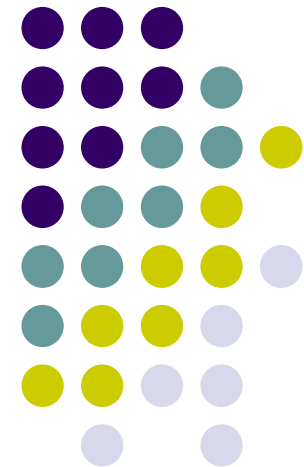


KOSZALIN

ELEMENTY STRATEGII ROZWOJU MIASTA I REGIONU



Misja Rozwoju



Stworzenie atrakcyjnych warunków do życia, pracy i brania czynnego udziału w tworzeniu miasta o indywidualnym charakterze w północno-wschodniej części województwa zachodniopomorskiego.



Kierunek 1

Podjęcie działań w kierunku zapobiegania wzrostowi poziomu bezrobocia

Kierunek 2

Dostosowanie systemu nauczania i szkoleń do potrzeb rynku pracy

Kierunek 3

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta

Kierunek 4

Poprawa warunków mieszkaniowych



KIERUNEK 1

PODJĘCIE DZIAŁAŃ W KIERUNKU ZAPOBIEGANIA WZROSTOWI POZIOMU BEZROBOCIA

Kierunek 1

Podjęcie działań w kierunku zapobiegania wzrostowi poziomowi bezrobocia.



Pomoc przy zakładaniu małych i średnich przedsiębiorstw

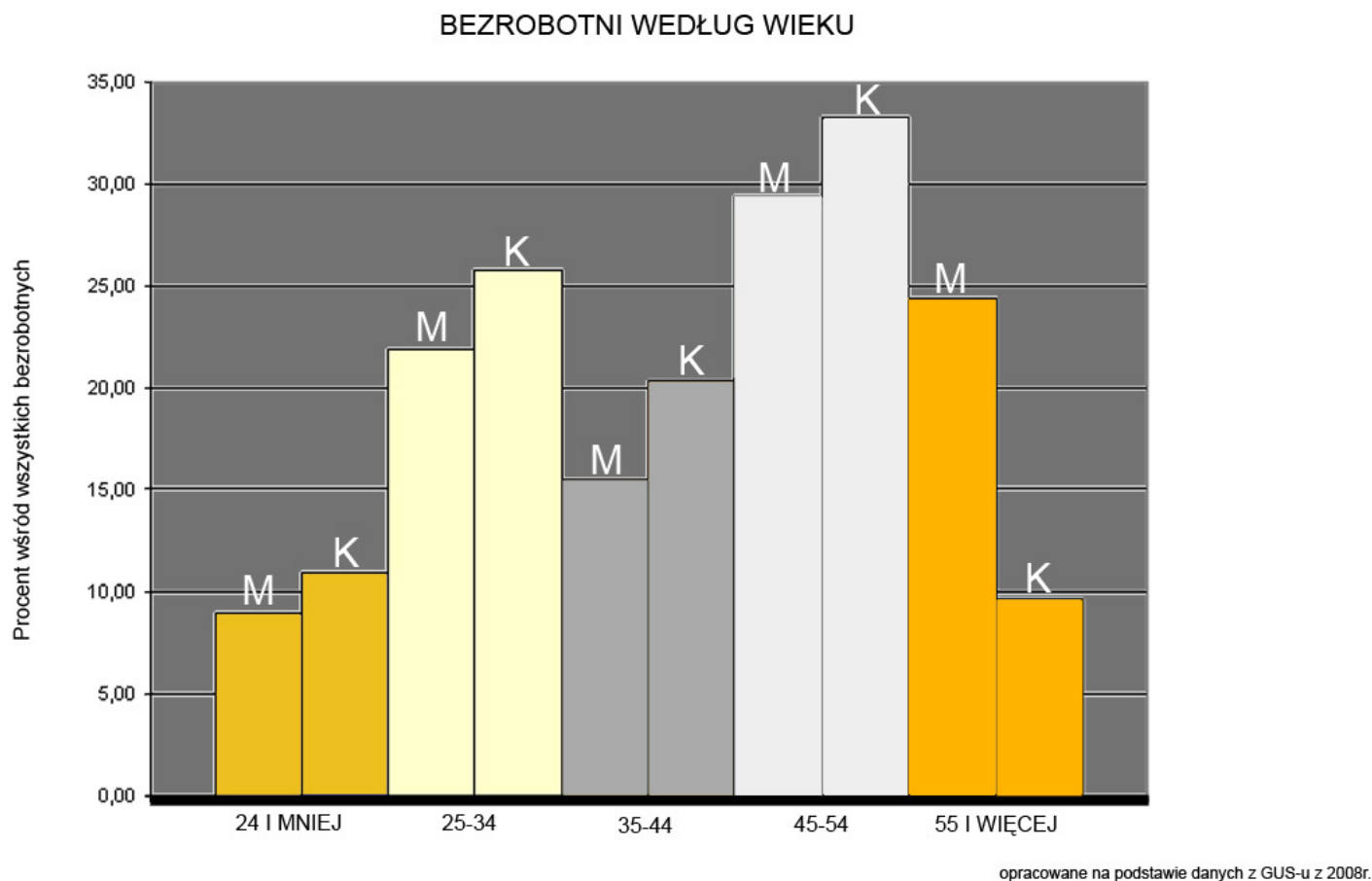
- „Wszystko w 1 okienku”;
- Program „Pierwsza praca”;
- Rozwinięcie działalności Koszalińskiego Inkubatora Przedsiębiorczości;
- Upowszechnienie informacji o dotacjach z Unii Europejskiej;
- Organizowanie kursów, szkoleń dot. zagadnień związanych z funkcjonowaniem firmy.

Pomoc dla potencjalnych pracowników:

- Organizowanie krótkotrwałych kursów, szkoleń podnoszących kwalifikacje w branżach na które jest zapotrzebowanie na rynku.

Kierunek 1 ZASOBY

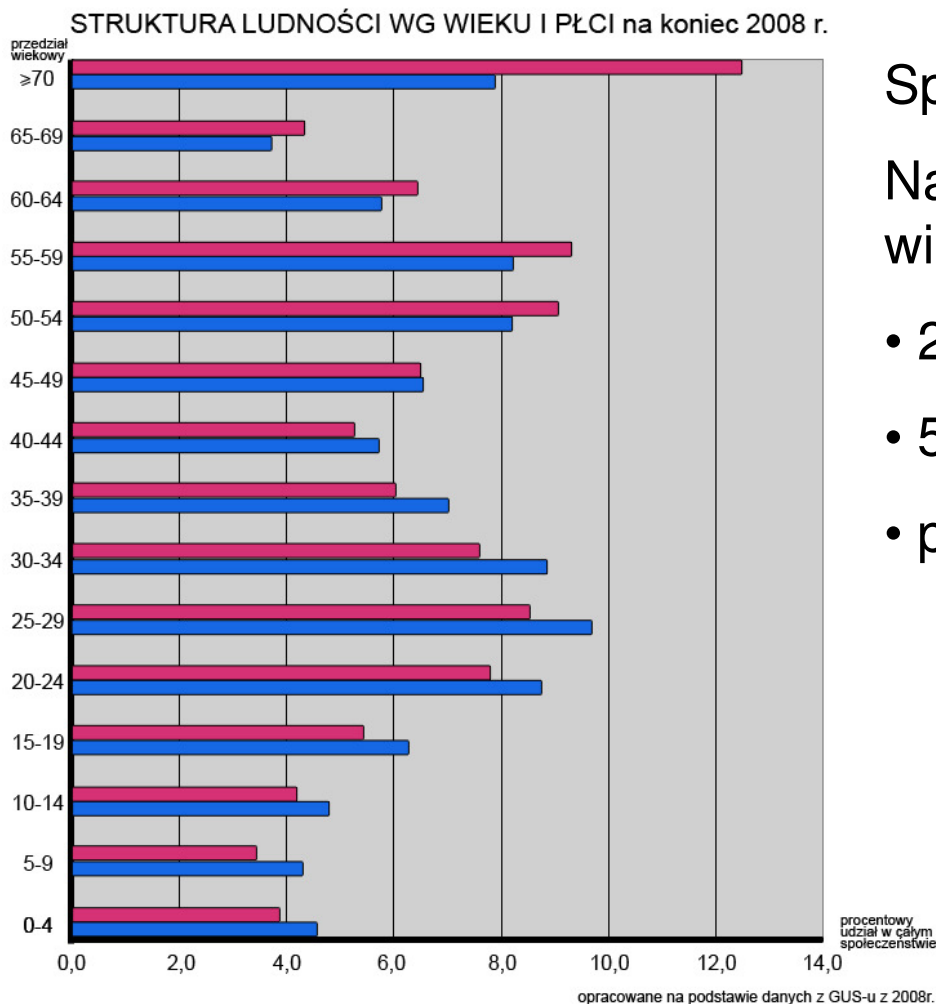
Podjęcie działań w kierunku zapobiegania wzrostowi poziomowi bezrobocia.



Stopa bezrobocia w 2008 r. wyniosła 8,2%

Kierunek 1 ZASOBY

Podjęcie działań w kierunku zapobiegania wzrostowi poziomowi bezrobocia.



Spółeczeństwo starzejące się.

Największy odsetek ludzi w wieku:

- 20 – 34,
- 50 – 59,
- powyżej 70 lat.



KIERUNEK 2

DOSTOSOWANIE SYSTEMU NAUCZANIA I SZKOLEŃ DO POTRZEB RYNKU PRACY

Kierunek 2

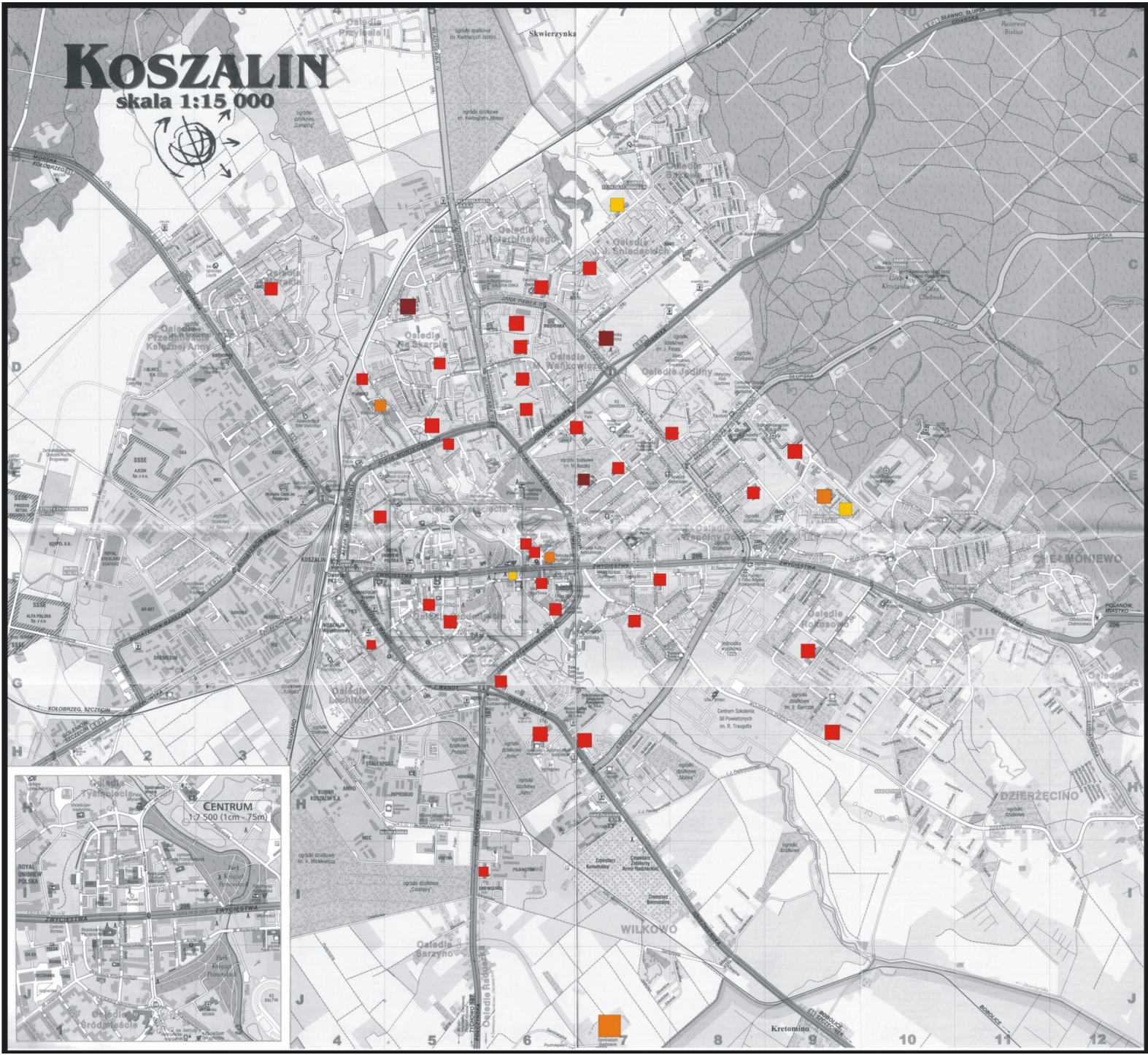
Dostosowanie systemu nauczania i szkoleń do potrzeb rynku pracy.



Zwiększenie kierunków technicznych, inżynierskich w szkołach wyższych i zmniejszenie w szkołach humanistycznych

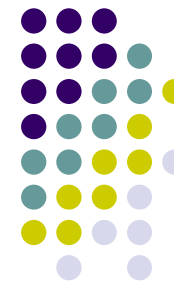
(Bałtycka Wyższa Szkoła Humanistyczna, Koszalińska Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koszalinie (dawny Zespół Kolegiów Nauczycielskich), Uniwersytet Gdański – Zamiejscowy Wydział Prawa i Administracji, wydział zamiejscowy Społecznej Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania z Łodzi, Wyższe Seminarium Duchowne Diecezji Koszalińsko-Kołobrzeskiej w Koszalinie, Politechnika Koszalińska)





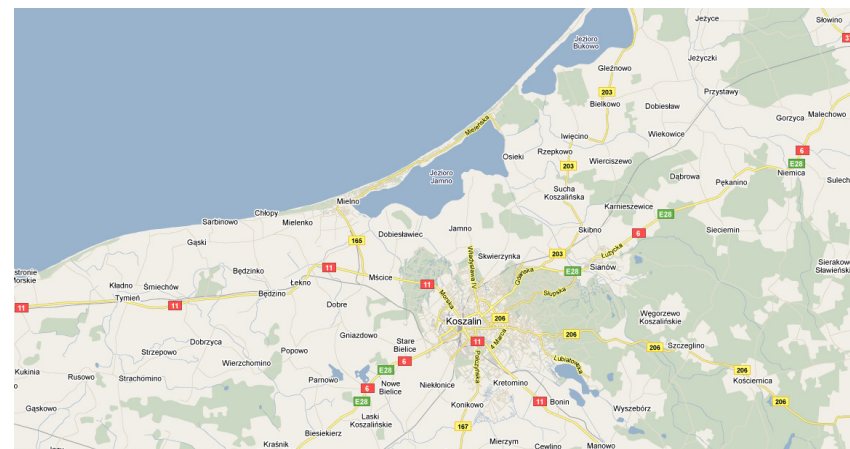
Kierunek 2

Dostosowanie systemu nauczania i szkoleń do potrzeb rynku pracy.



Nowe kierunki nauki i profile w szkołach (zawodowych, liceach, szkołach policealnych (również dla rozwijającej się turystyki - hotelarstwo, gastronomia, obsługa żeglarska jeziora Jamno, szkoła żeglarska, windsurfiingowa)

Obecne wykształcenie na kierunkach:
humanistyczno – dziennikarskich,
humanistyczno - teatralnych,
ekonomicznych, ekologicznych,
ekonomiczno – turystycznych,
sportowo – turystycznych, obsługi
turystycznej, informatycznych, reklama
wizualna, architektury krajobrazu,
budownictwo, zarządzanie informacją.



Zawody: ślusarz, blacharz, malarz, tapingierz, majster urządzeń sanitarnych, mechanik, elektryk, sprzedawca, handlowiec, kucharz małej gastronomii, asystent osób niepełnosprawnych

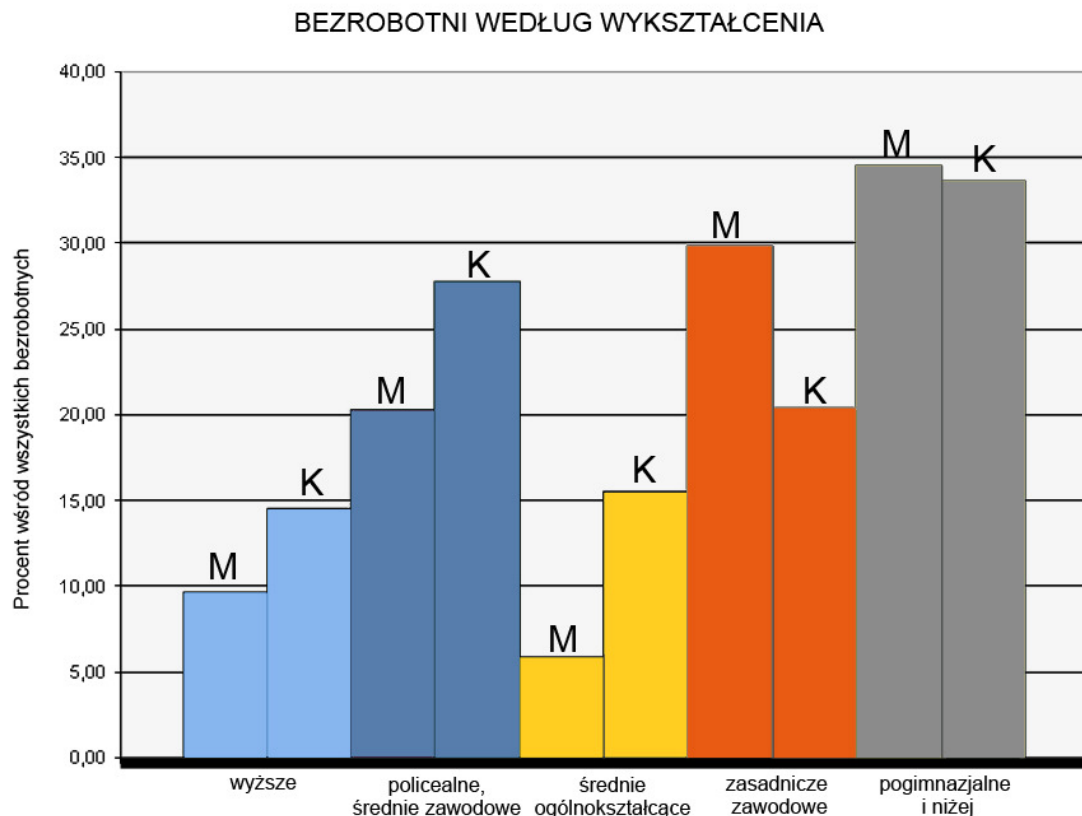
Kierunek 2

Dostosowanie systemu nauczania i szkoleń do potrzeb rynku pracy.



Roczne lub dwuletnie szkolenia (dla osób o wykształceniu podstawowym lub w celu przekwalifikowania)

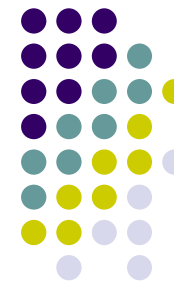
wykształcenie podstawowe i nieustalone – 27% (GUS 2008 r)



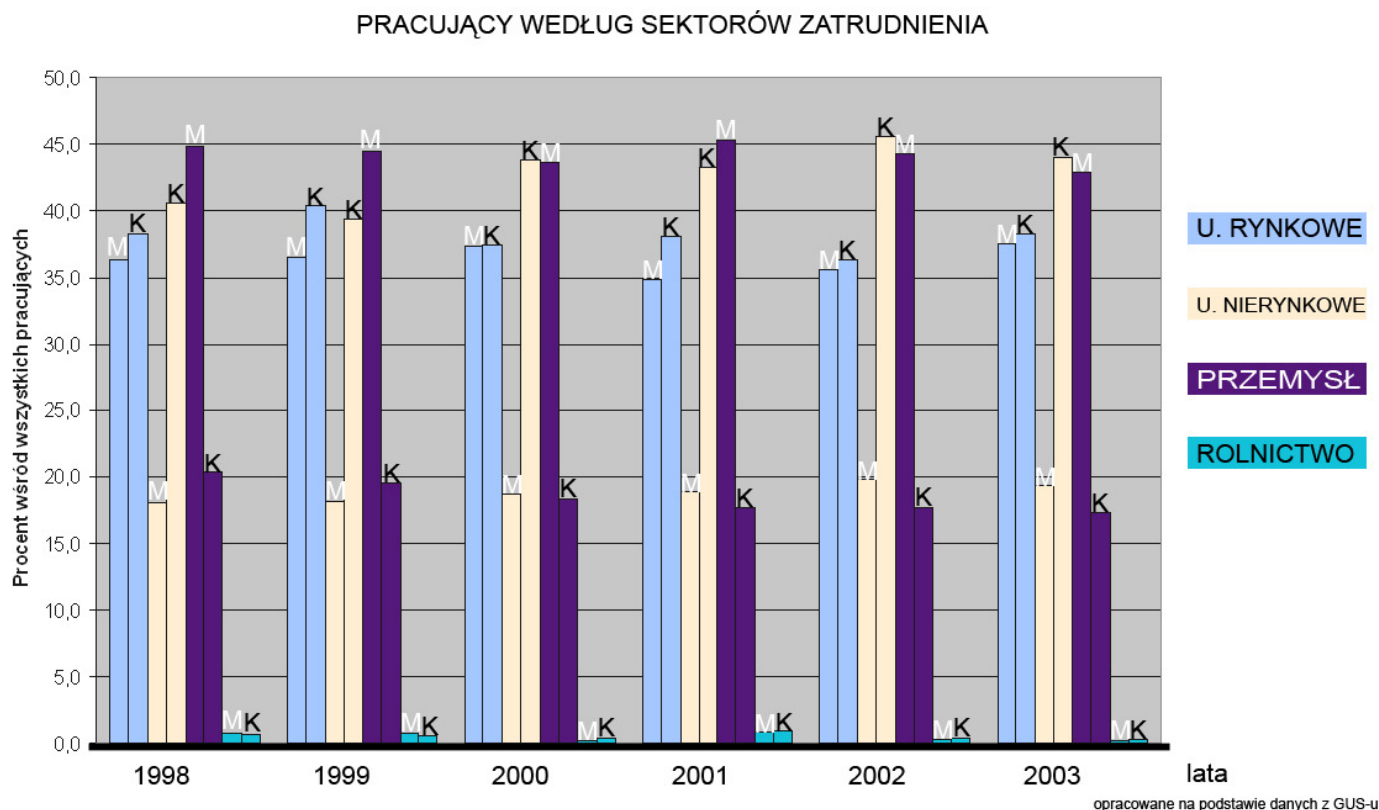
opracowane na podstawie danych z GUS-u z 2008r.

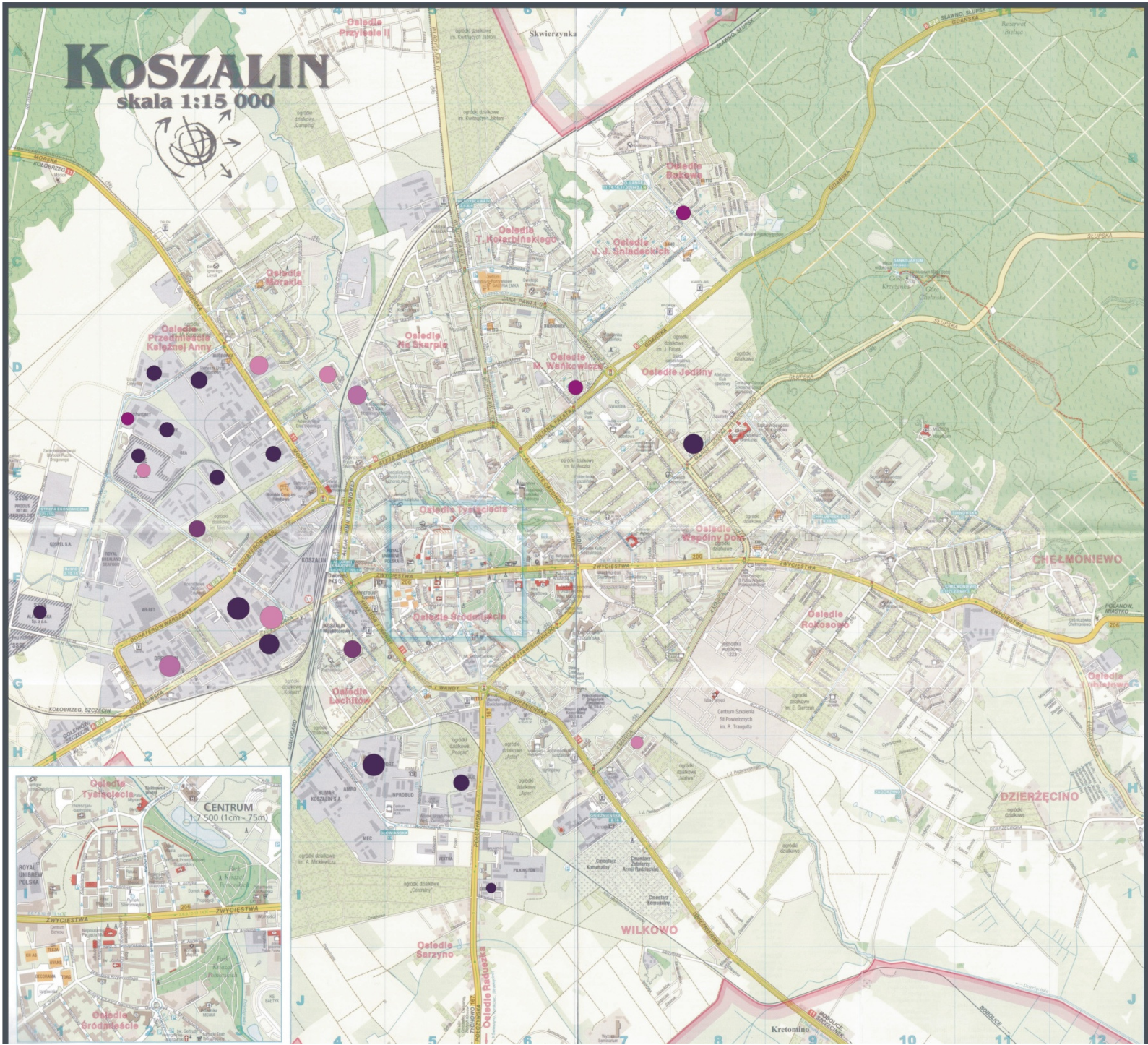
Kierunek 2

Dostosowanie systemu nauczania i szkoleń do potrzeb rynku pracy.



Pozyskiwanie nowych przedsiębiorców i inwestycji, dla których wyszkolona zostanie nowa kadra pracowników (w zamian za zatrudnienie głównie mieszkańców Koszalina)







KIERUNEK 3

TWORZENIE INDYWIDUALNEGO CHARAKTERU MIASTA

Kierunek 3

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta

1. Promowanie produktów i działalności z terenu Koszalina i jego okolic na bazie istniejącej inicjatywy „MADE IN KOSZALIN”.



Grupa MADE IN KOSZALIN jest grupą nieformalną skupiającą przedsiębiorców, instytucje kultury, instytucje finansowe, spółki miejskie i inne podmioty z Koszalina i okolic. Działalność Grupy jest koordynowana przez Centrum Biznesu z udziałem Urzędu Miasta w Koszalinie.

Kierunek 3

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta



Cele główne:

- promocja Koszalina i okolic
- wykreowanie marki MADE IN KOSZALIN
- wspólna, efektywna promocja koszalińskich firm i instytucji
- **zwiększenie lojalności klientów wobec lokalnych produktów/ usług**
- zwiększenie jakości produktów i usług z Grupy MADE IN KOSZALIN
- wzbudzenie patriotyzmu lokalnego w mieszkańcach Koszalina i okolic

Warunki członkostwa:

- przedsiębiorstwa, instytucje kulturalne, instytucje finansowe, spółki miejskie i inne podmioty, które:
- **działają na terenie Koszalina i okolic**
 - wyróżniają się rzetelnością i jakością oferowanych produktów/ usług
 - posiadają rekomendację członków Grupy
 - nie zalegają ze zobowiązaniami wobec ZUS i US

Korzyści dla członków Grupy:

- **wymiana informacji na temat usług i towarów**
- solidarna współpraca w ramach grupy
- logo grupy na produktach, siedzibach firm i stronach internetowych członków grup
- wzmocnienie wizerunku firm
- budowanie przywiązania klientów do lokalnych marek
- **zwiększenie atrakcyjności produktów i usług na rynku lokalnym**

Korzyści dla mieszkańców:

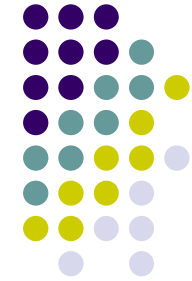
- **niższe ceny produktów i usług**
- własne, koszalińskie produkty, z których mieszkańcy Koszalina będą dumni
- programy lojalnościowe
- budowanie więzi pomiędzy firmami a mieszkańcami
- **zmniejszenie bezrobocia**

Kierunek 3

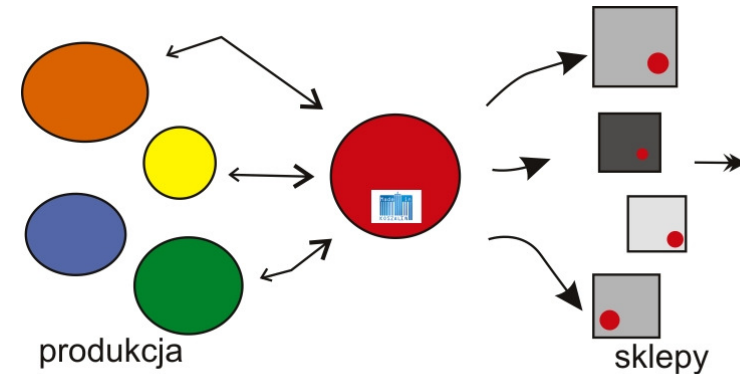
Tworzenie indywidualnego charakteru miasta

Grupa MADE IN KOSZALIN

Rozwój programu:



- dofinansowanie powstających aktywności w ramach grupy
- akcje reklamowe wśród lokalnej społeczności, targi produktów i usług
- stworzenie specjalnego programu dla sektora spożywczego - „Koszalin w koszyku”:
 - oznaczanie produktów logiem MADE IN KOSZALIN
 - osobne taśmy produkcyjne w danej firmie dla marki MADE IN KOSZALIN
 - Dystrybutor produktów spożywczych „Koszalin” zaopatrujący się wyłącznie u lokalnych producentów lub firm z siedzibą w Koszalinie
- realizacja projektu AUTOBUSU WODNEGO
 - innowacyjne rozwiązanie reklamujące miasto
 - ułatwienie komunikacji z terenami nadmorskimi
 - zwiększenie ruchu turystycznego



Kierunek 3

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta

2. Koszalin miastem kultury. potencjał:



kapitał ludzki:

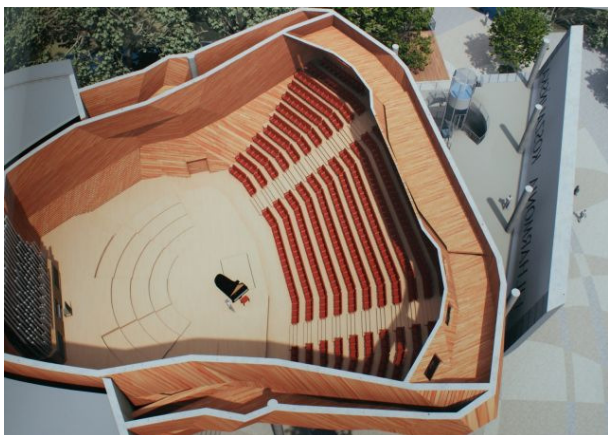
- Zespół Państwowych Szkół Muzycznych im. Grażyny Bacewicz (ośrodek kształcenia muzycznego składający się z 4 szkół muzycznych I i II stopnia)
- Zespół Szkół Plastycznych im. Władysława Hasióra
- Koszalińskie Centrum Kształcenia Instytutu Postępowania Twórczego
- Państwowe Ognisko Kultury Plastycznej

planowane inwestycje:

- koncepcja projektowa nowej sali koncertowej Filharmonii

obiekty kultury:

- Teatr Propozycji "Dialog" - Domek Kata
- Bałtycki Teatr Dramatyczny im. J. Słowackiego
- Filharmonia Koszalińska im. Stanisława Moniuszki
- sala koncertowa Zespołu Państwowych Szkół Muzycznych (na ok. 160 miejsc)
- Klub Garnizonowy, Miejski Ośrodek Kultury,
- 3 kina (Alternatywa, Kryterium, Multikino)
- Amfiteatr im. I.J. Paderewskiego w Koszalinie; największy w Polsce amfiteatr z widownią krytą stałym dachem – mogący gościć 6 tys. Osób
- Muzeum Okręgowe, Skansen Jamneński, Muzeum Radia, Muzeum Włodzimierza Wysockiego, Muzeum Wody,
- Studio Poezji i Piosenki



Kierunek 3

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta

2. Koszalin miastem kultury. potencjał:

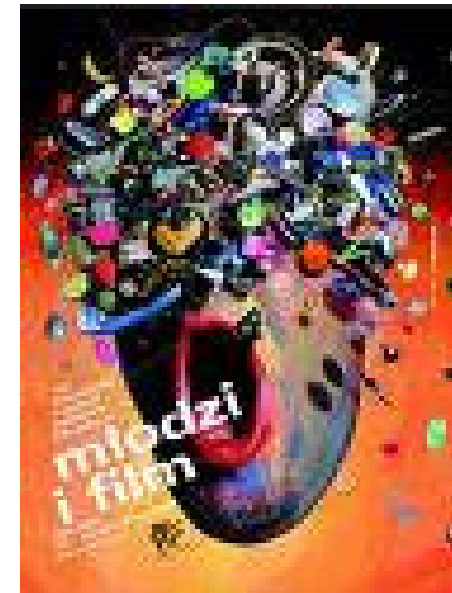


większe imprezy cykliczne:

- Festiwal Organowy
- Hanza Jazz festiwal
- Młodzi i Film
- Festiwal Kabaretowy

zabytki:

- Mury Obronne (wzniesione w latach 1291-1350)
- Katedra Gotycka N.M.P z XIV w.
- Kaplica Św. Gertrudy
- Kościół Zamkowy z XIII/XIV w.
- Neogotycki Kościół Św. Józefa
- Góra Chełmska
- „Domek Kata” Kamienica Gotycka z XV w.
- Kamienica Gotycka z XIV w.
- Kamienica z XVI w., obecnie Pałac Ślubów
- Pałac Młynarza i Młyn z XIX w.
- Skansen Kultury Jamneńskiej
- Budynek Miejskiego Ośrodka Kultury
- Neogotycki Budynek Poczty Głównej
- Gmach Rejencji
- Neogotycki budynek polikliniki
- Neogotycki budynek Archiwum Państwowego
- Gmach I Liceum Ogólnokształcącego im. St. Dubois
- Zabudowania Koszalińskiego Browaru, podziemia



Kierunek 3

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta

2. Koszalin miastem kultury.

Program działań:



- kontynuacja dotychczasowych imprez cyklicznych i organizacja nowych wydarzeń na skalę regionalną i krajową
- stworzenie programu kultura dla lokalnej społeczności z wykorzystaniem prac i działalności uczniów szkół artystycznych, jednostek kultury i oświaty
 - cykliczne wydarzenia kulturowe w obiektach zabytkowych oraz imprezy plenerowe w różnych częściach miasta – stworzenie mapy miejsc
- rozwój istniejących szkół artystycznych, uzupełnienie oferty kształcenia - film, taniec, teatr
- Budowa Centrum Integracji Artystycznej (sale wystawowe, warsztatowe, konferencyjne)
- Zintegrowanie programu organizacji imprez kulturowych ze stworzeniem nowych miejsc pracy dla ludności bezrobotnej





KIERUNEK 4

POPRAWA WARUNKÓW MIESZKANIOWYCH

Kierunek 4

Poprawa warunków mieszkaniowych



„Miejska sieć informacyjna”:

- zintegrowany system administracyjny;
- rozwój elektronicznej komunikacji między mieszkańcem a urzędem;
- czynny udział mieszkańców w rozwoju miasta;
- rozwój sieci publicznych punktów dostępu do internetu;
- wprowadzenie konkurencyjnych ofert telekomunikacyjnych;



BIULETYN
INFORMACJI
PUBLICZNEJ



WWW.KOSZALIN.PL
ZIELONE MIASTO ZAPRASZA...

Kierunek 4

Poprawa warunków mieszkaniowych



Rewitalizacja:

- działania remontowe i modernizacyjne;
- uporządkowanie najgorszych dzielnic;

Stworzenie dogodnych warunków mieszkaniowych:

- uzbrojenie terenów pod budownictwo jednorodzinne;
- rozwój budownictwa socjalnego oraz komunalnego.

Przykłady rewitalizacji - Koszalin



Planty

Trójkąt bermudzki

Dworzec PKP

ANALIZA SWOT



Kierunek 1 ANALIZA SWOT

Podjęcie działań w kierunku zapobiegania wzrostowi poziomowi bezrobocia.

Mocne strony:

- Duży odsetek osób w wieku 25-35 lat;
- Niska stopa bezrobocia;
- Wsparcie dzięki funkcjonowaniu Koszalińskiej Podstrefy Specjalnej Słupskiej Strefy Ekonomicznej;

Szanse:

- Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw;

Słabe strony:

- Niewiele średniej wielkości firm;
- Wysoki odsetek osób w wieku przedemerytalnym;

Zagrożenia:

- Brak kapitału na założenie przedsiębiorstwa;
- Niedopasowanie zakładanego przedsiębiorstwa do potrzeb rynku;
- Brak zainteresowania społeczeństwa ofertą szkoleń;



Kierunek 2 ANALIZA SWOT

Dostosowanie systemu nauczania i szkoleń do potrzeb rynku pracy.

Mocne strony:

- Liczne ośrodki edukacyjne;
- Duży odsetek ludności z wykształceniem ponadgimnazjalnym;

Szanse:

- Możliwość wprowadzenia krótkoterminowych szkoleń;
- Możliwość powiązania nowych inwestycji z odpowiednio wykształconą kadrą ;
- Wdrożenie regionalnej polityki w odniesieniu do rynku pracy ;
- Wprowadzenie nowych kierunków i specjalizacji w istniejących szkołach ;

Słabe strony:

- Niedopasowana oferta edukacyjna do ofert rynku pracy;
- Dysproporcja pomiędzy liczbą szkół humanistycznych a liczbą szkół technicznych ;

Zagrożenia:

- Brak zainteresowania inwestorów ;
- Brak rozwoju turystyki;
- Brak chęci współpracy między inwestorami a miastem;



Kierunek 3 ANALIZA SWOT

Tworzenie indywidualnego charakteru miasta.

Mocne strony:

- Liczne zabytki, atrakcyjne miejsca i obiekty kultury;
- Szkoły i wykształcenie artystyczne części społeczeństwa;
- Cykliczne imprezy kulturowe;
- Istniejące działania w kierunku wytworzenia lokalnej marki- Made In Koszalin;

Szanse:

- Wykreowanie nowego stylu spędzania wolnego czasu i wypoczynku przez mieszkańców
- Wzrost aktywności młodych artystów;
- Poprawa promocji miasta;
- Wzrost turystyki;
- Przetwanie stałego programu kulturalnego miasta;
- Nowe miejsca pracy okazjonalnej;
- Aktywizacja gospodarki lokalnej;
- Stworzenie konkurencyjnych produktów (jakościowo i cenowo);
- Poprawa sytuacji ekonomicznej najbiedniejszej grupy mieszkańców;

Słabe strony:

- Brak stałych miejsc dla działalności artystycznej wszystkich dziedzin sztuki;
- Duża konkurencyjność ośrodków nadmorskich;
- Słaba promocja miasta;

Zagrożenia:

- Brak zainteresowania nową oferta kulturalną;
- Brak funduszy;
- Zbyt duża konkurencyjność „niekoszalińskich” produktów;
- Zamknięcie na współpracy międzyregionalną;



Kierunek 4 ANALIZA SWOT

Poprawa warunków mieszkaniowych.

Mocne strony:

- Istniejące działania rewitalizacyjne;
- Istniejąca sieć informacyjna;

Szanse:

- „Miejska sieć informacyjna”;
- Łatwiejszy dostęp do informacji;
- Wzrost świadomości wśród mieszkańców o działalności miasta;
- Wprowadzenie konkurencyjnych usług telekomunikacyjnych;
- Lepsza promocja miasta;

Słabe strony:

- Brak mieszkań socjalnych;
- Nieuporządkowanie dzielnic;
- Słaba sieć publicznych punktów dostępu do internetu;

Zagrożenia:

- Brak funduszy;
- Brak akceptacji przez osoby starsze;
- Nie pojawienie się firmy oferującej konkurencyjne usługi telekomunikacyjne;

