

PROTOKÓŁ

ze spotkania zespołu roboczego –

ds. monitoringu w ramach zleconego zadania publicznego pn. Działalność wspomagająca rozwój gospodarczy, w tym rozwój przedsiębiorczości (Promocja gospodarcza miasta – testowanie kontraktacji usług), które odbyło się w dniu:

19 grudnia 2013 rok

Pani Barbara KIETNER – Za-ca Kierownika Wydz. Działalności Gospodarczej i Rozwoju poinformowała, że w spotkaniu uczestniczy m.in. kierownik Biura Obsługi Inwestora Miasta Konina, p. Łukasz Waszak, p. Paweł Prokop – Prezes Zarządu Fundacji Inicjatyw Menadżerskich oraz p. Anna Bielak – Dyrektor Biura Fundacji.

Kolejno poinformowała, że projekt realizowany jest przez miasto Konin w partnerstwie ze Stowarzyszeniem Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP realizacja projektu rozpoczęła się w 2012 roku. W realizacji projektu nastąpiła mała przerwa z uwagi na problemy jakie pojawiły się na etapie realizacji, czyli wyłonienia fundacji, która część zadań w ramach tego projektu realizuje.

Dodała, że na etapie przygotowania wniosku stwierdzono, że prowadzona promocja miasta Konina jest mało efektywna i przynosi małe rezultaty. Przystępując do projektu diagnoza była oparta na tym, że mało jest instytucji pozarządowych, które realizują zadania społeczne w sferze gospodarczej. W związku z tym przystąpiono do realizacji innowacyjnego projektu. Innowacja ta polega na tym, że do tej pory samorządy zlecały zadania w sferze społecznej, a w sferze gospodarczej praktycznie takich zadań nie było. Wynikało to z braku doświadczenia i podstaw działania organizacji pozarządowych.

Projekt jest otwarty, ale jeżeli zamierzone rezultaty zostaną osiągnięte, to będzie on kierowany również do przedsiębiorstw.

Przy realizacji projektu wyłoniono organizację pozarządową, która będzie promowała miasto Konin. Tu pojawiły się problemy, gdyż było bardzo małe zainteresowanie instytucji pozarządowych tym projektem. Przy trzecim podejściu udało się wyłonić Fundację Inicjatyw Menadżerskich z Lublina, która realizuje zlecone zadanie w formie kontraktowania, w zakresie promocji miasta.

W pierwszym etapie realizacji projektu wyodrębniono trzy obszary, do których kierowana jest ta promocja:

- promocja miasta atrakcyjnego inwestycyjnie,
- kontakt z inwestorami,
- kojarzenie przedsiębiorstw.

Zespół roboczy opracował wstępną wersję produktu innowacyjnego.

Jeżeli chodzi o produkt innowacyjny, w jego skład zawierają się procedury badania efektywności jakościowej i ekonomicznej realizowanego zadania, jak również nowy model zmiany formy realizacji usług z zakresu rozwoju usług na kontraktowanie.

Elementami składowymi projektu jest:

- uchwała Rady Miasta Konina w sprawie przyjęcia wieloletniego programu współpracy w zakresie zlecenia realizacji zadań publicznych,
- zarządzenie w sprawie ogłoszenia otwartego konkursu ofert na realizację zadania publicznego,

- zarządzenie w sprawie monitorowania i kontroli realizacji umowy pod kątem badania jakości i efektywności usług w obszarze zadania publicznego,
- wycena usług – dokument wewnętrzny – kalkulacja kosztów,
- produkt finalny.

Wycena usług odnosi się do trzech obszarów wyodrębnionych do promocji miasta.

Po okresie testowania, który zakończy się w czerwcu 2014 roku, zostanie opracowany finalny produkt.

Pani B. Kietner poinformowała, że praca zespołu roboczego będzie polegała na tym, że wszystkie uwagi do testowanego produktu, jak również później na etapie obliczenia wskaźników efektywności ekonomicznej, pozwolą na wypracowanie produktu finalnego, który będzie musiał być obroniony na Sieci Tematycznej.

Projekt składa się z 3 etapów. Pierwszy etap przeszedł bardzo pozytywnie, ponieważ opracowana strategia była przyjęta przez członków Sieci Tematycznej bezwarunkowo, bez żadnych uwag. Można stwierdzić, że było to wynikiem bardzo dobrego jej przygotowania, a poza tym produkt cieszył się dużym zainteresowaniem innych miast na prawach powiatu.

Po okresie testowania, pozytywnej walidacji i przyjęciu produktu finalnego będzie on upowszechniany w skali całego kraju. Zamiarem jest zainteresowanie produktem finalnym wszystkich miast na prawach powiatu.

W realizacji zadania pomagać miastu będzie Sieć Tematyczna, ministerstwo. Dzięki temu miasto Konin będzie promowane w dalszym etapie. Raport i wstępny produkt dostępne są na stronie miasta.

Kolejno głos zabrał p. Paweł PROKOP - Prezes Zarządu Fundacji Inicjatyw Menadżerskich. Powiedział, że Fundacja zdecydowała się na start w przetargu i podjęcie się tego zadania z dwóch powodów.

Pierwszy jest taki, że zlecenie zadań organizacjom pozarządowym jest jednym z „koników” działania Fundacji. Fundacja robi jeden z projektów innowacyjnych, a w ministerstwie wysoko oceniane jest zlecenie zadań organizacjom pozarządowym i dlatego zdecydowano się to przetrenować.

Drugim powodem było to, że Fundacja ma dorobek w Polsce i innych krajach, które predysponuje ją do wykonania takiego zadania.

Dodał, że w Koninie zostało stworzone Biuro Obsługi Inwestora, spośród ponad 400 aplikacji wybrano 4 pracowników tego biura.

Odbyły się również warsztaty strategiczne z kadrą kierowniczą, pracownikami Urzędu Miejskiego. Na spotkaniu udało się wypracować elementy tożsamości gospodarczej, opracowano logo.

Dodał, że projekt jest rozłożony w czasie. Ściągnięcie inwestora to jest bardzo złożony proces polegający na zachęcaniu, przyciąganiu i działaniu na bardzo wielu płaszczyznach. Te zaplanowane w projekcie, począwszy od promocji na targach w Cannes, po spotkania przedsiębiorców z Konina, z Polski, z miast partnerskich, a także z innych krajów i jest to cały proces, który będzie postępował. W tej chwili jest to początek procesu.

Jest to proces złożony, wymagający czasu, poświęconego m.in. na wyjazdy na targi, które już się odbywają i biorą w nich pracownicy biura, natomiast trzeba pamiętać, że o inwestora konkurują wszyscy. Pan P. Prokop podał przykład spotkania inwestora z Prezydentem Lublina. Dodał, że pozyskanie inwestora, to nie tylko ładne tereny, to jest szereg innych rzeczy, do których jest on przyciągany.

Jeżeli na targach będą kompetentni pracownicy Urzędu, Biura Obsługi Inwestorów, będą specjaliści, to uda się aktywnie zaproponować to co można zrobić.

Jest to początek drogi, wszystko idzie zgodnie z harmonogramem i przy dobrej współpracy można zakładać, że w czerwcu pilotaż polegający na kontraktacji sprawdzi się dobrze. Dodał, że Konin wyznacza pewną drogę i warto to robić.

Pani Anna BIELAK – Dyrektor Biura Fundacji dodała, że intensyfikacja działań dopiero będzie, np. za trzy miesiące odbędą się targi w Cannes, a w tej chwili trwają spotkania. Dobre miejsce, dobra powierzchnia, trwają przygotowania do wizualizacji Konina, a przede wszystkim chodzi o bezpośrednie spotkanie z przedsiębiorcami.

Pracownicy Biura Obsługi Inwestora będą uczestniczyć w wyjazdach zagranicznych, sympozjach krajowych, gdzie też będą nawiązywane kontakty. Będzie również doradztwo dla firm, które chcą przyjść do Konina, które chcą nawiązać współpracę z konińskimi firmami i eksperci będą doradzać jak to zrobić.

Pan Prezes P. PROKOP dodał, że zanim się pojedzie na targach trzeba wykonać wiele pracy, zbierać informacje o przedsiębiorcach, którzy tam będą, o samorządach, o instytucjach, które tam będą. Wykonanie tej pracy będzie owocowało tym, że w ciągu tych kilku dni w Cannes będzie można precyzyjnie spotykać się z przydatnymi osobami, a nie z przypadkowymi, które przechodziły koło stoiska. To jest również zbieranie baz danych, określanie liderów w poszczególnych strategicznych branżach rozwoju Konina. Jest to praca, której nie widać, ale trzeba ją wykonać, żeby w czerwcu był efekt.

Pani Anna BIELAK poinformowała, że przeprowadzono audit komunikacyjny, który pokazał miejsce Konina w gospodarce regionalnej, gospodarce globalnej, jaka jest historia Konina. W warsztatach uczestniczyli pracownicy Urzędu. W wyniku tego określono to miejsce Konina, zostało to zwizualizowane, powstało logo.

Stworzono również platformę, na której jest kilkanaście zakładek. Platforma informuje jakie są tereny inwestycyjne, jakie jest miejsce Konina, co tu można zrobić, co można zobaczyć, taka strona zachęcająca do zainteresowania się miastem.

Zostały utworzone zakładki na profilach społecznościowych, na youtube pojawi się filmik i trwają przygotowania do targów w Cannes. Odbyły się do tej pory dwa wyjazdy zagraniczne, pracownicy uczestniczyli w sympozjum we Frankfurcie i w Paryżu, gdzie również przeprowadzano rozmowy na temat Konina i możliwości nawiązania współpracy.

Trwają działania przygotowawcze do właściwych działań merytorycznych, które zaczynają się od stycznia.

Pan Prezes P. PROKOP dodał, że przygotowany jest również newsletter, który za chwilę będzie rozsyłany.

Pani Barbara KIETNER zwróciła uwagę, że projekt jest realizowany ze środków pomocowych Unii Europejskiej, natomiast zlecenie zadania – środki pochodzą z budżetu miasta.

Na etapie spotkań i wskazania obszarów, do których jest skierowana promocja obliczano wszelkie poniesione koszty. Po przeprowadzonej kalkulacji kosztów ustalono kwotę 1.000.000 zł. To działanie ma poprawić efektywność prowadzonej promocji.

Podkreśliła, że każda promocja to jest okres wieloletni, ale przez to zadanie, przy tych samych kwotach zakłada się osiągnięcie lepszych efektów.

Zadaniem zespołu będzie monitorowanie, testowanie, ale również obliczanie wskaźników efektywności. Aktualne dane będą pozyskiwane od Fundacji, a dane wcześniejsze, z okresu 3 lat już są zbierane, to co miasto Konin wydało na promocję gospodarczą.

Kolejno p. Łukasz WASZAK przedstawił prezentację.

Poinformował, że zespół otrzymał w dokumentach aktualny harmonogram realizacji zadania. Jest to harmonogram, który wdraża Fundacja w ramach tego programu są już zrealizowane działania (1 i 2), część pozostałych zadań też już zostało uruchomionych. Do tych zadań, w ramach wypracowanych narzędzi, jest to co znalazło się w procedurach badania jakości i efektywności realizacji zadania publicznego. Procedury badania zadania publicznego mają być materiałem, który pozwoli zbadać czy zlecenie tego zadania publicznego z punktu widzenia chociażby środków publicznych, czy też efektywności związanej, z faktycznym pozyskaniem inwestora, jest celowe i powinno być promowane. Jest to bowiem projekt innowacyjny i w ramach tego projektu szukana jest ścieżka, która pozwoli efektywniej realizować zadania z obszaru pozyskiwania inwestorów i rozwoju gospodarczego.

Poinformował, że w ramach projektu zostały wydzielone trzy obszary i w ramach tych obszarów jest prowadzona realizacja zadania publicznego. Do każdego z obszarów są wskaźniki, które dotyczą efektywności ekonomicznej oraz jakości realizacji tego zadania publicznego.

W ramach monitoringu ocenie podlegać będą wskaźniki jakościowe i wskaźniki efektywności.

Trzy obszary to:

1. promocja Konina – jako miasta atrakcyjnego dla inwestorów,
2. kontakt z inwestorami,
3. kojarzenie przedsiębiorstw na terenie Konina.

W ramach pierwszego obszaru są trzy obszary, które stanowią przedmiot monitoringu:

- wystawianie miasta Konina na targach dla inwestorów,
- utworzenie portalu internetowego,
- wywołanie zdarzenia promującego Konin jako miasto z terenami inwestycyjnymi (konferencja dla partnerów).

Drugi obszar – kontakty z inwestorami:

- uczestniczenie w kongresach i sympozjach,
- spotkania indywidualne z potencjalnymi inwestorami,
- informowanie o potencjale inwestycyjnym miasta Konina.

Trzeci obszar:

- kojarzenie przedsiębiorstw na terenie Konina (pozyskiwanie przedsiębiorców na terenie samego miasta, kontakty biznes-biznes z przedsiębiorcami spoza Konina)
 - spotkania dla konińskich przedsiębiorców
 - spotkania konińskich przedsiębiorców z przedsiębiorcami z terenu kraju i zza granicy.
- doradztwo dla przedsiębiorców – realizowane w ramach Biura Obsługi Inwestora.

Pan Ł. Waszak podkreślił, że jest to projekt innowacyjny, stąd wszystkie obszary, wszystkie narzędzia, wszelkiego rodzaju rozwiązania są dopiero testowane i może się zdarzyć, że w trakcie realizacji tego zadania, w ciągu tych 10 miesięcy testowania (październik 2013 – czerwiec 2014), do narzędzi mogą być wprowadzane różnego rodzaju zmiany, poprawki, dostosowywane do realiów (podał przykład ankiet).

Następnie odniósł się do karty monitoringu. Karta pierwotnie założona była jako narzędzie monitoringu co pół roku, niestety w 10 miesięcznej perspektywie realizacji projektu jest to za krótko, dlatego przyjęto system kwartalny monitoringu realizacji zadania publicznego. Jest to o tyle uzasadnione, że pierwszy okres realizacji projektu – październik/grudzień, to jest pierwszy okres rozliczeniowy z punktu widzenia formalnego dla Fundacji. Zadanie, jako zadanie publiczne, rozliczane jest w etapach: grudzień, czerwiec, w międzyczasie wprowadzany jest system monitoringu, który wskaże dane, które zostaną wprowadzone za okres październik-grudzień, raport wstępnie będzie do 15 stycznia. Następny okres styczeń-marzec – wstępnie koniec marca, początek kwietnia kolejny raport. W tym czasie odbędą się targi w Cannes i konferencja. Kolejny okres monitoringu to marzec-czerwiec i ostatni monitoring na koniec czerwca, żeby można było zamknąć całe zadanie. Formalnie zdanie jest rozliczane do 30 lipca.

Narzędzie to ma dać informację czy zakładane wskaźniki realizacji, na tym etapie wdrażania zadania publicznego, są osiąmane (10 miesięcy, pierwotnie cały okres zakładał perspektywę 2-letnią). Pół roku był poszukiwany realizator zdania, jest pewne opóźnienie w czasie, projekt formalnie musi się zamknąć najpóźniej do czerwca 2015 roku, stąd część wskaźników będzie trudnych do weryfikacji.

Pan Ł. Waszak powiedział, że karta monitoringu jest jednym z elementów i zespół będzie otrzymywał podsumowania karty do wewnętrznej pracy, plus do tej karty trzeba będzie nakładać wskaźniki, które są przyjęte dla miasta Konina. Część wskaźników jest zbierana jako te wejściowe i będą porównywane dane.

Drugą częścią monitoringu są narzędzie, które są po stronie realizatora zadania publicznego. Będzie tu pierwsza modyfikacja – nie ma opisanego w modelu zadania pierwszego, które było przez Fundację zrealizowane dodatkowo (warsztaty, diagnoza itd.). Uznano, że ze względu na wagę tego z punktu widzenia zadania publicznego, do modelu ostatecznego ten pierwszy etap byłby dołączony do narzędzi, żeby to była część narzędzia i ten model przebiegał w pełni, od pewnej diagnozy do zaplanowania całego procesu. W styczniu to pierwsze działanie zostanie przygotowane w formule narzędzia.

Odnosząc się do harmonogramu – zadanie 2 – *przygotowanie, wystawienie i obsługa stoiska Miasta Konina na targach dla inwestorów, z wszechstronną prezentacją atutów Konina* powiedział, że po każdym tego typu zdarzeniu przewidziana jest ocena tego zadania dokonywana przez realizatora zadania publicznego – Fundację. Fundacja w tym zakresie, zgodnie z materiałami, które były przygotowane do procedury wdrażania produktu ma m.in. przeprowadzać ankietę, badania wśród potencjalnych inwestorów, którzy uczestniczą w targach. Uznano, że ankietę nie jest dobrym narzędziem, dlatego będą robione zbiorcze raporty po spotkaniach w formule wywiadu. Jako narzędzie powstanie schemat, jakie narzędzia powinny się pojawić w takim raporcie, żeby można było z niego korzystać.

Przy utworzeniu portalu internetowego, jego efektywność, jakość realizacji tego zadania z punktu widzenia środka publicznego, czyli jak to zostało zrobione, jak to jest oceniane, czy jest to potrzebne, jego ocena jakościowa będzie doprecyzowana m.in. przez

zespół projektowy – jak ten portal oceniać, z punktu widzenia jego użytkownika? To narzędzie będzie dostępne na następnym spotkaniu.

Podobnie jest z wykorzystaniem narzędzi społecznościowych, dlatego, że każdy element projektu musi mieć ocenę jakościową związaną z tym by można było później podjąć decyzję, czy to narzędzie dalej stosować z punktu widzenia np. rekomendacji w kolejnym okresie realizacji tego projektu, czyli na etapie upowszechniania.

Kolejna rzecz dotyczy infolinii – zadanie fakultatywne w modelu. Fundacja podjęła się utworzenia infolinii, co oznacza konieczność zastanowienia się nad narzędziem oceny efektywności, jakości tego zadania. Oceny będzie wykonywał zespół, a narzędzie to będzie doprecyzowywane.

W zadaniu 3 – wywołaniu zdarzenia promującego Miasto Konina jako miasto z terenami inwestycyjnymi – w narzędziu pierwotnie zakładane było stworzenie ankiety. To narzędzie również będzie doprecyzowywane (forma wywiadu) i zostanie przedstawione zespołowi do analizy.

Pan Bartosz JĘDRZEJCZAK zapytał, czy jeżeli chodzi o portal społecznościowy jest przewidziane rozszerzenie, jeśli chodzi o logo miasta Konina? Stwierdził, że brakuje zapisu, w jaki sposób wykorzystuje nowe logo, jaka jest jego kolorystyka, wymiary, barwy, rozmieszczenie na dokumentach, brak jest również miejsca, z którego można to pobierać.

Pan Ł. WASZAK zapytał realizatorów czy jest instrukcja wykorzystania tego znaku?

Pani A. BIELAK powiedziała, że jest podstawowa instrukcja korzystania, będzie ona rozszerzona, natomiast logo jest gotowe.

Pan B. JĘDRZEJCZAK dodał, że chodzi mu o książkę komunikacji. Dodał, że Urząd może rozsyłać logo, ale na wszystkich stronach powinno być miejsce do pobrania logo.

Pan P. PROKOP dodał, że cały ten element był rzeczą dodatkową, nieprzewidzianą w projekcie, którą zrobiono na prośbę miasta, bez żadnych dodatkowych kosztów. Przeprowadzono warsztaty strategiczne i zaproponowano trzy propozycje logo – jedną wybrał Prezydent Miasta. Oczywiście można poszerzyć elementy tożsamości wizualnej, żeby można ją było wykorzystać. Miasto jest właścicielem marki, logo, więc w naturalny sposób jest to logiczne.

Odnoszą się do pytania o współpracę z organizacjami pozarządowymi p. Prokop dodał, że Fundacja wywodzi się z organizacji pozarządowych i naturalną rzeczą jest to, że organizacje pozarządowe powinny również to wykorzystywać. Stwierdził, że przyszłość mądrej promocji polega na bardzo precyzyjnym i mądrym wykorzystaniu międzysektorowości. Mądrość polega na współpracy sektorów. Świat organizacji obywatelskich, społecznych, pozarządowych jest również ambasadorem miasta, również rozwoju gospodarczego.

Podkreślił, że Fundacja jest otwarta na każde spotkanie ze środowiskiem organizacji pozarządowych.

Kontynuując p. Ł. WALCZAK stwierdził, że jest to właśnie ta wartość dodana, której nie ma w narzędziu, która planowana jest do dołączenia do całościowego produktu.

Powiedział, że ważną rzeczą i zadaniem, które jest największe jeżeli chodzi o zespół, to zajęcie się podsumowaniem każdego z obszarów realizacyjnych, po przeanalizowaniu tego co zadziało się w ramach tych trzech poszczególnych działań w danym obszarze zadania publicznego. W karcie monitoringu jest to część dotycząca podsumowania i oceny jakości realizacji tego zadania. Strony 6 i 7 karty – pierwszy zestaw wskaźników jak wygląda ocena jakości realizacji zadania. Na podstawie danych będzie to monitorował zespół. Główną rolą będzie spojrzenie czy te wskaźniki są realizowane i czy są adekwatne do tego co się dzieje w ramach realizacji i testowania zadania publicznego. Te wskaźniki powstały rok temu i do czasu rozpoczęcia realizacji, nowych realiów wdrażania i testowania zadania, może się okazać, że część tych wskaźników nie będzie już adekwatna, albo trzeba będzie je modyfikować z punktu widzenia obecnej sytuacji związanej z realizacją zadania przez Fundację.

Obszar II – Kontakt z inwestorami, są tu trzy zadania:

- uczestniczenie w kongresach i sympozjach,
- spotkania indywidualne z potencjalnymi inwestorami (oprócz karty monitoringu będą różnego rodzaju dodatkowe ankiety i raporty oraz wywiady, które przeprowadzać będzie bezpośrednio Fundacja z inwestorami w trakcie realizacji tego zadania. Zespół dostanie materiały zbierane raz na kwartał. W tej części narzędzi będzie bardzo mało, ze względu na charakter prowadzonych działań),
- informowanie o potencjale inwestycyjnym.

Ocena tego zadania, m.in. zestaw wskaźników skuteczności zadania – część analizowana przez zespół, czy te zmiany są zmianami, które chcemy osiągnąć. Po pierwszym raporcie będzie łatwiej odnieść się do wskaźników.

Dodał, że ważnym elementem w ramach jakości, który jest brany pod uwagę, jest dostępność tych usług, szczególnie wtedy kiedy mamy do czynienia np. z potencjalnym inwestorem, czy przedsiębiorcą, tego jak on z tej usługi może korzystać. Jest to we wskaźnikach uwzględnione oraz efektywności z punktu widzenia chociażby warunków finansowych, czy efektywności rozumianej też jako wskaźniki zatrudnieniowe. Stwierdził, że ze wskaźnikiem zatrudnieniowym będą problemy, bo nawet jeżeli w perspektywie 10-miesięcznej okaże się, że jest ktoś zainteresowany pewnym przedsięwzięciem, to realizacja tej inwestycji raczej nie dojdzie do skutku w postaci takiej, w której wiemy że wskaźnik został osiągnięty. Będzie to raczej wskaźnik prognozowanego zatrudnienia i w tym zakresie narzędzie trzeba będzie udoskonalić.

W obszarze III szczególnej analizie zespołu podlegać będzie zestaw wskaźników do dodatkowej analizy (str. 15 karty monitoringu).

Te trzy obszary, zebrane w trzy zestawy wskaźników mają na koniec dać efekt w postaci tego, by można było ocenić czy:

1. taka forma realizacji zadania publicznego jest skuteczna,
2. efektywna,
3. czy jest dostępna z punktu widzenia zainteresowanych podmiotów – głównie przedsiębiorców.

Dodatkowo analizowanym elementem, który wiąże się z samym systemem zarządzania i realizacji zadania publicznego, będzie to czy procedura zlecenia tego zadania jest procedurą najbardziej adekwatną, jeśli chodzi o wybór realizatora, czy na pewno powinien to być tylko pożytek publiczny, czy nie powinien być rozszerzony na prawo zamówień publicznych. Chodzi o kwestię, że ilości zainteresowanych podmiotów w sferze

pozarządowej jest zbyt wąska i może tryb zakupu usługi dałby możliwość szerszej konkurencji.

Stwierdził, że głównym przedmiotem zainteresowania zespołu są wskazane trzy zestawy wskaźników do każdego z trzech obszarów, których analiza jest zadaniem zespołu. Dane będą dostarczane w systemie kwartalnym, natomiast dane wyjściowe powinny być kompletne na początku stycznia.

Pan Ł. Waszak dodał, że szczególnie zależy mu na tym, żeby przedyskutować na podstawie pierwszych raportów, to czy faktycznie te wskaźniki są wskaźnikami, które odpowiadają potrzebom lokalnym, bo mogą wymagać modyfikacji.

Powiedział, że punkt wyjścia do analiz stanowią dwa dokumenty:

- procedura badania efektywności ekonomicznej i społecznej realizacji zadania,
- procedura badania jakości realizacji tego zadania.

Poinformował, że robocze spotkania zespołu przewidziane są co kwartał.

Kolejne spotkanie – 4 luty 2014 roku. Do tego terminu zespół powinien otrzymać pierwszą wypełnioną kartę za I kwartał.

Kierownik Wydz. Działalności Gospodarczej p. R. JANKOWSKI powiedział, że zadaniem zespołu jest ocena tego co robi Fundacja. Następnie poprosił osobę z Biuro Obsługi Inwestora przedstawienie programu, harmonogramu działania na przyszły rok.

Kierownik Biura Obsługi Inwestora odpowiedział, że projekt jest bardzo przedsiębiorczy i trzeba się w to włączyć, bo jest on szansą rozwoju miasta. Dodał, że Biuro nawiązało kontakt z Urzędem Marszałkowskim, gdzie obiecano współpracę i wsparcie dla tego projektu. W tym roku były zaplanowane spotkania klastrowe B2B, ale z uwagi na okres świąteczny, który nie sprzyjał tego typu działaniom, przeniesiono spotkania na początek stycznia. Zaproszono klaster G.I.F.T. z Fundacją Taurus, z Getin Bankiem oraz Funduszem Rozwoju i Promocji Województwa Wielkopolskiego.

Biuro z Urzędem, Fundacją, bada jakie szkolenia prowadzić dla firm konińskich. Na początku stycznia te prace się rozpoczną.

Dodał, że Konin powinien wykorzystać potencjał innowacyjny. Z badań w mieście wynika potrzeba innowacji, współpracy i przygotowywana konferencja ma dać przedsiębiorcom pewien impuls do rozwoju, do zmian, do szukania nowych dróg. Przedsiębiorcy muszą się dowiedzieć o istniejących możliwościach nowych rozwiązań, żeby Konin był innowacyjny.

Pan P. PROKOP zwrócił uwagę, że dla zespołu monitorującego, oprócz wcześniej wspomnianych działań, ważne jest to, żeby zwrócić uwagę na zasadnicze elementy. Pierwszym jest to, że projekt ten doskonale wkomponowuje się w nową perspektywę finansową 2014-2020. Dodał, że czas prostych projektów się skończył. W tą nową perspektywę miasto wchodzi innowacyjnym projektem, mówiącym o outsourcingu usług. Nowa perspektywa to przede wszystkim badanie plus rozwój, to przede wszystkim komercjalizacja wiedzy, sieciowanie przedsiębiorstw itd.

Drugim, najważniejszym elementem jest to, co wyszło w czasie warsztatów strategicznych, że jest to etap pewnego paradygmatu czasowego, czyli tego, że model oparty o wielką energetykę, o kopalnię, o wielkie zakłady pracy z rozbudowaną opieką się

skończył. Idziemy w kierunku niewielkich instytucji opartych o przedsiębiorczość, zaradność, nowe myślenie, sieciowanie się. Stąd podkreślana istota klastringu, jako zjawiska ważnego, niezbędnego do działania.

Stwierdził, że warto też w ten sposób patrzeć na ten projekty, którego efekty zespół monitorujący będzie oceniał, ale warto widzieć też szerszej zjawiska, zmianę charakteru Konina i wkomponowanie tego w nową perspektywę finansowa Unii Europejskiej.

Kierownik Biura Obsługi Inwestora dodał, że są poszukiwane możliwości inwestycyjne, szczególnie w branży budowlanej, związał się klaster budowlany. Zachęcił do kontaktowania się z Biurem, szukania nowych zagadnień, którymi można się zająć.

Pan P. PROKOP powiedział, że Fundacja, czy Biuro Obsługi Inwestora działa obecnie na zasadzie „lejka”. W tej chwili jest etap gdzie ten lejek jest najszerszy, tzn. są łapane wszystkie możliwe kontakty, wszystkie klastrowe, wszystkie dotyczące izb gospodarczych, wszystkich możliwych obszarów. Przez najbliższe kilka miesięcy ten rynek będzie zawężany, będzie on po analizie szedł w kierunku tych wyborów strategicznych, które dla promocji, pozyskiwania inwestorów będą kluczowe.

Podkreślił też zainteresowanie innych samorządów innowacyjnym projektem realizowanym przez Konin.

Podsumowując spotkanie p. B. KIETNER podziękowała wszystkim uczestnikom za udział w spotkaniu.

Na tym spotkanie zakończono.

Protokołowała:
Monika Trzcielińska