracy, doposażenie nowych miejsc pracy, inne)
- Stworzenie systemu ulg w podatku od nieruchomości w obszarach, które wymagają dodatkowej interwencji, np. w zakresie budowy powierzchni biurowej o wysokim standardzie
- Zwolnienie inwestorów z podatku od nieruchomości na czas realizacji inwestycji budowlanej, kiedy to realizowane działania nie generują jeszcze zysków
- Kontynuacja rewitalizacji centrum miasta i modernizacji instytucji miejskich stanowiących wizytówkę Kielc
- Dbłość o jakość życia poprzez tworzenie i ulepszanie usług dla mieszkańców (transport publiczny, tereny zielone, system szczepień, oferta kulturalna, infrastruktura sportowa)
- Przygotowanie kompleksowych ofert branżowych dla inwestorów (branża BPO, metalowo – maszynowa, targowo – kongresowa, przemysł czasu wolnego)
- Współpraca z deweloperami i przedsiębiorcami z branży rynku nieruchomości na rzecz zwiększenia ilości nowoczesnej powierzchni biurowej i magazynowej w Kielcach i w KOF
- Rozwój inwestycji w mieście w oparciu o partnerstwo publiczno – prywatne (PPP)

### 4. Rozwój systemu obsługi inwestora w Urzędzie Miasta Kielce.



Efektywna obsługa firm zainteresowanych inwestowaniem w danym miejscu wiąże się z koniecznością nie tylko zaoferowania inwestorowi określonych korzyści (ulg czy zwolnień z podatku), lecz także zapewnienia dostępu do kompleksowej informacji o mieście i jego potencjale. Dodatkowo sam proces inwestycyjny z uwagi na swoją złożoność wymaga koordynacji działań różnych wydziałów i jednostek organizacyjnych urzędu.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Usprawnienie procesu obsługi inwestora poprzez wdrożenie usprawnień organizacyjnych i proceduralnych w różnych wydziałów zaangażowanych w wydawanie decyzji i pozwoleń (z uwzględnieniem roli COI jako jednostki integrującej i wspierającej cały proces – fast track dla inwestora)*
- *Stworzenie elastycznych zapisów w MPZP oraz uproszczenie i przyspieszenie procedur wprowadzania zmian w MPZP*
- *Zapewnienie „opiekuna” inwestora pomagającego w załatwianiu formalności w innych urzędach*
- *Szersze wykorzystanie systemu MSIP (Miejski System Informacji Przestrzennej) jako narzędzia integrującego i przyspieszającego proces inwestycyjny*
- *Tworzenie pozytywnego klimatu wobec przedsiębiorcy poprzez zrozumienie potrzeb i zapewnienie życzliwej atmosfery przez urzędników obsługujących proces inwestycyjny*
- *Ciągłe doskonalenie kompetencji zespołów obsługujących przedsiębiorców*

**Priorytet III:**

**Silna i wyróżniająca się marka gospodarza Kielc**

Wyróżnienie się na rynku i przyciągnięcie uwagi, a w dalszej kolejności także zaufania klientów (np. potencjalnych inwestorów), wymaga wykreowania marki gospodarczej wywołującej pozytywne skojarzenia i budującej pozytywne nastawienie. Silna marka niesie za sobą zarówno komponent poznawczy (wiedzę o miejscu i jego walorach, np. w zakresie potencjału inwestycyjnego), jak i wywołuje u odbiorców określone postawy. Marka to przy tym wielopłaszczyznowy twór, dla którego logo i materiały promocyjne są tylko zewnętrznym poziomem bazującym na podstawie silnej tożsamości i zdefiniowana wartości, jakimi chcemy się posługiwać. Marka gospodarza to zatem spójna oraz identyfikowalna koncepcja miejsca oferująca odbiorcom określone korzyści i pozwalająca na identyfikację oferty terytorialnej miejsca. Jeśli mówimy o marce gospodarczej, jej celem jest bez wątpienia zwrócenie uwagi na ekonomiczny aspekt miejsca i podkreślenie jego potencjału gospodarczego. Marka gospodarza to zatem nie tylko nośnik określonych skojarzeń związanych z miejscem, ale również potencjalny czynnik wzmacniający wartość lokalnych produktów i usług.

Budowę marki gospodarczej wymusza narastająca konkurencja między miastami i regionami oraz dążenie władz lokalnych do wzmocnienia przewagi miejsc w konkurencji o wzbudzenie zainteresowania inwestorów oraz podniesienie konkurencyjności lokalnych przedsiębiorstw. Marka oddziałuje przy tym zarówno w otoczeniu, jak i na rynku wewnętrznym, stymulując popyt na lokalne usługi i produkty oraz przyciągając uwagę do oferty terytorialnej miejsca (np. atrakcyjność inwestycyjna). Mówimy zatem o wieloaspektowym oddziaływaniu na zachodzące procesy gospodarcze.



Podstawowym źródłem marki jest efektywna promocja gospodarcza poprzedzona diagnozą tożsamości miejsca, czyli znalezieniem takich cech miejsca i zdefiniowaniem takich wartości, jakie chcemy zakomunikować otoczeniu. Jak pokazała przeprowadzona Diagnoza społeczno-gospodarcza, Kielce nie dysponują zestawem skojarzeń pozwalających na jednoznaczne wypozycjonowanie miasta w powszechnym odbiorze (zob. *Diagnoza...*, str. 48-49). Przywoływane skojarzenia odwołują się głównie do roli Kielc jako regionalnego ośrodka wzrostu (stolica regionu, największe miasto w województwie) albo przenoszą na miasto cechy regionu (Góry Świętokrzyskie). Unikalnym skojarzeniem jest przywoływanie Targów Kielce i postrzeganie Kielc jako ośrodka targowo-kongresowego (Kielce Expo City). Pojawiają się także skojarzenia sportowe: VIVE Kielce, Korona Kielce, popularne produkty branży spożywczej (Majonez Kielecki) oraz skojarzenia odwołujące się do nieodległej, ale zapomnianej historii regionu – scyzoryki.

Kwestie promocji miasta pozostają w głównej mierze w kompetencjach Wydziału Kultury, Sportu i Promocji Miasta, gdzie prowadzone są prace zmierzające do opracowania strategii marki Kielc oraz szereg innych inicjatyw. Biorąc pod uwagę aktualnie prowadzoną promocję gospodarczą należy zwrócić uwagę na inicjatywy Centrum Obsługi Inwestora, które w ramach działań mających na celu zwiększenie zainteresowania inwestorów miastem prowadzi Kielecki Portal Gospodarczy (Inwestuj w Kielcach / [www.invest.kielce.pl](http://www.invest.kielce.pl)), Bazę Ofert Inwestycyjnych ([www.mapa.invest.kielce.pl](http://www.mapa.invest.kielce.pl)) oraz podejmuje szereg innych inicjatyw promocyjno-informacyjnych (newsletter, profil na FB, artykuły promocyjne w prasie branżowej, czynny udział w ogólnopolskich wydarzeniach gospodarczych).

Warto podkreślić, że efektywna promocja to proces angażujący różnych interesariuszy rozwoju gospodarczego: oprócz wydziałów Miasta intensywne działania promocyjne prowadzone są przez Kielecki Park Technologiczny, Targi Kielce, obie państwowe uczelnie wyższe i in. Instytucje te skupiają się jednak na promocji własnego potencjału, co jednak pośrednio przynosi korzyści całemu miastu poprzez do budowanie marki miejsca.

### **Cel 3.1. Budowanie poczucia tożsamości i pozytywnego wizerunku Kielc wśród mieszkańców**

Silna marka miejsca może w istotny sposób wpływać na percepcję produktów wytwarzanych w danym miejscu. Korzystne skojarzenia z miejscem stanowią wartość dodaną w promocji lokalnych firm wspierając ich działania marketingowo-sprzedażowe. Oprócz korzyści ekonomicznych, związanych z budowaniem zasobów gospodarczych regionu przez firmy i osoby przedsiębiorcze, poczucie związku z danym miejscem w perspektywie długofalowej buduje także inne przewagi: jest to głos społeczności lokalnej, która w spójny sposób kreuje politykę informacyjną i wysyła pozytywne komunikaty o miejscu do odbiorców zewnętrznych. Tworzy to bardzo skuteczną oraz wiarygodną reklamę, której efekty są trwalsze niż w przypadku kompleksowych koncepcji promocyjnych dotyczących danego miejsca. Aby osiągnąć ten efekt, należy dbać o budowanie poczucia tożsamości i pozytywnego wizerunku wśród mieszkańców Kielc.



### Zadania w ramach Celu 3.1.

#### 1. Kształtowanie lokalnego patriotyzmu gospodarczego i poczucia tożsamości.

Wzmocnienie zainteresowania miejscowymi produktami i usługami to istotny element stymulowania lokalnego popytu. Mówimy wówczas o ekonomicznym patriotyzmie, który polega na podejmowaniu świadomych decyzji ekonomicznych z uwzględnieniem pozytywnego wpływu tych wyborów na wspólnotę, z którą dany podmiot się identyfikuje. Należy dbać o to, aby kieleckie produkty były cenione i wybierane przed innymi (podobnie jak z punktu widzenia polskiej gospodarki korzystne jest kupowanie polskich produktów zamiast zagranicznych). Poczucie związku z miastem może mieć jednak nie tylko wymiar ekonomiczny: przejawia się także w sferze kulturalnej, naukowej, historycznej i innej. Co istotne, nie da się w sposób jednoznaczny oddzielić tych inicjatyw od działań w ramach promocji zewnętrznej, ponieważ oba te obszary wzajemnie się przenikają i uzupełniają.

#### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- Zbudowanie marki gospodarczej miasta spójnej ze strategią marki Kielc
- 'Made in Kielce' – stworzenie brandu w oparciu o najlepsze produkty i usługi wytwarzane w KOF (np. poprzez aplikację i dobrze wypozycjonowaną stronę internetową promującą kieleckie produkty i usługi)
- Promowanie marki gospodarczej Kielc poprzez udział miasta w różnorodnych lokalnych wydarzeniach
- Utworzenie dodatkowych gospodarczych kategorii w ramach wyróżnienia „Nagrody Miasta Kielce” dla firm posiadających szczególne zasługi w rozwoju miasta (np. nagroda w kategorii nowa inwestycja, obiecujący startup, firma odpowiedzialna społecznie itp.)
- Różnorodne inicjatywy lokalnych firm na rzecz społeczności lokalnej – możliwość lepszej rozpoznawalności przedsiębiorstwa i identyfikowania firmy przez mieszkańców
- Wykorzystanie lokalnych success stories w celu promowania Kielc jako miejsca talentów i sukcesów w celu wytworzenia bądź wzmocnienia pozytywnego komunikatu informacyjnego (znane firmy, produkty, osobistości świata biznesu, sportu, kultury itd.)

### Cel 3.2. Wzmocnienie zewnętrznej promocji gospodarczej Kielc

Promocja gospodarcza jest zbiorem działań dotyczących potencjału miejsca w określonym obszarze, w tym przypadku warunków do rozwoju przedsiębiorczości i atrakcyjności inwestycyjnej. Określenie zawartości przekazu informacyjnego, dobór narzędzi promocji adekwatnych do założonych celów rozwojowych oraz zdefiniowanie odbiorców/rynków docelowych to podstawowe parametry decydujące o efektywności działań promocyjnych.

Silna marka lokalnych produktów i usług stanowi ważny element budowania zainteresowania ofertą terytorialną Kielc. Firmy dumne z pochodzenia swojej oferty będą skłonne wykorzystywać aspekt lokalizacyjny w prowadzonej przez siebie komunikacji, uzupełniając tym samym przekaz promocyjny Kielc i przyczyniając się do wzmocnienia marki gospodarczej miasta. W trakcie badań fokusowych prowadzonych na potrzeby „Diagnozy społeczno-gospodarczej...” (str. 118-119) przedsiębiorcy wskazywali, że chętnie



wykorzystywaliby w reklamach swoich produktów markę Kielc, jeśli byłaby ona powszechnie rozpoznawalna i pozytywnie kojarzona.

### **Zadania w ramach Celu 3.2.**

#### **1. Promocja gospodarcza na zewnątrz regionu.**

Działania promocyjne ukierunkowane na zewnątrz regionu są niejako kontynuacją promocji marki gospodarczej prowadzonej w Kielcach. Ich celem jest wykreowanie i wzmocnienie odbioru marki Kielce jako bytu niezależnego od turystycznej marki województwa świętokrzyskiego a jednocześnie tworzącego silne i pozytywne skojarzenia.

##### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- Wykorzystanie potencjału Targów Kielce goszczącego corocznie w Kielcach ok. 200 tys. gości targowych jako platformy do promowania Kielc (obecnie Miasto Kielce posiada stoisko promocyjne na wszystkich większych wydarzeniach)
- Promocja marek kieleckich firm i produktów poprzez showroom w prestiżowym miejscu w halach wystawienniczych Targów
- Wykorzystanie koncepcji Kielce Expo City do promocji w branży kongresowo – wystawienniczej
- Prowadzenie portalu gospodarczego Inwestuj w Kielcach ([www.invest.kielce.pl](http://www.invest.kielce.pl) wraz z towarzyszącymi mu usługami (baza ofert inwestycyjnych, newsletter)
- Aktywny udział w prestiżowych wydarzeniach o zasięgu ogólnopolskim międzynarodowym typu: Kongres Gospodarczy w Katowicach, Property Forum w Warszawie, Forum Rynku Nieruchomości w Sopocie, MIPIM, Cannes.
- Obecność Kielc w artykułach w prasie branżowej i ogólnopolskiej oraz w mediach internetowych

#### **2. Organizacja kongresów i konferencji związanych z silnymi lub rozwijającymi się w Kielcach branżami.**

Działania mające na celu wzmocnienie potencjału Kielc jako ośrodka kongresowo-wystawienniczego przyczyniałyby się do integracji środowiska biznesowego oraz akademickiego, jak również, w zależności od tematyki, promocji potencjału Kielc w określonym obszarze. Warto zaznaczyć, iż Kielce posiadają znakomite warunki do organizowania komercyjnych wydarzeń kongresowych i konferencji – wliczając w to ciekawe, nowoczesne obiekty, dobrze rozwinięty segment hotelowy w mieście oraz bliskość kilku dużych aglomeracji miejskich w promieniu 200 km.

##### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- Zaangażowanie środowiska akademickiego do współorganizowania konferencji we współpracy z biznesem
- Wzmocnienie i rozwój biura kongresowego (convention bureau)
- Kompleksowa i różnicowana oferta spędzania czasu wolnego dla gości targowych i kongresowych
- Pozyskanie „wędrujących” kongresów krajowych i międzynarodowych



#### Priorytet IV: Efektywna współpraca na rzecz rozwoju przedsiębiorczości

Funkcjonowanie środowiska gospodarczego zdolnego do generowania wartości dodanej oraz rozwoju opartego na innowacyjności i działalności badawczo-rozwojowej zależy od efektywnego współdziałania poszczególnych grup interesariuszy. Łączenie potencjałów oraz przepływ informacji zachodzących w efekcie współpracy przyczyniają się do synergicznego budowania efektów w postaci rozwoju przedsiębiorczości i dynamizacji procesów innowacyjnych. Kluczowe dla sukcesu procesu jest zidentyfikowanie oczekiwań i możliwości, jakie mają do zaoferowania poszczególne podmioty wchodzące w skład systemu gospodarczego: uczelnie, firmy, samorząd lokalny oraz instytucje otoczenia biznesu. Biorąc pod uwagę znaczenie kapitału ludzkiego i społecznego dla kształtowania potencjału firm pożądanym wydaje się także zaangażowanie do współpracy lokalnej społeczności. Mając wreszcie na uwadze znaczenie informacji (zwłaszcza w dobie internetu i mediów społecznościowych) istotną rolę w systemie współpracy powinny także pełnić lokalne media, których zadaniem jest przekazywanie informacji pomiędzy uczestnikami systemu społeczno-gospodarczego miasta.

Jednak nie tylko aspekt formalny ma znaczenie. Współpraca nie będzie do końca efektywna, jeśli poszczególni uczestnicy systemu nie będą przekonani co do korzyści, jakie mogą z niej wyniknąć. Jednym z głównych celów zadań jest oddziaływanie na postawy uczestników systemu gospodarczego, tak aby ich zaangażowanie nie miało jedynie charakteru projektowego, a wynikało z przekonania o korzyściach wynikających z nawiązywania współpracy. Dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorstw, ponieważ obecnie jedynie co czwarta kielecka firma decyduje się na współpracę z instytucjami wspierania biznesu celem wzmocnienia swojego potencjału rozwojowego. Istotną barierą, oprócz niedostatecznej informacji na temat istniejących możliwości, wydaje się być właśnie niepewność odnośnie efektów wynikających z takiej współpracy.

W kieleckim ekosystemie gospodarczym podejmowane są inicjatywy mające na celu sieciowanie działalności w ramach ekosystemu gospodarczego. Na lokalnym rynku działa kilka klastrów branżowych skupiających firmy i instytucje wsparcia biznesu nie tylko z Kielc, ale i z całego województwa świętokrzyskiego (Grono Targowe Kielce, Future Hub Klaster ICT, Metal-Cast Świętokrzyski Klaster Metalowo-Maszynowy, Świętokrzysko-Podkarpacki Klaster Budowlany INNOWATOR, Świętokrzysko-Podkarpacki Klaster Energetyczny).

Dużą rolę w budowaniu klimatu zachęcającego do otwierania i rozwijania działalności gospodarczej odgrywają dostępne w mieście usługi wsparcia biznesu. Są one świadczone zarówno przez samorząd lokalny, podległe mu jednostki, jak i różne organizacje pozarządowe – izby, stowarzyszenia, fundacje. Usługi te mają szczególnie znaczenie dla mikro, małych i średnich firm działających w mieście i regionie, niemniej stanowią także ważny czynnik w przyciąganiu nowych inwestorów. Dodatkową zachętą są takie działania jak zwolnienie z podatku, który w praktyce może stanowić dla inwestora argument przeważający szalę na korzyść konkretnego miasta. Ważny jest też wydzźwięk „marketingowy” zwolnień i ulg



podatkowych: jest to niejako „reklama” dla miasta jako miejsca, w którym rozumiane są potrzeby i oczekiwania przedsiębiorców.

W przypadku Kielc do jednej z najnowszych, a mimo to świetnie rozpoznawalnych instytucji otoczenia biznesu, należy Kielecki Park Technologiczny. Jest to jednostka budżetowa Miasta Kielce, za pomocą której gmina realizuje dodatkowe, prorozwojowe usługi dla przedsiębiorców. KPT zapewnia swoim lokatorom (w większości firmom sektora MŚP) nowoczesną infrastrukturę i usługi do prowadzenia biznesu. Na bazie zrewitalizowanych terenów na północy miasta powstają nowoczesne hale przemysłowe, powierzchnie biurowe, laboratoria i sale konferencyjne. Ważną częścią działalności KPT jest stymulowanie rozwoju firm poprzez realizację projektów unijnych i innych, np. Platformy startowe dla młodych innowacyjnych firm, centrum druku 3D czy biblioteka materiałowa. Poprzez stworzenie nowoczesnej, a jednocześnie atrakcyjnej cenowo oferty dla firm KPT stało się w Kielcach prestiżową i pożądaną lokalizacją do prowadzenia biznesu.

Duże nadzieje są związane z Centrum Kształcenia Praktycznego CK Technik, który również stanowi inicjatywę samorządu Kielc. Jego działalność ma przynieść oczekiwane zmiany w dostępności pracowników dla branży metalowo-maszynowej oraz uzupełniać braki kadrowe innych specjalności. Z uwagi na pierwszoplanowe znaczenie kadr dla rozwoju przedsiębiorczości (zob. Priorytet I) CKP należy wymienić jako jedną z kluczowych w Kielcach instytucji otoczenia biznesu (przy czym konieczne jest wyjaśnienie, że CKP rozpocznie działalność w najbliższych latach po wybudowaniu i wyposażeniu pracowni oraz warsztatów).

Centrum Obsługi Inwestora działające w Urzędzie Miasta Kielce nie posiada wyodrębnionej formy prawnej, lecz działa w ramach struktur organizacyjnych urzędu miasta. Ze względu na zakres podejmowanych działań można jednak COI zaliczyć do grona IOB. Podejmowane przez COI Kielce inicjatywy obejmują: tworzenie oferty inwestycyjnej miasta, obsługę potencjalnych inwestorów, wsparcie procesu inwestycyjnego, promocję gospodarczą Kielc, integrację środowiska biznesowego, współpracę z lokalnymi instytucjami, działania na rzecz wsparcia przedsiębiorczości.

Spośród IOB działających od wielu lat w Kielcach wymienić należy: cieszącą się ugruntowaną pozycją i renomą Staropolską Izbę Przemysłowo-Handlową, Świętokrzyski Związek Pracodawców Prywatnych „Lewiatan” zrzeszający przedstawicieli kieleckiego biznesu, 2 izby rzemieślników, fundusz powierniczy i poręczeniowy, Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii, Stowarzyszenie Forum Pracodawców, Stowarzyszenie Integracja i Rozwój oraz inne organizacje pozarządowe.

Instytucje te aktywnie angażują się w realizację różnorodnych inicjatyw dla firm, skutecznie wykorzystując do tego celu środki unijne oraz inne źródła finansowania. Dzięki ich staraniom budowany jest dodatkowy, niezbędny system wsparcia dla firm w postaci szkoleń, bazy kontaktów, transferu wiedzy, wspólnej promocji, lobbingu i innych specjalistycznych usług. IOB borykają się jednak z pewnymi problemami – należy podkreślić, że przedsiębiorcy kieleccy bardzo niechętnie korzystają z tych usług, o ile nie dają one bezpośredniego wsparcia finansowego. Niechętnie również przystępują do samorządu gospodarczego i stowarzyszeń, co sprawia, że są słabo reprezentowani na forum lokalnym. Przyczyny tego stanu wynikają zapewne z relatywnie krótkiego okresu działania w warunkach gospodarki wolnorynkowej, braku silnych tradycji zrzeszania się oraz braku wystarczających zysków z działalności, które



pozwołyby małym firmom angażować się w inne sfery działalności, wykraczające poza realizację potrzeb 'pierwszego rzędu'.

Opisane wyżej czynniki sprawiają, że kieleckie IOB mają trudności ze znalezieniem odbiorców na swoje usługi i z zachęceniem firm do członkostwa w izbach i stowarzyszeniach, co z kolei przekłada się na ich dochody oraz mniejszą siłę oddziaływania na lokalny rynek. Dobrym rozwiązaniem tego problemu mogłoby być obligatoryjne dla każdej firmy członkostwo w dowolnym samorządzie gospodarczym (rozwiązanie wzorowane na systemie niemieckim), jednak taki obowiązek wymagałby rozwiązań na szczeblu centralnym, nie regionalnym.

#### **Cel 4.1. Tworzenie ekosystemu współpracy**

*Istotą lokalnej współpracy jest zaangażowanie przedstawicieli różnych interesariuszy rozwoju przedsiębiorczości: firm, administracji lokalnej, uczelni, instytucji otoczenia biznesu, ale również mieszkańców. Wyzwaniem w tym układzie pozostaje sprawna komunikacja i przepływ informacji pomiędzy samymi instytucjami. Regularna współpraca i wzajemne informowanie się o usługach i projektach realizowanych w mieście wydaje się być kluczowe dla wzmocnienia całego systemu.*

#### **Zadania w ramach Celu 4.1.**

##### **1. Forum wymiany informacji dla IOB w Kielcach i opracowanie skutecznych kanałów komunikacyjnych.**

Przedsięwzięcie to pozwoli zintegrować środowisko, umożliwi lepsze planowanie przyszłych działań na rzecz przedsiębiorstw oraz szeroką dyskusję w gronie instytucji wyspecjalizowanych w tematyce gospodarczej.

##### **Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Organizowanie systematycznych spotkań wszystkich instytucji otoczenia biznesu w formie warsztatów lub zamkniętego seminarium*
- *Wypracowanie systemu bieżącego informowania się IOB o podejmowanych aktualnych inicjatywach*

##### **2. Tworzenie platformy współpracy między samorządem Miasta Kielce i przedsiębiorcami.**

Do skutecznej współpracy potrzebna jest bieżąca wymiana informacji. Jest o możliwe poprzez tworzenie kanałów informacji współgrających z nowoczesnymi technologiami, ale również zgodnych z oczekiwaniami odbiorców komunikatów. Aby współpraca była efektywna, potrzeba także spełnienia kolejnego, mniej oczywistego warunku: budowania pozytywnego wizerunku miasta w oczach przedsiębiorców. Skutkuje to bowiem większym zaangażowaniem się firm w lokalne inicjatywy i ich gotowością do identyfikowania się z miastem.



**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Regularny udział i zaangażowanie przedstawicieli miasta w branżowe spotkania przedsiębiorców*
- *Zorganizowanie cyklicznego wydarzenia gospodarczego (konferencji) o zasięgu lokalnym, które będzie okazją do wymiany poglądów, postulatów, pomysłów zarówno przedsiębiorców, jak i samorządowców*
- *Zainicjowanie regularnych spotkań (np. w formie śniadań biznesowych) prezydenta miasta z przedstawicielami różnych branż w Kielcach w celu budowania relacji opartej na rozumieniu oczekiwań i możliwości każdej ze stron*
- *Narzędzie do stałej komunikacji przedsiębiorców z władzami miasta dostępne online*
- *Zaangażowanie Zespołu ds. Przedsiębiorczości i Pełnomocnika ds. Przedsiębiorczości w Urzędzie Miasta Kielce do monitorowania realizacji „Programu wspierania przedsiębiorczości...” oraz inicjowanie różnych działań*

### **3. Tworzenie i rozwijanie sieci współpracy pomiędzy uczelniami i przedsiębiorstwami.**

Działanie przyczyni się do poznania wzajemnych postulatów i oczekiwań, np. w sferze otwierania nowych specjalizacji i kierunków kształcenia, weryfikowania programów nauczania, organizacji staży, praktyk zawodowych, transferu wiedzy i technologii w obu kierunkach. Poza oczywistym transferem wiedzy z uczelni do biznesu powstaje także dodatkowa szansa pozyskania przez uczelnie specjalistów z praktyką w biznesie do prowadzenia zajęć dydaktycznych ze studentami czy rozwoju współpracy w innych obszarach działalności uczelni.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Stworzenie spotkań (w cyklicznej formule) dla uczelni wyższych i firm w formie „okrągłego stołu” z udziałem wybranej IOB jako jednostki koordynującej te działania*
- *Powołanie zespołów konsultacyjnych złożonych z przedsiębiorców przy różnych kierunkach kształcenia na poziomie wyższym*
- *Organizowanie wspólnych wydarzeń branżowych przez przedsiębiorców reprezentujących poszczególne branże oraz przez uczelnie wyższe*
- *Stymulowanie komercjalizacji wiedzy i współpracy na linii biznes – środowisko akademickie*

### **4. Wzmacnianie współpracy samorządów w ramach Kieleckiego Obszaru Funkcjonalnego (KOF).**

Rynek pracowników i oddziaływanie gospodarcze inwestycji rzadko ogranicza się do jednej gminy, dlatego kooperacja pomiędzy samorządami ma kluczowe znaczenie dla tworzenia atrakcyjnej i zróżnicowanej oferty inwestycyjnej. Ze względu na małą ilość terenów inwestycyjnych w gminie Kielce taka współpraca może przynieść wiele korzyści dla każdej ze stron. Należy przy tym mieć na uwadze to, że każda jednostka samorządu terytorialnego jest w pełni samodzielna i realizuje zadania własne, stąd wytyczanie wspólnych celów przez kilka



samorządów wymaga zrozumienia celów wyższych przez interesariuszy poszczególnych działań realizowanych wspólnie.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Promowanie przez COI Kielce ofert firm prowadzących działalność zarówno w Kielcach, jak i na terenie KOF*
- *Informowanie partnerów KOF (zarówno gminy, jak i przedsiębiorców) o ciekawych z gospodarczego punktu widzenia wydarzeniach i faktach (kontynuacja już podejmowanych działań)*
- *Realizacja wspólnych projektów w ramach KOF*

### **5. Aktywna współpraca z instytucjami i partnerami biznesowymi na szczeblu centralnym.**

Zapewnienie dostępu Kielc wraz z KOF do informacji i usług istotnych z punktu widzenia regionu to zadanie kluczowe w budowaniu przewag konkurencyjnych miasta i regionu. Ważne jest także zaistnienie w świadomości osób reprezentujących różne instytucje centralne i budowanie z nimi dobrych relacji.

**Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:**

- *Udział w seminariach, szkoleniach i projektach instytucji rządowych i centralnych (PAIH, PARP, Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, Ministerstwo Przedsiębiorczości i Innowacji, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, zagraniczne biura handlowe, ambasady, konsulaty)*
- *Angażowanie przedstawicieli powyższych instytucji w wydarzenia gospodarcze w mieście w celu prezentowania potencjału ekonomicznego miasta i firm*
- *Współpraca z instytucjami komercyjnymi i międzynarodowymi firmami w celu przyciągania inwestorów do miasta i KOF*

### **Cel 4.2. Skuteczna polityka informacyjna wykorzystująca dostępne kanały komunikacji**

Rozwój miasta inteligentnego to działania na rzecz stosowania technologii informacyjno-komunikacyjnych dla pełniejszego wykorzystania lokalnego potencjału, zwiększenia interaktywności i wydajności infrastruktury miejskiej, a także podniesienia świadomości ekonomicznej mieszkańców. Informacja gospodarcza skutecznie docierająca do przedsiębiorców może być istotnym narzędziem stymulowania rozwoju firm oraz animowania współpracy w ramach lokalnego środowiska gospodarczego. Zakres, ilość i sposób dystrybuowania informacji może w istotny sposób modyfikować zachowania przedsiębiorców skłaniając ich do podejmowania określonych działań sprzyjających rozwojowi. Badania realizowane wśród przedstawicieli firm w ramach *Diagnozy społeczno-gospodarczej...* (str. 62) wskazują na istnienie bariery w informowaniu przedsiębiorców o podejmowanych w mieście inicjatywach progospodarczych.



## Zadania w ramach Celu 4.2.

### 1. Bardziej powszechne i aktywne wykorzystanie mediów elektronicznych w komunikacji ze społeczeństwem.

Rozwój technik ICT jak również upowszechnienie dostępu do urzędów elektronicznych w istotny sposób wpływa na zmiany w sposobie komunikowania się. Zwraca szczególną uwagę wzrost znaczenia mediów społecznościowych jako narzędzia przekazywania informacji. Zachodzące zmiany dotyczą też komunikacji pomiędzy samorządem a interesariuszami rozwoju lokalnego. Efektywne docierania z informacjami wymaga dostosowania się do istniejących trendów.

#### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- *Poprawa układu i zawartości stron internetowych lokalnych instytucji i urzędów tak, aby zawierały one aktualne treści, zorganizowane zgodnie z najnowszymi wytycznymi dotyczącymi budowy stron www*
- *Wykorzystanie mediów społecznościowych, mailingu i sms do komunikowania się o ważnych sprawach (odpowiednio do ich wagi).*

### 2. Niwelowanie barier komunikacyjnych pomiędzy przedsiębiorcą i urzędnikiem w związku z udzielaniem pozwoleń i innymi procedurami administracyjnymi.

Jest to sfera, która budzi najwięcej emocji ze strony przedsiębiorców nierozumiejących obowiązków i terminów ustawowych ciążyących na urzędnikach. Z drugiej strony pracownicy administracji mylnie zakładają, że posiadana przez nich wiedza jest powszechna i nie wykazują chęci tłumaczenia zawitych przepisów swoim klientom.

#### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- *Wdrożenie e-usług dla przedsiębiorców w ramach platformy smart city*
- *Cykliczne szkolenia dla urzędników z zakresu obsługi klienta i skutecznej komunikacji werbalnej*
- *Utrzymanie bieżącego kontaktu telefonicznego/mailowego z przedsiębiorcą i informowanie go o przebiegu postępowania z jednoczesnym zachowaniem wszelkich obowiązujących procedur i terminów*

### 3. Wzmocnienie procesu konsultacji społecznych z przedsiębiorcami.

Konsultacje społeczne są niezwykle ważnym elementem dialogu społecznego. Na urzędzie ciąży wiele obowiązków związanych z informowaniem społeczeństwa (w tym także przedsiębiorców) o zmianie przepisów lub postępowaniach administracyjnych.

#### Proponowane projekty, które przyczynią się do zrealizowania niniejszego zadania:

- *Rozwijanie systemu komunikacji poprzez platformę Idea Kielce oraz ciągły wysiłek w kierunku upowszechniania, doskonalenia i promowania tego narzędzia*
- *Wykorzystanie wszystkich dostępnych, bezpłatnych kanałów informacyjnych (mailing, strona www, FB)*



*- Uzupełnienie bezpłatnej kampanii informacyjnej dotyczącej konsultacji społecznych odpłatnymi ogłoszeniami w lokalnej prasie i radiu w przypadku spraw o dużym znaczeniu dla lokalnej populacji*



## V. Wdrażanie i monitoring efektów programu

„Program wspierania przedsiębiorczości dla Miasta Kielce” jest dokumentem operacyjnym programującym działania Urzędu Miasta Kielce w zakresie szeroko rozumianego podnoszenia atrakcyjności Kielc dla biznesu. Urząd Miasta Kielce będzie pełnił rolę inicjatora i **Jednostki Realizującej Program**. Koordynację procesu wdrażania zadań Programu będzie leżeć po stronie Wydziału Rozwoju i Rewitalizacji Miasta, który na potrzeby realizacji założeń Programu będzie pełnił funkcję **Jednostki Wdrażającej**.

Na potrzeby realizacji działań wymagających zaangażowania zasobów i kompetencji leżących w gestii wydziałów innych niż Wydział Rozwoju i Rewitalizacji Miasta przewiduje się możliwość powoływania na potrzeby realizacji Programu międzywydziałowych zespołów odpowiedzialnych za realizację konkretnych zadań.

Do zadań Jednostki Wdrażającej Program będzie w szczególności należeć:

- przeprowadzenie oceny ex-ante (przed rozpoczęciem realizacji);
- inicjowanie wdrażania działań przewidzianych Programem;
- kreowanie nowych działań bazujących na propozycjach Programu oraz potrzebach zgłaszanych przez beneficjentów Programu;
- zbieranie danych (statystycznych, finansowych) na temat postępów oraz efektów wdrażania Programu;
- dokonywanie okresowych (corocznych) sprawozdań z realizacji Programu na rzecz Jednostki Realizującej Program.

Ważnym aspektem wdrażania Programu jest jego upowszechnienie wśród potencjalnych interesariuszy rozwoju przedsiębiorczości oraz podmiotów przewidzianych jako instytucje zaangażowane w realizację działań. W szczególności przewiduje się:

- Upowszechnienie informacji o Programie za pośrednictwem miejskiej strony internetowej.
- Opracowanie broszury informacyjnej i prezentacji multimedialnej połączone z dystrybucją materiałów promujących Program podczas wydarzeń z udziałem przedsiębiorców.
- Upowszechnienie głównych założeń Programu za pośrednictwem lokalnych mediów.
- Przekazanie tekstu Programu przedstawicielom działających na terenie Kielc instytucji otoczenia biznesu oraz organizacji zrzeszających przedsiębiorców.



## System monitoringu

Monitorowanie przebiegu realizacji założeń Programu ma na celu weryfikację postępu rzeczowego (fakty realizacji określonych działań przewidzianych Programem), jak również zmiany zachodzące w obrębie określonych wartości. Celem monitorowania jest poinformowanie realizatorów programu oraz wszystkich zainteresowanych stron o postępach, jak również dostarczenie informacji umożliwiających dokonywanie uzasadnionych korekt lub uzupełnień będących odpowiedzią na zmieniające się uwarunkowania realizacyjne. Monitorowanie jest efektem podejścia, zgodnie z którym uchwalenie Programu jest działaniem inicjującym proces, a nie jego końcem.

Za proces monitoringu realizacji będzie odpowiedzialna **Jednostka Monitorująca** powstała na bazie Zespołu ds. Przedsiębiorczości, która oprócz funkcji kontrolnej i oceniającej będzie pełniła rolę ciała doradczego w zakresie wdrażania założeń Programu, w szczególności jeśli chodzi o wzbogacanie palety działań w oparciu o doświadczenia oraz informacje pochodzące od interesariuszy Programu.

Monitoring programu będzie się odbywał poprzez analizę zmian wartości wskaźników rezultatu przypisanych do poszczególnych celów Programu.

**Tabela 3. Wskaźniki produktu i rezultatu w ramach każdego z celów**

Cel szczegółowy	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu
<b>1.1. Dostosowanie kwalifikacji zawodowych do potrzeb przedsiębiorstw</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba kursów zawodowych oferowanych przez CKP</li><li>- Liczba nowych kierunków studiów wyższych, podyplomowych i kursów zawodowych oferowanych w kieleckich uczelniach</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba osób przeszkolonych w ramach kursów CKP</li><li>- Liczba studentów nowo otwartych kierunków na kieleckich uczelniach</li></ul>
<b>1.2. Kształcenie kompetencji kluczowych dla rynku</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba przedsięwzięć edukacyjnych zwiększających kompetencje nauczycieli i uczniów organizowanych przez Miasto Kielce</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba osób, które zwiększyły swoje w wyniku realizacji przedsięwzięć edukacyjnych Miasta Kielce</li></ul>
<b>1.3. Zatrzymanie procesu odpływu z Kielc młodych i utalentowanych osób</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba organizowanych konkursów dla kieleckich uczniów i studentów</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba osób, które uzyskały nagrody i wyróżnienia w ramach konkursów dla kieleckich uczniów i studentów</li></ul>



<b>2.1. Wsparcie procesów rozwojowych firm – wdrażanie innowacji oraz internacjonalizacja</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ilość wydarzeń dla startupów organizowanych w Kielcach</li><li>- Liczba startupów przyjętych do projektu „Platformy startowe” w KPT</li><li>- Liczba wydarzeń dla przedsiębiorców zorganizowanych w Kielcach</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba osób, która skorzystała z wydarzeń dla startupów w Kielcach</li><li>- Liczba osób, które uzyskały wsparcie w ramach projektu „Platformy startowe”</li><li>- Liczba firm uczestniczących w wydarzeniach dla przedsiębiorców</li></ul>
<b>2.2. Kielce atrakcyjne dla inwestorów i nowej przedsiębiorczości</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba inwestorów korzystających z ulg w podatku od nieruchomości</li><li>- Liczba powierzchni KPT oddanej do użytku lokatorom</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Wartość ulg w podatku od nieruchomości udzielonych inwestorom</li><li>- Liczba lokatorów KPT</li></ul>
<b>3.1. Budowanie poczucia tożsamości i pozytywnego wizerunku Kielc wśród mieszkańców</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ilość konkursów wyróżniających przedsiębiorców kieleckich</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba nagrodzonych i wyróżnionych przedsiębiorców kieleckich</li></ul>
<b>3.2. Wzmocnienie zewnętrznej promocji gospodarczej Kielc</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba wydarzeń gospodarczych, w których promuje się Miasto Kielce</li><li>- Liczba artykułów na temat Kielc w mediach branżowych i ogólnopolskich oraz w mediach internetowych</li><li>- Liczba kongresów i konferencji ogólnopolskich organizowanych przez Targi Kielce</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba uczestników wydarzeń gospodarczych, w których promuje się Miasto Kielce</li><li>- liczba odsłon stron www</li><li>- Liczba uczestników kongresów i konferencji ogólnopolskich organizowanych przez Targi Kielce</li></ul>
<b>4.1. Tworzenie ekosystemu współpracy</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba spotkań IOB organizowanych na terenie Miasta Kielce</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba osób reprezentujących IOB biorących udział w spotkaniach</li></ul>
<b>4.2. Skuteczna polityka informacyjna wykorzystująca dostępne kanały komunikacji</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba e-usług skierowanych do mieszkańców i przedsiębiorców</li><li>- Liczba ofert inwestycyjnych dostępnych w Bazie Ofert Inwestycyjnych</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Liczba odbiorców e- usług</li><li>- Liczba obsłużonych zapytań inwestycyjnych</li></ul>



## VI. Zakończenie

„Program wspierania przedsiębiorczości da Miasta Kielce” jest dokumentem, który pokazuje kierunek, w jakim chce podążać lokalny samorząd budując warunki sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości oraz podnoszeniu atrakcyjności inwestycyjnej Kielc. W efekcie realizacji programu w znaczący sposób powinien poprawić się klimat gospodarczy miasta zachęcając dotychczasowe oraz nowopowstające firmy do rozwoju.

Proponowane w Programie działania są ambitne i niemożliwe do osiągnięcia w krótkim przedziale czasowym. Ich efekty natomiast, choć będą dostrzegalne w dalszej perspektywie w różnych obszarach funkcjonowania miasta, powinny w istotny sposób przyczynić się. Aby jednak tak się stało, konieczne jest systematyczne i kompleksowe podejście do jego wdrożenia angażujące nie tylko lokalny samorząd, ale także wszystkich interesariuszy rozwoju przedsiębiorczości. Niezależnie bowiem od propozycji działań i projektów Program powinien także inspirować instytucje zaangażowane w szeroko rozumiany rozwój społeczno-gospodarczy do podejmowania samodzielnych działań wpisujących się w miejską politykę rozwoju przedsiębiorczości.

Synergiczne współdziałanie dla osiągnięcia celów Programu jest konieczne, aby Kielce wzmocniły swoją pozycję jako regionalnego ośrodka wzrostu gospodarczego, jak również stały się rozpoznawalną w Polsce marką gospodarczą. Taki efekt przyniesie korzyści nie tylko lokalnemu samorządowi, ale przede wszystkim mieszkańcom Kielc oraz lokalnym przedsiębiorcom. Ci pierwsi będą korzystać na zwiększającej się liczbie miejsc pracy, z kolei firmy wykorzystując silną kielecką markę będą mogli z powodzeniem konkurować na krajowym i międzynarodowym rynku.