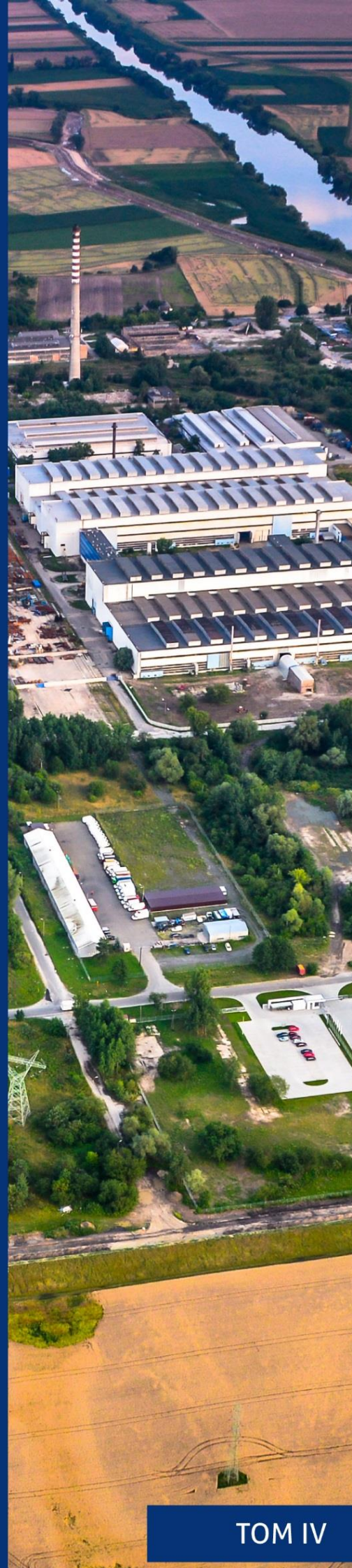




PROGRAM ROZWOJU GOSPODARCZEGO  
**AGLOMERACJI OPOLSKIEJ**  
**DO 2020 ROKU**

**SYNTEZA DIAGNOZY SPOŁECZNO-GOSPODARCZEJ  
BILANS STRATEGICZNY I KONCEPCJA STRATEGICZNA**





**POMOC TECHNICZNA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



*Zadanie realizowane przy współfinansowaniu ze środków Unii Europejskiej przyznanych w ramach „Konkursu dotacji na działania wspierające jednostki samorządu terytorialnego w zakresie planowania miejskich obszarów funkcjonalnych”*

Opracowanie:

Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Gospodarczych DELTA PARTNER



**DELTA PARTNER**  
STOWARZYSZENIE WSPIERANIA  
INICJATYW GOSPODARCZYCH

## Spis treści

Spis treści.....	3
Słownik pojęć kluczowych.....	5
Wstęp.....	7
1. Synteza diagnozy społeczno-gospodarczej Aglomeracji Opolskiej.....	8
1.1 Wprowadzenie metodologiczne.....	8
1.2 Zasoby ludzkie.....	10
1.3 Rynek pracy.....	14
1.4 Atrakcyjność inwestycyjna.....	19
1.5 Stosowanie w przedsiębiorstwach rozwiązań innowacyjnych i nowoczesnych technologii.....	29
1.6 Oferta sektora edukacji Aglomeracji Opolskiej.....	33
1.7 Potencjał Aglomeracji Opolskiej w zakresie rozwoju turystyki i usług związanych z turystyką.....	37
1.8 Sektor badawczo - rozwojowy (B+R).....	42
1.9 Sytuacja instytucji otoczenia biznesu (IOB).....	48
1.10 Potencjał eksportowy Aglomeracji Opolskiej.....	53
1.11 Analiza potencjału AO w zakresie możliwości rozwoju branży przetwórstwa rolno-spożywczego.....	58
1.12 Kooperacja podmiotów gospodarczych.....	63
1.13 Napływ kapitału zagranicznego.....	65
2. Bilans strategiczny diagnozy społeczno-gospodarczej Aglomeracji Opolskiej.....	71
2.1 Analiza SWOT – dla rozwoju społeczno-gospodarczego Aglomeracji Opolskiej.....	71
2.2 Określenie silnych stron – branż wiodących w rozwoju gospodarczym Aglomeracji Opolskiej.....	74
2.3 Zidentyfikowanie szans – potencjalnych branż rozwojowych dla gospodarki Aglomeracji Opolskiej.....	82
2.4 Bariery rozwoju społeczno-gospodarczego.....	86
2.5 Rekomendacje w zakresie ograniczania słabych stron i minimalizowania zagrożeń.....	89
3. Koncepcja strategiczna.....	91
3.1 Priorytet 1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza.....	94
Cel strategiczny 1.1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego.....	96
Działanie 1.1.1 Stworzenie i rozwój spójnego gospodarczego i turystycznego wizerunku AO.....	97
Działanie 1.1.2 Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców i podmiotów gospodarczych z AO.....	99
Działanie 1.1.3 Budowa pozycji AO jako ośrodka gospodarczego.....	102
Działanie 1.1.4 Promocja Aglomeracji Opolskiej na kluczowych rynkach zagranicznych.....	104
Cel strategiczny 1.2 Pobudzenie współpracy instytucjonalnej na rzecz promocji gospodarczej AO.....	106
Działanie 1.2.1 Stworzenie koalicji na rzecz promocji wizerunku i marki Aglomeracji Opolskiej.....	107
Działanie 1.2.2 Wspieranie rozwoju instytucji otoczenia biznesu w Aglomeracji Opolskiej.....	110
Wskaźniki realizacji Priorytetu 1.....	112
3.2 Priorytet 2 Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej.....	113
Cel strategiczny 2.1 Budowa konkurencyjnej gospodarki w oparciu o sektor edukacji.....	115
Działanie 2.1.1 Szkoły wyższe dla biznesu.....	116
Działanie 2.1.2 Zwiększanie udziału sektora B+R w gospodarce Aglomeracji Opolskiej.....	119
Działanie 2.1.3 Wzmacnianie potencjału szkolnictwa zawodowego i technicznego w AO.....	121
Cel strategiczny 2.2 Efektywne wykorzystanie zasobów instytucji otoczenia biznesu.....	123
Działanie 2.2.1 Rozbudowa oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej.....	124

Działanie 2.2.2 Wzmacnianie funkcji pośredniczącej świadczonej przez IOB.....	126
Cel strategiczny 2.3 Wspieranie innowacyjności przedsiębiorstw w AO .....	128
Działanie 2.3.1 Wspieranie rozwoju innowacji w sektorze przedsiębiorstw na terenie AO .....	129
Cel strategiczny 2.4 Tworzenie i rozwijanie stref aktywności gospodarczej.....	132
Działanie 2.4.1 Efektywne zarządzanie terenami inwestycyjnymi .....	133
Działanie 2.4.2 Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej.....	135
Wskaźniki realizacji Priorytetu 2 .....	138
3.3 Priorytet 3 Wzmacnianie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych.....	139
Cel strategiczny 3.1 Rozwój sektora BSS w ramach Aglomeracji Opolskiej .....	141
Działanie 3.1.1 Dostosowywanie infrastruktury do potrzeb Centrów Usług Wspólnych dla biznesu .....	142
Działanie 3.1.2 Wzmacnianie potencjału zasobów ludzkich na rzecz inwestorów BSS .....	144
Działanie 3.1.3 Promocja zasobów instytucjonalnych determinujących lokowanie projektów BSS .....	147
Cel strategiczny 3.2 Rozwój funkcji turystycznych Aglomeracji Opolskiej .....	150
Działanie 3.2.1 Tworzenie markowych produktów turystycznych Aglomeracji Opolskiej.....	151
Działanie 3.2.2 Podnoszenie jakości usług oraz wsparcia rozwoju markowych produktów turystycznych ..	153
Cel strategiczny 3.3 Kompleksowe wsparcie dla rozwoju gospodarki senioralnej .....	155
Działanie 3.3.1 Rozwój infrastruktury oraz usług dedykowanych seniorom.....	156
Działanie 3.3.2 Dostosowanie regionalnego sektora edukacji do potrzeb gospodarki senioralnej .....	159
Działanie 3.3.3 Wzmacnianie instytucjonalnych i społecznych potencjałów gospodarki senioralnej w AO	162
Wskaźniki realizacji Priorytetu 3 .....	164
3.4 Priorytet 4 Nowoczesny kapitał ludzki.....	165
Cel strategiczny 4.1 Efektywne wykorzystanie zasobów ludzkich Aglomeracji Opolskiej .....	167
Działanie 4.1.1 Aktywizacja osób bezrobotnych w obrębie Aglomeracji Opolskiej .....	168
Działanie 4.1.2 Promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia na terenie Aglomeracji Opolskiej.....	171
Działanie 4.1.3 Stymulowanie procesu migracji powrotnych na obszar Aglomeracji Opolskiej.....	174
Wskaźniki realizacji Priorytetu 4 .....	176
4. Plan finansowy Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do 2020 roku .....	177
5. Spójność z kluczowymi dokumentami strategicznymi .....	181
6. System wdrażania .....	189
6.1 Podmioty zaangażowane w realizację, potencjalne źródła finansowania i zasady aktualizacji dokumentu	189
7. Tryb i zasady prowadzenia monitoringu .....	192
Spis tabel .....	195
Spis wykresów .....	195



## Słownik pojęć kluczowych

**Analiza problemów** – analiza służąca zidentyfikowaniu problemów oraz ich uporządkowaniu poprzez ustalenie między nimi zależności przyczynowo-skutkowych. Jednym z narzędzi analizy problemów jest drzewo problemów.

**Analiza statyczna** – rodzaj analizy statystycznej, polegającej na analizie zmiennych dla jednego momentu na osi czasu. Odpowiada na pytanie: jak wygląda sytuacja w danej chwili?

**Analiza statystyczna** – badanie i interpretacja zebranych danych statystycznych, mające na celu wykrycie zachodzących prawidłowości i związków, a także sformułowanie na ich podstawie wniosków. Obejmuje analizę natężenia, struktury, dynamiki i współzależności.

**Analiza strategiczna** – zbiór metod i narzędzi służących analizie organizacji oraz jej otoczenia, pozwalających na ocenę pozycji strategicznej badanej organizacji oraz wybór optymalnej strategii jej działania. Analiza strategiczna łączy metody ilościowe i jakościowe zaczerpnięte z nauk ekonomicznych, statystycznych, psychologicznych, organizacji i zarządzania, marketingu czy ekonometrii.

**Analiza SWOT** – podstawowa metoda analizy strategicznej, służąca badaniu otoczenia organizacji oraz jej wnętrza. Nazwa jej pochodzi od pierwszych liter analizowanych czynników w języku angielskim:  
S (*strengths*) - silne strony,  
W (*weaknesses*) – słabe strony,  
O (*opportunities*) – szanse,  
T (*threats*) – zagrożenia.

**Badanie ilościowe** – w badaniu tym dane mają charakter liczbowy, co związane jest z wykorzystaniem w pomiarze wystandaryzowanych narzędzi i technik badawczych. Prowadzone jest na reprezentatywnej próbie badawczej, dzięki czemu możliwe jest wnioskowanie o całej badanej populacji. Pozwala odpowiedzieć na pytanie: ile?

**Badanie jakościowe** – prowadzone na niewielkiej i niereprezentatywnej próbie badawczej. Ma na celu zebranie pogłębionych informacji, pozwalających poznać i zrozumieć różnego rodzaju zjawiska. Nie pozwala wnioskować o całej badanej populacji. Może być wykorzystywane w celu lepszego przygotowania badania ilościowego, a także jako uzupełnienie badań ilościowych.

**Beneficjent** – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, realizująca projekty finansowane z budżetu państwa lub ze źródeł zagranicznych na podstawie decyzji lub umowy o dofinansowanie projektu (art. 5 ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju).

**Dane pierwotne** – informacje zbierane przez badacza bezpośrednio ze źródeł, specjalnie na potrzeby realizowanego badania.

**Dane wtórne** – informacje już istniejące, zebrane na potrzeby realizacji innych celów, często pochodzące od innych autorów.

**Desk research** – metoda badawcza polegająca na analizie danych wtórnych.

**Drzewo problemów** – narzędzie wykorzystywane do analizy problemów, stanowiące uporządkowany schemat przyczynowo-skutkowy między zdiagnozowanymi problemami i wyróżniające problem kluczowy. Uzupełnieniem drzewa problemów jest drzewo celów.

**Innowacyjność** - zdolność do tworzenia i wdrażania innowacji oraz faktyczna umiejętność wprowadzania nowych i zmodernizowanych wyrobów, nowych lub zmienionych procesów technologicznych lub organizacyjno-technicznych.

**Otoczenie bliższe** – ta część otoczenia organizacji, która podlega jej wpływom, a także wywiera na nią silny wpływ.

**Otoczenie dalsze** – ta część otoczenia organizacji, której zmiany mają wpływ na działanie organizacji, ale na którą organizacja nie wpływa.

**Otoczenie organizacji** – wszystko, co znajduje się na zewnątrz organizacji. Zgodnie z klasycznym podziałem wyróżniamy otoczenie bliższe i otoczenie dalsze.

**Partycypacja społeczna** – uczestnictwo obywateli w zarządzaniu sprawami publicznymi społeczności, do której należą.

**Podejście problemowe** – podejście horyzontalne, przyjmujące za punkt wyjścia do analizy występujące problemy, uwzględniające powiązania i charakter relacji między elementami lub aktorami, mającymi wpływ na analizowane zjawisko.

**Podejście sektorowe** – podejście przyjmujące za punkt wyjścia do analizy konkretne działy gospodarki lub inne dziedziny życia.

**Polityka rozwoju** – zespół wzajemnie powiązanych działań, podejmowanych i realizowanych w celu zapewnienia trwałego i zrównoważonego rozwoju kraju, oraz spójności społeczno-gospodarczej i terytorialnej, w skali krajowej, regionalnej lub lokalnej (art. 2 ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju).

**Uspołecznianie dokumentu** – proces angażowania członków społeczności w tworzenie strategii poprzez różne formy: od zbierania informacji potrzebnych do zdiagnozowania sytuacji danej jednostki terytorialnej lub sektora, przez wspólne wyznaczanie celów, po wdrażanie strategii.

## Wstęp

*Program rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do 2020 roku* jest kluczową deklaracją samorządów skupionych w Stowarzyszeniu Aglomeracja Opolska, dokumentem o charakterze wykonawczym, w którym definiuje się wizję i kierunki rozwoju obszaru. Celem głównym prowadzonych prac było wskazanie jakie działania, w perspektywie do roku 2020, powinny zostać podjęte przez samorządy tworzące Aglomerację Opolską, by zwiększyć jej atrakcyjność inwestycyjną oraz rozwijać nowoczesną i konkurencyjną gospodarkę wykorzystującą posiadane zasoby i atuty. Prezentowane opracowanie jest koherentne ze strategiami i programami rozwoju na poziomie krajowym i wojewódzkim. Przyjęto, że spójność wyznaczonych kierunków rozwoju z możliwością wykorzystania zewnętrznego finansowania będzie warunkować skuteczność wdrażania poszczególnych priorytetów oraz działań.

Struktura dokumentu została zbudowana w oparciu o następujące elementy: szczegółową diagnozę społeczno-gospodarczą przeprowadzoną na podstawie wyników badań społecznych i analizy danych zastanych, bilans strategiczny wskazujący mocne i słabe strony gospodarki AO oraz jej szanse rozwojowe i zagrożenia wraz ze wskazaniem optymalnych kierunków rozwoju AO, zwłaszcza w zakresie branż kluczowych oraz potencjalnie wiodących, koncepcję strategiczną obejmującą zestawienie celów, priorytetów i działań uzupełnionych planem finansowym oraz kompleksowy system wdrażania, monitoringu i aktualizacji Programu.

Działania, których celem było opracowanie Programu podjęto w ramach zadania realizowanego przy współfinansowaniu ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i budżetu państwa w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna na lata 2007-2014 przyznanych w „Konkursie dotacji na działania wspierające jednostki samorządu terytorialnego w zakresie planowania miejskich obszarów funkcjonalnych”.

Jednocześnie, *Program rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020*, został poddany uspołecznieniu w ramach prowadzonych konsultacji społecznych z mieszkańcami oraz interesariuszami zewnętrznymi.

Współpraca samorządów w ramach Aglomeracji Opolskiej opiera się na solidnych podstawach i zasadach partnerstwa. Podstawą w zakresie planowania rozwoju gospodarczego obszaru była *Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej do roku 2020*, stanowiąca fundament i punkt wyjścia dla rozszerzania zasięgu i form działania w formule partnerstwa między samorządami tworzącymi Aglomerację. Jednocześnie wykorzystane podejście zintegrowane w zakresie strategicznego zarządzania rozwojem jest w pełni koherentne z kluczowymi elementami polityki Unii Europejskiej w perspektywie 2020 roku, tj. powiązania wymiaru terytorialnego i rozwojowego. W szczególności chodzi o wykorzystanie aspektów rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność oraz zintegrowanych inwestycji terytorialnych. Zawarte w niniejszym Programie zapisy są rezultatem ocen i opinii formułowanych w ramach prac badawczych, a także stanowią wyraz aspiracji i dążeń samorządów jako wspólnoty mieszkańców.

## 1. Synteza diagnozy społeczno-gospodarczej Aglomeracji Opolskiej

W ramach prac nad przedmiotowym opracowaniem zaplanowano i wykorzystano szereg narzędzi badawczych oraz prognostycznych. Wynikało to z badawczego charakteru prac diagnostycznych, ich kompleksowości, jak również uwarunkowań metodologicznych związanych w szczególności z dostępem do określonych grup, które zostały objęte badaniem. Efektem prac jest wielozakresowa i szczegółowa diagnoza społeczno-gospodarcza Aglomeracji Opolskiej. Ze względu na jej objętość w niniejszym dokumencie została zaprezentowana wyłącznie jej synteza. Skrócona wersja – stanowiąca rezultat prac diagnostycznych i badawczych znajduje swoje rozwinięcie i dopełnienie w bilansie strategicznym oraz koncepcji strategicznej, które mają charakter nadrzędny. Synteza diagnozy społeczno-gospodarczej składa się z następujących części: Zasoby ludzkie, Atrakcyjność inwestycyjna, Stosowanie w przedsiębiorstwach rozwiązań innowacyjnych i nowoczesnych technologii, Oferta sektora edukacji Aglomeracji Opolskiej, Potencjał Aglomeracji Opolskiej w zakresie rozwoju turystyki i usług związanych z turystyką, Sytuacja sektora badawczo - rozwojowego (B+R), Sytuacja instytucji otoczenia biznesu (IOB), Potencjał eksportowy Aglomeracji Opolskiej, Analiza potencjału Aglomeracji Opolskiej w zakresie możliwości rozwoju branży przetwórstwa rolno – spożywczego, Kooperacja podmiotów gospodarczych oraz Napływ kapitału zagranicznego. Rozwinięcie metodologiczne znajduje się w kolejnym podrozdziale.

### 1.1 Wprowadzenie metodologiczne

W celu zwiększenia jakości danych zawartych w opracowaniu zastosowana zostanie triangulacja metod i technik badawczych, polegająca na wykorzystaniu kilku (dwóch lub więcej) różnych metod badawczych. Zastosowanie triangulacji pozwala na zebranie oraz analizę wzajemnie uzupełniających się danych pochodzących z różnych źródeł, a dzięki ich korelacji i porównywaniu wpływa korzystnie zarówno na końcową jakość opracowania jak i na ograniczenie błędu pomiaru. W związku z powyższym podczas prowadzonych prac będą wykorzystywane następujące narzędzia badawcze:

1. Przeprowadzenie analizy danych zastanych (desk research),
2. Realizacja badań telefonicznych (CATI) z osobami w wieku produkcyjnym,
3. Realizacja badań za pomocą ankiet audytoryjnych z uczniami i studentami ostatnich klas/lat,
4. Realizacja pogłębionych wywiadów jakościowych z przedstawicielami: przedsiębiorstw z kluczowych branż, instytucji otoczenia biznesu, uczelni wyższych, lokalnych samorządów,

Szczegółowe założenia metodologiczne zostały zawarte w *Koncepcji opracowania Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do 2020 roku*, przedłożonej i zaakceptowanej przez Zamawiającego.

W poniższej tabeli prezentujemy kluczowe metody badawcze wykorzystane w opracowaniu.



Zestawienie 1 Kluczowe narzędzia badawcze

Przeprowadzenie analizy danych zastanych (desk research)

Analizie poddawane będą dane statystyczne zawarte w dokumentach kontekstowych, raportach, strategiach i ogólnodostępnych opracowaniach oraz dane pochodzące z baz Głównego Urzędu Statystycznego oraz Urzędu Statystycznego w Opolu, jak również: urzędów miast i gmin wchodzących w skład Aglomeracji Opolskiej, Wojewódzkiego Urzędu Pracy, Opolskiego Obserwatorium Rynku Pracy, Powiatowych Urzędów Pracy funkcjonujących na terenie Aglomeracji Opolskiej, Kuratorium Oświaty, Centrum Analitycznego Administracji Celnej w Warszawie, Okręgowej Komisji Egzaminacyjnej we Wrocławiu, szkół ponadgimnazjalnych, placówek kształcenia ustawicznego oraz uczelni wyższych funkcjonujących na terenie AO oraz dane pozostałych instytucji istotnych ze względu na profil opracowania.

Realizacja badań telefonicznych (CATI) z osobami w wieku produkcyjnym

Badaniami CATI objęto: osoby w wieku produkcyjnym będące mieszkańcami Aglomeracji Opolskiej. Zgodnie z założeniami logiki doboru próby badawczej wielkość próby noszącej znamiona reprezentatywności dla populacji AO wynosi 781 osób. Szacowany błąd maksymalny pomiaru wyniósł – 0,035, a założony przedział ufności – 0,95.

Realizacja badań za pomocą ankiet audytoryjnych z uczniami i studentami ostatnich klas/lat

Ankietą audytoryjną objęto uczniów i studentów ostatnich lat nauczania przewidzianych dla danej placówki. Wielkość próby badawczej populacji absolwentów uczelni wyższych oszacowano na 728 osób (licencjackich, inżynierskich, magisterskich łącznie), natomiast wielkość próby absolwentów szkół średnich wyniosła 661 osób. Łączna liczba badanych osób w obu grupach to 1 391 osób. W obu przypadkach przyjęto, iż szacowany błąd maksymalny pomiaru wynosi – 0,035, zakładany przedział ufności – 0,95, a szacowana wielkość frakcji 0,5.

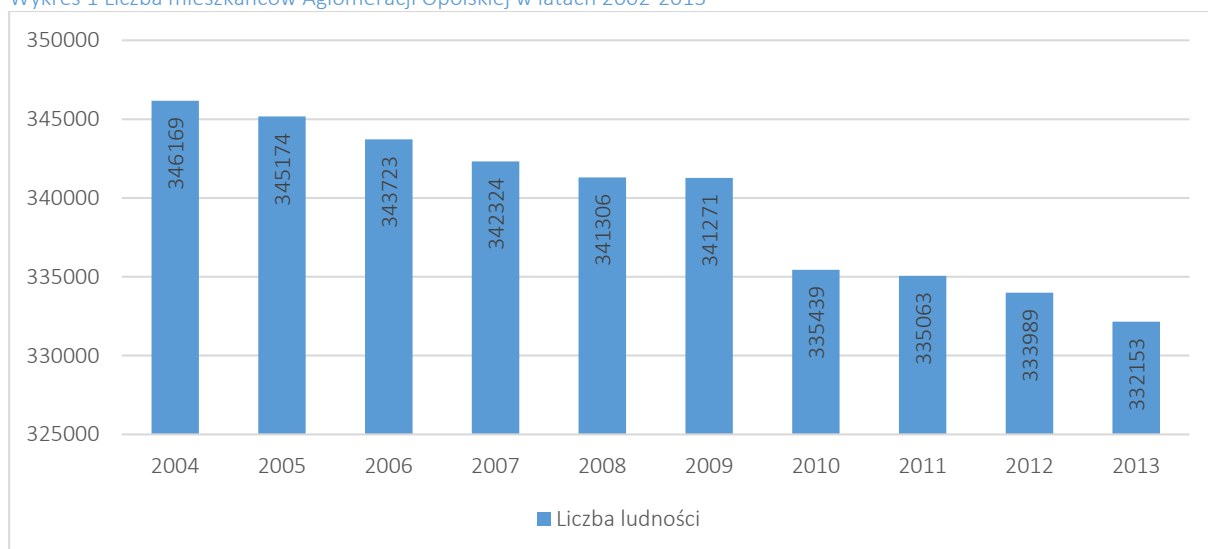
Realizacja pogłębionych wywiadów jakościowych z przedstawicielami: przedsiębiorstw z kluczowych branż, instytucji otoczenia biznesu, uczelni wyższych, lokalnych samorządów

Próba respondentów dobranych do badania miała charakter celowy, dzięki czemu objęto badaniem osoby posiadające szeroką wiedzę w zakresie badanej problematyki. Wywiady obejmowały: przedsiębiorców z obszaru AO (100 szt.), przedstawicieli szkół wyższych (obszar badawczy edukacja 4 szt. i obszar badawczy B+R 4 szt.), przedstawicieli placówek kształcenia ustawicznego (18 szt.) oraz przedstawicieli Instytucji Otoczenia Biznesu (20 szt.)

## 1.2 Zasoby ludzkie

Punktem wyjściowym do oceny potencjału zasobów ludzkich na terenie Aglomeracji Opolskiej jest dynamika zmiennych demograficznych przedmiotowego obszaru. W badanym okresie zauważalny jest stopniowy spadek liczby mieszkańców Aglomeracji. Zjawisko depopulacji wystąpiło w Opolu (rdzeniu AO), jak również dotyczyło części pozostałych obszarów miejskich i wiejskich. W porównaniu do roku 2004 populacja AO zmniejszyła się o przeszło 4%. Jednocześnie liczba kobiet na 100 mężczyzn kształtuje się na ustabilizowanym poziomie. W latach 2004-2013 średnia liczba kobiet w przeliczeniu na 100 mężczyzn wynosiła 106 i była nieznacznie niższa od wartości wojewódzkiej i ogólnopolskiej (obie w 2013 roku wynosiły 107).

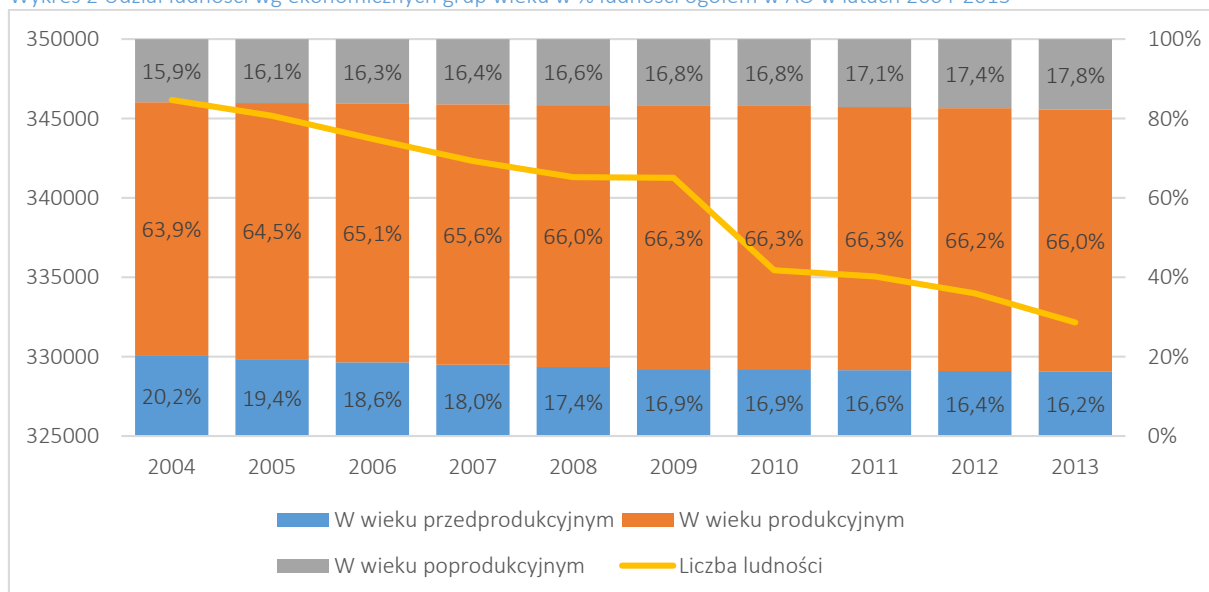
Wykres 1 Liczba mieszkańców Aglomeracji Opolskiej w latach 2002-2013



Źródło: dane GUS

Analizując strukturę ludności AO według ekonomicznych grup wiekowych zauważalna jest tendencja spadkowa w udziale osób w wieku przedprodukcyjnym (spadek o 4 punkty procentowe w 2013 r. w stosunku do 2004 r.), co powiązane jest bezpośrednio z ujemnym przyrostem naturalnym. Dla porównania, w 2012 roku w województwie opolskim zmienna ta była nieznacznie niższa i kształtowała się na poziomie 16,3%, a w przypadku kraju stanowiła 18,2% ludności. Równocześnie zwiększa się udział osób w wieku poprodukcyjnym (o 1,9% w analizowanym okresie), co jest zjawiskiem powszechnym dla całego kraju bezpośrednio związanym z wydłużaniem się przeciętnej długości życia ludności i procesem starzenia się społeczeństwa. Udział osób w wieku produkcyjnym, charakteryzuje się wzrostem – w analizowanym okresie czasu o 2,1%, co wskazuje na możliwości rozwojowe obszaru. Ludność w tej grupie wiekowej określa wielkość potencjalnych zasobów pracy, te zaś z kolei rozmiary zatrudnienia.

Wykres 2 Udział ludności wg ekonomicznych grup wieku w % ludności ogółem w AO w latach 2004-2013



Źródło: dane GUS

Analizując ludność pod względem udziału ekonomicznych grup wieku w strukturze populacji, najwyższy odsetek oczekujących na wejście na rynek pracy został zidentyfikowany w Lewinie Brzeskim oraz Niemodlinie. Najwyższy odsetek ludności w wieku produkcyjnym jest udziałem Dobrzeń Wielkiego, Ozimka i Zdieszowic (powyżej 70%), świadczy to o możliwościach efektywnego wykorzystania zasobów pracy oraz o wysokim popycie na pracę, który nie zawsze znajduje odzwierciedlenie w podaży regionalnej gospodarki. W przypadku Opola, proces starzenia się społeczeństwa jest szczególnie widoczny, udział osób znajdujących się w wieku poprodukcyjnym był najwyższy w porównaniu z pozostałymi gminami tworzącymi AO (w rdzeniu AO wyniósł 21,2%). Generalną tendencją na obszarze AO jest postępujący proces suburbanizacji, a co za tym stoi występowanie korzystniejszej struktury wiekowej populacji zamieszkujących gminy podmiejskie. Na tle województwa opolskiego oraz wskaźników ogólnopolskich rozkład ludności w ramach poszczególnych grup wiekowych, w Aglomeracji Opolskiej charakteryzuje się niekorzystną strukturą, szczególnie udział osób w wieku przedprodukcyjnym w stosunku do województwa i kraju jest niższy odpowiednio o 3,4% i 5,3%.

Tabela 1 Ludność wg ekonomicznych grup wieku w poszczególnych gminach AO w 2013 r.

Jednostka terytorialna	Ogółem	W wieku przedprodukcyjnym		W wieku produkcyjnym		W wieku poprodukcyjnym	
		[os.]	[%]	[os.]	[%]	[os.]	[%]
Chrzastowice	6 780	875	12,9%	4 661	68,7%	1 244	18,4%
Dąbrowa	9 597	1 305	13,6%	6 680	69,6%	1 612	16,8%
Dobrzeń Wielki	14 517	1 920	13,2%	10 233	70,5%	2 364	16,3%
Gogolin	12 464	1 633	13,1%	8 643	69,3%	2 188	17,6%
Izbicko	5 424	742	13,7%	3 739	68,9%	943	17,4%
Komprachcice	11 092	1 383	12,5%	7 724	69,6%	1 985	17,9%
Krapkowice	23 326	2 922	12,5%	15 905	68,2%	4 499	19,3%
Lewin Brzeski	13 498	2 049	15,2%	9 251	68,5%	2 198	16,3%
Łubniany	9 640	1 301	13,5%	6 673	69,2%	1 666	17,3%
Murów	5 541	653	11,8%	3 831	69,1%	1 057	19,1%
Niemodlin	13 480	2 016	15,0%	9 266	68,7%	2 198	16,3%
Opole	120 146	1 4801	12,3%	79 895	66,5%	25 450	21,2%

Jednostka terytorialna	Ogółem	W wieku przedprodukcyjnym		W wieku produkcyjnym		W wieku poprodukcyjnym	
		[os.]	[%]	[os.]	[%]	[os.]	[%]
Ozimek	19 988	2 362	11,8%	14 120	70,6%	3 506	17,6%
Popielów	8 156	1 042	12,8%	5 586	68,5%	1 528	18,7%
Prószków	9 818	1 288	13,1%	6 805	69,3%	1 725	17,6%
Strzeleczy	7 508	969	12,9%	5 191	69,1%	1 348	18,0%
Tarnów Opolski	9 676	1 299	13,4%	6 730	69,6%	1 647	17,0%
Turawa	9 687	1 288	13,3%	6 642	68,6%	1 757	18,1%
Walce	5 602	704	12,6%	3 855	68,8%	1 043	18,6%
Zdzieszowice	16 213	2 165	13,4%	11 393	70,3%	2 655	16,3%
Agglomeracja Opolska	332 153	42 717	12,9%	226 823	68,3%	62 613	18,8%

Źródło: dane GUS

W badanym okresie, kompleksowo traktowany obszar Aglomeracji Opolskiej, poza rokiem 2009, charakteryzował się ujemnym przyrostem naturalnym. W minionym dziesięcioleciu przyrost naturalny był dodatni jedynie w Niemodlinie (wzrósł o 28 osób w liczbach bezwzględnych) oraz Zdzieszowicach (przyrost o 319 osób). W całym analizowanym okresie przyrost naturalny w Aglomeracji Opolskiej był ujemny i w liczbach bezwzględnych wyniósł -1535 osób (lata 2003-2014). Ponadto począwszy od 2009 roku przyrost naturalny w AO uległ kolejnemu osłabieniu i spadkowi (wskaźnik uzyskany przez AO w 2013 roku w tym zakresie był najniższy od dekady). W poniższej tabeli syntetycznie przedstawiono dynamikę zmian przyrostu naturalnego w minionym dziesięcioleciu. Jednocześnie celem zilustrowania tendencji demograficznych AO w tym zakresie, przedstawiono wykres prezentujący to zjawisko.

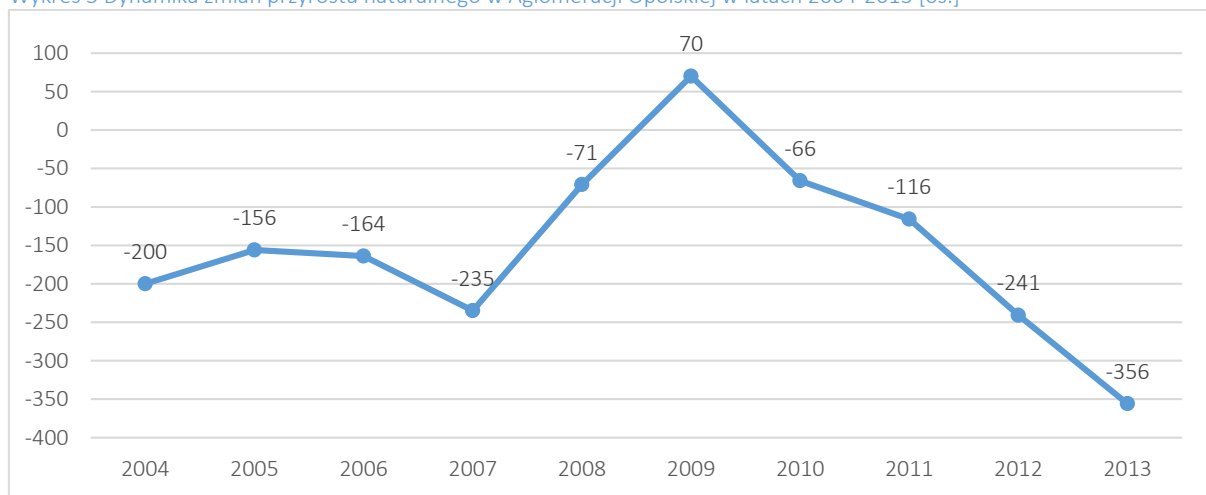
Tabela 2 Przyrost naturalny w gminach Aglomeracji Opolskiej w latach 2004-2013

Jednostka terytorialna	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem
Chrzastowice	-4	-29	-14	-2	-6	-6	-6	2	1	4	-60
Dąbrowa	14	14	3	-4	-25	-4	-39	15	-3	13	-16
Dobrzeń Wielki	-14	-14	-17	-13	20	-28	12	18	12	18	-6
Gogolin	-8	-4	17	3	-28	12	-4	-12	-2	-3	-29
Izbicko	6	-15	-13	-18	1	11	-9	1	9	7	-20
Komprachcice	-17	-13	-17	-7	-16	6	-9	-10	-9	2	-90
Krapkowice	35	11	4	-19	-18	15	-63	-3	-26	-50	-114
Lewin Brzeski	8	3	-21	8	31	8	0	-19	-14	-31	-27
Łubniany	-22	-11	7	-38	-13	17	17	-9	-11	1	-62
Murów	-14	-35	-20	-20	-15	-8	-15	-15	-7	-20	-169
Niemodlin	24	10	15	-9	17	13	-8	-2	16	-48	28
Opole	-115	-66	-30	-42	7	84	77	-48	-107	-218	-458
Ozimek	-18	2	-39	11	-16	-5	-30	-1	-40	-22	-158
Popielów	-15	-16	-7	-6	24	-5	-8	-23	-8	-11	-75
Prószków	-39	-28	-14	-26	-10	-16	7	-10	-14	-4	-154
Strzeleczy	-28	-23	-12	-21	-31	-13	-25	-32	-13	-31	-229
Tarnów Opolski	-7	3	-12	-23	-8	-12	4	19	2	13	-21
Turawa	-15	-4	-5	-10	0	-1	14	-20	-23	1	-63
Walce	-14	-8	-10	-27	-17	-30	-16	-5	7	-11	-131
Zdzieszowice	43	67	21	28	32	32	35	38	-11	34	319
Agglomeracja Opolska	-200	-156	-164	-235	-71	70	-66	-116	-241	-356	-1535

Źródło: dane GUS



Wykres 3 Dynamika zmian przyrostu naturalnego w Aglomeracji Opolskiej w latach 2004-2013 [os.]



Źródło: dane GUS

Wskazane w poniższej tabeli saldo migracji jest obok przyrostu naturalnego kluczową zmienną determinującą sytuację demograficzną regionu. Relacja zameldowań do wymeldowań dla kompleksowo rozumianego obszaru jest ujemna i w analizowanym okresie (lata 2004-2013) wyniosła -6 098 (w większości negatywne skutki zjawiska dotyczyły obszary miejskie takie jak: Opole -3 700, Krapkowice -1 320 czy Ozimek -745). Niemniej w 8 gminach AO saldo migracji było dodatnie, szczególnie korzystne i wynoszące ponad 500 osób było udziałem Komprachcic i Łubnian. Poza gminą Izbicko korzystne wskaźniki migracji dotyczą gmin bezpośrednio sąsiadujących z rdzeniem Aglomeracji – Miastem Opole – co jest argumentem potwierdzającym tezę o funkcjonowaniu zjawiska suburbanizacji. Generalną tendencją dla obszaru jest rosnąca liczba mieszkańców gmin podmiejskich oraz zmniejszająca się liczba ludności Opola i gmin peryferyjnych. Saldo migracji na terenie AO świadczy o dużych dysproporcjach związanych z atrakcyjnością osiedleńczą poszczególnych gmin regionu.

Tabela 3 Saldo migracji w gminach Aglomeracji Opolskiej w latach 2004-2013

Jednostka terytorialna	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem
Chrzastowice	8	26	29	42	17	49	51	43	26	39	330
Dąbrowa	82	53	32	58	28	82	77	36	76	36	560
Dobrzeń Wielki	6	-17	14	76	107	149	165	25	55	54	634
Gogolin	-58	-54	1	-35	-1	52	-18	-22	10	32	-93
Izbicko	24	26	-4	-14	-11	-4	14	11	35	1	78
Komprachcice	71	97	-15	68	83	52	41	105	68	27	597
Krapkowice	-223	-91	-224	-171	-91	-74	-110	-48	-147	-141	-1320
Lewin Brzeski	27	-39	-60	-22	-6	2	-10	-17	-10	-79	-214
Łubniany	54	97	57	29	41	92	59	64	60	35	588
Murów	-84	-56	-73	-22	-33	-9	6	-30	-7	-5	-313
Niemodlin	-85	-56	-63	-26	-29	-30	-64	-48	-38	-58	-497
Opole	-282	-414	-505	-671	-498	-418	-159	-169	-296	-288	-3700
Ozimek	-116	-88	-137	-68	-77	-25	-59	-44	-43	-88	-745
Popielów	-23	-33	-33	-38	-24	-17	5	-37	-6	-42	-248
Prószków	-53	55	-16	4	-10	48	48	-4	-27	2	47
Strzeleczyki	-72	-40	-53	-44	-104	21	16	2	-44	-4	-322
Tarnów Opolski	-67	-11	-58	-39	-23	-26	47	-21	3	-27	-222
Turawa	-13	-2	17	14	-25	36	14	27	56	47	171

Jednostka terytorialna	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem
Walce	-55	-56	-27	-64	-31	7	29	-17	2	-3	-215
Zdzieszowice	-112	-160	-103	-159	-117	-98	-100	-116	-124	-125	-1214
Agglomeracja Opolska	-971	-763	-1221	-1082	-804	-111	52	-260	-351	-587	-6098

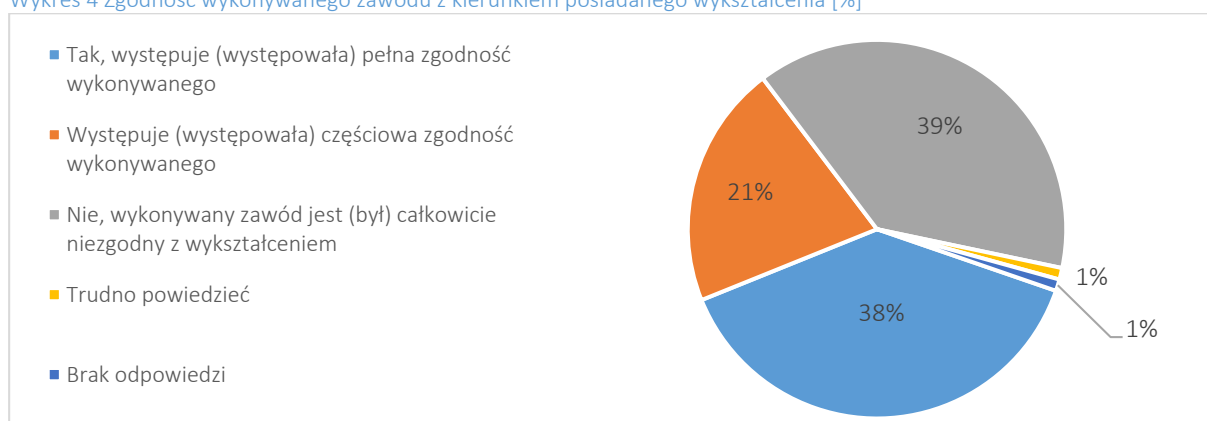
Źródło: dane GUS

Analiza struktury demograficznej mieszkańców Aglomeracji Opolskiej uprawnia do sformułowania tezy o funkcjonowaniu zjawiska depopulacji w obrębie AO. Problemy demograficzne w równym stopniu dotyczą analizowany obszar, jak również całe województwo opolskie. Odpowiedzią na zidentyfikowane problemy w tym zakresie, zmieniającą się strukturę ekonomicznych grup wieku (niski przyrost naturalny, starzenie się społeczeństwa) negatywnie wpływającą na rozwój społeczno-gospodarczy obszaru jest utworzenie Specjalnej Strefy Demograficznej w województwie opolskim. W kontekście analizy zasobów ludzkich AO należy podkreślić konieczność podjęcia działań ukierunkowanych na zahamowanie emigracji z terenu AO oraz wzrost atrakcyjności osiedleńczej regionu. Drugim czynnikiem wpływającym na potencjał rozwojowy regionu jest przyrost naturalny, jego niski poziom jest warunkowany również szeroko rozumianą sytuacją gospodarczą w regionie oraz podażą na rynku pracy. Kluczowym działaniem umożliwiającym zahamowanie negatywnych tendencji demograficznych jest stymulowanie rozwoju gospodarczego oraz podnoszenie jakości życia osób zamieszkujących obszar.

### 1.3 Rynek pracy

Blisko 39% osób aktywnych zawodowo z terenu AO wykonywało pracę zarobkową niezgodną z ich pierwotnym wykształceniem, taki sam odsetek respondentów wskazywał pełną zgodność wykształcenia z wykonywaną pracą. System regionalnej edukacji nie dostosowuje się do potrzeb rynku pracy. Jest to w dużej mierze związane ze słabą jakością kształcenia w szkołach zawodowych i technikach oraz z nadreprezentacją osób z wykształceniem humanistycznym.

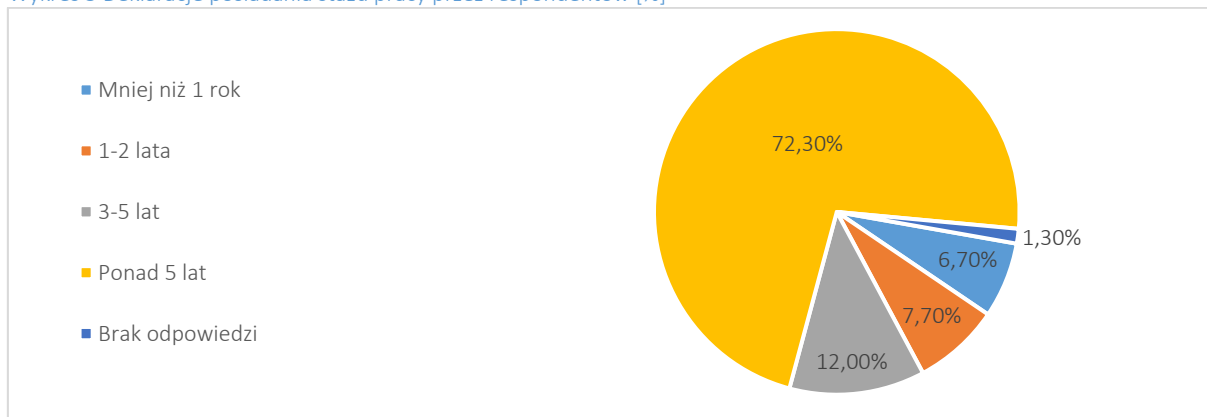
Wykres 4 Zgodność wykonywanego zawodu z kierunkiem posiadanego wykształcenia [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785

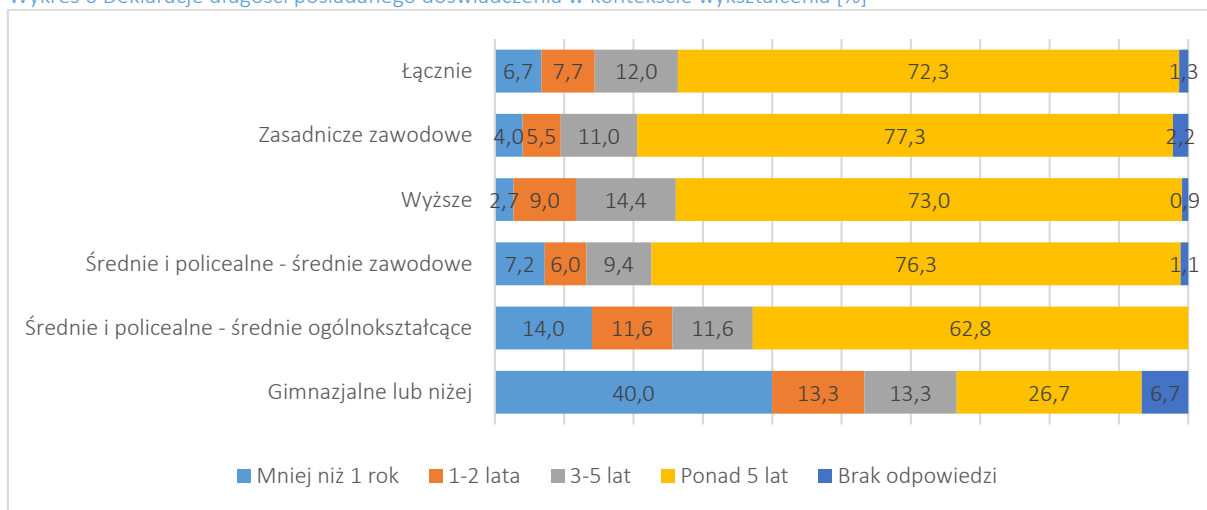
Zdecydowana większość respondentów deklarowała długoletnie doświadczenie zawodowe (blisko 73%). Natomiast tylko 6,7% pracowało krócej niż 1 rok. Najdłuższym doświadczeniem zawodowym legitymują się osoby z wykształceniem zawodowym.

Wykres 5 Deklaracje posiadania stażu pracy przez respondentów [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785

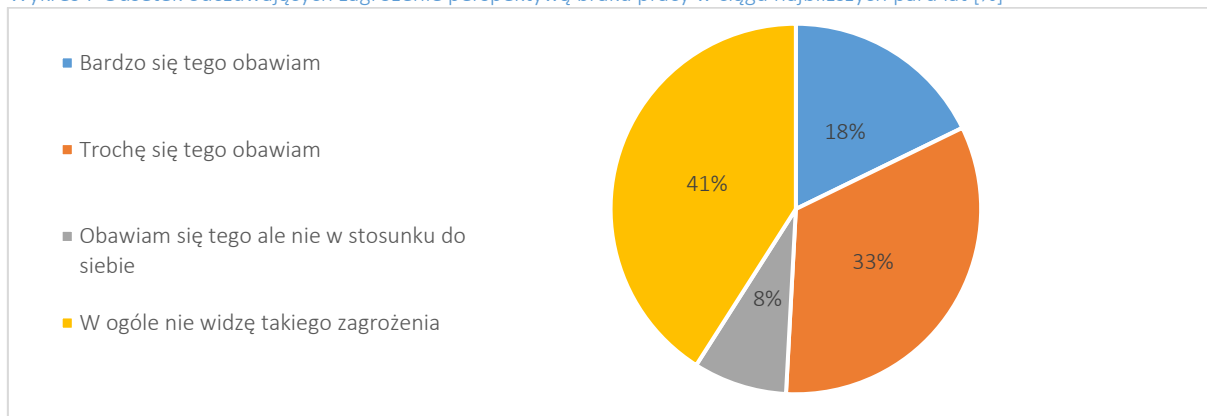
Wykres 6 Deklaracje długości posiadanego doświadczenia w kontekście wykształcenia [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785

Ponad 50% respondentów deklaruje różny poziom zaniepokojenia związanego z możliwością utraty pracy zarobkowej. Odsetek ten jest wyższy u kobiet o 4,8%. Stan niepewności związanej z posiadaniem zatrudnienia może wpływać pośrednio na niską dzietność w regionie i negatywne wskaźniki demograficzne (depopulacja Aglomeracji Opolskiej).

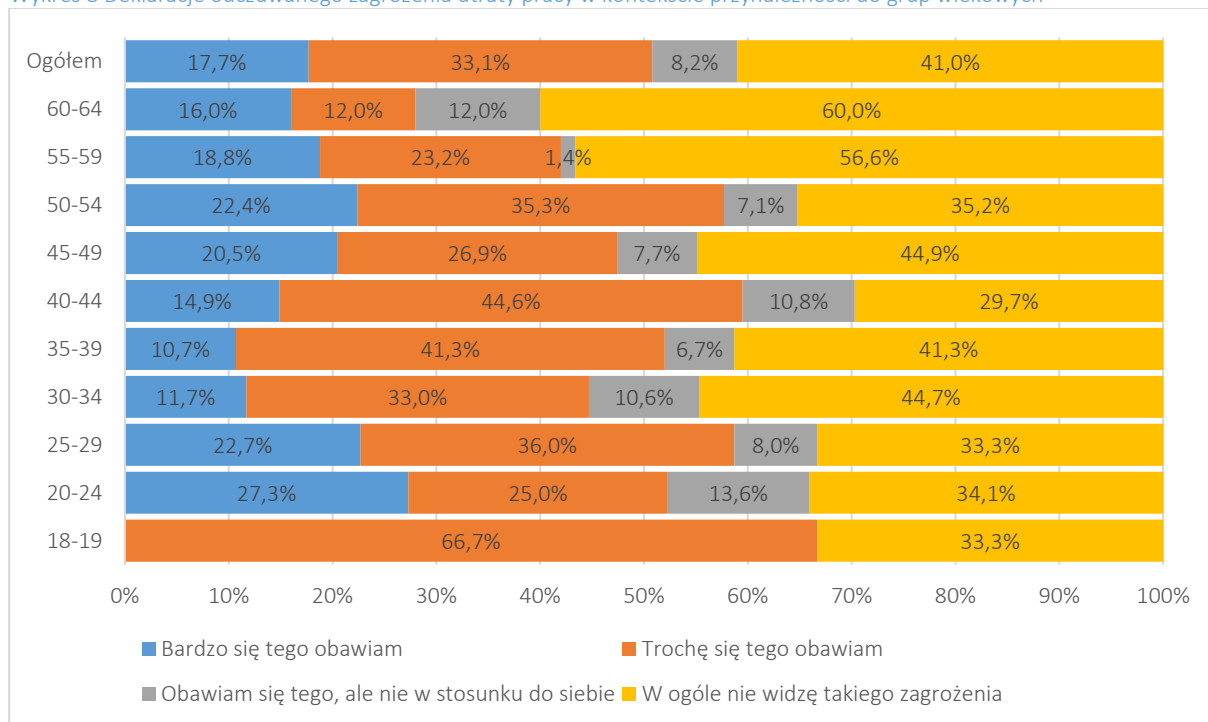
Wykres 7 Odsetek odczuwających zagrożenie perspektywą braku pracy w ciągu najbliższych paru lat [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785

Niepewność związana z utratą pracy jest najsilniejsza wśród osób w przedziale 20-29 lat oraz 40-54 lat. Zjawisko braku poczucia stabilizacji w pierwszej z wymienionych grup bezpośrednio wpływa na niekorzystny przyrost naturalny, w przypadku drugiej z grup wiąże się z ogólnie zauważalną niższą mobilnością zawodową osób w tym wieku, powiązaną z niższym zapotrzebowaniem rynku pracy na osoby w tym wieku.

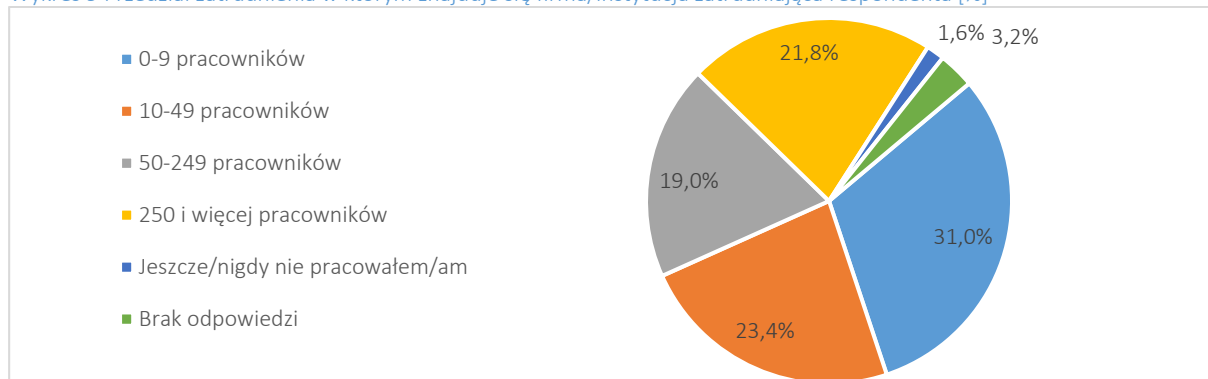
Wykres 8 Deklaracje odczuwanego zagrożenia utraty pracy w kontekście przynależności do grup wiekowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785

Blisko 55% respondentów było zatrudnionych w mikro i małych przedsiębiorstwach, świadczy to o dynamicznie rozwijającej się przedsiębiorczości. Według „Raportu o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012” (PARP, 2013), udział zatrudnionych w przedsiębiorstwach zatrudniających do 50 osób w Polsce stanowił w 2011 roku – 51,9%, co jest odsetkiem o 2,5% niższym w stosunku do wartości uzyskanej dla AO. Dominacja mikro i małych przedsiębiorstw na regionalnym rynku pracy świadczy o ponad przeciętnej przedsiębiorczości populacji zamieszkującej Aglomerację Opolską.

Wykres 9 Przedział zatrudnienia w którym znajduje się firma/instytucja zatrudniająca respondenta [%]



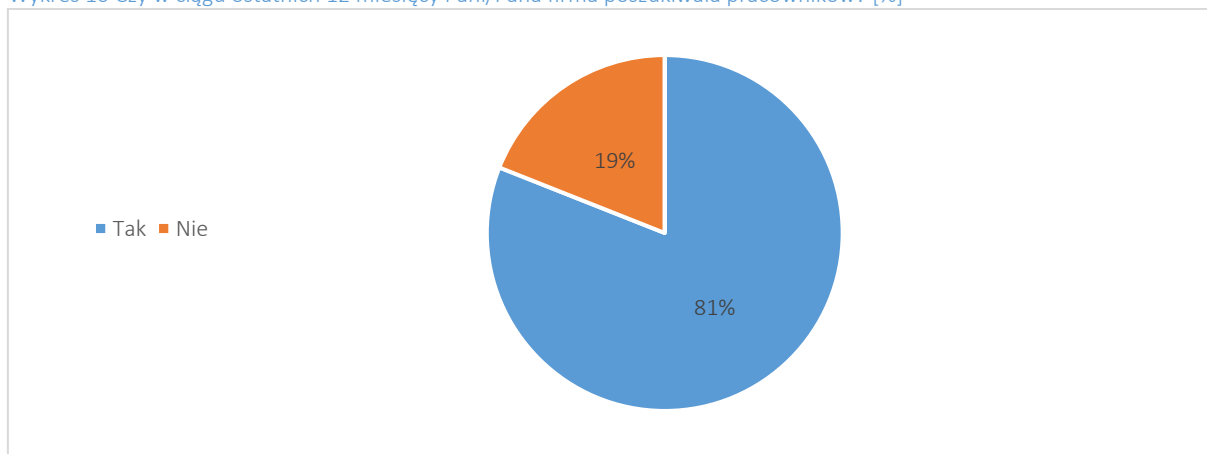
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785



Blisko 60% respondentów pracuje w przedsiębiorstwach prywatnych, bądź też prowadzi własną firmę lub działalność rolniczą. Co dziesiąty respondent prowadził własną działalność gospodarczą, wynik ten jest relatywnie wysoki i wskazuje na przedsiębiorczość mieszkańców AO (część osób zakwalifikowanych do tej grupy równolegle pracuje również na etacie). Jednocześnie niespełna 31% respondentów pracowało w sektorze publicznym. Jest to wskaźnik zdecydowanie wyższy od średniej ogólnopolskiej w tym zakresie, która wyniosła – 22,42%. Analiza struktury zatrudnienia według form własności firm i instytucji wskazuje z jednej strony na relatywnie wysoki wskaźnik przedsiębiorczości, definiowany głównie jako sektor mikro i małych przedsiębiorstw, z drugiej natomiast wskazuje na ponadprzeciętne zatrudnienie generowane przez sektor publiczny.

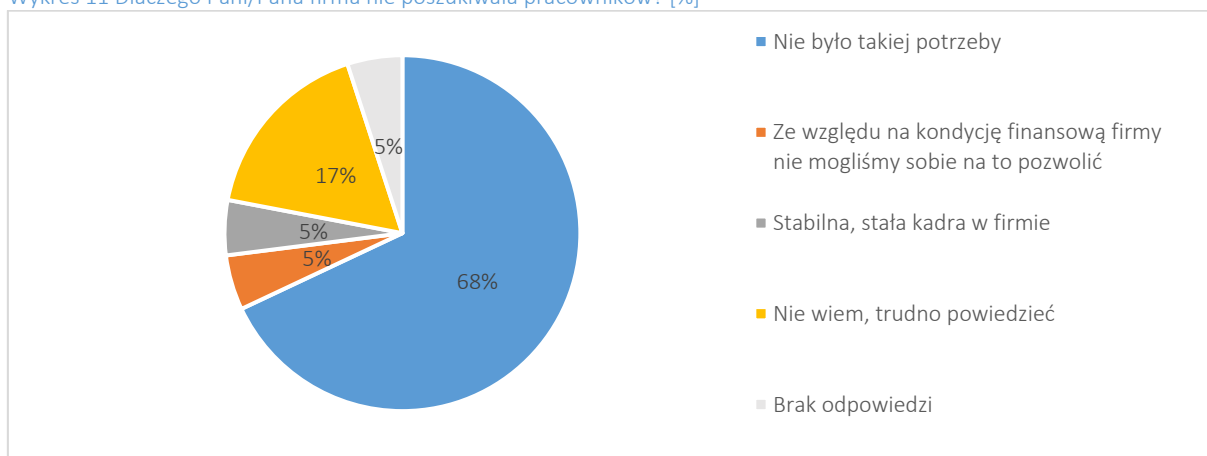
W trakcie przeprowadzania wywiadów pogłębionych (IDI to badanie jakościowe, realizowane podczas rozmowy, przeprowadzanej indywidualnie z respondentem) z przedsiębiorcami prowadzącymi działalność na terenie Aglomeracji Opolskiej zbadano kwestie związane z artykułowanym przez firmy popytem na pracowników oraz opiniami na temat poziomu kwalifikacji zawodowych absolwentów. 81% przebadanych firm deklarowało poszukiwanie pracowników w minionym roku. Świadczy to o ożywieniu gospodarczym, które nie posiada charakteru sezonowego i można je uznać za zjawisko trwałej tendencji wzrostowej.

Wykres 10 Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy Pani/Pana firma poszukiwała pracowników? [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

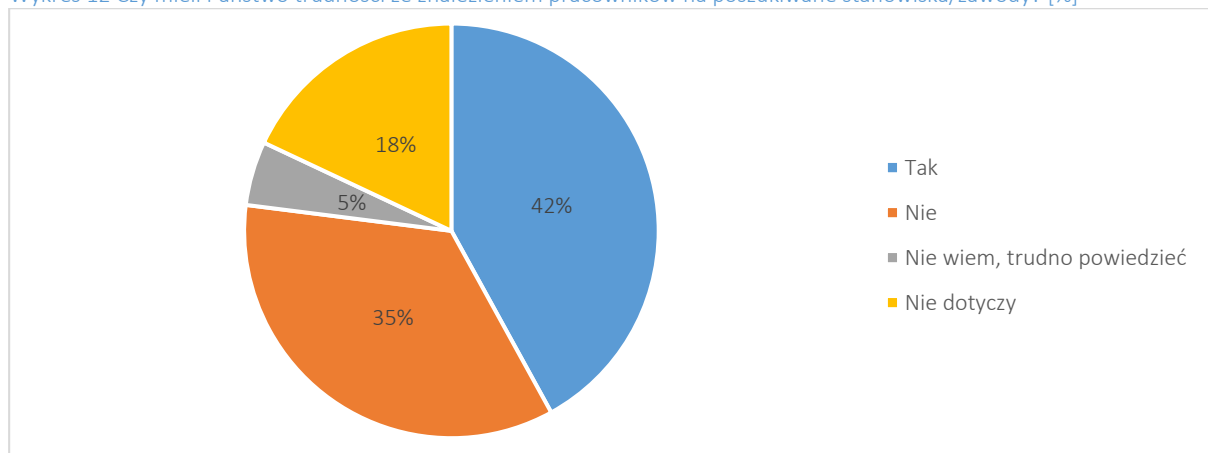
Wykres 11 Dlaczego Pani/Pana firma nie poszukiwała pracowników? [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=19

Warto podkreślić, iż pracodawcy nie wskazywali na brak funduszy niezbędnych do zatrudnienia nowych pracowników, jako czynnik determinujący jego zachowania i aktywność na rynku pracy.

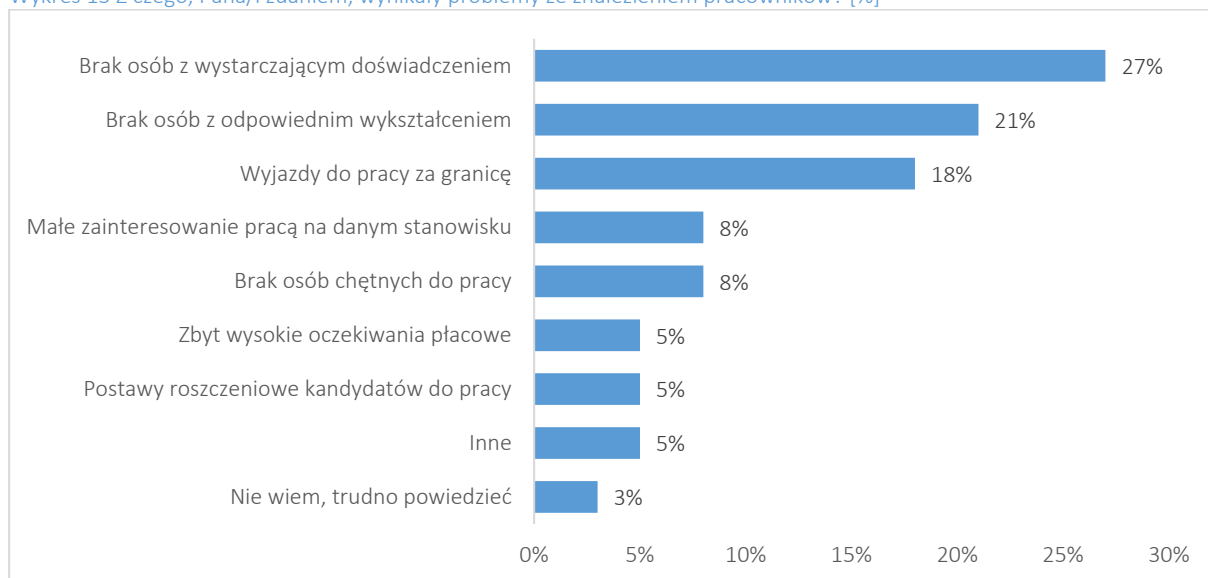
Wykres 12 Czy mieli Państwo trudności ze znalezieniem pracowników na poszukiwane stanowiska/zawody? [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=81

Główne problemy pracodawców prowadzących działalność gospodarczą na terenie Aglomeracji Opolskiej wskazują na niedostosowanie regionalnego systemu kształcenia do potrzeb przedsiębiorstw. Skutkuje to dostrzegalnym deficytem liczby osób posiadających zarówno odpowiednio wyprofilowane wykształcenie oraz wystarczające doświadczenie umożliwiające podjęcie pracy. Przedsiębiorcy podkreślają również zjawisko migracji zagranicznych stanowiących element utrudniający znalezienie pożądanej kadry pracowniczej co wiąże się bezpośrednio z drenażem siły roboczej.

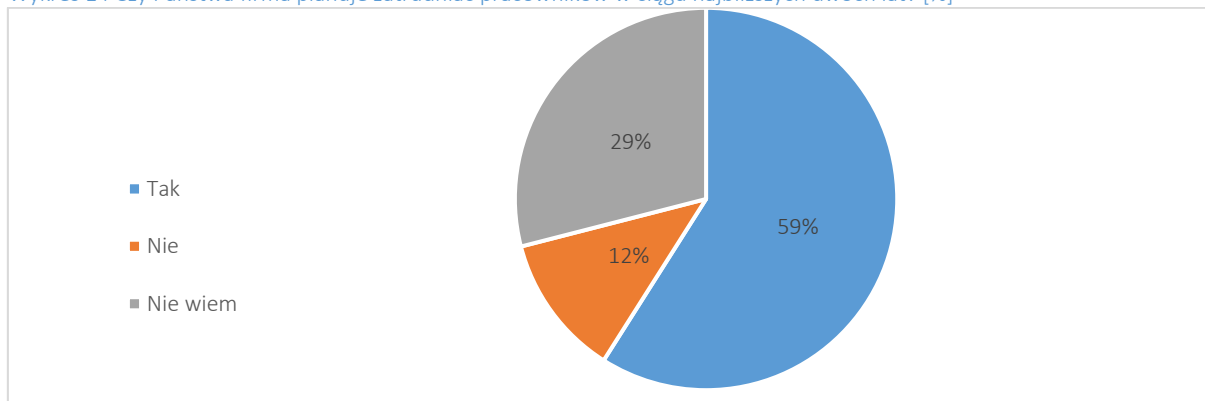
Wykres 13 Z czego, Pana/i zdaniem, wynikały problemy ze znalezieniem pracowników? [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=77

Tylko 12% przebadanych firm wyklucza zwiększenie zatrudnienia w najbliższych dwóch latach. Większość firm zakłada jego wzrost. Świadczy to o optymistycznym spojrzeniu na koniunkturę gospodarczą w najbliższych latach. Rozwój firm wpłynie na ożywienie regionalnego rynku pracy poprzez zwiększenie podaży ofert pracy.

Wykres 14 Czy Państwa firma planuje zatrudnić pracowników w ciągu najbliższych dwóch lat? [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

37,3% badanych firm planuje zatrudnić od 4 do 7 pracowników, 35,6% deklaruje zatrudnienie do 3 osób. Dobrym prognostykiem jest również relatywnie wysoki (11,9%) wskaźnik pracodawców planujących zatrudnić od 8 do 10 osób. Taki przyrost zatrudnienia wskazuje na dynamiczny rozwój badanych firm.

#### 1.4 Atrakcyjność inwestycyjna

Ocena atrakcyjności inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej została dokonana w oparciu o raporty „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012” oraz „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2013” przygotowane na zlecenie PAIiZ przez Centrum Analiz Regionalnych i Lokalnych<sup>1</sup>. Analiza wskazuje, iż gminy tworzące AO posiadają najwyższy poziom atrakcyjności inwestycyjnej w regionie stanowiąc wiodący ośrodek życia gospodarczego w województwie. Niemniej najwyższe klasy atrakcyjności są udziałem tylko 7 gmin tworzących obszar (w porównaniu do roku 2012 atrakcyjność obszaru spada).

Tabela 4 Porównanie atrakcyjności inwestycyjnej wyróżnionych gmin tworzących AO w 2012 i 2013

Wyróżnione gminy wg PAI1_GN			
2012 rok		2013 rok	
Klasa A	Dobrzeń Wielki, Gogolin, Opole, Zdieszowice	Klasa A	Dobrzeń Wielki, Opole, Zdieszowice
Klasa B	Chrzastowice, Krapkowice, Niemodlin, Tarnów Opolski	Klasa B	Chrzastowice, Gogolin, Krapkowice, Niemodlin
* - wskaźnik potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej (PAI) odnoszący się do całości gospodarki regionalnej/narodowej (PAI1_GN)			

Źródło: na podstawie „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012” oraz „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2013”, Centrum Analiz Regionalnych i Lokalnych, 2012 r. i 2013 r.

Do najbardziej atrakcyjnych powiatów województwa opolskiego należy zaliczyć Opole (rdzeń Aglomeracji Opolskiej), które uzyskało klasę A potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej dla wszystkich analizowanych sekcji gospodarki narodowej<sup>2</sup>. Poniżej prezentujemy oceny dla wyselekcjonowanych powiatów znajdujących się w granicach administracyjnych AO (obserwuje się tendencję spadkową w zakresie atrakcyjności inwestycyjnej – poza Opolem).

<sup>1</sup> [www.paiz.gov.pl/publikacje/województwa](http://www.paiz.gov.pl/publikacje/województwa), [dostęp: 2.12.2014]

<sup>2</sup> Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012, Centrum Analiz Regionalnych i Lokalnych, Warszawa 2012 r.

Tabela 5 Porównanie atrakcyjności inwestycyjnej powiatów znajdujących się w granicach administracyjnych AO w 2012 i 2013

	Rok	PAI1_GN	PAI1_GN	PAI1_C	PAI1_G	PAI1_I	PAI1_M
Powiat m. Opole	2012	0,351	A	A	A	A	A
	2013	0,337	A	A	A	A	A
Powiat krapkowicki	2012	0,280	C	B	B	C	C
	2013	0,254	C	C	C	C	C
Powiat brzeski	2012	0,267	C	C	D	C	C
	2013	0,243	C	C	C	D	C

\* - potencjalna atrakcyjność inwestycyjna (PAI) odnosząca się do całości gospodarki regionalnej/narodowej (PAI1\_GN) oraz do wybranych sekcji: C - przemysłu przetwórczego, G - handlu i napraw, I - turystyki i gastronomii, M - działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej

Źródło: na podstawie „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2012” oraz „Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2013”, Centrum Analiz Regionalnych i Lokalnych, 2012 r. i 2013 r.

Warto podkreślić, iż w świetle omawianego raportu za rok 2013 Opole cechuje się najwyższymi ocenami dla wszystkich sekcji wg PKD C, G, I, M i wyraźnie dystansuje subregion kędzierzyńsko-kozielski, będący w 2012 roku obszarem wskazywanym na równi ze stolicą województwa. Pomimo niskiej pozycji województwa w raporcie (16 miejsce wśród ośrodków wojewódzkich), Aglomeracja bazując na zidentyfikowanym potencjale ma szansę stać się konkurencyjnym ośrodkiem gospodarczym, efektywnie rywalizującym z ościennymi samorządami i województwami. Kluczową zmienną w tym zakresie jest funkcjonowanie zintegrowanego systemu obsługi inwestora, jak również skuteczna promocja terenów inwestycyjnych.

Diagnoza aktualnej sytuacji w zakresie obsługi inwestorów przez poszczególne samorzady tworzące Aglomerację Opolską, została opracowana na podstawie analizy i porównania procedur stosowanych we wszystkich urzędach gmin należących do AO. Przeanalizowano kolejno stanowiska/jednostki powołane do obsługi inwestorów, dostępność oferty terenów inwestycyjnych na stronach internetowych gmin w języku polskim oraz opcjonalnie w językach obcych. Ocena jakości i dostępności materiałów informacyjnych zamieszczonych na stronach internetowych gmin została przeprowadzona poprzez ich porównanie wg następujących kryteriów:

1. Stopień jakości informacji:

- podstawowy – zakres prezentowanych informacji na temat oferowanych terenów inwestycyjnych ma charakter niedostateczny, wymagający uzupełnienia, materiał charakteryzuje się niskim stopniem atrakcyjności,
- dobry – zakres informacji na temat oferowanych terenów inwestycyjnych jest szczegółowy i możliwie wyczerpujący, materiał charakteryzuje się wysokim stopniem atrakcyjności.

2. Stopień dostępności do informacji:

- dobry – istnieje zakładka dedykowana przedsiębiorcom poszukującym oferty inwestycyjnej, jednak nie znajduje się na pierwszym planie i w widocznym miejscu na stronie głównej gminy,
- bardzo dobry – zakładka dedykowana przedsiębiorcom poszukującym oferty inwestycyjnej, znajduje się na pierwszym planie i w widocznym miejscu strony głównej gminy.

Systemy obsługi inwestora w poszczególnych samorządach tworzących Aglomerację Opolską posiadają zróżnicowany charakter wynikający z autonomicznej struktury organizacyjnej każdej z gmin.



Tabela 6 System obsługi inwestorów - jakość i dostępność oferty terenów inwestycyjnych w gminach AO

L.p	Stanowisko lub odpowiedzialna jednostka	Ocena jakości i dostępności oferty na stronach internetowych gmin	W jakich językach jest dostępna oferta inwestycyjna
Gmina Chrzastowice			
1.	Pracownik referatu nieruchomości	<a href="http://www.chrzastowice.pl">www.chrzastowice.pl</a> , zakładka: "Inwestuj w gminie" Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: dobra	polski, niemiecki
Gmina Dąbrowa			
2.	Podinspektor ds. obsługi inwestorów	<a href="http://www.gminadabrowa.pl">www.gminadabrowa.pl</a> , zakładka: „Tereny inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: bardzo dobra	polski
Gmina Dobrzeń Wielki			
3.	Referat Budownictwa i Gospodarki Komunalnej	<a href="http://www.dobrzeńwielki.pl">www.dobrzeńwielki.pl</a> , zakładka: „Tereny inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: bardzo dobra	polski, niemiecki
Gmina Gogolin			
4.	Naczelnik Wydziału Rozwoju Gospodarczego i Promocji	<a href="http://www.gogolin.pl">www.gogolin.pl</a> , zakładka: „Dla inwestorów” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: bardzo dobra	polski, niemiecki
Gmina Izbicko			
5.	Brak stanowiska	<a href="http://www.izbicko.pl">www.izbicko.pl</a> , zakładka: „Oferty inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: dobra	polski, czeski, niemiecki
Gmina Komprachcice			
6.	Inspektor ds. rozwoju gminy Podinspektor ds. Gospodarki Nieruchomościami i rolnictwa	Gmina nie posiada oferty na stronie www	
Gmina Krapkowice			
7.	Podinspektor ds. geodezji i gospodarki gruntami	<a href="http://www.krapkowice.pl">www.krapkowice.pl</a> , zakładka: „Nasze Miasto” > „Inwestycja w Krapkowicach” Jakość informacji: dobra Dostępność informacji: dobra	polski, niemiecki, angielski, czeski, ukraiński
Gmina Lewin Brzeski			
8.	Wydział Budownictwa i Inwestycji	<a href="http://www.lewin-brzeski.pl">www.lewin-brzeski.pl</a> , zakładka: „Lewińska Strefa Biznesu” oraz „Oferty inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: dobra	polski, angielski
Gmina Łubniany			
9.	Referat Budownictwa i Gospodarki Komunalnej	<a href="http://www.lubniany.pl">www.lubniany.pl</a> , zakładka: „Tereny inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: bardzo dobra	polski

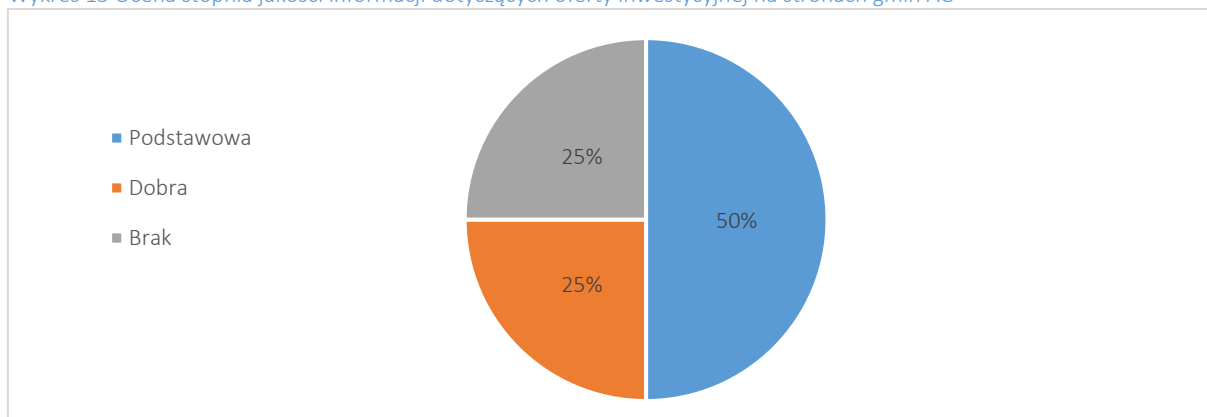
10.	Gmina Murów		
	Samodzielne stanowisko ds. inwestycji i mienia	Gmina nie posiada oferty na stronie www	
11.	Gmina Niemodlin		
	Wydział Inwestycji i Funduszy Europejskich	<a href="http://www.niemodlin.pl">www.niemodlin.pl</a> , zakładka: „Tereny inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: dobra	polski
12.	Miasto Opole		
	Zespół Obsługi Inwestora w Wydziale Gospodarki i Innowacji	<a href="http://www.opole.pl">www.opole.pl</a> , zakładka: „Biznes/Dla inwestora” Jakość informacji: dobra Dostępność informacji: bardzo dobra	polski, angielski, niemiecki
13.	Gmina Ozimek		
	Inspektor ds. gospodarki gruntami	Gmina nie posiada oferty na stronie www	
14.	Gmina Popielów		
	Referat Inwestycji, Infrastruktury Technicznej Rolnictwa i Ochrony Środowiska	<a href="http://www.popielow.pl">www.popielow.pl</a> , zakładka: „Gospodarka > Tereny Inwestycyjne” oraz „Prezentacja oferty inwestycyjnej” Jakość informacji: dobra Dostępność informacji: bardzo dobra	polski, angielski, niemiecki
15.	Gmina Prószków		
	Kierownik Referatu Inwestycji	<a href="http://www.proszkow.pl">www.proszkow.pl</a> , zakładka: „Tereny inwestycyjne” Jakość informacji: dobra Dostępność informacji: dobra	polski, angielski, niemiecki
16.	Gmina Strzeleczy		
	Wójt Gminy oraz inspektor ds. promocji gminy	Gmina nie posiada oferty na stronie WWW	
17.	Gmina Tarnów Opolski		
	Referat Gospodarki Terenowej i Inwestycji	Gmina nie posiada oferty na stronie WWW	
18.	Gmina Turawa		
	Brak stanowiska	<a href="http://www.turawa.pl">www.turawa.pl</a> , zakładka: „Tereny inwestycyjne” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: dobra	polski, niemiecki
19.	Gmina Walce		
	Inspektor ds. Gospodarki Nieruchomościami	<a href="http://www.walce.pl">www.walce.pl</a> , zakładka: „Dla inwestorów” Jakość informacji: podstawowa Dostępność informacji: bardzo dobra	polski, angielski, niemiecki, czeski
20.	Gmina Zdzeszowice		
	Inspektor w Referacie Zamówień Publicznych i Środków Pomocowych Inspektor w Referacie Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	<a href="http://www.zdzeszowice.pl">www.zdzeszowice.pl</a> , zakładka: „Oferty inwestycyjne” Jakość informacji: dobra Dostępność informacji: bardzo dobra	polski, angielski, niemiecki, czeski

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji dostarczonych przez gminy tworzące AO oraz informacji zawartych na stronach samorządów skupionych w AO

Analiza zawartości stron internetowych gmin wykazała, że połowa stron jest niekompletna, a zakres prezentowanych danych wymaga uzupełnień. Co czwarta z gmin nie posiada informacji dotyczących oferty inwestycyjnej (częściowo jest to spowodowane nie posiadaniem terenów inwestycyjnych należących do gminy).

W kontekście współpracy gmin tworzących AO warto stworzyć spójny i jednolity system prezentacji danych, jak również wypracować zasady wspólnej identyfikacji wizualnej umożliwiającej efektywne prowadzenie zintegrowanej promocji gospodarczej obszaru.

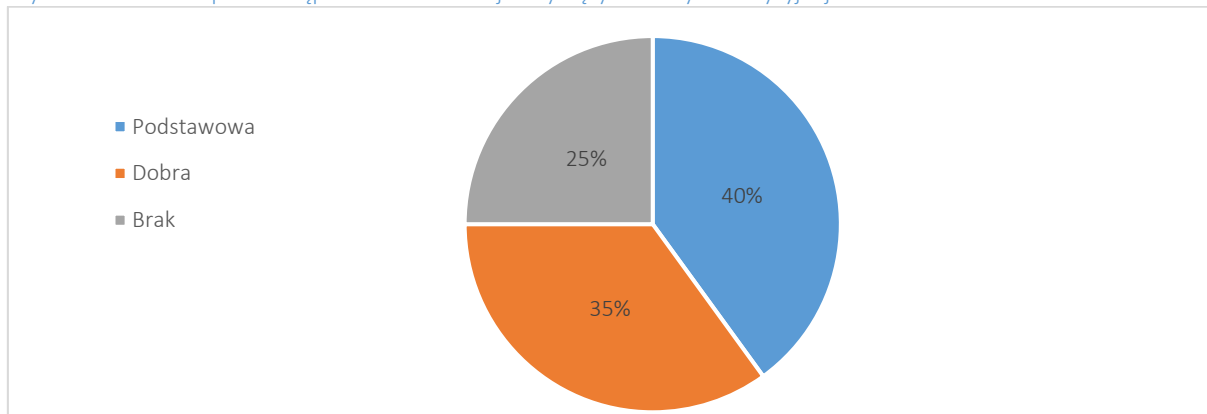
Wykres 15 Ocena stopnia jakości informacji dotyczących oferty inwestycyjnej na stronach gmin AO



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych gmin AO

Stopień dostępności informacji zawartych na stronach internetowych to głównie kwestie ekspozycji oferty inwestycyjnej. W ośmiu gminach zakładki, odnośniki dotyczące terenów inwestycyjnych i uwarunkowań związanych z lokowaniem działalności na terenie danej gminy znajdują się w łatwo dostępnych i widocznych miejscach. Jednocześnie dodatkowym i atrakcyjnym z punktu widzenia przedsiębiorcy elementem jest wizualna prezentacja danego obszaru inwestycyjnego. Katalog informacji o terenach inwestycyjnych powinien być przejrzysty, atrakcyjny w formie, uzupełniony o fotografie odzwierciedlające stan faktyczny i najbliższe otoczenie terenu inwestycyjnego oraz tłumaczony w całości przynajmniej na język angielski. Dodatkowo konieczna jest bieżąca aktualizacja oferty terenów inwestycyjnych na stronach internetowych gmin.

Wykres 16 Ocena stopnia dostępności do informacji dotyczących oferty inwestycyjnej na stronach AO



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych gmin AO

Dostępność językowa do oferty inwestycyjnej umieszczonej na stronach gmin jest zróżnicowana. Zrozumiała ze względu na charakterystykę regionu jest przewaga treści dostępnych w języku niemieckim w stosunku do języka angielskiego. Tylko 7 gmin posiada strony anglojęzyczne, jest to poziom niedostateczny, zważywszy na powszechność tego języka.

Na potrzeby niniejszego rozdziału zebrano od gmin AO dane na temat działań ukierunkowanych na pozyskanie inwestorów. Głównym instrumentem stanowiącym rzeczywistą zachętę inwestycyjną są zwolnienia z podatków od nieruchomości. Drugim rodzajem działań są inwestycje w infrastrukturę techniczną. Warto wskazać, że działania podejmowane przez gminy miejsko-wiejskie oraz Opole, mogą stanowić przykłady dobrych praktyk. Wypracowane na poziomie poszczególnych JST rozwiązania podnoszące atrakcyjność inwestycyjną powinny zostać przeniesione na poziom całej AO. Zinstytucjonalizowanie i skoordynowanie działań członków AO umożliwi wzmocnienie powiązań funkcjonalnych na terenie Aglomeracji.

Tabela 7 Zestawienie działań podejmowanych przez poszczególne gminy AO na rzecz kooperacji istniejących podmiotów gospodarczych oraz pozyskiwania inwestorów

L.p.	Działania gmin na rzecz kooperacji podmiotów gospodarczych oraz pozyskiwania inwestorów
Gmina Chrzastowice	
1.	Pomoc inwestorom w uzyskaniu niezbędnych pozwoleń oraz ulgi w podatku od nieruchomości (do 100% przez 2 lata).
Gmina Dąbrowa	
2.	Jeden z niższych poziomów opodatkowania w skali wojewódzkiej. Otwartość na rozmowy negocjacyjne z zainteresowanymi inwestorami.
Gmina Dobrzeń Wielki	
3.	Wspomaganie inwestycyjne poprzez finansowanie w zakresie budowy dróg dojazdowych do terenu inwestycyjnego oraz zaopatrzenia w wodę i kanalizację.
Gmina Gogolin	
4.	Podejmowanie działań na rzecz promocji walorów gospodarczych gminy w celu pozyskania nowych inwestorów. Zdobycie tytułu „Grunt na Medal” przyznanego za przygotowanie terenu inwestycyjnego w Gogolinie. Wdrożenie uchwały Rady Miejskiej zwalniającej podmioty gospodarcze z podatku od nieruchomości od nowych inwestycji. Wyznaczenie w 2010 roku na terenie miasta obszaru Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Kompleksowe uzbrojenie terenów z udziałem środków samorządu gminy. Wydzielenie zakresu obowiązków dla osoby zajmującej się bezpośrednio obsługą inwestorów w Wydziale Rozwoju Gospodarczego. Systematyczna organizacja konferencji dla wszystkich podmiotów gospodarczych z terenu gminy, na której właściciele nowych inwestycji uhonorowani zostają Gogolińskimi Kluczami Sukcesu. Utworzenie Bazy Firm Gminy Gogolin funkcjonującej na stronie internetowej gminy.
Gmina Izbicko	
5.	Podjęcie uchwały dotyczącej wsparcia dla firm prowadzących inwestycje w gminie oraz tworzących nowe miejsca pracy.
Gmina Komprachcice	
6.	Gmina nie prowadzi specjalnych działań na rzecz podmiotów gospodarczych.
Gmina Krapkowice	
7.	Podjęcie uchwały w sprawie zwolnień z podatku od nieruchomości stanowiących regionalną pomoc inwestycyjną. Prace nad projektem uchwały dotyczącej zwolnień z podatku od nieruchomości dla przedsiębiorców realizujących nowe inwestycje na terenie Gminy Krapkowice w ramach pomocy de minimis. Prace nad projektem uchwały, która będzie dotyczyła zwolnień z podatku od nieruchomości z tytułu zatrudnienia w ramach pomocy de minimis. Współpraca z dwoma podmiotami prywatnymi na zasadzie PPP. W związku z realizacją wspólnych przedsięwzięć z partnerami prywatnymi utworzono 50 miejsc żłobkowych. Promocja gminy oraz podmiotów prywatnych z terenu gminy

L.p.	Działania gmin na rzecz kooperacji podmiotów gospodarczych oraz pozyskiwania inwestorów
	poprzez udział w konferencjach organizowanych przez Instytut Partnerstwa Publiczno - Prywatnego i Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.
	Gmina Lewin Brzeski
8.	Pomoc de minimis w zakresie zwolnienia od podatku od nieruchomości dla przedsiębiorców tworzących nowe inwestycje na terenie gminy oraz tworzących nowe miejsca pracy.
	Gmina Łubniany
9.	Gmina nie prowadzi specjalnych działań na rzecz podmiotów gospodarczych.
	Gmina Murów
10.	Gotowość do prowadzenia indywidualnych rozmów i doradztwa w przypadku zainteresowania inwestorów oraz gotowość do współfinansowania inwestycji. Udzielanie pomocy publicznej na rzecz pozyskiwania inwestorów na podstawie Uchwały Rady Gminy Murów w sprawie zwolnień podatkowych od nieruchomości dla przedsiębiorców inwestujących na terenie gminy. W przypadku zainteresowania komercjalizacją prywatnych gruntów (działek stanowiących teren inwestycyjny) gmina zgłasza gotowość do współpracy dążącej do pozyskiwania inwestorów.
	Gmina Niemodlin
11.	Bieżąca aktualizacja baz danych dotyczących terenów inwestycyjnych. Współpraca z instytucjami pośredniczącymi w obsłudze inwestora takimi jak: Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki. Wspólnie z OCRG w Opolu gmina prowadzi punkt informacji europejskiej, tzw. mobilny punkt informacji. Opracowanie wniosku o włączenie terenu inwestycyjnego położonego przy ulicy Opolskiej do Wałbrzyskiej Strefy Ekonomicznej. Uzyskanie tytułu: „Przyjazna Gmina 2013”, będącego wskazaniem dla potencjalnego inwestora, który planuje inwestować na przedmiotowym terenie, iż jego wymagania zostaną spełnione.
	Miasto Opole
12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- koordynacja współpracy pomiędzy opolskimi uczelniami a przedsiębiorstwami,</li> <li>- finansowanie grantów badawczych,</li> <li>- finansowanie praktyk zawodowych dla studentów,</li> <li>- budowa Parku Naukowo - Technologicznego w Opolu,</li> <li>- budowa Centrum Wystawienniczo-Kongresowego w Opolu,</li> <li>- organizacja własnych wizyt i wydarzeń gospodarczych promujących Opole,</li> <li>- ścisła współpraca z gminą Dąbrowa w zakresie wspólnej promocji inwestycyjnej,</li> <li>- system obsługi Inwestorskiej,</li> <li>- uzbrajanie terenów inwestycyjnych,</li> <li>- formy pomocy dla inwestorów: <ul style="list-style-type: none"> <li>- ulgi w specjalnej strefie ekonomicznej, w tym: ulgi w podatku dochodowym od 35% do 55% kosztów inwestycji lub 2 letnich kosztów pracy,</li> <li>- ulgi „de minimis” tj. całkowite lub częściowe zwolnienie od podatku od nieruchomości (do 200 000 EURO na okres 3 lat).</li> </ul> </li> </ul>
	Gmina Ozimek
13.	Realizacja działań inwestycyjnych usprawniających inwestowanie, jak budowa drogi 1 Maja w Krasiejowie, która zapewnia dojazd do JuraParku w Krasiejowie. Planowane są dodatkowe inwestycje drogowe, które mają za zadanie usprawnić komunikację związaną z ruchem turystycznym w parku. Praca nad uchwałą dot. zwolnień z podatku dla przedsiębiorców z Gminy Ozimek. Promocja przedsiębiorców, którzy osiągnęli sukcesy, zostali odznaczeni nagrodami oraz wprowadzili innowacyjne rozwiązania.
	Gmina Popielów
14.	Uchwalono plany zagospodarowania przestrzennego dla całego obszaru gminy i wyznaczono tereny inwestycyjne, co znacznie przyspiesza proces inwestycyjny. Przedsiębiorcom inwestującym na terenie gminy oferuje się ulgi podatkowe. Regulacje w tym zakresie zawarte są w Uchwale Nr XXXIX/280/2014 z dnia 28 sierpnia 2014r w sprawie zwolnienia z podatku od nieruchomości dla przedsiębiorców inwestujących na terenie Gminy Popielów w ramach pomocy de minimis. Organizowane są spotkania i szkolenia dla przedsiębiorców.
	Gmina Prószków
15.	Gmina nie prowadzi specjalnych działań na rzecz podmiotów gospodarczych.

L.p.	Działania gmin na rzecz kooperacji podmiotów gospodarczych oraz pozyskiwania inwestorów
16.	Gmina Strzeleczyki
	Gmina nie prowadzi specjalnych działań na rzecz podmiotów gospodarczych.
17.	Gmina Tarnów Opolski
	Powołano forum współpracy władz gminy z lokalnymi przedsiębiorcami i potencjalnymi inwestorami.
18.	Gmina Turawa
	Od wielu lat niski poziom opodatkowania w skali wojewódzkiej. Otwartość na rozmowy negocjacyjne z zainteresowanymi inwestorami.
19.	Gmina Walce
	Podjęcie zadań z zakresu rozbudowy sieci infrastruktury oraz uzbrajania terenów inwestycyjnych (sieć dróg lokalnych, kanalizacja).
20.	Gmina Zdzeszowice
	Uchwała dotycząca ulg podatkowych w związku z realizowaną inwestycją oraz udostępniania nowych miejsc pracy na terenie gminy.

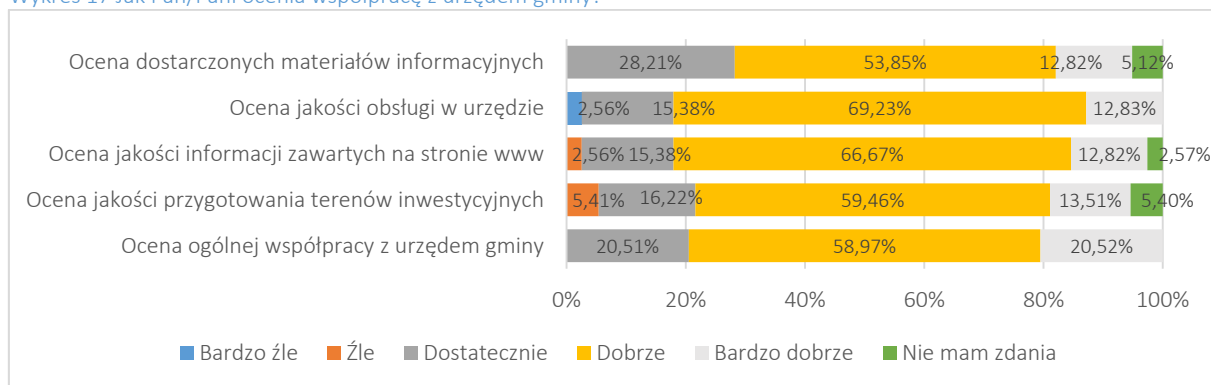
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych JST AO

System obsługi inwestora na terenie Aglomeracji Opolskiej został poddany analizie w oparciu o badania przeprowadzone na grupie 100 przedsiębiorców działających na obszarze Aglomeracji Opolskiej, umożliwiające dokonanie oceny jego jakości z perspektywy regionalnych przedsiębiorców. Na podstawie uzyskanych informacji, opinii oraz sugestii zgłaszanych przez przedstawicieli firm funkcjonujących na terenie AO stworzono dodatkowo zestaw rekomendacji i zaleceń mogących korzystnie wpłynąć na efektywność relacji budowanych pomiędzy samorządami a sektorem przedsiębiorstw.

Wśród przebadanych przedsiębiorstw 44% zadeklarowało, że nie współpracuje z jednostkami samorządu terytorialnego, co z jednej strony może świadczyć o braku takiej konieczności, z drugiej natomiast o nie dostrzeganiu potencjalnych korzyści ze współdziałania. Jednocześnie 42% ankietowanych przedsiębiorców z terenu Aglomeracji Opolskiej zadeklarowało, iż współpracuje z JST.

Pytanie dotyczące współpracy zostało rozszerzone o ocenę pięciu kryteriów dotyczących jakości prowadzonej współpracy. Wśród uzyskanych opinii należy zwrócić uwagę, iż jednoznacznie negatywne oceny były artykułowane w odniesieniu do uzbrojenia terenów inwestycyjnych oraz jakości informacji dostępnych na stronach internetowych. Wskazuje to na potrzebę kontynuacji konsekwentnego uzbrajania stref aktywności gospodarczej, jak również usystematyzowania sposobu prezentacji danych umieszczanych na oficjalnych witrynach internetowych gmin. Warto zwrócić uwagę na relatywnie wysoką ocenę poziomu obsługi inwestora w gminie, która ma charakter bezpośredni i jest istotną determinantą w kształtowaniu relacji z przedsiębiorcami i potencjalnymi inwestorami (relację indywidualną należy w tym kontekście ocenić jako kluczową).

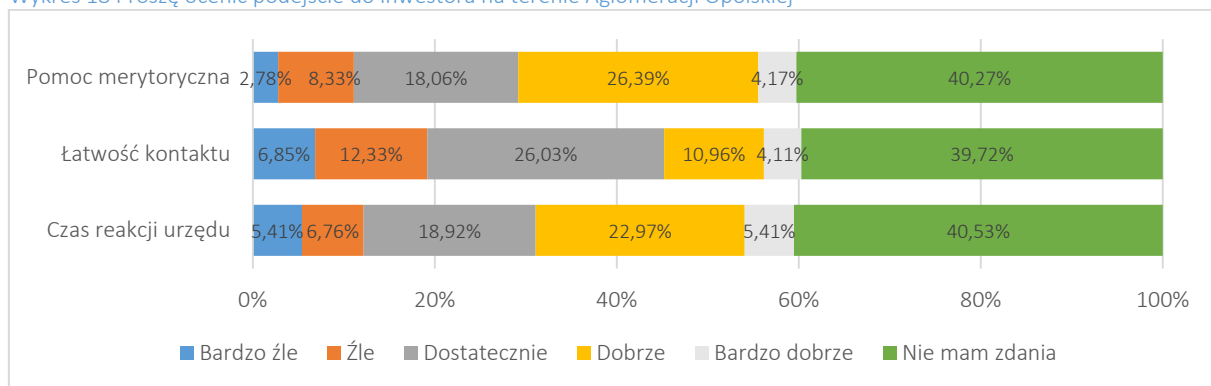
Wykres 17 Jak Pan/Pani ocenia współpracę z urzędem gminy?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

Podejście do inwestora stosowane przez gminy Aglomeracji oceniono przez pryzmat trzech kryteriów: wsparcia merytorycznego w zakresie przygotowania dokumentacji, łatwości kontaktu z pracownikiem odpowiedzialnym za obsługę inwestorską oraz czasu oczekiwania na decyzję urzędu. Prawie połowa osób, które oceniły podejściu urzędników do inwestora, nie jest usatysfakcjonowana stopniem wsparcia merytorycznego oraz okresem oczekiwania na reakcję urzędów. W kwestii stopnia łatwości kontaktu – definiowanego jako rozmowa w danej sprawie ze stałą osobą, znającą bieżącą problematykę przedsiębiorcy – tylko 15% rozmówców dobrze lub bardzo dobrze oceniło współpracę z urzędami. W pozostałych przypadkach zwracano uwagę na utrudniony kontakt, warunkowany koniecznością dłuższego poszukiwania osoby kompetentnej w danym zakresie.

Wykres 18 Proszę ocenić podejście do inwestora na terenie Aglomeracji Opolskiej

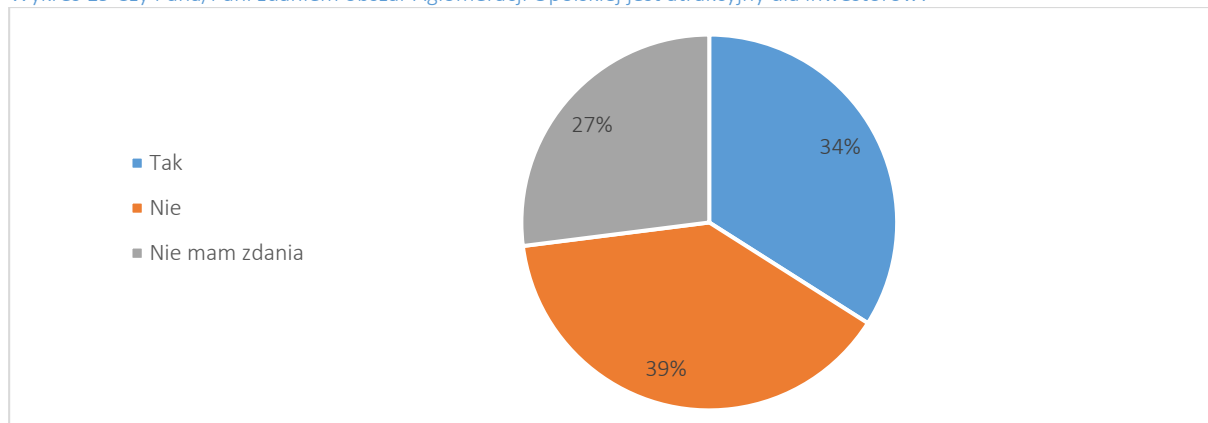


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

39% spośród pytaných przedsiębiorców nie uważa obszaru za interesujący dla potencjalnych inwestorów, natomiast jedynie 27% rozmówców udzieliło odpowiedzi pozytywnej.



Wykres 19 Czy Pana/Pani zdaniem obszar Aglomeracji Opolskiej jest atrakcyjny dla inwestorów?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

Respondenci byli proszeni o przedstawienie powodów, dla których ich zdaniem obszar Aglomeracji Opolskiej jest lub nie jest atrakcyjny inwestycyjnie.

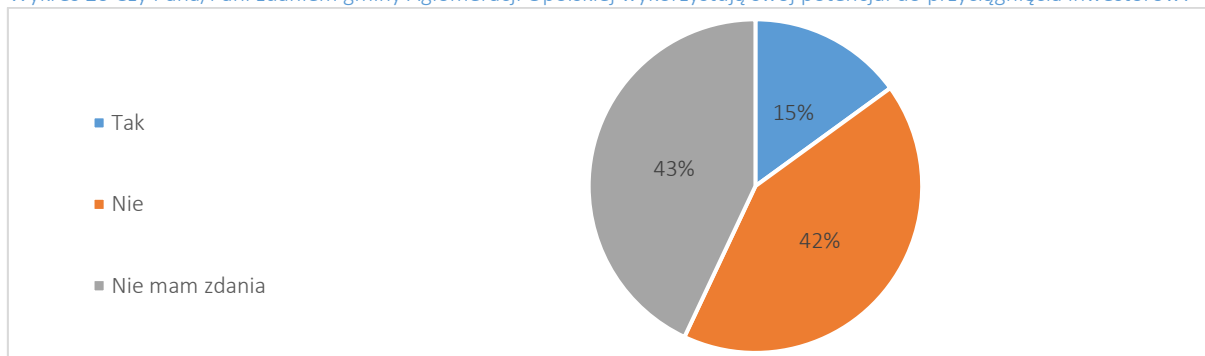
Tabela 8 Wskazania determinujące atrakcyjność inwestycyjną Aglomeracji Opolskiej w opiniach przedsiębiorców

Odpowiedzi wskazujące na czynniki mające pozytywny wpływ na atrakcyjność inwestycyjną AO	Odpowiedzi wskazujące na czynniki mające negatywny wpływ na stopień atrakcyjności inwestycyjnej
<ul style="list-style-type: none"> <li>– dobre usytuowanie AO w pobliżu autostrady</li> <li>– otwartość na inwestorów zagranicznych</li> <li>– dostęp do wykształconej kadry</li> <li>– funkcjonowanie kilku stref ekonomicznych</li> <li>– położenie geograficzne w środkowej Europie</li> <li>– położenie nad rzeką Odrą</li> <li>– przyjazne podejście samorządu do inwestorów</li> <li>– sukcesywne przygotowywanie działek inwestycyjnych do potrzeb inwestorów</li> <li>– rozbudowująca się sieć drogowa, która łączy najważniejsze pod względem gospodarczym miasta w Polsce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– bariery biurokratyczne (m.in. uzyskiwanie pozwoleń)</li> <li>– długi proces decyzyjny urzędów</li> <li>– brak dobrze przygotowanej oferty dla dużych przedsiębiorstw</li> <li>– słaby marketing inwestycyjny</li> <li>– brak kształcenia osób na szczeblu średnim i zawodowym</li> <li>– zbyt duże nasycenie rynku osobami z wyższym, nietechnicznym wykształceniem</li> <li>– odpływ młodych ludzi za granicę</li> <li>– niedobory w podaży zasobów ludzkich</li> <li>– słaba współpraca między Opolem a sąsiadującymi miastami AO w zakresie utworzenia spójnej, atrakcyjnej sieci terenów inwestycyjnych</li> <li>– wysoka cena terenów w kontekście braków w uzbrojeniu</li> <li>– brak zachęt dla inwestorów w postaci ulg/zwolnień podatkowych</li> <li>– brak spójnego zagospodarowania przestrzennego</li> <li>– duża konkurencja w zakresie ofert terenów inwestycyjnych spoza AO</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

42% ankieterów wskazywało, że potencjał gmin nie jest w pełni wykorzystywany. Zaledwie 15% uznało działania samorządów za wystarczające. Znaczący jest ponadto odsetek osób niezorientowanych w działaniach gminy na rzecz przyciągania nowych podmiotów gospodarczych, co z jednej strony może wskazywać na braki w prowadzeniu działań informacyjnych, z drugiej natomiast może świadczyć o braku zainteresowania ze strony przedsiębiorców.

Wykres 20 Czy Pana/Pani zdaniem gminy Aglomeracji Opolskiej wykorzystują swój potencjał do przyciągnięcia inwestorów?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

## 1.5 Stosowanie w przedsiębiorstwach rozwiązań innowacyjnych i nowoczesnych technologii

W niniejszym podrozdziale dokonano analizy sytuacji dotyczącej wszystkich przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie Aglomeracji Opolskiej pod kątem stosowania przez nie rozwiązań innowacyjnych oraz wdrażania nowoczesnych technologii. Analiza została przeprowadzona na podstawie danych udostępnionych przez GUS, przy czym należy tutaj nadmienić, iż w większości przypadków dane agregowane są tylko do poziomu województwa (NUTS-2) i konieczne było ich rozszacowanie do niższych poziomów. Zdecydowanie najmocniejszą pozycję w całej Aglomeracji posiada Opole – będące wiodącym ośrodkiem społeczno-gospodarczym o oddziaływaniu wykraczającym poza granice administracyjne AO. Jednocześnie, zaobserwowano funkcjonujące dysproporcje w zakresie wdrażania innowacji przez przedsiębiorstwa, wynikające z usytuowania peryferyjnego względem centrum obszaru oraz w zakresie relacji miasto - wieś.

Poniższa tabela przedstawia nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłowych według źródeł finansowania działalności innowacyjnej i PKD 2004.

Tabela 9 Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłowych wg źródeł finansowania działalności innowacyjnej i PKD 2004 w latach 2002-2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ogółem (w tys. zł)							
Aglomeracja Opolska	108 415	148 833	145 852	102 270	104 530	135 058	113 680
województwo opolskie	296 332	406 814	398 655	279 540	285 714	369 157	310 721
Środki budżetowe (w tys zł)							
Aglomeracja Opolska	-	-	-	106	768	342	2 153
województwo opolskie	0*	0*	0*	284	2 094	935	5 890
Środki pozyskane z zagranicy (w tys zł)							
Aglomeracja Opolska	-	-	289	74	-	2 759	2 972
województwo opolskie	0*	0*	792	201	0*	7 544	8 119
Kredyty bankowe (w tys zł)							
Aglomeracja Opolska	28 576	9 933	20 680	17 996	19 406	13 948	13 684
województwo opolskie	78 112	27 149	56 535	49 190	53 044	38 123	37 402
Środki własne (w tys zł)							
Aglomeracja Opolska	76 738	122 552	124 713	83 995	83 275	118 008	92 043
województwo opolskie	209 752	334 975	340 886	229 588	227 614	322 554	251 593

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS. \* dana wyłączona z publicznego udostępniania ze względu na ochronę tajemnicy statystycznej. Dane rozszacowane na gminy wg. liczby podmiotów w poszczególnych gminach w sekcjach PKD B,C,D,E dotyczące produkcji sprzedanej przemysłu dostępne są w załączniku do niniejszego opracowania.

Analizując dane z powyższej tabeli, można zauważyć, że łączna liczba nakładów na działalność innowacyjną w Aglomeracji Opolskiej była najwyższa w 2003 roku i na tle województwa opolskiego, udział AO wynosił 36,5%. Stopień innowacyjności Aglomeracji w skali wojewódzkiej w zakresie nakładów na rozwój przemysłu podlega wahaniom, niemniej analizowana zmienna dla AO stanowi 1/3 rynku innowacji przemysłowych w województwie (lata 2002-2008). Elementem mogącym korzystnie wpływać na wzrost nakładów na innowacje w przemyśle jest funkcjonujący sektor nauki dysponujący zasobami ludzkimi o adekwatnych kompetencjach i kwalifikacjach pozwalających na rozwijanie działalności innowacyjnej w formie wsparcia badawczego, szkoleniowego i wdrożeniowego.

Analizując źródła finansowania działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach przemysłowych na podstawie ostatniego roku objętego powyższym badaniem (2008), należy stwierdzić, iż działalność ta była finansowana przede wszystkim z wykorzystaniem środków własnych (ok. 81% nakładów) i kredytów bankowych (12% nakładów). Pozostałe fundusze przeznaczone na ten cel to m.in. środki pozyskane z zagranicy (2,6% nakładów) oraz środki budżetowe (1,9% nakładów). Siła aglomeracyjnego przemysłu jest ograniczona i posiada silnego konkurenta w postaci regionu Kędzierzyńsko-Kozielskiego, który dysponuje sporym potencjałem rozwojowym. Potwierdzają to m.in. dane dotyczące ilości wprowadzonych zmian innowacyjnych w przedsiębiorstwach z powiatów wchodzących w skład Kędzierzyńsko-Kozielskiego Subregionalnego Obszaru Funkcjonalnego (dane dostępne w raporcie końcowym z października 2012 roku pt. „Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny”) oraz rozkład terytorialny projektów PO IG na terenie województwa opolskiego. W tym przypadku, aż 37,9% ogółu realizowanych przedsięwzięć stanowią projekty z powiatu M. Opole przy 16,7% z powiatu Kędzierzyńsko-Kozielskiego.

W zakresie analizy branż posiadających najwyższy zidentyfikowany potencjał rozwojowy należy zgodzić się z tezą podkreślającą iż, *„szczególnym wyzwaniem dla województwa opolskiego jest przewyżczenie stosunkowo powolnego rozwoju regionalnego sektora usług. Ta tendencja odbiega istotnie od dominujących trendów na świecie, gdzie zdecydowaną przewagę na regionalnych rynkach pracy mają zatrudnieni w szeroko rozumianym obszarze „tworzenia warunków do wzrostu gospodarczego i sferze generującej wysoką jakość życia w skali lokalnej i regionalnej (Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020)”*. Powyższa teza jest zgodna z niniejszą analizą oraz wynikami przeprowadzonych badań (beneficjenci środków UE na działalność innowacyjną, dane Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej).

Łączna liczba patentów, których udzielono podmiotom z terenu Aglomeracji Opolskiej, jest nieznacznie niższa od łącznej liczby zgłoszeń, jakie wpłynęły do Urzędu Patentowego w analogicznym okresie. Odsetek przyznanych praw patentowych skorelowany z liczbą aplikacji wynosi 72,1%. W odniesieniu do wartości dla województwa odsetek przyznanych praw patentowych jest niższy i kształtuje się na poziomie 32,9%.

Tabela 10 Patenty udzielone podmiotom z terenu AO w latach 2004-2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Razem
Dobrzeń Wielki	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2
Izbicko	-	-	-	-	-	2	-			1	3
Komprachcice	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Krapkowice	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2
Niemodlin	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	4
Opole	2	12	10	12	11	18	30	32	14	10	151
Popielów	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	4
Prószków	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	4
Strzeleczyki	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Zdzieszowice	-	-	-	1	-	2	-	-	-	1	4
Łącznie AO	2	12	10	13	12	28	32	40	14	13	176
Województwo opolskie	15	24	26	43	42	70	56	130	76	52	534

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Patentowego RP

Charakterystyczne dla współczesnego rozwoju gospodarczego jest wzrost udziału zróżnicowanego sektora usług w strukturze gospodarczej. Powinien on obejmować rozległy zbiór różnego rodzaju działalności, od prostych usług zaspokajających podstawowe (bytowe) potrzeby osób i gospodarstw domowych do skomplikowanych operacji wymaganych przez wielkie korporacje przemysłowe, sektor finansowy, sektor publiczny, instytucje badawcze i wdrożeniowe, organizacje rządowe i międzynarodowe. Istotnym wydaje się, z jednej strony konsekwentne stymulowanie rozwoju usług ((np. BSS (Centra Usług Wspólnych) - działają na zasadzie przeniesienia pewnych obszarów działalności firmy (najczęściej nie podstawowych dla firmy), poza granice macierzystego kraju z którego pochodzi firma. W ramach SCC tworzy się również najczęściej oddziały IT, finansów, księgowości i obsługi klienta. Pracując w sektorze SCC pracuje się dla zatrudniającej firmy, wykonując zadania z określonego departamentu – pozostałe departamenty firmy, mogą być umieszczone w innym kraju), z drugiej natomiast skupienie się na zidentyfikowanych potencjałach sektora rolno-spożywczego oraz branż o charakterystyce przemysłowej. Szeroko rozumiane rolnictwo, zmodernizowane, oparte o rozwiązania wysoko wydajne i przyjazne środowisku technologie, może stać się istotne dla dalszego, równego i kompleksowego rozwoju Aglomeracji i pozwoli na większe zróżnicowanie struktury regionalnej gospodarki (system balansujących się sektorów i branż). Rozwój przemysłu jest czynnikiem wpływającym na stabilizację rynku pracy w perspektywie długookresowej. Z kolei zmieniające się uwarunkowania dotyczące kosztów pracy skutkują wysoką mobilnością inwestycji o charakterze usługowym (rozwój sektora BSS – tworzenie Centrów Usług Wspólnych dla biznesu). Reasumując AO powinna dążyć do wzajemnego bilansowania się sektorów w regionalnej gospodarce, zapewni to równy rozwój oraz uchroni region przed wyspecjalizowaniem w wąsko rozumianych branżach usługowych, zwłaszcza w kontekście posiadania i rozwijania nowoczesnego rolnictwa i przemysłu. Warto podkreślić, iż analiza branż definiowanych jako innowacyjne stanowi tylko część regionalnej gospodarki i wzrost poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego jest warunkowany również rozwojem sektora B+R oraz branż tradycyjnych, które z racji specyfiki dysponują nikłym potencjałem innowacyjnym.

Tabela 11 Branże innowacyjne w Aglomeracji Opolskiej

Branże	Źródło			
	Badania Instytucji Otoczenia Biznesu	Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020	Beneficjenci poddziałania 1.3.2. RPO WO 2007-2013 oraz działania 8.1. POIG 2007-2013	Udzielone prawa ochronne na wynalazki i wzory użytkowe
Drzewna i meblarska	+	+	+	+
Metalowa i maszynowa	+	+	+	+
Budowlana	+	+	+	-
Motoryzacyjna	+	-	-	+
Energetyczna (w tym OZE)	+	+	-	-
Spożywcza	+	+	-	-
Informatyczna	+	-	+	-

Źródło: opracowanie własne

Częstotliwość wskazań branż innowacyjnych w kontekście analizy czterech niezależnych źródeł umożliwiają wytypowanie branż posiadających pozycję dominującą w zakresie wdrażania rozwiązań innowacyjnych (poniżej definiujemy szczegółowo branże zgodnie z klasyfikacją PKD 2007 – poziom grup):

1. Branża drzewna i meblarska (gospodarka leśna i pozostała działalność leśna, pozyskiwanie drewna, produkcja wyrobów tartacznych, produkcja wyrobów z drewna, korka, słomy i materiałów używanych do wyplatania, produkcja masy włóknistej, papieru i tektury, produkcja wyrobów z papieru i tektury, drukowanie i działalność usługowa związana z poligrafia)
2. Metalowa i maszynowa (produkcja surówki, żelazostopów, żeliwa i stali oraz wyrobów hutniczych, produkcja rur, przewodów, kształtowników zamkniętych i łączników, ze stali produkcja pozostałych wyrobów ze stali poddanej wstępnej obróbce, produkcja metali szlachetnych i innych metali nieżelaznych, odlewnictwo metali produkcja metalowych elementów konstrukcyjnych, produkcja zbiorników, cystern i pojemników metalowych, produkcja wytwornic pary, z wyłączeniem kotłów do centralnego ogrzewania gorącą wodą, produkcja broni i amunicji, kucie, prasowanie, wytłaczanie i walcowanie metali; metalurgia proszków, obróbka metali i nakładanie powłok na metale; obróbka mechaniczna elementów metalowych, produkcja wyrobów nożowniczych, sztućców, narzędzi i wyrobów metalowych ogólnego przeznaczenia, produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych produkcja maszyn ogólnego przeznaczenia, produkcja pozostałych maszyn ogólnego przeznaczenia, produkcja maszyn dla rolnictwa i leśnictwa, produkcja maszyn i narzędzi mechanicznych, produkcja pozostałych maszyn specjalnego przeznaczenia).
3. Budowlana (realizacja projektów budowlanych związanych ze wznoszeniem budynków, roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków mieszkalnych i niemieszkalnych produkcja ceramicznych materiałów budowlanych, produkcja pozostałych wyrobów z porcelany i ceramiki, produkcja cementu, wapna i gipsu, produkcja wyrobów z betonu, cementu i gipsu).

Pozostałe wskazania branż informują nas o zidentyfikowanym potencjale innowacyjnym, który może być wykorzystany i rozwinięty w perspektywie wdrażania niniejszego programu:

1. Motoryzacja (produkcja pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli, produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych, produkcja przyczep i naczep, produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych).
2. Energetyka (roboty związane z budową rurociągów, linii telekomunikacyjnych i elektroenergetycznych, wytwarzanie, przesyłanie, dystrybucja i handel energią elektryczną, wytwarzanie i zaopatrywanie w parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych).
3. Branża spożywcza (przetwarzanie i konserwowanie mięsa oraz produkcja wyrobów z mięsa, przetwarzanie i konserwowanie ryb, skorupiaków i mięczaków, przetwarzanie i konserwowanie owoców i warzyw, produkcja olejów i tłuszczów pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, wytwarzanie wyrobów mleczarskich, wytwarzanie produktów przemiału zbóż, skrobi i wyrobów skrobiowych, produkcja wyrobów piekarskich i mącznych, produkcja pozostałych artykułów spożywczych, produkcja gotowych paszy i karmy dla zwierząt, produkcja napojów).
4. Informatyka (działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana, działalność usługowa w zakresie informacji produkcja elektronicznych elementów i obwodów drukowanych, produkcja komputerów i urządzeń peryferyjnych, produkcja sprzętu tele- i komunikacyjnego, produkcja elektronicznego sprzętu powszechnego użytku, produkcja instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych i nawigacyjnych; produkcja zegarków i zegarów, produkcja urządzeń napromieniowujących, sprzętu elektromedycznego i elektroterapeutycznego, produkcja instrumentów optycznych i sprzętu fotograficznego, produkcja magnetycznych i optycznych niezapisanych nośników informacji).

## 1.6 Oferta sektora edukacji Aglomeracji Opolskiej

### **Szkolnictwo ponadgimnazjalne**

- Od kilku lat obserwowalne jest zjawisko zmniejszania się liczby uczniów szkół średnich AO. Jednocześnie poza spadkiem liczby uczniów ogółem, zmienia się także ich profil – rośnie liczba uczniów szkół technicznych oraz policealnych, maleje liczba uczniów liceów ogólnokształcących oraz zasadniczych szkół zawodowych. Coraz częstszy wybór szkół o profilu technicznym oraz szkół policealnych przez młodzież, może w przyszłości korzystnie wpłynąć na:
  - lokalną gospodarkę – dzięki większej dostępności fachowców z konkretnym wykształceniem,
  - indywidualne szanse młodzieży na rynku pracy – posiadanie wykształcenia technicznego/kierunkowego pozwala na podjęcie pracy w zawodach niedostępnych dla osób z wykształceniem ogólnym, ponadto posiadanie określonych umiejętności może okazać się przydatne w przypadku, gdy dana osoba nie znajdzie zatrudnienia w wyuczonym zawodzie po ukończeniu studiów,
  - potencjalny wzrost liczby studentów na kierunkach ścisłych.

- W perspektywie 5-10 lat niemal 2/3 młodzieży zamierza podjąć studia (częściej kobiety niż mężczyźni). Mężczyznom częściej wystarcza posiadanie wykształcenia średniego – technicznego. Spośród osób deklarujących chęć podjęcia studiów, blisko 1/4 zamierza w przyszłości kształcić się na kierunkach ścisłych. Ponad połowa badanych zamierza studiować w Opolu. Pozostałe osoby najczęściej deklarują chęć podjęcia studiów na uczelniach Wrocławia, Krakowa i Warszawy. Tym samym celem uczelni AO oraz lokalnych władz powinno być podjęcie działań mających na celu zwiększenie atrakcyjności studiowania na terenie AO, dzięki czemu możliwe będzie zmniejszenie odpływu z terenu AO młodych osób, z których część może emigrować na stałe.
- Według zebranych deklaracji, uczniowie szkół średnich mocno obawiają się o swoją przyszłość zawodową – 2/3 badanych obawia się, że po ukończeniu szkoły nie znajdzie zatrudnienia. Potwierdzeniem tych obaw mogą być także zawody w jakich chcieliby w przyszłości pracować po ukończeniu nauki. Wśród zawodów wskazywanych przez badane osoby najczęściej pojawiały się kojarzone ze względną stabilnością zatrudnienia – zawody mundurowe, medyczne, nowoczesnych technologii i zawody inżynierskie. W tym świetle niepokojącym sygnałem jest deklaracja połowy respondentów, iż w wypadku gdyby nie znaleźli pracy w swoim zawodzie w Polsce, zdecydowałoby się na poszukiwanie pracy za granicą (40%), lub poszukiwaliby pracy poza własnym miejscem zamieszkania (10%). Wobec przedstawionych danych jednym z kluczowych wyzwań stojących przed AO w najbliższych latach, może okazać się konieczność stworzenia możliwości stabilnych miejsc pracy dla młodzieży wkraczającej na rynek pracy. Bez podjęcia tego typu działań może okazać się, iż znaczna część młodzieży zamieszkującej AO zdecyduje się na jej opuszczenie.
- Pod względem posiadanych umiejętności, uczestnicy badania stosunkowo najlepiej oceniają swoje zdolności związane z obsługą komputera i Internetu oraz kompetencje społeczne – otwartość na kontakty z nowymi ludźmi, współpracę w grupie. Słabiej oceniane były kompetencje specjalistyczne – tworzenie stron internetowych lub umiejętność planowania i realizacji działań. Badani słabo oceniali także swoje przygotowanie do pracy zawodowej oraz potrzeb pracodawców. Słabe oceny własnego przygotowania do pracy mogą wynikać z niewielkiej aktywności pozanaukowej badanych osób. Stosunkowo nieliczne osoby w trakcie nauki w szkole średniej podejmowały pracę dorywczą w więcej niż 1 firmie, rzadko też uczestniczyły w innych formach działań mogących mieć wpływ na zdobywanie doświadczenia zawodowego czy w ogóle doświadczenia w pracy grupowej (np. wolontariat, udział w dodatkowych praktykach, stażach itp.). Dlatego w przyszłości niezbędna może okazać się promocja aktywności społeczno-zawodowej młodzieży szkół ponadgimnazjalnych, dzięki której możliwy będzie rozwój umiejętności młodzieży w zakresie planowania i realizacji działań, współpracy w grupie itp. Rozwój tych umiejętności może okazać się kluczowy w trakcie poszukiwania zatrudnienia na otwartym rynku pracy, a także zmniejszenia obaw przed brakiem możliwości podjęcia odpowiedniej pracy przez młode osoby.
- Niemal wszyscy badani posługują się 2 językami obcymi w co najmniej podstawowym stopniu. Pozostałe języki znane są wyłącznie wśród niewielkiej liczby osób. Z zebranych deklaracji wynika, iż język angielski, który jest najbardziej popularnym językiem wśród badanych, jest także językiem, który znają najlepiej. Drugi w kolejności – język niemiecki, mimo swojej popularności,



przez większość badanych znany jest wyłącznie na poziomie podstawowym. Ograniczona znajomość pozostałych języków obcych, wynika przede wszystkim z ich niewielkiego udziału w realizowanych programach szkolnych.

- Z zebranych deklaracji wynika, iż blisko połowa uczestników badania zastanawiała się bądź zastanawia nad założeniem własnej działalności gospodarczej. Część respondentów jest także zdecydowana założyć własną firmę. Jednocześnie co piąty badany do tej pory nie rozważał takiej możliwości lub nie ma na ten temat zdania. Blokadą utrudniającą zakładanie własnych firm przez badane osoby, może być ich niewielkie doświadczenie zawodowe. Dlatego też bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na poprawę sytuacji (poza wspieraniem przedsięwzięć umożliwiających zdobywanie doświadczenia – staży, praktyk, wolontariatu itp.) mogą być działania związane z upowszechnianiem wiedzy ekonomicznej oraz wspierające zakładanie i rozwój działalności nowopowstających podmiotów gospodarczych.

### **Kształcenie ustawiczne**

- Zaletą szkół ustawicznych AO jest stosunkowo szeroki zakres dostępnych kursów i kierunków kształcenia. Pracodawcy z terenu AO pozytywnie oceniają jakość i dostępność placówek kształcenia ustawicznego. Jednocześnie wśród głównych barier utrudniających korzystanie z oferty szkoleniowej przedsiębiorcy wymieniali wysokie ceny szkoleń oraz brak oferty bezpośrednio dopasowanej do potrzeb firm.
- Z zebranych na potrzeby badania danych wynika jednak, iż istnieje duże pole do rozwoju współpracy między placówkami ustawicznymi, otoczeniem instytucjonalnym placówek oraz przedsiębiorcami. Ponadto przedstawiciele badanych podmiotów realizujących kształcenie ustawiczne, z dużą otwartością przychylają się do tworzenia nowych kierunków kształcenia. Otwartość tą można wykorzystać w przyszłości do lepszego dopasowania oferty kształcenia do aktualnych potrzeb rynku pracy.

### **Uczelnie wyższe**

- Mniej więcej połowa studentów uczelni AO rekrutuje się z terenu Aglomeracji. W ostatnich latach obserwuje się trend wzrostu liczby studentów, a tym samym wzrostu znaczenia uczelni niepublicznych działających na terenie AO. Niestety jednocześnie maleje liczba studentów ogółem, która z jednej strony wynikać może z negatywnego trendu demograficznego obserwowanego w ostatnich latach, a z drugiej odrzucenia przekonania, iż ukończenie uczelni wyższej gwarantuje zatrudnienie.
- Wśród ogółu studentów AO zdecydowanie przeważają kobiety. Wyjątek stanowią jedynie kierunki IT, zdecydowanie zdominowane przez mężczyzn. Wśród 3 głównych typów kierunków objętych badaniem największą liczbę studentów odnotowano na kierunkach ekonomicznych. Zdecydowanie mniejszą popularnością cieszą się kierunki językowe oraz IT.
- Podobnie jak w przypadku uczniów szkół ponadgimnazjalnych, studenci oceniają swoje umiejętności poniżej tego, czego ich zdaniem mogą oczekiwać pracodawcy. Spośród wszystkich badanych umiejętności i kompetencji, studenci najwyżej ocenili własne umiejętności obsługi komputera

i Internetu oraz wykonywanie prostych rachunków. Najbardziej natomiast badane osoby oceniały własne umiejętności techniczne oraz specjalistyczne związane z technologiami komputerowymi (tworzenie stron www, umiejętność pisania programów komputerowych). Ponadto zaledwie co czwarty z ogółu badanych przekonany jest, iż w trakcie studiów został przygotowany do podjęcia pracy zarobkowej na otwartym rynku pracy. Słaba ocena własnych umiejętności specjalistycznych oraz przygotowania do podjęcia pracy zawodowej, może wynikać z niewielkiej aktywności pozanaukowej studentów. Wielu respondentów w chwili badania nie posiadało w ogóle doświadczenia zawodowego oraz nie angażowało się w inne aktywności, które pomogłyby im takie doświadczenie zdobyć. Czynnikiem mogącym w przyszłości pozytywnie wpływać na poprawę samooceny studentów oraz wzrost ich doświadczenia zawodowego, może być wzmocnienie roli działających już biur karier, rozszerzenie oferty staży i praktyk dla studentów oraz promowanie udziału w inicjatywach pozwalających wzmocnić ich kapitał ludzki i społeczny – działalność w organizacjach pozarządowych, udział w dodatkowych kursach i szkoleniach.

- Podobnie jak w przypadku uczniów szkół ponadgimnazjalnych, znajomość języków obcych wśród studentów uczelni wyższych z terenu AO (według zebranych deklaracji) można uznać za powszechną. Niemal wszyscy badani studenci posługują się w co najmniej podstawowym stopniu językiem angielskim, a blisko 5 na 6 badanych posługuje się także językiem niemieckim. Wśród pozostałych względnie popularnych języków, którymi w co najmniej na podstawowym poziomie posługują się studenci z terenu AO, znalazły się – język rosyjski (25%), hiszpański (19%), francuski (18%), czeski (13%).
- Ponad 2/3 badanych (68%) twierdzi, że jest w stanie podjąć pracę zarobkową w co najmniej jednym języku obcym. Około 20% badanych jest zdania, że może w przyszłości podjąć pracę w 2 językach obcych, a niespełna 2% aż w 3 językach obcych.
- Około 25% badanych deklaruje, iż w przeciągu roku od zakończenia studiów zamierza podjąć pracę na terenie AO lub założyć własną działalność gospodarczą. Niemal 1/5 respondentów deklaruje, iż praca lub działalność, którą chcieliby podjąć/założyć będzie miała związek z wyuczonym zawodem. Ponadto mniej więcej co dziesiąty badany planuje pracować lub założyć działalność na terenie województwa opolskiego. Jednocześnie znaczny jest odsetek osób, które deklarują zamiar opuszczenia AO po ukończeniu studiów. Dlatego czynnikiem kluczowym może okazać się stworzenie systemu zachęt i warunków dla absolwentów uczelni wyższych, skłaniających ich do osiedlania się na terenie AO.
- Wśród branż, które potencjalnie będą się cieszyły największym zainteresowaniem przyszłych absolwentów uczelni AO, znalazły się branże: edukacyjna (łącznie 15,8% badanych deklaruje zamiar podjęcia pracy w tej branży), administracja (9,8%) oraz usługi specjalistyczne (9,3%). Ogólna analiza zebranych informacji pozwala stwierdzić, iż znaczna część badanych planuje pracować w zawodach wprost związanych z kierunkiem jaki studiują, lecz bez wskazywania konkretnej specjalizacji. Wielu badanych chce w przyszłości pracować na stanowiskach gwarantujących względną stabilność: w instytucjach publicznych, służbach mundurowych lub biurach dużych firm. Jedynie nieliczni deklarują, iż chcieliby w przyszłości spróbować prowadzić własną działalność gospodarczą.

- Niepokojącym może być fakt, iż ponad połowa badanych w chwili, gdy uzyska tytuł zawodowy i nie będzie mogła znaleźć odpowiedniej pracy, deklaruje wyjazd za granicę. Jedynie część badanych (15,8%) w takiej sytuacji próbowałaby zmienić lub podnieść posiadane kwalifikacje. Pozostałe osoby deklarują, że albo podejmą dowolną pracę, albo spróbują założyć własną działalność. Tym samym z zebranych deklaracji wynika, iż obawy studentów są niemal identyczne jak obawy prezentowane przez uczniów szkół średnich i dotyczą przede wszystkim „gwarancji zatrudnienia”.
- Analizując zebrane dane można stwierdzić, iż tym co w szczególności utrudnia studentom możliwość zaistnienia na rynku pracy, nie jest (lub nie tylko jest) brak odpowiedniego wykształcenia. Z przeprowadzonego badania wynika, że studenci uczelni AO posiadają szeroką wiedzę w zakresie kierunków, które studiują, posiadają wiele dodatkowych umiejętności, w większości dobrze znają języki obce etc. Jednakże tym co przede wszystkim stanowi dla nich trudność i źródło wielu obaw, jest brak doświadczenia zawodowego i umiejętności/kompetencji wymaganych przez lokalnych pracodawców. Dlatego poza rozwijaniem oferty instytucji typu biura karier oraz innych instytucji umożliwiających studentom nabieranie doświadczenia praktycznego, istotne może być także zwiększenie wsparcia dla osób chcących zakładać i prowadzić własne firmy. Z badania wynika także, że wielu respondentów pozytywnie ocenia poszczególne aspekty AO – czystość, jakość usług, ogólne warunki życia. AO słabo jedynie jest oceniana przez respondentów jako miejsce pracy.

### 1.7 Potencjał Aglomeracji Opolskiej w zakresie rozwoju turystyki i usług związanych z turystyką

Wśród odwiedzających Aglomerację Opolską (AO) turyści krajowi stanowią 80,44%. Blisko 77% spośród nich zamieszkiwało województwa ościenne, co świadczy o rzeczywistym potencjale turystyki tranzytowej, ale przede wszystkim weekendowej. Struktura geograficzna odwiedzających wskazuje na traktowanie AO jako terenu wypoczynku i rekreacji dla mieszkańców przemysłowych oraz wielkomiejskich obszarów województw śląskiego i dolnośląskiego.

Tabela 12 Pochodzenie respondentów według zamieszkiwanych województw

Nazwa województwa	Liczba respondentów	[%]
śląskie	335	38,77
dolnośląskie	221	25,58
małopolskie	87	10,07
wielkopolskie	52	6,02
łódzkie	54	6,25
mazowieckie	33	3,82
pomorskie	12	1,39
świętokrzyskie	16	1,85
podkarpackie	12	1,39
lubuskie	12	1,39
kujawsko-pomorskie	6	0,69
podlaskie	5	0,58
lubelskie	10	1,16
zachodnio-pomorskie	8	0,92
warmińsko-mazurskie	1	0,12
łącznie	864	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

Odsetek turystów zagranicznych odwiedzających Aglomerację Opolską wyniósł 19,55%. Wśród odwiedzających przeważali Niemcy, co świadczy o potencjale i rzeczywistym funkcjonowaniu turystyki sentymentalnej. Z drugiej strony istotną grupę turystyczną stanowią Czesi, co wskazuje na możliwości rozwoju turystyki w powiązaniu z ruchem tranzytowym i transgranicznym. Struktura geograficzna odwiedzających jest jednorodna i świadczy o potrzebie budowania oferty turystycznej oraz produktów turystycznych w oparciu o mieszkańców województw i krajów ościennych.

Tabela 13 Pochodzenie geograficzne respondentów zagranicznych według krajów zamieszkania

Nazwa kraju	Liczba respondentów	[%]
Niemcy	133	63,33
Czechy	39	18,57
Wielka Brytania	14	6,67
Hiszpania	3	1,43
Pozostałe kraje	21	10,0
Łącznie	210	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

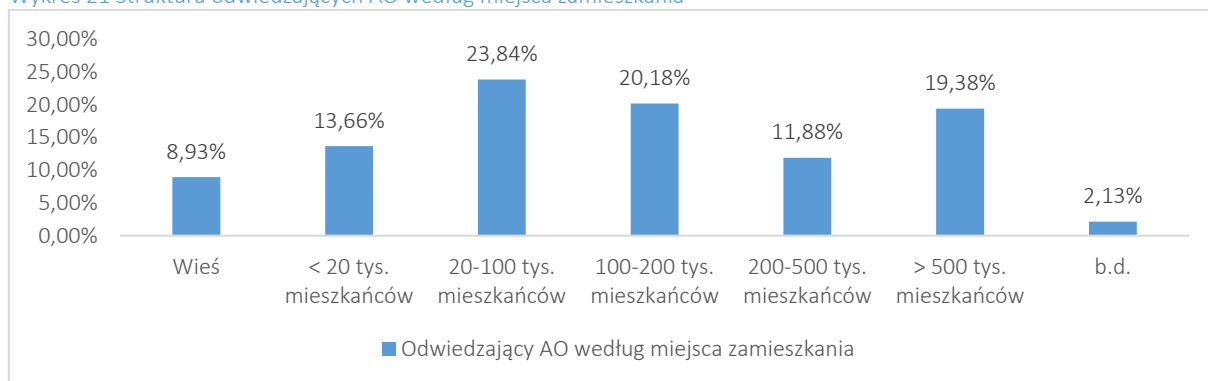
Wśród turystów zagranicznych przeważają osoby mieszkające w dużych ośrodkach miejskich. Wskazuje to na potrzebę rozbudowywania oferty dostosowanej do potrzeb osób zamieszkujących obszary wielkomiejskie. Potencjalnym segmentem rynku turystycznego przyciągającym tego typu turystów może być co raz popularniejsza ekoturystyka, wykorzystująca potencjał certyfikowanych produktów tradycyjnych i regionalnych z terenu Aglomeracji Opolskiej, takich jak chleb gogoliński czy miody popielowskie z Borów Stobrawskich (w ewidencji Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi w województwie opolskim zarejestrowano 58 tego typu produktów). Atrakcyjność turystyczna tej branży warunkowana jest wysokim standardem usług oraz dostosowaniem oferty do potrzeb wymagającego klienta krajowego i zagranicznego. Struktura turystów krajowych ma równomierny charakter, niemniej wskazuje, iż główną grupą odwiedzających są mieszkańcy miast poszukujący stref rekreacji, wypoczynku oraz zagospodarowanych terenów atrakcyjnych przyrodniczo (turystyka aktywna).

Tabela 14 Respondenci odwiedzający Aglomerację Opolską według rodzaju miejsca zamieszkania

Miejsce zamieszkania	Liczba respondentów					
	[os.]			[%]		
	Krajowych	Zagranicznych	Ogółem	Krajowych	Zagranicznych	Ogółem
Wieś	66	34	100	7,37	15,18	8,93
< 20 tys. mieszkańców	120	33	153	13,39	14,73	13,66
20-100 tys. mieszkańców	233	34	267	26,00	15,18	23,84
100-200 tys. mieszkańców	200	26	226	22,32	11,61	20,18
200-500 tys. mieszkańców	111	22	133	12,39	9,82	11,88
> 500 tys. mieszkańców	149	68	217	16,63	30,36	19,37
B.d.	17	7	24	1,90	3,12	2,14
Łącznie	896	224	1 120	100,00	100,00	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

Wykres 21 Struktura odwiedzających AO według miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

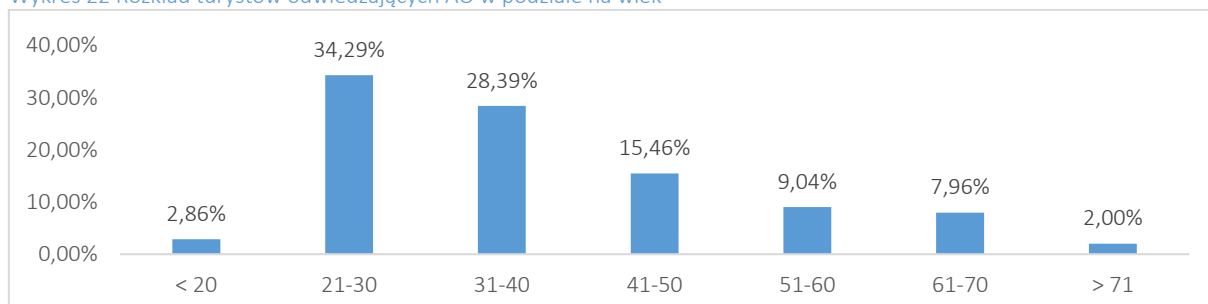
Odwiedzający Aglomerację Opolską to głównie osoby młode, do 40 roku życia. Zgodnie z powyższą tabelą są to przede wszystkim zamieszkujący obszary miejskie oraz wielkomiejskie. Zatem kluczowym elementem warunkującym zwiększenie liczby przyjeżdżających o tej charakterystyce socjo-demograficznej jest kompleksowa oferta spędzania czasu wolnego, oparta z jednej strony o wysoką jakość bazy noclegowej oraz infrastruktury turystycznej, z drugiej natomiast o bogatą ofertę spędzania czasu wolnego (ścieżki rowerowe, turystyka wodna). Ponadto struktura wiekowa świadczy również o potrzebie rozwoju turystyki sentymentalnej, senioralnej i związanej z kultem religijnym. Turystyka sentymentalna (30,71 % w skali obszaru), zgodnie z powszechnym przekonaniem dotyczy głównie osób powyżej 40 roku życia, zatem potencjalną liczbę turystów, motywujących swój przyjazd celem odwiedzenia stron rodzinnych, należy ocenić jako wysoką i istotną z perspektywy budowy oferty turystycznej.

Tabela 15 Struktura wiekowa odwiedzających Aglomerację Opolską

Wiek [lata]	Liczba respondentów	[%]
< 20	32	2,86
21-30	384	34,29
31-40	318	28,39
41-50	162	14,46
51-60	90	8,04
61-70	78	6,96
> 71	14	1,25
B.d.	42	3,75
Łącznie	1120	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

Wykres 22 Rozkład turystów odwiedzających AO w podziale na wiek



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

W większości odwiedzający Aglomerację Opolską to rodziny 2+1 oraz 2+2. Ten fakt determinuje potrzebę zaspokojenia potrzeb zarówno dzieci, jak ich rodziców w zakresie dostępu do infrastruktury i

bazy turystycznej. Głównym elementem warunkującym rozwój ruchu turystycznego w omawianych segmentach są miejsca noclegowe przyjazne rodzinom, jak również atrakcje turystyczne dedykowane najmłodszym (aktualnie tą rolę spełnia JuraPark Krasiejów). Dodatkowo, istotną grupą odwiedzającą AO są pary, głównie korzystające z aktywnych form turystyki.

Tabela 16 Struktura respondentów według liczby osób w gospodarstwie domowym

Liczba osób	Liczba respondentów	[%]
1	140	12,50
2	281	25,09
3	295	26,34
4	254	22,68
5	113	10,09
6	24	2,14
7	8	0,71
> 8	5	0,45
łącznie	1 120	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

Ponad 60% turystów zarówno zagranicznych, jak krajowych to osoby z wyższym wykształceniem. Ten element jest istotny z perspektywy rozwoju turystyki biznesowej oraz przyciągania osób aktywnych zawodowo, pracujących w wolnych zawodach, jednocześnie mogących stać się potencjalnymi inwestorami. Wskazany czynnik ma znaczenie z perspektywy budowania konkurencyjności obszaru oraz zwiększania atrakcyjności inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej.

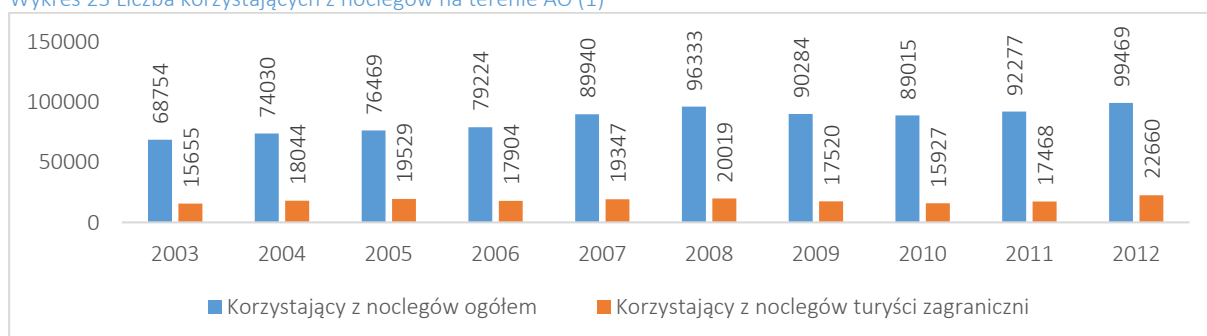
Tabela 17 Struktura odwiedzających Aglomerację Opolską według wykształcenia

Wykształcenie	Liczba respondentów					
	[os.]			[%]		
	Krajowych	Zagranicznych	Ogółem	Krajowych	Zagranicznych	Ogółem
Podstawowe i gimnazjalne	13	11	24	1,45	4,87	2,14
Zawodowe	134	20	154	14,99	8,85	13,75
Średnie	190	53	243	21,25	23,45	21,70
Wyższe zawodowe	142	58	200	15,88	25,66	17,86
Wyższe magisterskie	406	76	482	45,42	33,63	43,03
B.d.	9	8	17	1,01	3,54	1,52
łącznie	894	226	1 120	100,00	100,00	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych OROT (2012 r.)

W zakresie poniższej zmiennej najwyższe wskaźniki osiągają tereny miejskie natomiast najwyższy deficyt, świadczący de facto o braku rzeczywistego ruchu turystycznego, występuje na obszarach wiejskich.

Wykres 23 Liczba korzystających z noclegów na terenie AO (1)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wśród turystów zagranicznych korzystających z noclegów Czesi stanowili 4,7% (1 069 osób), natomiast Niemcy 39% (8 844 osób), świadczy to o rzeczywistym funkcjonowaniu turystyki tranzytowej. Turyści zagraniczni najliczniej korzystali z obiektów funkcjonujących w Opolu, gdzie odsetek wyniósł 66,6% (15 104 osób).

Tabela 18 Liczba korzystających z noclegów na terenie AO (2)

Lata	Liczba korzystających				
	[os.]			[%]	
	Ogółem	Krajowych	Zagranicznych	Krajowych	Zagranicznych
2003	68 754	53 099	15 655	23	77
2004	74 030	55 986	18 044	24	76
2005	76 469	56 940	19 529	26	74
2006	79 224	61 320	17 904	23	77
2007	89 940	70 593	19 347	22	78
2008	96 333	76 314	20 019	21	79
2009	90 284	72 764	17 520	19	81
2010	89 015	73 088	15 927	18	82
2011	92 277	74 809	17 468	19	81
2012	99 469	76 809	22 660	23	77

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W raporcie z badań pn. „Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku” przedstawiono wyniki badania ankietowego, na podstawie którego stworzono listę rankingową 20 największych atrakcji turystycznych oraz 20 najbardziej atrakcyjnych turystycznie miejscowości województwa opolskiego. W odniesieniu do Aglomeracji Opolskiej na liście rankingowej znalazło się 10 atrakcji turystycznych oraz 7 miejscowości. Można zatem stwierdzić, iż analizowany obszar jest kluczowy w perspektywie atrakcyjności turystycznej województwa opolskiego. Wiodącą rolę na analizowanym obszarze posiada Miasto Opole, stanowiące z jednej strony rdzeń Aglomeracji, z drugiej natomiast będące centrum społeczno-gospodarczym o ponadregionalnym charakterze.

Tabela 19 Kluczowe atrakcje turystyczne Aglomeracji Opolskiej wg. raportu OROT, n=3233

L.p.	Nazwa atrakcji turystycznej	Gmina	Lokata rankingowa	Łączna liczba wskazań w badaniu ankietowym (respondenci zagraniczni)
1	Zamek w Mosznej	Gmina Strzeleczy	1	516 (79)
2	JuraPark w Krasiejowie	Gmina Ozimek	2	515 (101)
3	Opole	Miasto Opole	4	346 (116)
4	Kamień Śląski	Gmina Gogolin	7	168 (32)
5	Muzeum Wsi Opolskiej	Miasto Opole	8	138 (49)
6	Ogród Zoologiczny	Miasto Opole	9	135 (32)
7	Amfiteatr w Opolu	Miasto Opole	13	105 (24)
8	Rynek w Opolu	Miasto Opole	14	92 (31)
9	Pałac w Kamieniu Śląskim	Gmina Gogolin	17	65 (3)
10	Kościół w Kamieniu Śląskim	Gmina Gogolin	20	49 (12)

Źródło: Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku

W kontekście rozwoju turystyki na terenie AO należy podkreślić, iż spośród 20 miejscowości uznanych za najbardziej atrakcyjne w województwie opolskim, 7 z nich znajduje się w granicach administracyjnych analizowanego obszaru (3 znajdują się w pierwszej piątce). Zatem mając na uwadze spójny rozwój AO należy kłaść akcent na zrównoważony rozwój poszczególnych gmin w ścisłym powiązaniu z Opolem przyciągającym największą liczbę turystów. Niemniej w kontekście kompleksowo rozumianego rozwoju społeczno-gospodarczego AO turystyka nie jest branżą wiodącą. Rozwijanie i budowę markowych



produktów turystycznych należy traktować jako element wspierający rozwój gospodarki regionalnej oraz wpływający na podniesienie jakości życia mieszkańców poprzez funkcjonowanie i rozwój stref rekreacji oraz wypoczynku.

Tabela 20 Najbardziej atrakcyjne turystycznie miejscowości AO wg. raportu OROT, n=3233

L.p.	Nazwa miejscowości	Lokata rankingowa	Łączna liczba wskazań w badaniu ankietowym (respondenci zagraniczni)
1	Opole	1	881 (289)
2	Moszna	3	264 (70)
3	Krasiejów	4	212 (53)
4	Kamień Śląski	8	118 (46)
5	Turawa	15	66 (14)
6	Krapkowice	16	62 (22)
7	Gogolin	19	38 (12)

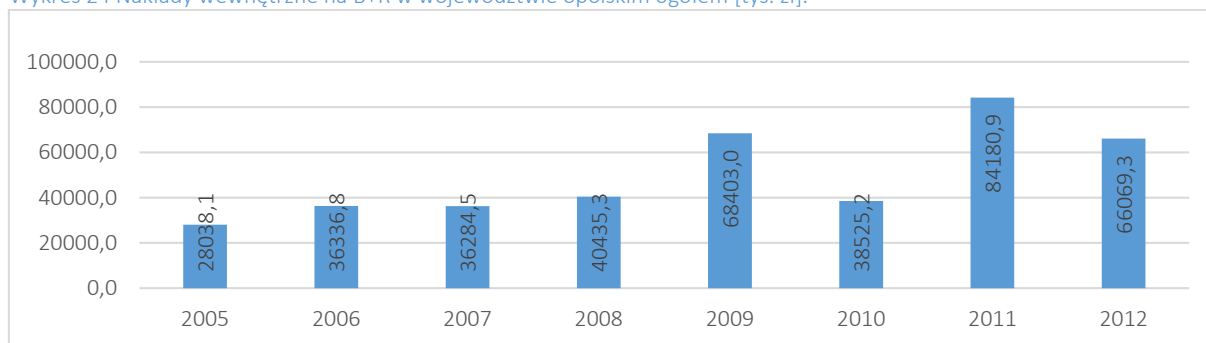
Źródło: *Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku*

### 1.8 Sektor badawczo - rozwojowy (B+R)

Według badań przeprowadzonych przez Komisję Europejską województwo opolskie zostało sklasyfikowane wśród 15 województw ocenianych jako słabo innowacyjne na terenie Polski. (*Regional Innovation Scoreboard, 2012 r.*). Rozpatrując szeroko rozumianą innowacyjność gospodarki, a w szczególności sektor badawczo-rozwojowy, można utożsamiać obszar województwa z terenem Aglomeracji Opolskiej. Do takiego wniosku uprawnia analiza wskazująca, iż zasoby instytucjonalne i potencjały z nim związane są de facto obecne tylko w Opolu stanowiącym rdzeń AO (analogiczny wniosek został przedstawiony w *Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020*, gdzie wprost stwierdzono, że „centrum innowacyjności regionu znajduje się w dwóch ośrodkach: Opolu oraz Kędzierzynie-Koźlu, gdzie koncentruje się działalność badawczo-rozwojowa oraz większość działań instytucji pośredniczących”). Potwierdzenie wyjściowej tezy znajduje się również w *Analizie wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego (RSI WO) na podstawie realizowanych projektów innowacyjnych*, UniRegio, Kraków 2010 r. Syntetyczny miernik innowacyjności plasuje województwo opolskie na 9 miejscu w Polsce (*Przegląd i analiza RSI województw Polski w kontekście przygotowań do realizacji europejskiej polityki spójności po roku 2013*, PARP, Warszawa 2012 r.).

Aktualna sytuacja sektora badawczo-rozwojowego w Aglomeracji Opolskiej podlega ocenie pod względem ponoszonych nakładów, które dzielone są na nakłady wewnętrzne i zewnętrzne. Nakłady wewnętrzne na B+R to nakłady poniesione w roku sprawozdawczym na prace badawczo-rozwojowe, niezależnie od źródła pochodzenia środków. Obejmują zarówno nakłady bieżące, jak i nakłady inwestycyjne na środki trwałe związane z działalnością B+R (bez amortyzacji). W latach 2005-2012 zaobserwowano wzrost kwot przeznaczanych na sektor B+R o blisko 43%, niemniej wysokość tych środków podlegała zauważalnym wahaniom.

Wykres 24 Nakłady wewnętrzne na B+R w województwie opolskim ogółem [tys. zł].



Źródło: dane GUS

Liczba funkcjonujących na terenie województwa opolskiego aktywnych jednostek badawczo-rozwojowych w 2012 roku wyniosła 59. Blisko 85% z nich funkcjonowało w sektorze przedsiębiorstw. Ze względu na agregowanie danych w tym zakresie na poziomie NUTS-2, nie są dostępne dane właściwe dla Aglomeracji Opolskiej.

Rozwój sektora B+R jest warunkowany stworzeniem efektywnego systemu przepływu wiedzy (kluczowy czynnik rozwoju decydujący o konkurencyjności przedsiębiorstw) pomiędzy podmiotami życia społeczno-gospodarczego regionu. Przekształcenie wiedzy w innowację jest możliwe dzięki procesowi komercjalizacji. Zatem w perspektywie rozwoju AO należy przeanalizować ofertę centrów transferu technologii (CTT) oraz innych jednostek badawczo-rozwojowych funkcjonujących na rynku. Zgodnie z raportem Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości pn. *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce. Raport 2012* na terenie AO funkcjonują dwa ośrodki spełniające kryteria CTT, funkcjonujące w ramach jednostek naukowych:

1. Opolskie Centrum Transferu Innowacji funkcjonujące w strukturze organizacyjnej Instytutu Ceramiki i Materiałów Budowlanych – Oddział Inżynierii Materiałowej, Procesowej i Środowiska w Opolu. Działalność jednostki obejmuje swym zakresem:
  - współpracę z regionalnymi samorządami, urzędami pracy, przedsiębiorcami i instytucjami naukowymi w zakresie innowacyjnych potrzeb gospodarki,
  - wdrażanie projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej mających na celu transfer wiedzy i innowacji,
  - poznanie potrzeb opolskich przedsiębiorstw produkcyjnych w zakresie zapotrzebowania na innowacje,
  - monitorowanie przedsiębiorców w zakresie niezbędnych potrzeb szkoleniowych i kwalifikacji pracowniczych,
  - poszukiwanie możliwości współpracy i aranżowania spotkań pracowników sektora badawczo-rozwojowego z przedsiębiorcami, mających na celu wspólne opracowanie i wdrożenie innowacji,
  - informowanie o możliwości zewnętrznego dofinansowania działań związanych z innowacyjnością i transferem wiedzy.
2. Biuro Współpracy i Transferu Technologii wchodzące w skład Działu Współpracy i Rozwoju Politechniki Opolskiej. Działalność instytucji opiera się głównie o:

- prowadzenie działań informacyjno-szkoleniowych mających na celu budowanie świadomości komercjalizacyjnej wśród naukowców Politechniki Opolskiej,
- doradztwo w zakresie prawa własności intelektualnej oraz negocjacje umów o współpracy z przemysłem,
- koordynację zagadnień związanych z przyjmowaniem zleceń podmiotów zewnętrznych na wykonanie prac badawczych i usługowych przez pracowników Politechniki Opolskiej,
- obsługę i administrowanie internetowej bazy ekspertów, zawierającej informacje umożliwiające nawiązanie współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, a naukowcami Politechniki Opolskiej.

Politechnika Opolska w zakresie rozwijania sektora B+R poza powołaniem do życia CTT, posiada przygotowaną kompleksową ofertę badawczo-wdrożeniową, internetową bazę ekspertów oraz formularz on-line ułatwiający nawiązanie kontaktu pomiędzy przedsiębiorcami a naukowcami. Transfer wiedzy opiera się o prace badawcze prowadzone głównie przez Wydział Budownictwa, Wydział Ekonomii i Zarządzania, Wydział Elektrotechniki, Automatyki i Informatyki, Wydział Inżynierii Produkcji i Logistyki, Wydział Mechaniczny oraz Wydział Wychowania Fizycznego i Fizjoterapii.

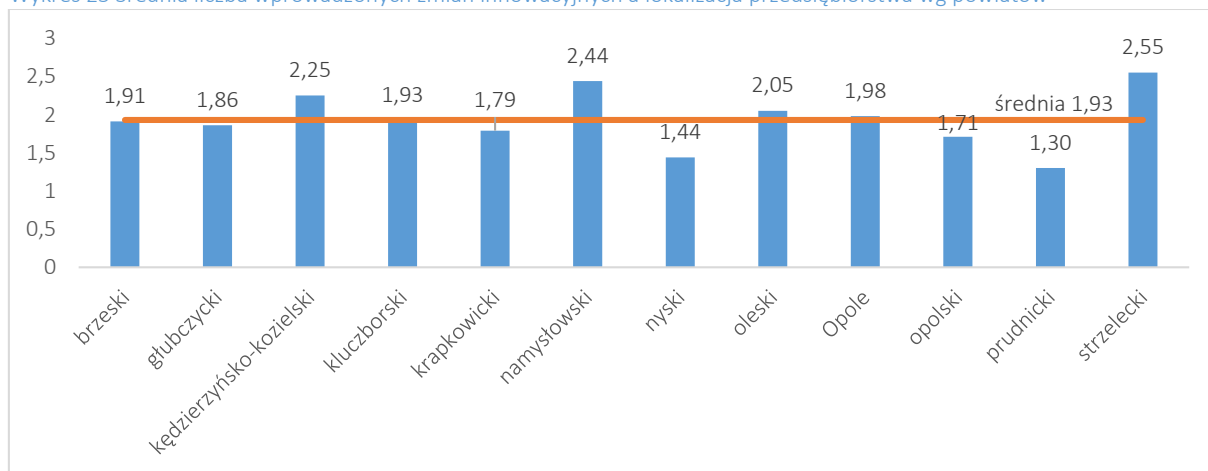
Poza wskazanymi instytucjami zajmującymi się komercjalizacją wiedzy na rzecz innowacyjności regionalnej gospodarki poprzez prowadzenie CTT, na terenie AO funkcjonują również publiczne uczelnie wyższe (Uniwersytet Opolski), instytuty działające w obszarze nauk ścisłych oraz prywatne szkoły wyższe. Funkcjonujące jednostki badawczo-rozwojowe są ulokowane koncentrycznie w Opolu, co pozwala na ich promieniste oddziaływanie na cały obszar AO zarówno w kontekście komercjalizacji zasobów wiedzy, jak również rozwijania inteligentnych specjalizacji.

Podstawowym dokumentem pozwalającym na określenie zapotrzebowania przedsiębiorców na współpracę z zakresu prac badawczo-rozwojowych jest opracowana przez Urząd Marszałkowski Woj. Opolskiego *Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny. Raport końcowy 2012*. Głównym narzędziem, we wspomnianym opracowaniu, w oparciu o które wnioskowano na temat rzeczywistego stanu sektora, było badanie CATI (komputerowo wspomagany wywiad telefoniczny) w ramach którego przebadano 111 beneficjentów Poddziałania 1.3.1 RPO WO 2007-2013 *Wsparcie sektora B+R oraz innowacji na rzecz przedsiębiorstw* i Poddziałania 1.3.2 RPO WO 2007-2013 *Inwestycje w innowacje w przedsiębiorstwach*. Kolejną grupę respondentów stanowiły podmioty sektora przedsiębiorczości (580 firm).

W kontekście terytorialnym (dane zagregowane na poziomie powiatów), uwzględniającym średnią liczbą rodzajów innowacji wprowadzonych w okresie ostatnich 3 lat przez przedsiębiorstwa funkcjonujące w województwie opolskim – teren Aglomeracji Opolskiej plasuje się poniżej średniej. Wartości niższe od średniej wojewódzkiej uzyskują powiaty krapkowicki (w całości wchodzący w skład Aglomeracji Opolskiej), powiat ziemski opolski oraz powiat brzeski (tylko gmina Lewin Brzeski). Powyżej przeciętnej kształtuje się stopień innowacji w powiecie strzeleckim (jedynie gmina Izbicko leży w jego granicach administracyjnych) oraz w powiecie grodzkim Opole (odsetek wyższy o 0,05). Przedstawione porównanie uprawnia do wnioskowania, iż stopień regionalnej gospodarki wymaga wzmocnienia działań

stymulujących rozwój sektora badawczo-rozwojowego oraz wdrażania rozwiązań innowacyjnych w sektorze biznesu.

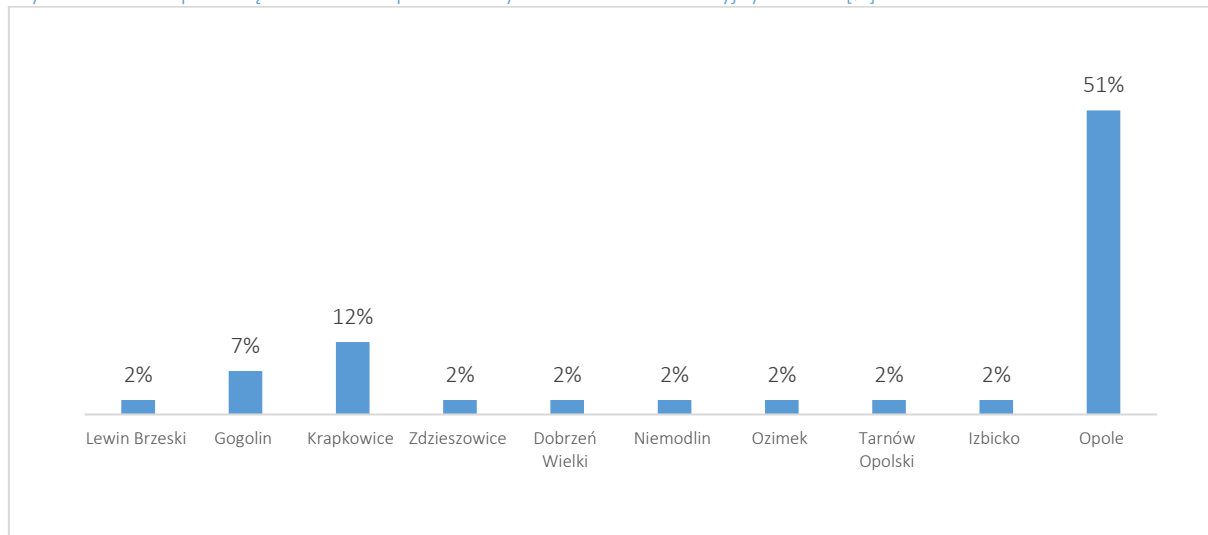
Wykres 25 Średnia liczba wprowadzonych zmian innowacyjnych a lokalizacja przedsiębiorstwa wg powiatów



Źródło: Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny. Raport końcowy 2012; na podstawie wyników badania CATI sektora przedsiębiorstw; n=580

Poniższe dane korespondują z badaniami IDI przeprowadzonymi z przedsiębiorcami z terenu AO (100 pogłębionych wywiadów indywidualnych). Największa liczba przedsiębiorców wprowadzających zmiany innowacyjne rekrutuje się z Opola. Ma to związek z liczbą przedsiębiorstw, a także z dostępem do IOB, które mają możliwości wspierania działań innowacyjnych i koncentrują się w Opolu.

Wykres 26 Udział przedsiębiorców we wprowadzonych zmianach innowacyjnych w AO [%].



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania CATI przeprowadzonego na potrzeby opracowania „Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzn. Raport końcowy 2012”.

Jednak przedsiębiorcy z Aglomeracji Opolskiej w większości nie deklarują prowadzenia działalności badawczo rozwojowej w ramach Poddziałania 1.3.2 PRO WO 2007-2013 *Inwestycje w innowacje w przedsiębiorstwach*, co przedstawia poniższy wykres.

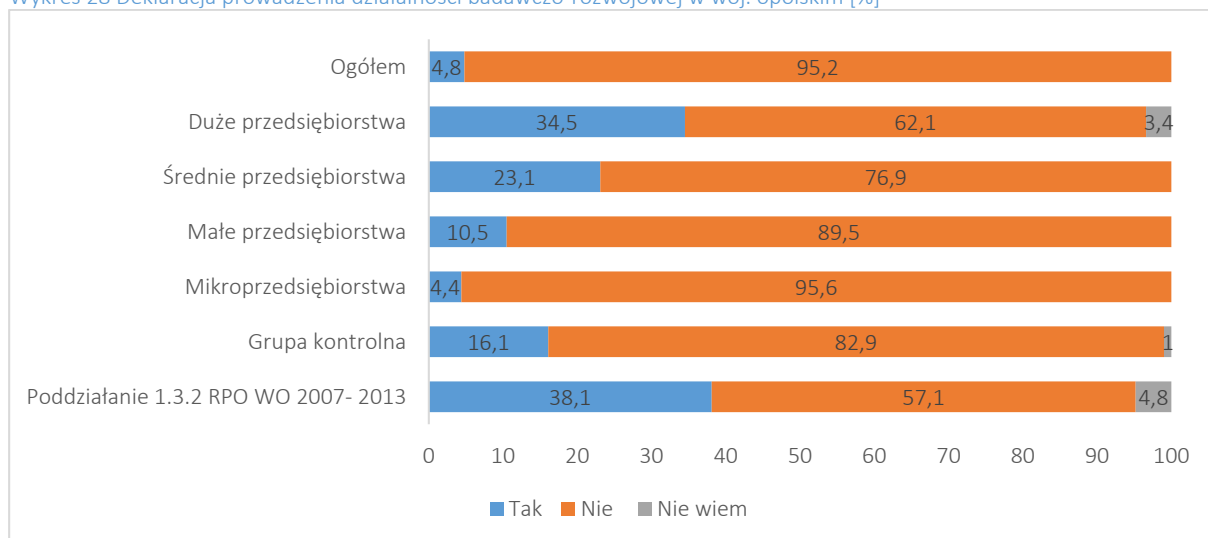
Wykres 27 Deklaracja prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej Poddziałanie 1.3.2 RPO WO 2007-2013 AO, n=41 [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania CATI sektora przedsiębiorstw przeprowadzonego na potrzeby opracowania „Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny, Raport końcowy, 2012”, UM Woj. Opolskiego; n=41

Porównując dane dla całego województwa opolskiego trzeba stwierdzić, że zdecydowana większość badanych podmiotów deklaruje prowadzenie działalności biznesowej. Warto zwrócić uwagę, iż odsetek przedsiębiorstw zainteresowanych innowacjami wzrasta wraz z wielkością firmy. Beneficjenci poddziałania RPO WO 1.3.2 2007-2013 *Inwestycje w innowacje w przedsiębiorstwach* – deklaruje najwyższy odsetek zainteresowania kontynuowaniem działalności badawczo-rozwojowej, co świadczy o dostrzeganych korzyściach płynących z wdrożonych rozwiązań i przeprowadzonych realizacji.

Wykres 28 Deklaracja prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej w woj. opolskim [%]



Źródło: Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny. Raport końcowy 2012, badania CATI beneficjentów, grupy kontrolnej oraz sektora przedsiębiorstw; Poddziałanie 1.3.2 RPO WO 2007-2013 – n=105, Grupa kontrolna – n=105, Sektor przedsiębiorstw – n=580

Zapotrzebowanie na usługi sektora B+R na terenie Aglomeracji Opolskiej jest ściśle powiązane zarówno z barierami dostrzeganymi przez przedsiębiorców, jak również ich oceną, wynikającą z realizowanej działalności innowacyjnej opieranej o działania badawczo-rozwojowe. Dostrzega się, iż najważniejszymi barierami w podejmowaniu działalności B+R są wysokie koszty związane z wdrożeniem technologii i wysokie ryzyko towarzyszące tego typu inwestycjom. Przedsiębiorcy dopatrują się również trudności związanych z długim czasem zwrotu nakładów inwestycyjnych i brakiem odpowiednich instrumentów zewnętrznego finansowania działań innowacyjnych.

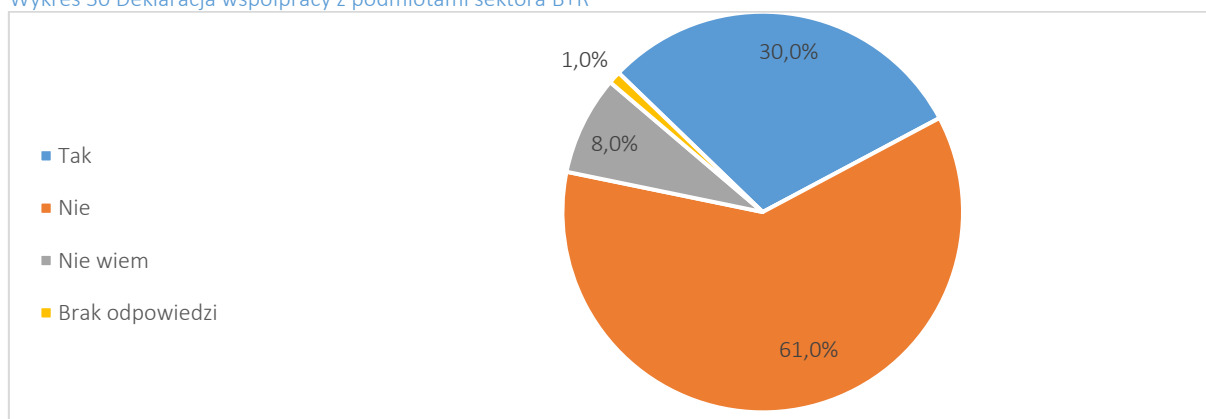
Wykres 29. Bariery we wprowadzaniu innowacji w przedsiębiorstwach.



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania CATI sektora przedsiębiorstw przeprowadzonego na potrzeby opracowania „Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny. Raport końcowy, 2012”, n=41

Z oferty podmiotów należących do sektora B+R, takich jak uczelnie wyższe czy instytuty badawcze, korzysta tylko 30% przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie AO objętych badaniem. Najczęściej wskazywaną instytucją, z którą współpracowali przedsiębiorcy jest Politechnika Opolska. W dalszej kolejności wskazywano Uniwersytet Opolski oraz uczelnie spoza Aglomeracji Opolskiej: Akademię Górniczo-Hutniczą w Krakowie, Politechnikę Śląską oraz Uniwersytet Wrocławski. Regionalny sektor B+R jest głównie obsługiwany przez Politechnikę Opolską.

Wykres 30 Deklaracja współpracy z podmiotami sektora B+R



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

Powyższa analiza dotycząca sytuacji sektora B+R w Aglomeracji Opolskiej definiuje jego kondycję w kontekście bezpośredniego otoczenia, jakim jest woj. opolskie, jak również uwarunkowań i trendów determinujących dynamikę sektora w skali ogólnopolskiej. Analiza ujawnia zarówno słabe strony kondycji sektora B+R w Aglomeracji Opolskiej, jak i pozytywne strony, które można uznać za jego przewagę konkurencyjną.

Do słabych stron należą przede wszystkim:

- niedostateczny odsetek prac badawczo-rozwojowych prowadzonych na terenie AO,
- niedostosowanie oferty sektora uczelni wyższych do potrzeb pracodawców, niska elastyczność, brak międzysektorowej koordynacji w zakresie diagnozy rzeczywistych potrzeb przedsiębiorców,
- mała liczebność IOB, skutkująca przejmowaniem ich głównej roli przez jednostki badawczo-rozwojowe, niedysponujące adekwatnymi narzędziami do stymulacji współpracy w ramach B+R,
- niedostateczna jakość infrastruktury w jednostkach badawczo-rozwojowych, pomimo korzystania ze wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego (Poddziałanie 1.3.1 *Wsparcie sektora B+R oraz innowacji na rzecz przedsiębiorstw*),
- niedostateczny poziom współpracy pomiędzy poszczególnymi komponentami regionalnego systemu innowacji, brak zinstytucjonalizowanej współpracy podsystemów naukowo – badawczych, instytucji pośredniczących oraz sfery gospodarczej,
- niedostateczny poziom nakładów na finansowanie badań w regionie,
- ograniczona oferta regionalnych jednostek badawczo-rozwojowych,
- relatywnie niski poziom zainteresowania sektorem B+R wśród pracodawców, głównie ze względu na ryzyko inwestowania w innowacje oraz ograniczone zasoby finansowe blokujące możliwość realizacji przedsięwzięć innowacyjnych,
- niski stopień konsolidacji branż wiodących w zakresie regionalnego sektora B+R (inicjatywy klastrowe),
- wykluczenie regionalnych ośrodków B+R z wsparcia dystrybuowanego na poziomie krajowym,
- silna konkurencja ze strony województw ościennych, jak również w obrębie województwa opolskiego – subregion kędzierzyńsko-kozielski,
- brak zintegrowanej promocji oferty sektora B+R, co skutkuje korzystaniem z usług podmiotów funkcjonujących poza terenem AO,

Przewagi konkurencyjne:

- koncentrycznie ulokowane szkoły wyższe i jednostki badawcze w Opolu pozwalające na promieniste, kompleksowe oddziaływanie na teren AO,
- potencjał rozwojowy mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z terenu AO,
- przykłady dobrych praktyk, funkcjonowanie regionalnych liderów innowacji w województwie opolskim - pierwsza trójka rankingu „Perły Opolszczyzny” - *Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020* – projekt z 10.04.2014 r., ATMOTERM SA, B+K Polska Sp. z o.o., CEMENTOWNIA ODRA S.A,
- współpraca gospodarcza o charakterze transgranicznym z Czechami i Niemcami.

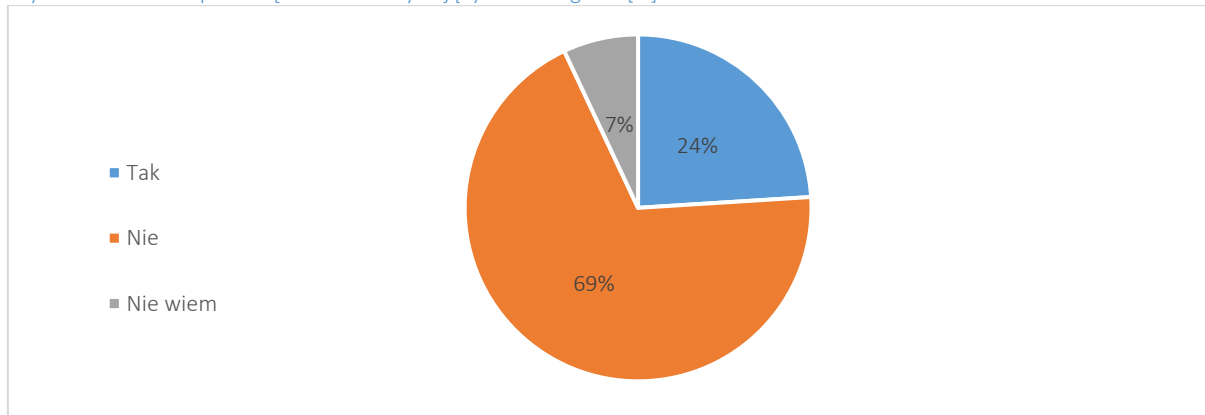
## 1.9 Sytuacja instytucji otoczenia biznesu (IOB)

W celu dokonania oceny oferty IOB z terenu Aglomeracji Opolskiej przeprowadzone zostały badania IDI (indywidualne wywiady pogłębione) wśród grupy 100 przedsiębiorców z terenu Aglomeracji Opolskiej. IOB poprzez swoje ukierunkowane działania powinny przyczyniać się do podnoszenia poziomu



innowacyjności i wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw. Pomimo funkcjonowania takich instytucji na terenie Aglomeracji Opolskiej, jak wynika z poniższego wykresu, zaledwie 24% z grupy badanych przedsiębiorstw twierdząco odpowiedziało na pytanie: czy Pana/Pani firma korzysta z usług instytucji otoczenia biznesu?

Wykres 31 Odsetek przedsiębiorców korzystających z usług IOB [%]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

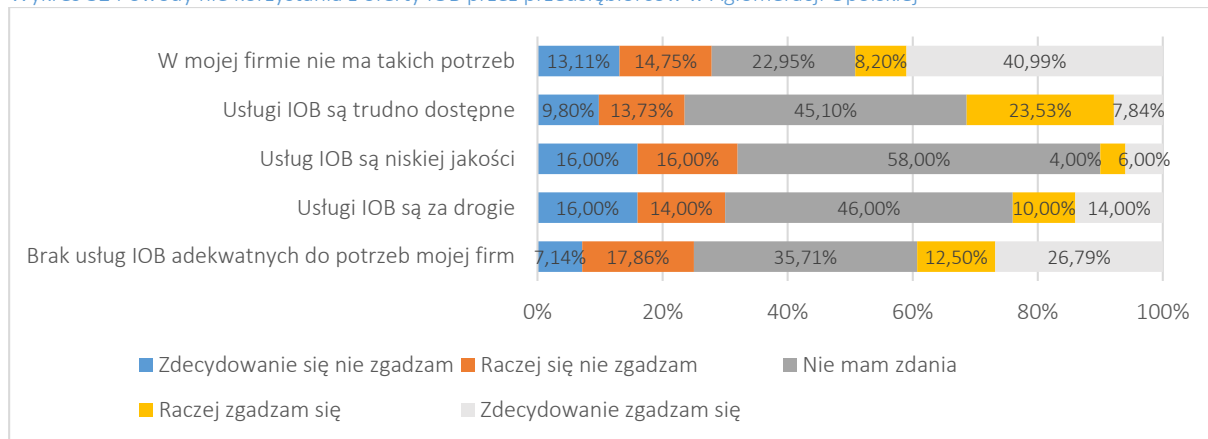
W perspektywie traktowania IOB jako ważnego narzędzia wspierania rozwoju gospodarki, tak małe zainteresowanie możliwością skorzystania z oferowanego przez te jednostki wsparcia sugeruje, że albo ich oferta nie spełnia wymagań przedsiębiorców albo niedostateczna jest polityka informacyjna w zakresie możliwości i korzyści jakie dla przedsiębiorcy stwarzają IOB. Również obecność odpowiedzi "nie wiem", potwierdzać może sporadyczność korzystania z usługi, która mogła okazać się mało użyteczna, więc nie wpłynęła na nawiązanie stałej współpracy przedsiębiorcy z IOB.

IOB powinny być znane i cechować się rozpoznawalnością co najmniej na rynku lokalnym, w tym przypadku na terenie Aglomeracji Opolskiej. Jest to bardzo ważna kwestia, ponieważ sposób informowania potencjalnych beneficjentów o rodzaju świadczonych usług przekłada się na dostępność i wykorzystanie tych usług przez przedsiębiorców. Czynnikiem wiążącym jest również zainteresowanie IOB ze strony przedsiębiorców jako podmiotami faktycznie dla nich użytecznymi i wspierającymi. Wysoki odsetek przedsiębiorców nie korzystających z usług IOB może wynikać ze słabej promocji tych usług i z niedostatecznego dotarcia do beneficjentów poprzez różnego rodzaju kanały komunikacji. Prawdopodobne jest, że wiąże się to z ograniczonym budżetem IOB przeznaczonym na promocję swoich usług.

Budowanie relacji pomiędzy przedsiębiorcami a IOB jest czynnikiem wpływającym na rozwój przedsiębiorczości. W opinii IOB przedsiębiorcy zainteresowani są tego rodzaju współpracą tylko wtedy, gdy korzyści są wymierne (pozyskanie źródeł finansowania, pozyskanie nowych kontrahentów) i szybko niwelują aktualne trudności, głównie finansowe.

Przedsiębiorcy z terenu Aglomeracji Opolskiej, którzy w badaniu zadeklarowali, iż nie korzystają z usług IOB zostali poproszeni o wskazanie konkretnych przyczyn braku zainteresowania ich ofertą w skali od 1 (nie mam zdania) do 5 (zdecydowanie się zgadzam). Wyniki przedstawia poniższy wykres.

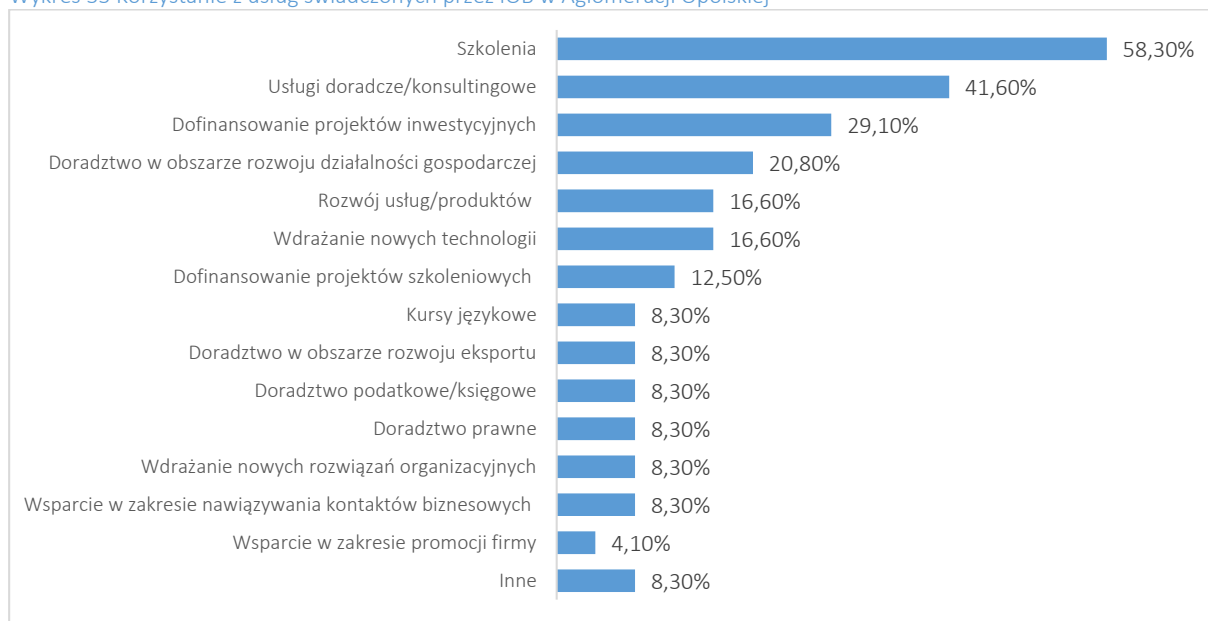
Wykres 32 Powody nie korzystania z oferty IOB przez przedsiębiorców w Aglomeracji Opolskiej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

Znaczna część respondentów nie widzi potrzeby nawiązania współpracy z IOB, co może wskazywać na małą świadomość przedsiębiorców co do znaczenia wsparcia na jakie mogą liczyć ze strony tych instytucji. Stąd wynika również duży brak skonkretyzowanej opinii wśród przedsiębiorców co do dostępności, jakości, ceny czy adekwatności oferowanych przez IOB usług. Jednak pewna część przedsiębiorców oceniła usługi IOB jako zdecydowanie nieadekwatne dla potrzeb ich firmy, za drogie i trudno dostępne. Dla IOB powinno być to sygnałem do przeformułowania oferty pod kątem potencjalnych odbiorców, bo odsetek przedsiębiorców nie korzystających z ich usług jest znaczny, a deklarowane powody są skonkretyzowane.

Wykres 33 Korzystanie z usług świadczonych przez IOB w Aglomeracji Opolskiej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

Na korzystanie przez przedsiębiorców z określonych usług oferowanych przez IOB ma wpływ dostępność tych usług. Zatem to, czy przedsiębiorcy korzystają z konkretnej usługi nie jest kwestią jedynie ich preferencji, ale także dostępnej oferty. W przeprowadzonym badaniu respondenci zostali zapytani o to, jakich usług ich zdaniem brakuje na terenie Aglomeracji Opolskiej. Poniższy wykres przedstawia deficyt w ofercie IOB na terenie Aglomeracji Opolskiej.

Wykres 34 Deficyt w usługach IOB w Aglomeracji Opolskiej

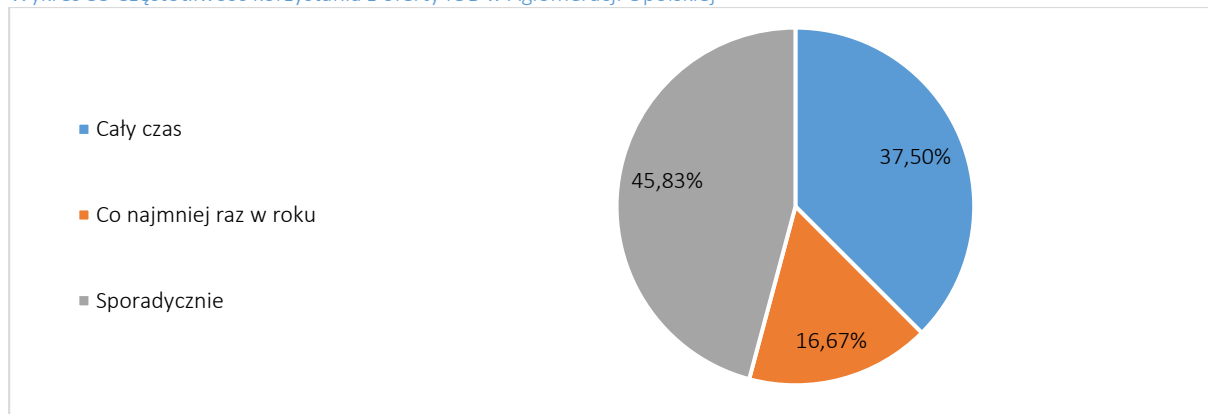


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

Wyraźne wskazanie pada na usługi proinnowacyjne w zakresie wdrażania nowych technologii, co oznacza duże zapotrzebowanie w tym obszarze. Pomimo funkcjonowania na terenie Aglomeracji Opolskiej IOB, które wspierają przedsiębiorców w tym zakresie, jest ich zdecydowanie za mało. Ponadto może zachodzić dysonans pomiędzy faktyczną ofertą w zakresie innowacji a oczekiwaniami, wiedzą i możliwościami przedsiębiorców. Respondenci wskazują również na duży deficyt w usługach doradczych w zakresie rozwoju działalności gospodarczej, przy jednoczesnym deklarowaniu usługi jako tej, z której często korzystają. Wskazuje to na ciągłą konieczność poszerzania wiedzy na ten temat, przez co zapotrzebowanie utrzymuje się na wysokim poziomie. Brak dostatecznej oferty w obszarze doradztwa w zakresie rozwoju działalności gospodarczej, przy jednocześnie wysokim popycie na tę usługę, definiuje ją jako potrzebną w trybie bieżącym. Duży niedobór obserwuje się również w zakresie doradztwa specjalistycznego (doradztwo prawne, tematyka dotycząca rozwoju eksportu i wdrażania nowych rozwiązań organizacyjnych), co bezpośrednio wiąże się z rozwojem działalności gospodarczej.

Poniższy wykres przedstawia częstotliwość korzystania z oferty IOB przez przedsiębiorców w Aglomeracji Opolskiej. Może ona, obok oceny jakości usług, świadczyć o korzyściach wpływających ze współpracy przedsiębiorców z IOB. Deklarowana przez część przedsiębiorców stałość współpracy z IOB wskazuje na rosnącą rolę infrastruktury wsparcia. W świetle tendencji innowacyjnych i dynamicznych zmian jakie wkraczają w obszary szeroko rozumianej gospodarki, przedsiębiorcy poszukują nowych rozwiązań, a regularna współpraca z IOB może odgrywać w tym znaczącą rolę. Natomiast na sporadyczność korzystania z oferty IOB może mieć wpływ słabe zaangażowanie we współpracę z dwóch stron, podyktowane różnymi okolicznościami, przez co może być ona nieefektywna.

Wykres 35 Częstotliwość korzystania z oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej

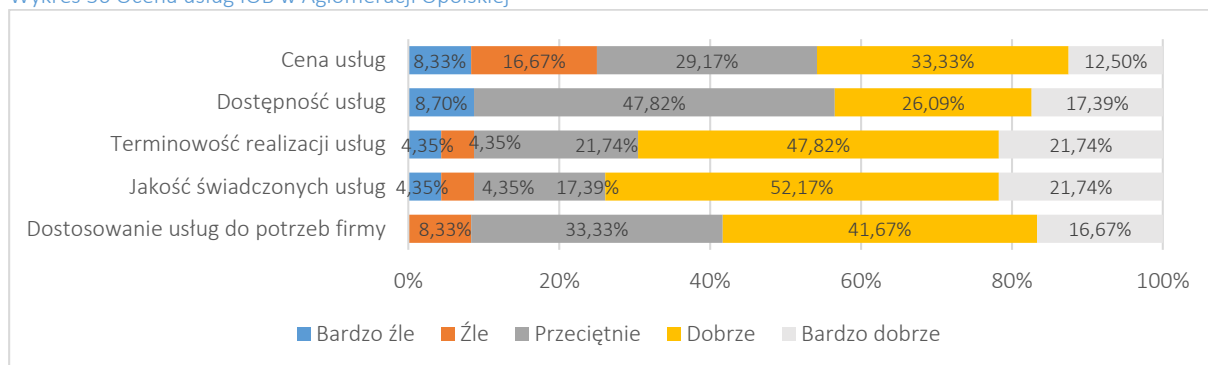


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

Istotnym czynnikiem wspierania konkurencyjności i innowacyjności jest odpowiedni pod względem jakościowym poziom usług świadczonych przez IOB. Anketowani przedsiębiorcy z terenu Aglomeracji Opolskiej zostali poproszeni o ocenę usług IOB, z których korzystali. Przy ocenie posługiwali się skalą od 1 (bardzo źle) do 5 (bardzo dobrze).

Poniższy wykres przedstawia strukturę oceny usług świadczonych przez IOB w Aglomeracji Opolskiej.

Wykres 36 Ocena usług IOB w Aglomeracji Opolskiej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO

W ocenie przedsiębiorców usługi oferowane przez IOB są na poziomie dobrym lub dostatecznym dostosowane do ich zapotrzebowania. Twierdzi tak 75% badanych. Jakość świadczonych usług przeważnie oceniana jest jako dobra lub bardzo dobra (73,9%). Można zatem wnioskować, że w większości sytuacji, gdy usługa dostosowana jest do potrzeb przedsiębiorcy, jakość jej świadczenia jest dla niego zadowalająca. Natomiast dostępność usług świadczonych przez IOB utrzymuje się na dostatecznym poziomie, co w perspektywie ich roli może być uznane za czynnik negatywny. Na pewno ma to związek z małą liczbą tego rodzaju instytucji na terenie Aglomeracji Opolskiej. ¼ respondentów źle lub bardzo źle ocenia cenę usług, na którą na pewno ma wpływ fakt, że jednym ze źródeł utrzymania IOB jest część jej działalności usługowej. Uogólniając ocenę usług dokonaną przez przedsiębiorców należy stwierdzić, że zaledwie 5,14 % respondentów ich poziom ocenia jako bardzo zły, natomiast 18% twierdzi, że świadczone są one na bardzo dobrym poziomie.

Współpraca przedsiębiorstw z regionalnymi IOB jest bardzo ważna. Pomaga w podniesieniu konkurencyjności oraz innowacyjności przedsiębiorstw, wzmacnia postawy przedsiębiorcze i umożliwia ich ciągły rozwój. Powyższe badania przeprowadzone wśród przedsiębiorców Aglomeracji Opolskiej ujawniają niewielki poziom wykorzystania narzędzi wsparcia, jakimi dysponują IOB. Duża część

przedsiębiorców nie widzi konieczności ani potrzeby współpracy z tego rodzaju instytucjami. Zasadniczy powód tego zjawiska może być upatrywany w zależnościach pomiędzy oczekiwaniami ze strony przedsiębiorców a sposobem sformułowania oferty przez IOB. Możliwość i warunki korzystania ze wsparcia skorelowane są z programami, z których korzystają IOB i wymagają określonych procedur, które dla przedsiębiorców szczególnie z sektora mikro i małych przedsiębiorstw tworzą bariery. IOB nie zawsze niwelują te bariery, co przekłada się na ich postrzeganie przez przedsiębiorców i zainteresowanie wsparciem. Analizowana oferta instytucji mających za zadanie wspierać rozwój przedsiębiorczości pokazuje, że w większości przypadków jest ona opracowana w oderwaniu od realnych potrzeb przedsiębiorców. Nasuwa się tutaj wniosek, że IOB w większości przypadków skoncentrowane są na realizowaniu określonych usług bez przeprowadzenia analizy potrzeb potencjalnych beneficjentów, co w połączeniu z mało rozbudowaną sferą promocji własnych usług, wynikającą z kolei z ograniczeń finansowych, daje efekt małego zainteresowania ze strony przedsiębiorców. Podstawą współpracy IOB i przedsiębiorców jest konieczność poprawy jakości komunikacji i zdefiniowanie oraz niwelowanie wszelkich barier w funkcjonowaniu podmiotów wsparcia.

### 1.10 Potencjał eksportowy Aglomeracji Opolskiej

W latach 2008 – 2012 wartość eksportu Aglomeracji Opolskiej zwiększała się, jednakże w ostatnich latach nastąpił spadek dynamiki tego wzrostu. Zmniejszenie dynamiki wzrostu wartości eksportu wynika, jak można przypuszczać ze zwiększonego wpływu oddziaływań kryzysu gospodarczego na ten obszar. Prawdopodobnie w odniesieniu do województwa opolskiego dane prezentują rozwój gospodarczy w branżach nowoczesnych obejmujących wyroby o większym zaangażowaniu technologicznym produkcji, które zwykle są bardziej wrażliwe na zjawiska związane z kryzysem gospodarczym. Jednocześnie należy podkreślić, iż eksport wypracowany na obszarze Aglomeracji Opolskiej ma kluczowe znaczenie dla rozwoju sprzedaży zagranicznej województwa opolskiego, jednakże od roku 2010 udział Aglomeracji w eksporcie województwa zmniejszył się o przeszło 5 punktów procentowych. Z punktu widzenia rozwoju gospodarczego Aglomeracji, kluczowe jest przełamanie tej negatywnej tendencji poprzez wspieranie przedsiębiorstw w poszerzaniu dotychczasowych rynków oraz zdobywaniu nowych. Dzięki dywersyfikacji geograficznej w ramach sprzedaży zagranicznej zahamowane zostaną negatywne skutki załamań koniunktury w krajach importujących.

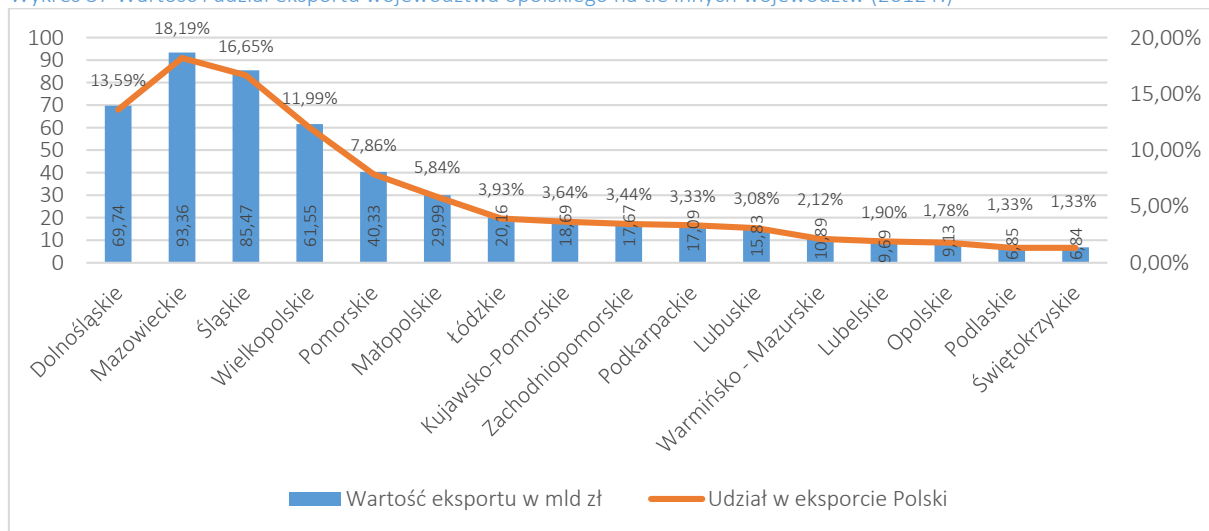
Tabela 21 Wartość, udział i dynamika eksportu Aglomeracji Opolskiej na tle kraju oraz województwa opolskiego [zł, %]

Rok	Aglomeracja Opolska			Województwo opolskie				Polska	
	Wartość eksportu	Dynamika wzrostu wartości eksportu	Udział w eksporcie woj. opolskiego	Wartość eksportu	Dynamika wzrostu wartości eksportu	Udział w eksporcie Polski	Udział w eksporcie Polski bez uwzględnienia eksportu woj. nieznanego	Wartość eksportu	Dynamika wzrostu wartości eksportu
2008	2 659 845 586	---	42,67%	6 234 179 153	---	1,56%	1,73%	398 797 794 216	---
2009	3 008 385 196	1,13	45,69%	6 584 575 885	1,06	1,58%	1,82%	416 573 525 279	1,04
2010	3 433 837 883	1,14	45,89%	7 482 641 607	1,14	1,58%	1,85%	472 970 985 823	1,14
2011	3 730 947 715	1,09	43,49%	8 579 688 878	1,15	1,55%	1,79%	552 440 123 303	1,17
2012	3 665 560 616	0,98	40,15%	9 128 971 886	1,06	1,53%	1,78%	596 933 144 046	1,08

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie

W celu lepszego porównania województwa opolskiego na tle pozostałych regionów, na poniższym wykresie nie uwzględniono wartości eksportu województwa nieznanego, którego udział w ogólnopolskim eksporcie jest znaczny, dla przykładu w 2012 roku wyniósł 14%. W tym wypadku, w badanym okresie udział województwa opolskiego w Polskiej sprzedaży zagranicznej oscylował wokół 1,73% - 1,85%. Pod względem wartości eksportu, w porównaniu z pozostałymi województwami, opolskie zajęło trzecią pozycję od końca.

Wykres 37 Wartość i udział eksportu województwa opolskiego na tle innych województw (2012 r.)

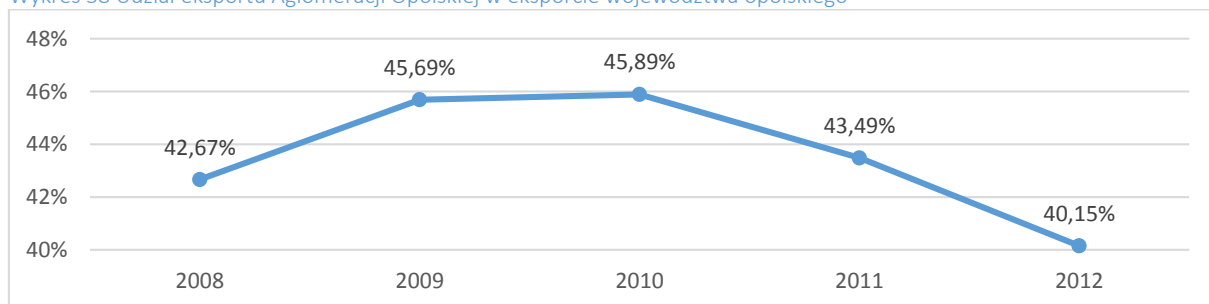


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie

Objaśnienia: udział w eksporcie Polski – obliczenia nie uwzględniają wartości eksportu województwa nieznanego w eksporcie Polski ogółem.

Ludność zamieszkująca Obszar Aglomeracji Opolskiej stanowi 33% mieszkańców województwa opolskiego, a obszar Aglomeracji obejmuje ¼ jego powierzchni. Wartość eksportu wygenerowanego na obszarze AO stanowi 40% wojewódzkiej sprzedaży zagranicznej.

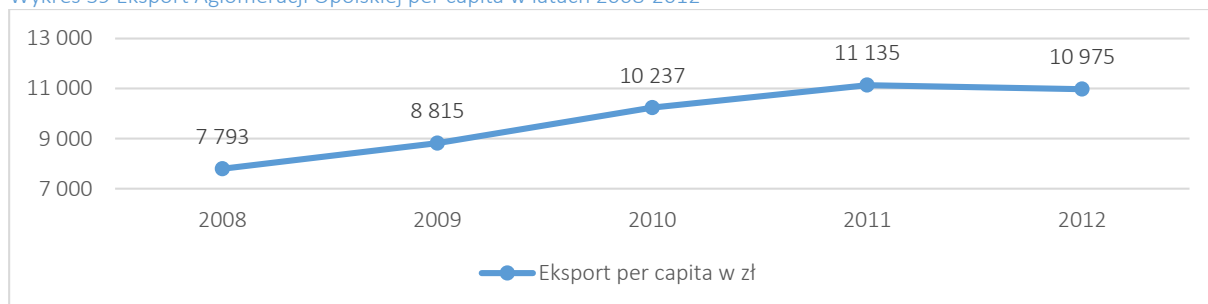
Wykres 38 Udział eksportu Aglomeracji Opolskiej w eksporcie województwa opolskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie

Wartość eksportu w przeliczeniu na jednego mieszkańca dostarcza informacji zarówno o stopniu otwarcia danego obszaru na gospodarki międzynarodowe, jak i o skali ekspozycji na ryzyko wiążące się z wymianą z zagranicą. Porównując wartość eksportu *per capita* na przestrzeni lat 2008-2011, zauważalny jest systematyczny wzrost wartości wskaźnika. W 2012 roku wskaźnik obniżył się w stosunku do roku poprzedniego (o 160 zł). Związane jest to ze spadkiem wartości eksportu Aglomeracji, mimo zmniejszenia się liczby ludności obszaru o 1 074 osoby w 2012 roku w stosunku do roku 2011. Brak jest możliwości oceny, czy tendencja ta ma trwały charakter.

Wykres 39 Eksport Aglomeracji Opolskiej per capita w latach 2008-2012



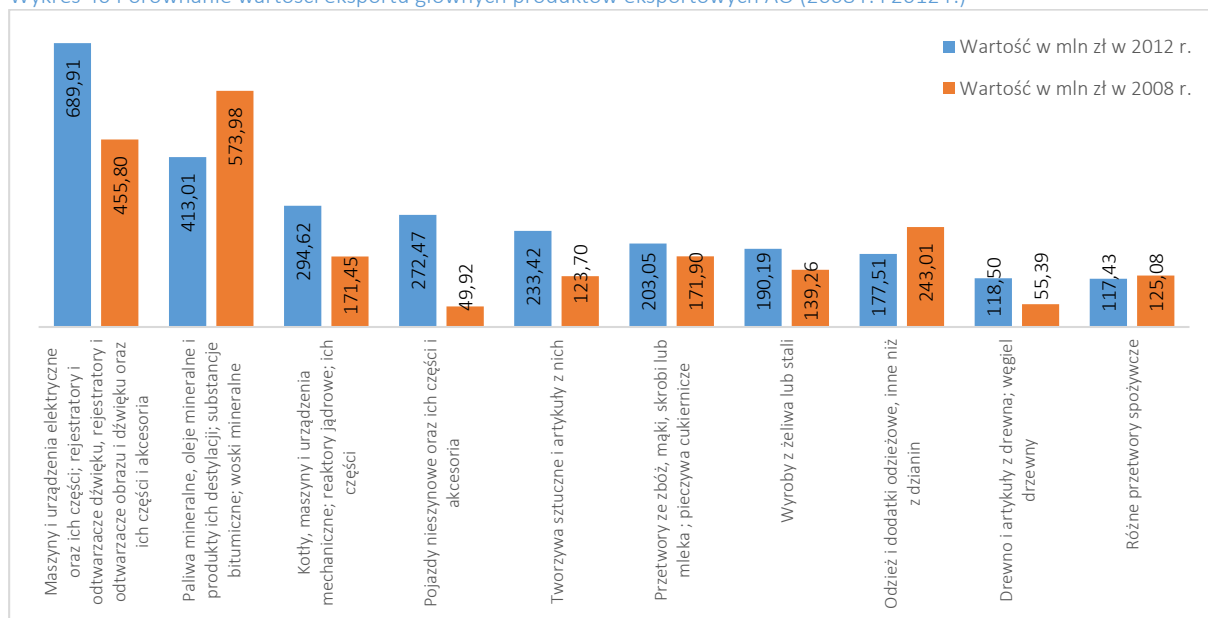
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie oraz danych GUS.

Objaśnienia: do obliczeń wykorzystano liczbę ludności wg faktycznego miejsca zamieszkania, stan na 31.12. 2012

Najważniejszymi produktami eksportowymi w 2012 roku na terenie Aglomeracji Opolskiej były maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części; rejestratory i odtwarzacze dźwięku, rejestratory i odtwarzacze obrazu i dźwięku oraz ich części i akcesoria. W przypadku tych produktów zanotowano znaczny wzrost wartości sprzedaży zagranicznej, co przełożyło się na zwiększenie udziału w eksporcie ogółem Aglomeracji o 13 punktów procentowych w stosunku do roku 2008. Znaczny wzrost wartości eksportu odnotowano także w przypadku eksportu pojazdów nieszynowych oraz ich części i akcesoriów (o 222,55 mln zł). Równocześnie w badanym okresie, aż o 11 punktów procentowych zmniejszył się udział eksportu paliw, olejów i wosków mineralnych oraz produktów ich destylacji, substancji bitumicznych w sprzedaży zagranicznej Aglomeracji.

Na poniższych wykresach przedstawiono porównanie eksportu dziesięciu najważniejszych grup produktów w 2012 oraz 2008 roku (wg działów nomenklatury scalonej, jednakże ich nazwy zostały na potrzeby niniejszej analizy skrócone) z uwzględnieniem ich wartości oraz udziału w sprzedaży zagranicznej ogółem na terenie Aglomeracji Opolskiej.

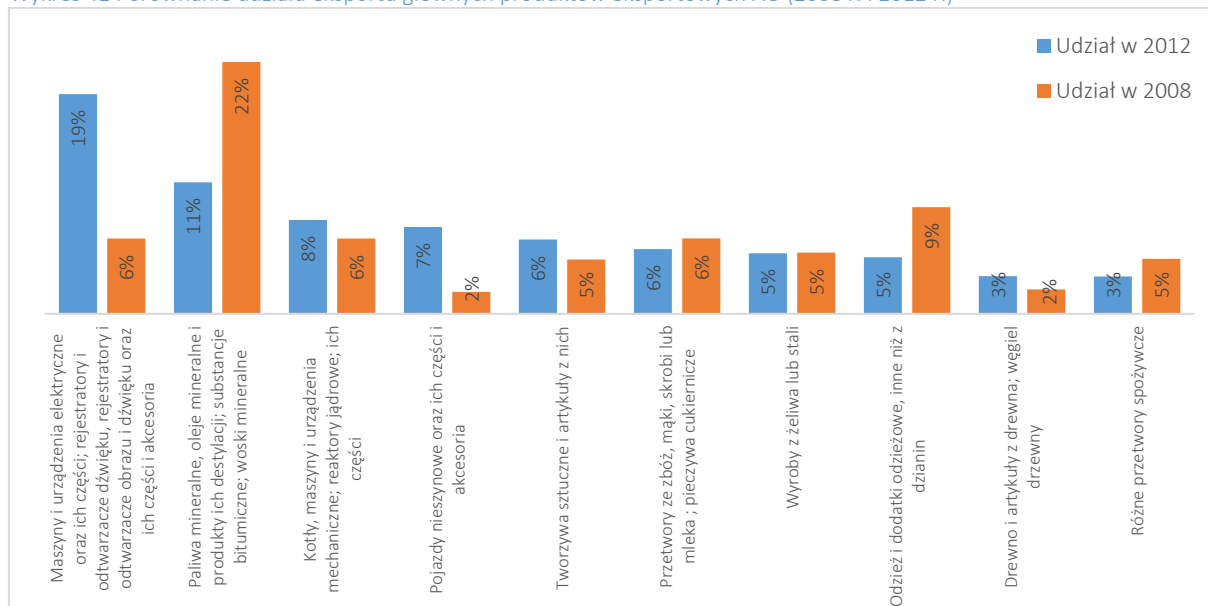
Wykres 40 Porównanie wartości eksportu głównych produktów eksportowych AO (2008 r. i 2012 r.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie



Wykres 41 Porównanie udziału eksportu głównych produktów eksportowych AO (2008 r. i 2012 r.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie

Jednym ze wskaźników, który obrazuje poziom ekspozycji danego obszaru na ryzyka związane z wymianą zagraniczną jest wskaźnik koncentracji produktowej. Dla Aglomeracji Opolskiej, wskaźnik ten obliczony został na podstawie sum udziałów pierwszych 5, 10 i 15 grup towarowych wg działów nomenklatury taryfowej w eksporcie Aglomeracji Opolskiej ogółem, w latach 2008-2012. Udział dziesięciu najważniejszych grup towarów w eksporcie ogółem Aglomeracji na przestrzeni lat 2008-2012 uległ znacznemu zmniejszeniu (o 6 punktów procentowych). Niemniej jednak, udział pierwszych 5 grup towarowych w eksporcie Aglomeracji Opolskiej w roku 2012 pozostał nadal wysoki (stanowił przeszło połowę eksportu AO ogółem). Wysoki poziom koncentracji produktowej oznacza mniejszą dywersyfikację w zakresie produktów sprzedawanych za granicę i tym samym sytuacja ta może powodować negatywne konsekwencje w postaci zwiększonej wrażliwości na szok gospodarczy w przypadku, np. załamania koniunktury w ramach danej branży.

Z drugiej jednak strony, wysoka koncentracja produktowa na danym obszarze oznacza znaczną specjalizację w sprzedaży eksportowej. Wysoka specjalizacja niesie ze sobą pozytywne skutki w postaci korzyści skali, która przyczynia się do obniżenia kosztów produkcji, wzrostu zdolności do konkurencyjności z podobnymi produktami wytwarzanymi w innych krajach.

Dlatego, wartości wskaźnika koncentracji produktowej należy rozpatrywać zarówno pod kątem wzrostu ekspozycji obszaru na ryzyko, jak i z punktu widzenia korzyści wynikających ze specjalizacji produktowej obszaru.

Tabela 22 Wskaźnik koncentracji produktowej dla Aglomeracji Opolskiej w latach 2008-2012 [%]

Wskaźnik koncentracji	2008	2009	2010	2011	2012
5 produktów	61	61	59	55	52
10 produktów	80	79	79	76	74
15 produktów	89	89	89	88	86

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie

Objaśnienia: wskaźnik koncentracji obliczono na podstawie sum udziałów pierwszych 5, 10 i 15 grup towarowych wg działów nomenklatury taryfowej w eksporcie Aglomeracji Opolskiej ogółem w poszczególnych latach.

Najwyższe wartości sprzedaży zagranicznej wśród gmin Aglomeracji Opolskiej w badanym okresie zostały osiągnięte przez: Miasto Opole, Gminę Ozimek oraz Gminę Zdieszowice. Łączna suma eksportu tych gmin w 2012 roku wyniosła 2 772,2 mln zł, co stanowiło 75,7% eksportu całej Aglomeracji. Wskaźnik ten podkreśla zróżnicowanie w poziomie rozwoju gospodarczego poszczególnych gmin wchodzących w skład Aglomeracji Opolskiej.

Tabela 23 Wartość sprzedaży zagranicznej w poszczególnych gminach AO w latach 2008-2012 [zł]

Gmina	2008	2009	2010	2011	2012	Udział w eksporcie AO w 2012 r. narastająco
Miasto Opole	1 192 058 950	1 232 316 055	1 373 511 526	1 636 762 359	1 625 581 569	44,35%
Gmina Ozimek	484 648 995	472 140 494	546 780 820	648 961 737	694 273 807	63,29%
Gmina Zdieszowice	610 785 151	894 486 493	905 046 534	692 082 939	452 361 334	75,63%
Gmina Dobrzeń Wielki	60 499 459	68 988 263	94 293 519	121 497 136	139 260 450	79,43%
Gmina Krapkowice	70 995 359	82 431 471	94 596 443	102 294 110	110 971 330	82,46%
Gmina Walce	50 961 936	30 852 175	67 014 994	97 544 547	106 346 109	85,36%
Gmina Dąbrowa	7 981 765	35 957 897	27 434 767	58 461 802	92 062 523	87,87%
Gmina Murów	18 699 933	17 644 755	102 490 858	92 503 449	80 814 618	90,07%
Gmina Gogolin	26 303 492	39 718 794	45 238 911	57 907 863	62 085 400	91,77%
Gmina Turawa	9 290 753	5 991 230	15 310 333	36 639 983	60 165 542	93,41%
Gmina Tarnów Opolski	12 109 670	20 707 022	26 772 224	48 859 279	59 417 755	95,03%
Gmina Niemodlin	21 277 228	21 689 089	35 867 117	21 413 601	52 094 141	96,45%
Gmina Strzeleczy	20 960 300	23 153 939	41 405 595	47 499 318	45 289 511	97,69%
Gmina Łubniany	23 982 538	22 406 931	21 202 199	18 953 100	24 000 769	98,34%
Gmina Prószków	10 300 613	9 158 562	8 258 565	12 249 989	21 746 484	98,93%
Gmina Chrzastowice	8 395 229	4 689 810	3 930 625	14 329 716	18 842 856	99,45%
Gmina Lewin Brzeski	24 496 028	18 937 025	18 323 609	15 797 867	14 912 199	99,85%
Gmina Popielów	4 274 656	5 670 749	4 794 779	5 489 247	2 912 689	99,93%
Gmina Izbicko	1 458 589	1 296 999	1 564 465	1 699 296	2 374 782	100,00%
Gmina Komprachcice	364 942	147 443	0	377	46 748	100,00%
Razem	2 659 845 586	3 008 385 196	3 433 837 883	3 730 947 715	3 665 560 616	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej w Warszawie

### 1.11 Analiza potencjału Aglomeracji Opolskiej w zakresie możliwości rozwoju branży przetwórstwa rolno – spożywczego

Zgodnie ze Strategią Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020 roku branża przetwórstwa rolno –spożywczego stanowi jeden z najważniejszych sektorów opolskiej gospodarki. Województwo opolskie posiada charakter rolniczo – przemysłowy, gdzie przemysł przetwórstwa spożywczego to jeden z głównych obszarów inteligentnej specjalizacji, stanowiący 16% udziału w gospodarce. Głównym ośrodkiem przemysłu w województwie jest Opole, w którym dominuje przemysł spożywczy. Tak silna pozycja branży wynika z rozwiniętej działalności rolniczej, powiązanej z bardzo korzystnymi warunkami

środowiskowymi i klimatycznymi. Sektory powiązane z rolnictwem stanowiące trzon branży przetwórstwa spożywczego na Opolszczyźnie to przemysł: mleczarski, mięsny, cukierniczy oraz browarniczy. Jednocześnie istnieje szansa, aby teren Aglomeracji stał się strefą skupiającą producentów i przedstawicieli branży przetwórstwa rolno – spożywczego w skali krajowej. Udział towarowej produkcji rolniczej (sprzedanej) w końcowej produkcji rolniczej w województwie opolskim wzrastał stale od 2000 roku i wynosi aktualnie 100,4%, przy czym towarowa produkcja rolnicza stanowi miernik sprzedaży dóbr gospodarstwa i przedstawia sumę sprzedaży produktów rolnych do skupu i na targowiskach. Końcowa produkcja rolnicza natomiast stanowi sumę wartości: produkcji towarowej, spożycia naturalnego produktów rolnych pochodzących z własnej produkcji, przyrostu zapasów produktów roślinnych i zwierzęcych oraz przyrostu wartości pogłowia zwierząt gospodarskich. Opolskie jest jedynym województwem w kraju, które osiągnęło stuprocentowy poziom wskaźnika. Co istotne kolejne miejsce, lecz już z poziomem 98,9% udziału produkcji sprzedanej w końcowej produkcji rolniczej, zajmują: północny i północno-zachodni region kraju.

Przedstawicielami branży na terenie województwa są zakłady firm Zott Polska Sp. z o.o., Nutricia Zakłady Produkcyjne Sp. z o.o. a także: Nordis S.A., Zakład Przetwórstwa Mięsnego J. Matejka, Animex Foods Sp. z o.o., Zakład Produkcyjno – Usługowy JAL s.j., Blattin Polska Sp. z o.o., GoodMills Polska Stradunia Sp. z o.o., Pasta Food Company Sp. z o.o.

Czynnikami korzystnie wpływającymi na rozwój sektora jest sprzyjający układ komunikacyjny łączący Opolszczyznę z rynkami Czech, Słowacji, Węgier, Austrii, Niemiec, krajów Beneluksu oraz Francji, a także oferta terenów inwestycyjnych wzdłuż autostrady i w Specjalnych Strefach Ekonomicznych. Aglomeracja posiada sprzyjającą lokalizację względem istotnych regionalnych rynków zbytu jakimi są Śląsk, Małopolska oraz Aglomeracja Wrocławska.

Istotny element rozwoju stanowi również inicjowanie współpracy z regionalnymi i krajowymi producentami surowców do przetwórstwa przy jednoczesnym ograniczaniu importu surowców z zagranicy. Województwo opolskie znajduje się na pierwszym miejscu w kraju pod względem odsetka użytków rolnych należących do kategorii „dobrej kultury rolnej”<sup>3</sup>. Produkcja rolna na terenie Aglomeracji powinna stanowić dobrą bazę zaopatrzeniową dla przetwórstwa spożywczego, to jednak wymaga długoterminowej współpracy przedstawicieli przedsiębiorstw zajmujących się przetwórstwem spożywczym z rolnikami w celu dostosowania parametrów surowców rolnych wykorzystywanych w produkcji.

W celu określenia liczby podmiotów z sektora rolno – spożywczego pod uwagę wzięto następujące sekcje i działy Polskiej Klasyfikacji Działalności 2007:

- sekcja A dział 01 - uprawy rolne, chów i hodowla zwierząt, łowiectwo, włączając działalność usługową
- sekcja A dział 03 - rybactwo

---

<sup>3</sup> Dobra kultura rolna - Państwa Członkowskie definiują, na poziomie krajowym lub regionalnym, wymogi minimalne w zakresie dobrej kultury rolnej zgodnej z ochroną środowiska na podstawie ustalonych zasad dobrej kultury rolnej, uwzględniających szczególne cechy charakterystyczne obszarów, włączając w to warunki glebowe i klimatyczne, istniejące systemy gospodarowania, wykorzystanie gruntów, zmianowanie upraw, metody uprawy roli oraz struktury gospodarstw. Zasady normują takie kwestie jak ochrona gleby, utrzymywanie poziomu substancji organicznej gleby, utrzymywanie struktury gleby poprzez stosowanie odpowiednich środków. Utrzymywaniem gruntów rolnych w dobrej kulturze rolnej przy zachowaniu wymogów ochrony środowiska jest m.in.: uprawa roślin lub ugorowanie - w przypadku gruntów ornych; wypasanie zwierząt w okresie wegetacyjnym traw lub koszenie okrywy roślinnej i jej usuwanie.

- sekcja C dział 10 - produkcja artykułów spożywczych
- sekcja C dział 11 - produkcja napojów

Jeden na trzy podmioty z branży rolno - spożywczej funkcjonujące w województwie opolskim ma siedzibę na terenie Aglomeracji Opolskiej. Na podstawie danych zestawionych w tabeli poniżej można zauważyć, że największa koncentracja producentów rolnych oraz przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno - spożywczego występuje w Opolu oraz Niemodlinie.

Spośród wszystkich gmin Aglomeracji Opolskiej wyróżniający udział przedsiębiorstw branży rolno – spożywczej w stosunku do liczby przedsiębiorstw ogółem charakteryzuje siedem gmin: Strzeleccki, Izbicko, Popielów, Walce, Niemodlin, Prószków oraz Łubniany. W pozostałych gminach producenci rolni oraz firmy produkujące artykuły spożywcze stanowią mniej niż 5% podmiotów ogółem.

Od 2012 roku w Aglomeracji zauważalny jest spadek liczby podmiotów zajmujących się uprawą rolną oraz hodowlą zwierząt. W sektorze mleczarskim z kolei wzrasta produkcja mleka do przetwórstwa, natomiast maleje sprzedaż bezpośrednia mleka i zużycie mleka w gospodarstwach. Na przestrzeni dziesięciu lat istotnie spadła liczba hurtowych i bezpośrednich dostawców mleka. Działalność w zakresie chowu i hodowli bydła mlecznego a także produkcji surowego mleka krowiego zawiera się w sekcji A dziale 01. PKD 2007: Uprawy rolne, chów i hodowla zwierząt, łowiectwo, włączając działalność usługową.

Tabela 24 Liczba podmiotów w sekcji A dział 01 PKD 2007 w latach 2009-2013

Jednostka terytorialna	Uprawy rolne, chów i hodowla zwierząt, łowiectwo, włączając działalność usługową - Seksja A dział 01				
	2009	2010	2011	2012	2013
	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.
Województwo opolskie	2788	3004	3094	2935	2813
Agglomeracja Opolska	748	836	858	811	779
Chrzastowice	18	19	19	20	20
Dąbrowa	33	30	33	31	30
Dobrzeń Wielki	40	43	44	44	42
Gogolin	20	20	20	21	23
Izbicko	19	20	22	20	22
Komprachcice	35	41	45	40	38
Krapkowice	35	40	41	44	41
Lewin Brzeski	38	43	43	41	43
Łubniany	59	66	68	62	51
Murów	15	20	18	15	14
Niemodlin	87	94	89	82	78
Opole	140	160	156	143	144
Ozimek	18	20	22	23	23
Popielów	35	42	43	40	39
Prószków	43	49	55	48	48
Strzeleccki	23	31	35	35	30
Tarnów Opolski	21	25	29	30	30
Turawa	36	38	36	33	29
Walce	15	16	19	19	16
Zdzieszowice	18	19	21	20	18

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W województwie opolskim funkcjonują 924 podmioty produkujące artykuły spożywcze (sekcja C dział 10), z czego w AO mieszczą się 282. Swoją działalność prowadzą one głównie w Opolu oraz powiecie opolskim.

Tabela 25 Liczba podmiotów w sekcji C dział 10 PKD 2007 w latach 2009-2013

Jednostka terytorialna	Produkcja artykułów spożywczych				
	- Sekcja C dział 10				
	2009	2010	2011	2012	2013
	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.
Województwo opolskie	898	934	921	928	924
Agglomeracja Opolska	267	278	284	282	282
Chrzastowice	8	10	9	9	9
Dąbrowa	7	7	8	7	7
Dobrzeń Wielki	14	13	13	13	13
Gogolin	10	9	9	9	9
Izbicko	8	8	7	7	8
Komprachcice	8	9	9	9	8
Krapkowice	15	15	13	13	13
Lewin Brzeski	10	13	13	14	14
Łubniany	5	8	7	7	7
Murów	1	1	1	1	1
Niemodlin	17	16	20	21	21
Opole	105	109	110	110	109
Ozimek	10	9	7	5	6
Popielów	7	10	10	10	10
Prószków	10	10	9	9	9
Strzeleczy	7	7	8	8	8
Tarnów Opolski	5	5	5	5	6
Turawa	7	7	10	11	11
Walce	6	5	9	7	7
Zdzieszowice	7	7	7	7	6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na terenie Aglomeracji funkcjonuje jedenaście podmiotów prowadzących działalność związaną z połowem i hodowlą ryb. Trzy podmioty zarejestrowane są w Opolu. Po dwa podmioty funkcjonują w Gminach Ozimek i Turawa. W gminach Dąbrowa, Dobrzeń Wielki, Niemodlin oraz Prószków zarejestrowano po jednym podmiocie gospodarczym, którego główną działalnością jest rybactwo. W kontekście całego województwa liczba podmiotów produkujących napoje bezalkoholowe maleje z roku na rok.

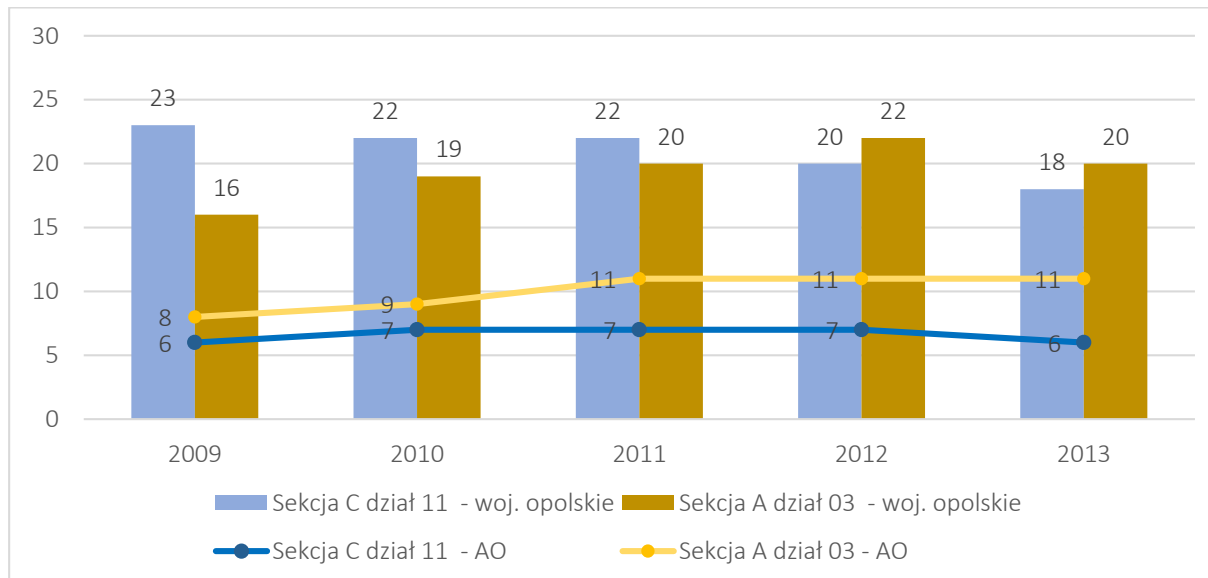
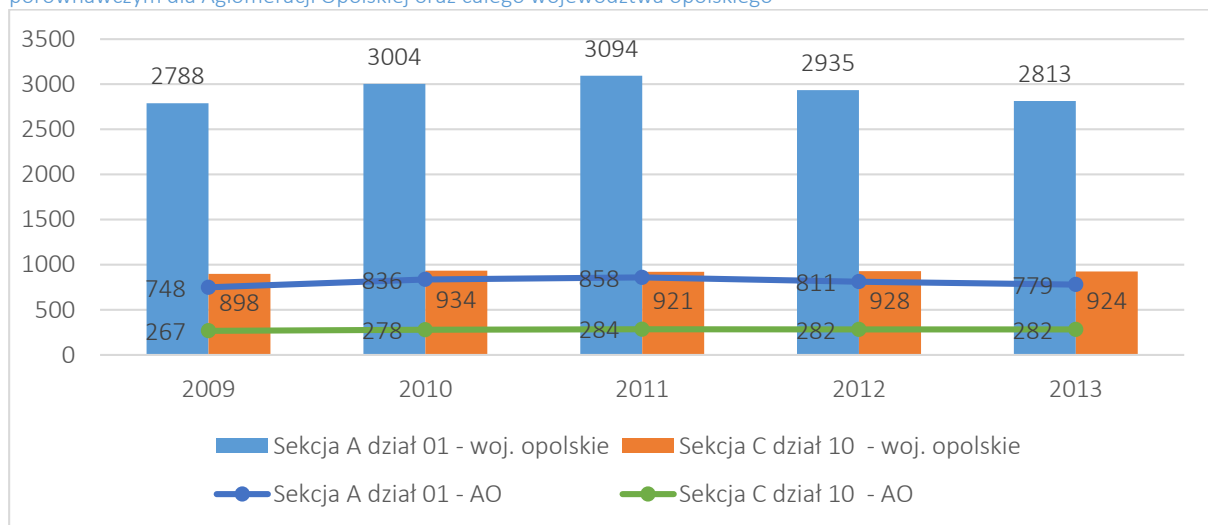
Tabela 26. Liczba podmiotów w sekcji C dział 11 PKD 2007 w latach 2009-2013

Jednostka terytorialna	Produkcja napojów				
	Sekcja C dział 11				
	2009	2010	2011	2012	2013
	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.
Województwo opolskie	23	22	22	20	18
Agglomeracja Opolska	6	7	7	7	6
Miasto Opole	6	7	7	7	6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

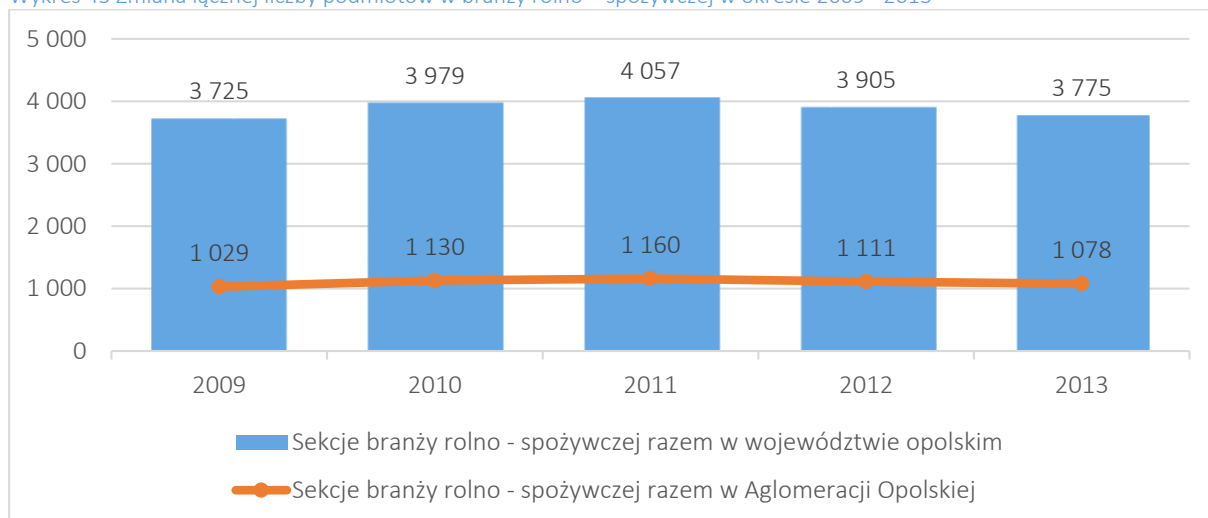
Zmiany w liczbie podmiotów zarejestrowanych w poszczególnych sekcjach w okresie 2009-2013 zaprezentowano również w ujęciu graficznym, pozwalającym na porównanie danych dla całego województwa opolskiego oraz Aglomeracji Opolskiej.

Wykres 42. Zmiana liczby podmiotów w poszczególnych sekcjach branży rolno – spożywczej w latach 2009-2013 w ujęciu porównawczym dla Aglomeracji Opolskiej oraz całego województwa opolskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wykres 43 Zmiana łącznej liczby podmiotów w branży rolno – spożywczej w okresie 2009 - 2013

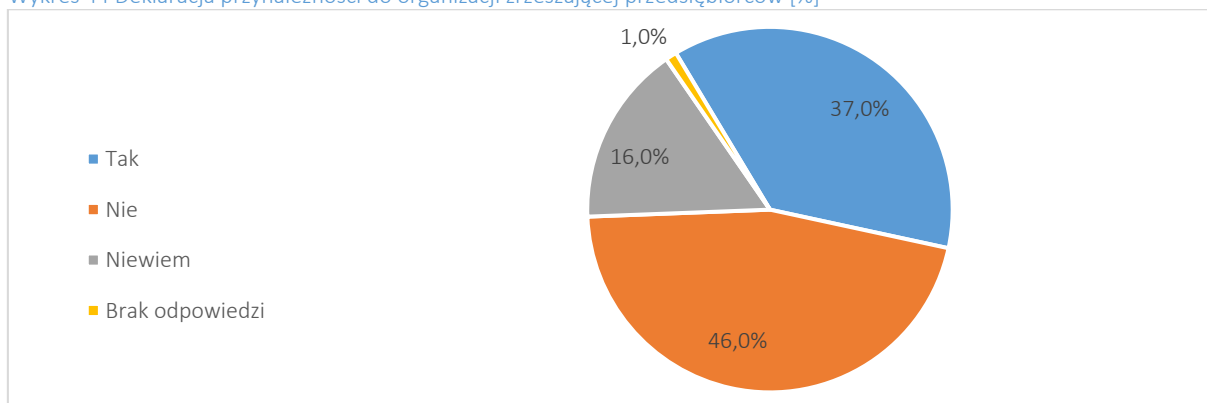


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

## 1.12 Kooperacja podmiotów gospodarczych

Tylko 37% spośród badanych firm deklaruowało przynależność do organizacji zrzeszającej przedsiębiorców. Blisko 25% respondentów należy do większej liczby instytucji tego typu. Najczęściej wskazywaną przez badanych organizacją zrzeszającą pracodawców była Opolska Izba Gospodarcza (18 wskazań). Warto podkreślić, iż dwukrotnie wymieniano Klub 150 (jest to inicjatywa łącząca najważniejsze na Opolszczyźnie firmy, mająca na celu ich rozwój, tworzenie nowych miejsc pracy oraz zwiększanie ilości lokalnych poddostawców, funkcjonuje w ramach projektu pn. „Opolska Platforma Innowacji” współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków EFRR w ramach RPO WO na lata 2007-2013). Regionalni przedsiębiorcy incydentalnie wskazywali również inne podmioty, takie jak m.in. Partnerstwo Borów Niemodlińskich, Grupa Producentów Rolnych Ziarna i Zbóż, Związek Banków Polskich, Opolska Okręgowa Izba Inżynierów Budownictwa, Izba Gospodarcza Śląsk, Stowarzyszenie Producentów Cementu i Wapna, Stowarzyszenie Techniczne Odlewników Polskich. Wskazywane organizacje zrzeszające przedsiębiorców mają zróżnicowany charakter. Skupiają się głównie na prowadzeniu działalności o charakterze ponadregionalnym ukierunkowanym na konsolidację danej branży. Na terenie Aglomeracji Opolskiej można zauważyć również tworzenie sektorowych inicjatyw klastrowych, które są szansą na zwiększenie konsolidacji poszczególnych branż oraz efektywniejsze wykorzystanie potencjałów i zasobów będących w posiadaniu firm.

Wykres 44 Deklaracja przynależności do organizacji zrzeszającej przedsiębiorców [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

Przeprowadzone badania miały charakter jakościowy, respondenci byli proszeni o udzielenie informacji, subiektywnych opinii i ocen związanych z różnymi formami zrzeszania się. W poniższej tabeli zaprezentowano syntetycznie wg częstości udzielanych odpowiedzi motywy, którymi kierują się pracodawcy podczas dokonywania decyzji o współpracy w ramach organizacji skupiających przedsiębiorców.

Tabela 27 Motywy zrzeszania się lub zaniechania współpracy w ramach organizacji skupiających przedsiębiorców

Korzyści płynące ze zrzeszania	Motywy niezrzeszania się
– Możliwość wymiany doświadczeń z innymi firmami z branży	– Brak zidentyfikowanej potrzeby w firmie
– Możliwość korzystania ze szkoleń dla pracowników	– Brak uprawnień do tego, aby podejmować takie decyzje, a centrala nie czuje potrzeby zrzeszania się
– Dostęp do informacji o rozwoju gospodarczym regionu, a także otrzymywanie informacji o wydarzeniach, przetargach, możliwościach współpracy z kontrahentem zagranicznym	– Brak odpowiedniej organizacji, która w pełni zaspokajałaby oczekiwania przedsiębiorstwa
– Utrzymanie kontaktów biznesowych	– Brak czasu
– Poszerzanie kontaktów zawodowych oraz grona odbiorców	– Podejmowane działania nie przekładają się na wymierne zyski
– Wspólne wystąpienia	– Brak organizacji, które odpowiadałyby profilowi naszej działalności.
– Możliwość kontaktu z przedsiębiorcami z obszaru	– Brak wiary w skuteczność organizacji przedsiębiorców
– Możliwość uczestnictwa w różnego rodzaju spotkaniach dot. działalności firmy na obszarze AO	– Brak informacji na temat tego w jaki sposób moje przedsiębiorstwo mogłoby na tym skorzystać
– Prestiż	– Brak chęci
– Możliwość zrzeszania się i podejmowanie działań, które mają większy oddźwięk	
– Bycie na bieżąco z najnowszymi badaniami	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania IDI z przedsiębiorcami z terenu AO, n=100

Przedsiębiorcy z terenu Aglomeracji Opolskiej decydują się na współpracę z organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców w ograniczonym zakresie. Motywy, którymi kierują się decydując na współpracę, skupiają się głównie na wymiernych korzyściach płynących z kooperacji, takich jak dostęp do informacji umożliwiających rozwój firmy, czy też możliwości szkoleń pracowniczych. Natomiast niepodjęcie jakichkolwiek form współpracy wynika głównie z braku funkcjonowania instytucji odpowiadających na potrzeby przedsiębiorstwa oraz z negatywnej oceny celowości i efektywności zrzeszania się.

W kontekście przedstawionych informacji na temat form współpracy podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie Aglomeracji Opolskiej dostrzega się niewystarczający stopień integracji poszczególnych branż oraz niedostosowaną ofertę IOB oraz innych podmiotów ukierunkowanych na integrację regionalnych przedsiębiorstw. Szansą na konsolidację poszczególnych branż oraz efektywniejsze wykorzystanie potencjałów i zasobów, którymi dysponują firmy z terenu AO jest rozbudowa i tworzenie sektorowych inicjatyw klastrowych. Cechy charakterystyczne klastrów:

- wyspecjalizowane skupiska konkurujących i kooperujących między sobą przedsiębiorstw osiągających wysoką efektywność rynkową,
- wykorzystanie efektu synergii, wynikającej ze współpracy przedsiębiorstw oraz innych instytucji i jednostek badawczo – naukowych,
- wyspecjalizowana struktura, w której zachodzi swoisty transfer wiedzy, wymiana doświadczeń w oparciu o bezpośrednie kontakty między podmiotami,
- bliskość geograficzna podmiotów, istotna ze względu na charakter relacji.

Zdecydowana większość inicjatyw klastrowych powstałych na terenie Aglomeracji Opolskiej, jak również całego województwa opolskiego, pozostaje we wstępnej fazie rozwoju. Siedziba większości opolskich inicjatyw klastrowych znajduje się w stolicy i rdzeniu AO – Opolu.



### 1.13 Napływ kapitału zagranicznego

Oceniając atrakcyjność inwestycyjną Aglomeracji Opolskiej należy zwrócić przede wszystkim uwagę na jej dobrą lokalizację w centralnym punkcie Europy Środkowej, w południowo-zachodniej Polsce. Charakteryzuje ją dobry dostęp do infrastruktury transportowej – bliskość autostrady A4 zapewniającej łatwe i szybkie połączenie z innymi dużymi ośrodkami przemysłowymi takimi jak województwo śląskie, dolnośląskie czy wielkopolskie. W Opolu oraz pobliskim Kędzierzynie-Koźlu znajdują się czynne porty żeglugi śródlądowej (porty na rzece Odrze funkcjonują aktualnie w ograniczonym zakresie, pożądanym byłoby stworzenie korytarza IV klasy – 1000-1500 t). Zmodernizowana infrastruktura żeglugi śródlądowej może stanowić istotną przewagę konkurencyjną i mieć wpływ na lokowanie inwestycji w Aglomeracji Opolskiej. W odległości od 100 km do 170 km od Opoła funkcjonują ponadto cztery międzynarodowe porty lotnicze. Najbliżej położone są lotniska we Wrocławiu oraz w Katowicach. Dodatkowo można korzystać z portów lotniczych w Krakowie oraz Ostrawie. W kontekście rozwijania transportu szynowego oraz wdrażania rozwiązań związanych z kolejami dużych szybkości warto podkreślić przebiegającą przez rdzeń AO magistralę kolejową E 30, należącą do III Paneuropejskiego Korytarza Transportowego łączącego Niemcy, Polskę i Ukrainę. Z punktu widzenia całego województwa inwestorzy zagraniczni z branży motoryzacyjnej chętnie lokują tutaj swój kapitał. Szczególnie dobrze rozwija się tutaj branża wysoko wyspecjalizowanych producentów części i podzespołów oraz systemów dla przemysłu motoryzacyjnego. Wpływ na to ma przede wszystkim korzystne położenie AO. Wiele zakładów produkcyjnych z branży motoryzacyjnej rozlokowanych jest w tej części Europy Środkowej. Inwestycje takie znajdują się zarówno w północnych rejonach Republiki Czeskiej, wschodnich rejonach Niemiec, północno-zachodniej Słowacji, jak i południowej i zachodniej Polsce (Wielkopolska, Dolny i Górny Śląsk). Względna bliskość tych ośrodków oraz dobre z nimi skomunikowanie wpływa na niską skalę problemów i kosztów logistycznych, co zachęca inwestorów do lokowania kapitału w tej części kraju. Nie bez znaczenia jest także atrakcyjny, z punktu widzenia inwestorów, średni poziom wynagrodzeń za wykonywaną pracę (relatywnie niski poziom kosztów pracy). Na atrakcyjność Aglomeracji wpływa również dostępna powierzchnia terenów inwestycyjnych oraz sprawnie działający system obsługi inwestorów. W poniższej tabeli zaprezentowano rozkład podmiotów (spółek handlowych) z udziałem kapitału zagranicznego w poszczególnych gminach Aglomeracji Opolskiej w latach 2012 oraz 2013.

Tabela 28 Spółki handlowe w Aglomeracji Opolskiej, w tym z udziałem kapitału zagranicznego [stan na 31 XII 2013]

Gmina	Rok	Ogółem		W tym spółki			
		Ogółem	Z udziałem kapitału zagranicznego	Akcyjna		z o.o.	
				Razem	Z udziałem kapitału zagranicznego	Razem	Z udziałem kapitału zagranicznego
Chrzastowice	2012	32	6	1	1	25	5
	2013	38	7	1	1	29	5
Dąbrowa	2012	52	14	1	–	39	11
	2013	54	13	1	–	42	10
Dobrzeń Wielki	2012	98	28	2	–	87	28
	2013	104	29	2	–	91	29
Gogolin	2012	75	33	1	1	62	31
	2013	77	33	1	1	59	30
Izbicko	2012	13	6	–	–	11	6

Gmina	Rok	Ogółem		W tym spółki			
		Ogółem	Z udziałem kapitału zagranicznego	Akcyjna		z o.o.	
				Razem	Z udziałem kapitału zagranicznego	Razem	Z udziałem kapitału zagranicznego
Komprachcice	2013	16	7	–	–	15	7
	2012	40	6	–	–	31	6
	2013	45	8	–	–	37	8
Krapkowice	2012	163	59	2	1	138	57
	2013	175	62	2	1	148	60
Lewin Brzeski	2012	48	6	1	–	40	6
	2013	62	6	1	–	55	6
Łubniany	2012	50	11	–	–	40	11
	2013	58	11	–	–	46	11
Murów	2012	19	10	1	–	16	10
	2013	20	10	1	–	16	10
Niemodlin	2012	60	12	1	–	50	12
	2013	61	12	1	–	51	12
Opole	2012	2255	539	49	7	1916	524
	2013	2476	548	51	8	2097	532
Ozimek	2012	65	27	1	–	61	26
	2013	67	26	1	–	63	25
Popielów	2012	18	9	–	–	17	9
	2013	18	9	–	–	17	9
Prószków	2012	49	13	–	–	39	13
	2013	53	14	–	–	44	14
Strzeleczy	2012	19	7	–	–	17	7
	2013	20	7	–	–	18	7
Tarnów Opolski	2012	39	23	1	1	33	22
	2013	40	23	1	1	34	22
Turawa	2012	37	14	–	–	29	14
	2013	39	13	–	–	30	13
Walce	2012	17	11	–	–	16	11
	2013	17	11	–	–	15	10
Zdzieszowice	2012	57	15	–	–	50	15
	2013	58	16	–	–	50	16
Aglomeracja Opolska	2012	3206	849	61	11	2717	824
	2013	3498	865	63	12	2957	836
Województwo opolskie	2012	5861	1428	129	30	4896	1376
	2013	6318	1461	136	33	5277	1402

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS 2012-2013

Porównując liczbę podmiotów prawa handlowego z udziałem kapitału zagranicznego w Aglomeracji Opolskiej w latach 2012-2013, odnotowano niewielki wzrost (1,88%). Najwięcej spółek prawa handlowego z udziałem kapitału zagranicznego powstało w rdzeniu AO – Opolu (9 podmiotów) oraz Krapkowicach (3 podmioty). Wyższy wskaźnik absorpcji inwestycji zagranicznych jest udziałem obszarów o charakterystyce miejskiej, może to świadczyć o sprawniejszym funkcjonowaniu zarówno systemu obsługi inwestora, jak również instytucji otoczenia biznesu. Analizując powyższe dane pod kątem całego województwa opolskiego 59,21% spółek handlowych z udziałem kapitału zagranicznego w roku 2013 było zlokalizowanych w Aglomeracji Opolskiej (co stanowi 1,1% w skali ogólnopolskiej). Potwierdza to dominującą rolę AO, jako wiodącego ośrodka życia gospodarczego w województwie. Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych corocznie publikuje listę największych inwestorów według kraju pochodzenia kapitału. W poniższej tabeli przedstawiono listę największych inwestorów zagranicznych w Aglomeracji Opolskiej w ostatnich 5 latach.

Tabela 29 Lista największych inwestorów zagranicznych w Aglomeracji Opolskiej w latach 2008-2013

L.p.	Nazwa inwestora	Pochodzenie inwestora	Branża	Nazwa firmy z AO	Lokalizacja
1.	Kludi Armaturen Austria GmbH	Austria	Produkcja armatury	Kludi Armaturen Sp. z o. o.	Opole
2.	Ahlers AG	Niemcy	Produkcja odzieży	Ahlers Poland Sp. z o. o.	Opole
3.	GEA AG	Niemcy	Produkcja instalacji, maszyn i urządzeń dla energetyki i ciepłownictwa	GEA Technika Ciepłna Sp. z o.o.	Opole
4.	Miebach Projekt GmbH	Niemcy	Produkcja cementu	Cementownia Odra S.A.	Opole
5.	Monier Group	Niemcy	Produkcja kompletnych systemów dachowych	Monier Braas Sp. z o.o.	Opole
6.	Tower Automotive Auslandsbeteiligungen GmbH	Niemcy	Produkcja podzespołów dla przemysłu samochodowego	Tower Automotive Polska Sp. z o. o.	Opole
7.	Zott GmbH&Co KG	Niemcy	Produkcja wyrobów z mleka	Zott Polska Sp. z o. o.	Opole
8.	Grupa Danone	Holandia	Produkcja artykułów spożywczych	Nutricia Zakłady Produkcyjne Sp. z o.o.	Opole
9.	Metsa Tissue OYJ	Finlandia	Produkcja wyrobów z papieru i tektury	Metsa Tissue	Krapkowice
10.	Bilfinger Berger AG	Niemcy	Produkcja izolacji dla przemysłu, rozwiązania dla przemysłu	BIS Multiserwis Sp. z o. o	Krapkowice
11.	Stora Enso Oyj	Szwecja	Produkcja wyrobów z drewna oraz tartacznych	Stora Enso Timber Sp. z.o.o.	Murów
12.	KTR Kupplungstechnik GmbH	Niemcy	Produkcja cystern, pojemników i zbiorników metalowych, konstrukcji metalowych i ich części	Konstrukcje Stalowe KTR GROUP Sp. z o. o.	Ozimek
13.	Bischof + Klein GmbH & Co	Niemcy	Produkcja opakowań giętkich dla przemysłu	B+K Polska Sp. z o.o.	Walce
14.	Kirchhoff Automotive GmbH & Co. KG	Niemcy	Produkcja wyrobów z papieru i tektury, opakowania	Metsa Tissue Krapkowice Sp. z o.o.	Krapkowice
15.	NORDFOLIEN GmbH	Niemcy	Produkcja opakowań oraz półfabrykatów z tworzyw sztucznych	Nordfolien Polska Sp. z o.o.	Zdzieszowice
16.	MGPA Europe Fund III		Obsługa nieruchomości, wynajem i prowadzenie działalności gospodarczej (centrum handlowe)	Karolinka Opole	Opole
17.	Lafarge	Francja	Produkcja kompletnych systemów dachowych	Moniere Sp. z o. o.	Opole
18.	Clatronic	Niemcy	Transport, gospodarka magazynowa i łączność; sprzedaż hurtowa i detaliczna	CTC Clatronic Sp. z o.o.	Karczów – Dąbrowa/Opole

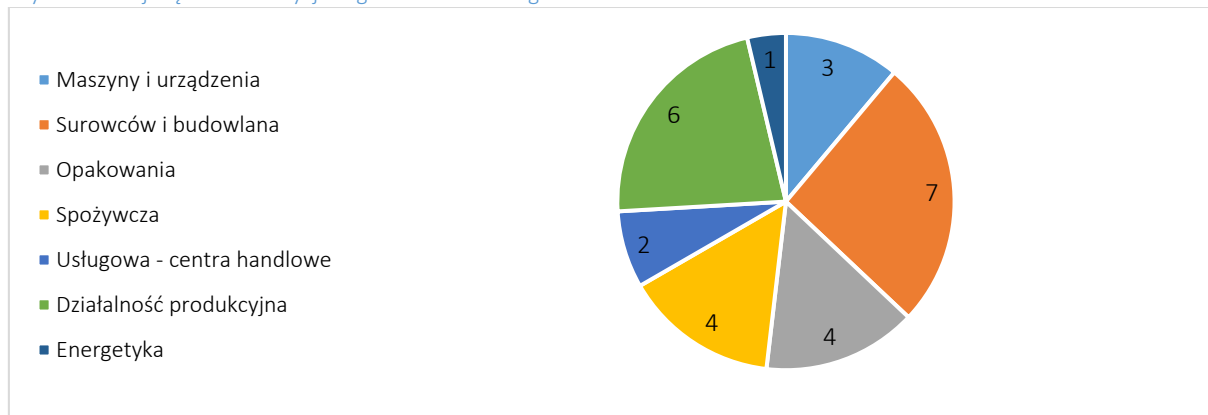
L.p.	Nazwa inwestora	Pochodzenie inwestora	Branża	Nazwa firmy z AO	Lokalizacja
			elektrycznych artykułów gospodarstwa domowego		
19.	IGI Management	Irlandia	Obsługa nieruchomości, wynajem i prowadzenie działalności gospodarczej (centrum handlowo-usługowe)	Solaris	Opole
20.	Norgips	Norwegia	Produkcja wyrobów z gipsu, płyty, konstrukcje, profile gipsowe	Norgips Opole Sp. z o. o. Sp. komandytowa	Brzezie – Dobrzeń Wielki
21.	Smithfield Foods Inc.	USA	Branża spożywcza, produkcja wyrobów mięsnych	ANIMEX - Opolskie Zakłady Drobiarskie S.A.	Opole
22.	CBR Baltic BV	Holandia	Wydobycie i sprzedaż kruszywa budowlanego, surowców mineralnych, produkcja betonu, cementu i wapna, wyrobów dla budownictwa, towary transport drogowy	Zakład Transportu Samochodowego Góraździe Sp. z o. o.; Opolskie Kopalnie Surowców Mineralnych Sp. z o. o. – Chorula*; Góraździe Beton Sp. z o. o.; Góraździe Trans Sp. z o. o.; Góraździe Cement Sp. z o. o.; Góraździe Sabinów Sp. z o. o.; Góraździe Mix Sp. z o. o.; Góraździe Cement S.A.; Góraździe Beton Sp. z o.o.; Górabet Sp. z o.o.; EKOCEM; Cementownia Groszowice Sp z o.o.;	Opole oraz Chorula – gm. Krapkowice
23.	Heerema Fabrication Group	Holandia	Produkcja konstrukcji stalowych dla branży rafineryjno-gazowej.	HFG	Opole
24.	Berliner Luft	Niemcy	Produkcja, branża wentylacyjna i klimatyzacyjna	Berliner Luft	Niemodlin
25.	Chaufourneries de Hergenrath	Belgia	Produkcja wapna i wyrobów wapienniczych	Lhois Opolwap S. A.	Tarnów Opolski
26.	VK Mühlen AG	Niemcy	Branża spożywcza – młyn z elewateorem zbożowym	Diamant Stradunia	Walce
27.	ArcelorMittal	Wielka Brytania	Koksownia	Zakłady Koksownicze	Zdzieszowice

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych

Analizując inwestycje zagraniczne ulokowane w okresie ostatnich pięciu lat (2008-2013) na terenie Aglomeracji Opolskiej pod kątem kraju pochodzenia kapitału, zauważamy zdecydowaną przewagę inwestorów niemieckich, którzy stanowią ponad połowę wskazanych inwestycji). Następne w kolejności są firmy holenderskie i francuskie. Zdecydowana większość inwestycji lokowanych na terenie AO polega na tworzeniu placówki od podstaw lub przejęciu różnego rodzaju zakładów produkcyjnych (głównie

przedsiębiorstw prywatyzowanych). Poniższy wykres przedstawia rozkład największych inwestycji na poszczególne branże.

Wykres 45 Największe inwestycje zagraniczne w AO wg branż w latach 2008-2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych

Największe inwestycje zagraniczne w ostatnich pięciu latach dotyczyły branży związanej z surowcami budowlanymi oraz spożywczej i opakowań. Wskazuje to na rzeczywiste zasoby AO w tym zakresie (również kapitał ludzki). Ze względu na sposób agregowania danych dotyczących lokowania kapitału zagranicznego, w poniższej tabeli zaprezentowano dostępne dane dotyczące całego województwa opolskiego.

Tabela 30 Kapitał zagraniczny ulokowany w województwie opolskim wg kraju pochodzenia [w mln zł]

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Razem
Niderlandy	265,0	282,2	282,8	311,6	315,7	292,0	308,6	312,3	266,3	308,8	2945,3
Francja	25,2	25,3	29,7	31,2	36,7	0,0*	0,0*	0,0*	0,0*	0,0*	148,1
Niemcy	525,9	547,8	637,9	633,1	643,6	704,1	657,0	661,0	735,5	743,8	6489,7
USA	120,0	121,8	64,8	63,6	20,5	0,0*	0,0*	-	-	-	390,7
Belgia	22,6	21,5	17,4	22,0	16,3	-	-	-	-	-	99,8
Wielka Brytania	1,0	1,1	-	1,4	1,4	0,0*	0,0*	0,0*	0,0*	0,0*	4,9
Dania	14,3	23,1	9,8	1,2	-	-	-	-	-	-	48,4
Szwecja	1,6	1,6	-	1,6	-	-	-	-	2,1	0,0*	6,9
Włochy	2,7	3,0	-	-	-	-	-	-	-	-	5,7
Luksemburg	4,4	4,4	-	-	-	40,9	75,7	67,1	0,0*	0,0*	192,5
Austria	22,3	22,3	22,4	-	-	-	-	-	-	-	67
Szwajcaria	0,1	18,1	-	-	-	0,0*	0,0*	0,1	-	-	18,3
Hiszpania	0,1	0,1	-	-	-	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Cypr	-	-	-	-	-	-	-	0,0*	0,0*	46,0	46
Łącznie	1005,2	1072,3	1064,8	1065,7	1034,2	1037,2	1041,3	1040,5	1003,9	1098,6	10463,7
* - dana wyłączona z publicznego udostępniania ze względu na ochronę tajemnicy statystycznej (ograniczenia w publikacji informacji przez GUS)											

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analizując napływ kapitału zagranicznego należy podkreślić zdecydowaną przewagę inwestycji niemieckich oraz holenderskich w odniesieniu do pozostałych krajów. Według danych GUS w roku 2012 kapitał zagraniczny ulokowany w województwie opolskim wyniósł 1 098,6 mln zł z czego 67,7% to kapitał niemiecki, 28,1% holenderski a 4,2% cypryjski. Jednakże ze względu na ochronę tajemnicy statystycznej nie wszystkie dane zostały upublicznione. Łączna wartość kapitału zagranicznego ulokowanego na terenie województwa opolskiego wyniosła 1 473,1 mln zł w roku 2011, oraz 1 556,7 mln zł w roku

2012 (wzrost o 5,68% w stosunku do roku poprzedniego). Dane na temat kapitału zagranicznego w podziale na powiaty przedstawia poniższa tabela.

Tabela 31 Kapitał zagraniczny wg powiatów

Jednostka terytorialna	Liczba podmiotów		Kapitał zagraniczny		Kapitał zagraniczny na 1 mieszkańca w wieku produkcyjnym	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
	-	-	[mln zł]	[mln zł]	[zł]	[zł]
Województwo Opolskie	492	504	1 473,10	1 556,70	2 221,00	2 366,00
Powiat brzeski	19	22	35,80	38,90	599,00	656,00
Powiat krapkowicki	56	56	156,40	197,80	3 587,00	4 568,00
Powiat opolski	63	62	126,60	116,40	1 421,00	1 309,00
Powiat strzelecki	34	39	49,60	50,20	977,00	993,00
Powiat m. Opole	165	157	474,80	509,50	5 877,00	441,00

\* - z uwagi na fakt, iż GUS nie agreguje powyższych danych na poziomie NTS-5 umożliwiających zaprezentowanie wyników dla Aglomeracji Opolskiej, w tabeli zaprezentowano dostępne dane dotyczące całego województwa opolskiego oraz powiatów, w skład których wchodzi gminy z AO  
 \*\* - prezentowane dane nie uwzględniają podmiotów prowadzących działalność bankową, maklerską, ubezpieczeniową oraz towarzystw inwestycyjnych i emerytalnych, Narodowych Funduszy Inwestycyjnych, szkół wyższych, gospodarstw indywidualnych w rolnictwie, a także samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej i instytucji kultury posiadających osobowość prawną. Podmioty biorące udział w badaniu podmiotów z kapitałem zagranicznym i posiadające kapitał zagraniczny na koniec roku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analizując powyższą tabelę można zauważyć wzrost we wszystkich kategoriach danych (liczby podmiotów i wartości kapitału zagranicznego) zarówno w przypadku całego województwa opolskiego, jak i poszczególnych powiatów (przedstawiono dane tylko dla powiatów, w skład których wchodzi gminy należące do AO). Jedynym wyjątkiem jest tutaj powiat opolski, w którym zmalała zarówno liczba podmiotów (o 1 jednostkę), jak i wartość kapitału zagranicznego. Poniższa tabela przedstawia dane na temat podmiotów gospodarczych z udziałem kapitału zagranicznego w województwie opolskim.

## 2. Bilans strategiczny diagnozy społeczno-gospodarczej Aglomeracji Opolskiej

Diagnoza społeczno-gospodarcza Aglomeracji Opolskiej jest zasadniczym komponentem niniejszego opracowania. Jej szczegółowa realizacja umożliwia zdefiniowanie oraz hierarchizację zidentyfikowanych czynników (o charakterze zewnętrznym i wewnętrznym), wpływających na dynamikę rozwoju gospodarczego obszaru. Analiza SWOT rzeczywistego stanu regionalnej gospodarki została zaprezentowana według ich ważności dla interesariuszy regionalnych, opierając się na informacjach zawartych w „Strategii Rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020”. Mając na uwadze specyfikę niniejszego dokumentu, jego poziom szczegółowości, zaprezentowane w dalszej części opracowania macierz strategiczna została poddana aktualizacji uwzględniającej wnioski płynące z przeprowadzonej kwerendy źródeł oraz zrealizowanych badań o charakterze ilościowym i jakościowym. Kolejnym przeprowadzonym działaniem było wskazanie konkretnych branż, ich potencjałów, funkcjonujących zasobów oraz zdiagnozowanych problemów i barier wpływających na poziom rozwoju społeczno-gospodarczego Aglomeracji Opolskiej. Zatem, zgodnie z powyższym, niniejszy rozdział stanowi wielowymiarowy bilans strategiczny, ogniskujący się wokół zagadnień umożliwiających wytyczenie kierunków rozwojowych, obszarów interwencji bezpośrednio wpływających na kształt i sposób formułowania planu strategicznego oraz operacyjnego. Kluczowe elementy bilansu strategicznego to:

- Analiza SWOT uwarunkowań społeczno-gospodarczych AO,
- Identyfikacja branż wiodących w aktualnej strukturze regionalnej gospodarki w oparciu o strukturę funkcjonujących podmiotów gospodarczych na terenie AO (aspekt ilościowy) oraz wskazania regionalnych IOB (aspekt jakościowy),
- Zdefiniowanie branż stanowiących szansę rozwojową w perspektywie realizacji niniejszego Programu, zgodnie z wnioskami płynącymi z diagnozy społeczno-gospodarczej oraz trendami i uwarunkowaniami zewnętrznymi,
- Określenie zasadniczych obszarów problemowych stanowiących bariery rozwojowe AO oraz potencjalnych źródeł zagrożeń o charakterze zewnętrznym,
- Wskazanie zestawu rekomendacji umożliwiającego ograniczenie słabych stron i minimalizowanie zagrożeń.

### 2.1 Analiza SWOT – dla rozwoju społeczno-gospodarczego Aglomeracji Opolskiej

Analiza SWOT przeprowadzona w ramach opracowania „Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020” polega na usystematyzowaniu faktów, danych i informacji zawartych we wcześniejszych paragrafach oraz opinii uzyskanych zarówno metodą eksploracji źródeł wtórnych, jak i w ramach bezpośrednich działań badawczych (zaprezentowano ją w kształcie przedstawionym w „Strategii rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020”). W ramach poszczególnych pól analiza SWOT obejmuje następujące elementy:

- Czynniki wewnętrzne pozytywne (mocne strony) – działalność i zasoby Aglomeracji Opolskiej, doświadczenie, wymiar polityczny, organizacyjny, techniczny, instytucjonalny, wszystko to,

- co determinuje szeroko rozumiany rozwój społeczno-gospodarczy, cechy, które wyróżniają analizowany region od innych oraz stanowią swoistą przewagę konkurencyjną;
- Czynniki wewnętrzne negatywne – słabe strony regionu, będące konsekwencją ograniczeń szeroko rozumianych zasobów;
  - Czynniki zewnętrzne pozytywne – szanse, korzystne tendencje w otoczeniu zewnętrznym, które właściwie wykorzystane mogą stanowić istotny impuls rozwojowy;
  - Czynniki zewnętrzne negatywne – zagrożenia, niekorzystne zjawiska zewnętrzne, które mogą być poważną barierą dla rozwoju społeczno-gospodarczego AO. Istniejące zagrożenia wyraźnie osłabiają potencjał rozwojowy regionu, a także mogą poważnie ograniczyć możliwość wykorzystania pojawiających się szans rozwojowych.

Podejście sektorowe pozwala na dokładną i precyzyjną analizę silnych i słabych stron w danym kontekście społeczno-gospodarczym, a także ułatwia opracowanie materiału merytorycznego, który w sposób przejrzysty i syntetyczny prezentuje uwarunkowania dla danego obszaru. Rodzi to jednak także pewne niebezpieczeństwa – biorąc pod uwagę złożony charakter struktury powiązań, które decydują o atrakcyjności inwestycyjnej, pewne czynniki mogą zostać niedostatecznie wyeksponowane lub uznane za nieistotne z uwagi na pozorny brak związku z rozwojem danego sektora. W związku z powyższym, rozwinięciem analizy SWOT – stanowiącej przykład podejścia syntetycznego, będą kolejne paragrafy niniejszego rozdziału, które wskażą zdefiniowane branże o charakterze kluczowym i potencjalnie kluczowym dla AO. W tym sensie ważne jest, aby niniejszą analizę SWOT rozpatrywać na tle diagnozy społeczno-gospodarczej Aglomeracji Opolskiej oraz i w ścisłym powiązaniu z „Regionalną Strategią Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020”.

## Gospodarka Aglomeracji Opolskiej

Mocne Strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"><li>– Dogodne położenie w układzie komunikacyjnym zewnętrznym (0,08)</li><li>– Wysoka dostępność do infrastruktury społecznej (0,08)</li><li>– Zróżnicowana struktura gospodarki, w tym sektora produkcyjnego, rozwinięte formy współpracy przedsiębiorstw w formie klastrów budownictwa, przetwórstwa drzewnego, informatyki, turystyki (0,07)</li><li>– Dobra kondycja mikro i małych przedsiębiorstw (0,06)</li><li>– Dostępność terenów inwestycyjnych (0,06)</li><li>– Zasoby dla rozwoju gałęzi przemysłu spożywczego, wapienniczego i cementowego (0,06)</li><li>– Wysoko towarowe rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze (0,06)</li><li>– Dostęp do wykwalifikowanych zasobów ludzkich, pracownicy z doświadczeniem</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Niewystarczający system infrastruktury technicznej (0,10)</li><li>– Niezadowalający stan techniczny części dróg na terenie AO i niska drożność układu komunikacyjnego (0,09)</li><li>– Niedostosowana oferta kształcenia na poziomie średnim i wyższym do potrzeb rynku pracy (0,08)</li><li>– Niskie budżety gmin partnerów AO - niski potencjał finansowy AO (0,07)</li><li>– Niewystarczająca współpraca sektora B+R z podmiotami gospodarczymi (0,06)</li><li>– Zły stan części obiektów zabytkowych o potwierdzonej wartości architektonicznej i historycznej (0,06)</li><li>– Niedostateczna liczba miejsc pracy dla wykwalifikowanych kadr (0,05)</li><li>– Niekompletny system dróg pieszo-rowerowych w Opolu i na całym obszarze AO (0,05)</li></ul>



Mocne Strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>międzynarodowym, znajomość języków obcych (0,05)</li> <li>– Dobrze rozwinięty sektor usług (0,05)</li> <li>– Silne powiązania funkcjonalne pomiędzy partnerami (0,04)</li> <li>– Bezpieczeństwo energetyczne, bliskość dostawców mediów (0,04)</li> <li>– Bogate i oryginalne dziedzictwo kulturowe, wielokulturowe społeczeństwo AO (0,04)</li> <li>– Duże firmy o uznanej marce działające na terenie Aglomeracji Opolskiej (0,03)</li> <li>– Bliskość portów lotniczych (0,03)</li> <li>– Duże walory przyrodnicze i krajobrazowe Aglomeracji Opolskiej (0,03)</li> <li>– Przewaga pozytywnych i neutralnych skojarzeń z terenem AO, uznana marka festiwalu piosenki w Opolu (0,03)</li> <li>– Wspólne cele rozwojowe i jasno określone dziedziny współpracy, działania ponad podziałami administracyjnymi na rzecz zrównoważonego rozwoju, dobra znajomość zagadnień rozwoju lokalnego, wyzwań i barier rozwojowych (0,02)</li> <li>– Wysoki poziom bezpieczeństwa publicznego (0,02)</li> <li>– Aktywne organizacje pozarządowe działające na rzecz rozwoju kultury, sportu, pomocy osobom niepełnosprawnym i znajdującym się w trudnej sytuacji materialnej (0,02)</li> <li>– Różnorodna baza sportowo-rekreacyjna (0,02)</li> <li>– Współpraca szkół i uczelni na poziomie międzynarodowym (0,02)</li> <li>– Aktywna współpraca z miastami partnerskimi (0,02)</li> <li>– Zamiłowanie do porządku, gospodarność (0,02)</li> <li>– Dobry stan wód podziemnych na terenie AO (0,02)</li> <li>– Intensywna gospodarka rybacka (0,02)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dysproporcje w rozwoju sektora MSP na terenie całej AO (0,04)</li> <li>– Znikoma liczba przedsiębiorstw z branż nowoczesnych technologii (0,04)</li> <li>– Ograniczony dostęp do szerokopasmowej sieci internetowej w części AO (0,04)</li> <li>– Słabo rozwinięty system usług opiekuńczych dla seniorów (0,04)</li> <li>– Niska aktywność obywatelska społeczeństwa</li> <li>– Niezadawalająca jakość wód powierzchniowych (w tym Odry, Jez. Turawskiego) (0,04)</li> <li>– Niedoskonały system zarządzania w sytuacji wystąpienia zagrożeń dla środowiska naturalnego np. powódzie, huragany i trąby powietrzne, zdarzenia chemiczne; niewystarczające zabezpieczenie techniczne przed powodzią, (0,04)</li> <li>– Brak wyspecjalizowanej powierzchni biurowej klasy A (0,03)</li> <li>– Niezadawalający stan jakości powietrza i klimatu akustycznego w większych ośrodkach miejskich AO (0,03)</li> <li>– Niski udział OZE (przewaga tradycyjnego sposobu pozyskiwania energii) (0,03)</li> <li>– Niewystarczające zasoby mieszkań komunalnych i socjalnych (zły stan i za niska liczba) (0,03)</li> <li>– Ograniczona żeglowność Odry (0,03)</li> <li>– Brak wspólnej oferty inwestycyjnej AO i zintegrowanego systemu obsługi inwestora (0,02)</li> </ul>

Źródło: Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020

W ramach analizy SWOT standardową procedurą jest także ocena szans i zagrożeń zewnętrznych mogących oddziaływać na efektywność działań podejmowanych przez daną organizację. W tabeli poniżej wskazano czynniki, które występują (lub mogą potencjalnie wystąpić) niezależnie od aktywności samorządów skupionych w Aglomeracji Opolskiej, lecz stanowią jednocześnie konkretne uwarunkowania, w obrębie których samorząd będzie realizował swoje założenia rozwoju. Analiza szans i zagrożeń stanowi zatem w pewnym sensie analizę ryzyka zaprojektowanego planu strategicznego zaprezentowanego w dalszej części opracowania i w szczególności zakresu interwencji samorządów Aglomeracji.

Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zewnętrzne środki pomocowe wspierające rozwój obszarów funkcjonalnych miast wojewódzkich (0,18)</li> <li>– Rozwijająca się współpraca z SSE (0,15)</li> <li>– Wzrost znaczenia polityki miejskiej - nowe instrumenty wspierające rozwój miejskich obszarów funkcjonalnych (0,13)</li> <li>– Wyznaczone pasma rozwojowe (pasma drogi nr 46, pasmo rzeki Odry) (0,13)</li> <li>– Wdrożenie Programu Specjalnej Strefy Demograficznej (0,13)</li> <li>– Polityka Unii Europejskiej i kraju związana z rozwojem inteligentnych specjalizacji i klastrów (0,11)</li> <li>– Rozbudowa Elektrowni „Opole” - nowe miejsca pracy, powstanie infrastruktury prorozwojowej (0,10)</li> <li>– Priorytetowe traktowanie AO jako ośrodka wzrostu w skali całego regionu (zapis w Strategii rozwoju województwa opolskiego do 2020 roku zakładający rozwój konkurencyjnej Aglomeracji Opolskiej) (0,09)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Niekorzystne tendencje demograficzne (0,20)</li> <li>– Odływ wykwalifikowanej kadry do innych ośrodków miejskich („drenaż mózgów”) (0,15)</li> <li>– Słaba koniunktura na rynkach światowych związana ze skutkami kryzysu gospodarczego (0,12)</li> <li>– Wprowadzenie regulacji UE dot. emisji CO<sup>2</sup>, skutkujące wzrostem kosztów produkcji przemysłu energochłonnego, w tym cementowego i wapienniczego (0,11)</li> <li>– Wzrastające obciążenie ruchem komunikacyjnym (0,10)</li> <li>– Zagrożenie występowaniem zjawisk ekstremalnych (0,08)</li> <li>– Zmniejszająca się liczba połączeń kolejowych i autobusowych (0,07)</li> <li>– Niekorzystny wpływ pogarszającego się stanu środowiska na jakość życia społeczeństwa (0,07)</li> <li>– Przeniesienie na szczebel centralny decyzji o przyznawaniu środków unijnych na badania, rozwój i inwestycje uczelni wyższych (0,06)</li> <li>– Kadencyjność władz samorządowych (0,04)</li> </ul>

Źródło: Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020

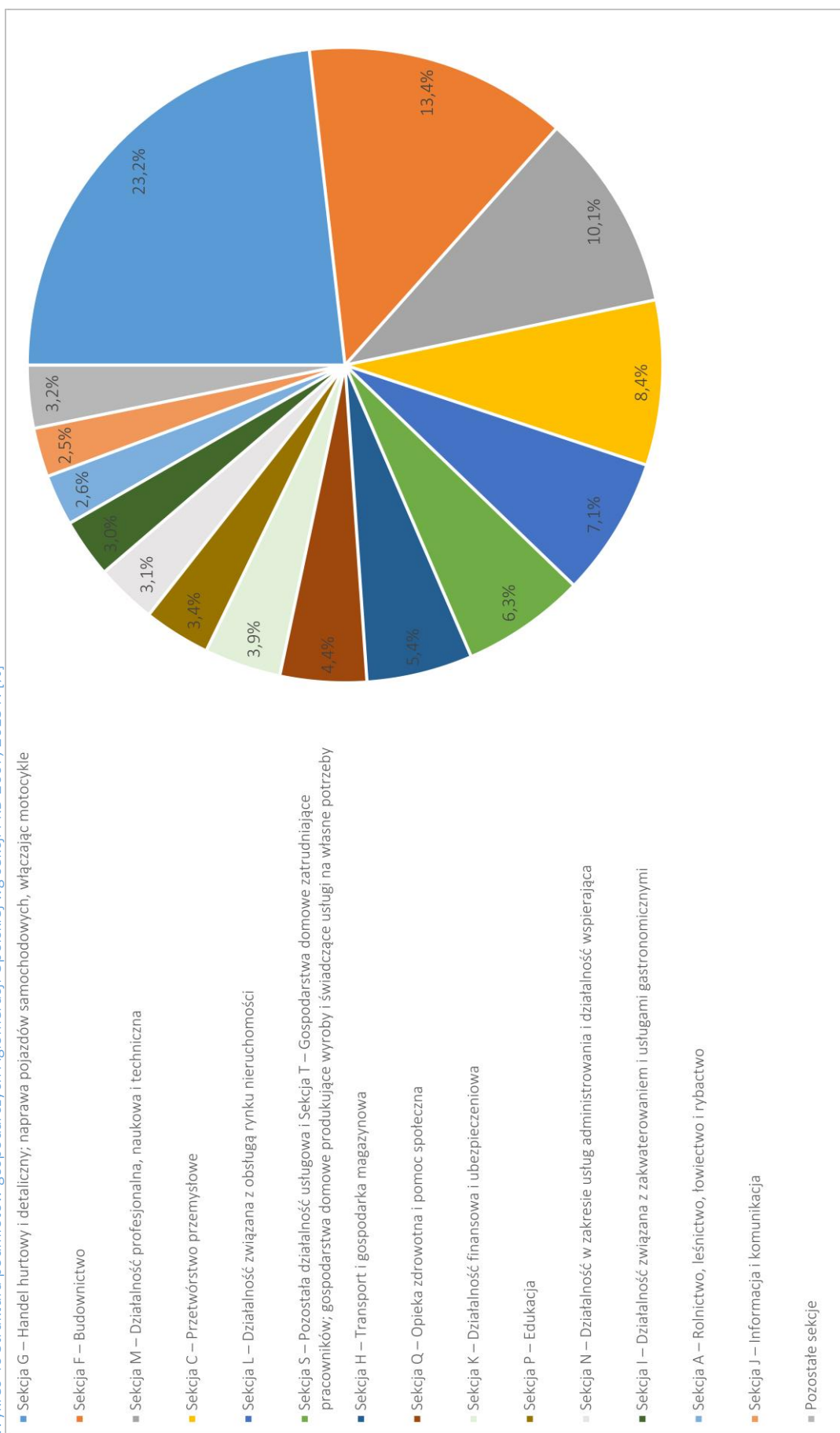
## 2.2 Określenie silnych stron – branż wiodących w rozwoju gospodarczym Aglomeracji Opolskiej

Określenie silnych stron Aglomeracji Opolskiej definiowanych w kontekście konkretnych, wyszczególnionych branż została przeprowadzona w oparciu o dwa kryteria. Pierwszym z nich jest aspekt ilościowy polegający na zaprezentowaniu struktury regionalnej gospodarki poprzez udział podmiotów gospodarczych w poszczególnych sekcjach PKD 2007 oraz działach zdefiniowanych jako kluczowe. Silne strony regionalnej gospodarki to głównie zasoby i efektywność ekonomiczna podmiotów rzeczywiście funkcjonujących na rynku w obrębie granic administracyjnych AO. Drugim zastosowanym kryterium jest aspekt jakościowy, polegający na wskazaniu konkretnych branż na podstawie informacji uzyskanych od instytucji okołobiznesowych (szczegółowe omówienie zagadnienia znajduje się w rozdziale 2.3) oraz zestawienia firm prowadzących działalność w AO i zrzeszonych w Klubie 150.

Analiza struktury regionalnej gospodarki, przeprowadzona w oparciu o liczbę podmiotów gospodarczych funkcjonujących w poszczególnych sekcjach PKD, cechuje się wiodącą rolą handlu (zjawisko to ma charakter standardowy i powszechny, w związku z czym należy zwrócić szczególną uwagę na pozostałe branże cechujące się wyższym stopniem specjalizacji i sprofilowania). W perspektywie budowania potencjału innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej, należy poddać analizie obszary o dużym znaczeniu dla rozwoju regionu, stanowiące jego przewagi konkurencyjne lub cechujące się elementami wpływającymi na proces tworzenia inteligentnych specjalizacji. Zgodnie z poniższym wykresem szczególnie istotnymi obszarami na terenie AO jest budownictwo (sekcja F), przetwórstwo przemysłowe (sekcja C) oraz szeroko rozumiana działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (sekcja M). Wskazane

tematycznie sekcje zostaną poddane szerszej analizie na wyższym stopniu szczegółowości. Należy podkreślić, iż siła regionalnej gospodarki, poddawana analizie w niniejszym opracowaniu, bezpośrednio odnosi się do kwestii związanych z jej innowacyjnością oraz możliwością kooperacji w zakresie prac badawczo-rozwojowych. Branże dominujące w gospodarce AO stanowią aktualnie jej koło zamachowe warunkując rzeczywisty poziom rozwoju obszaru.

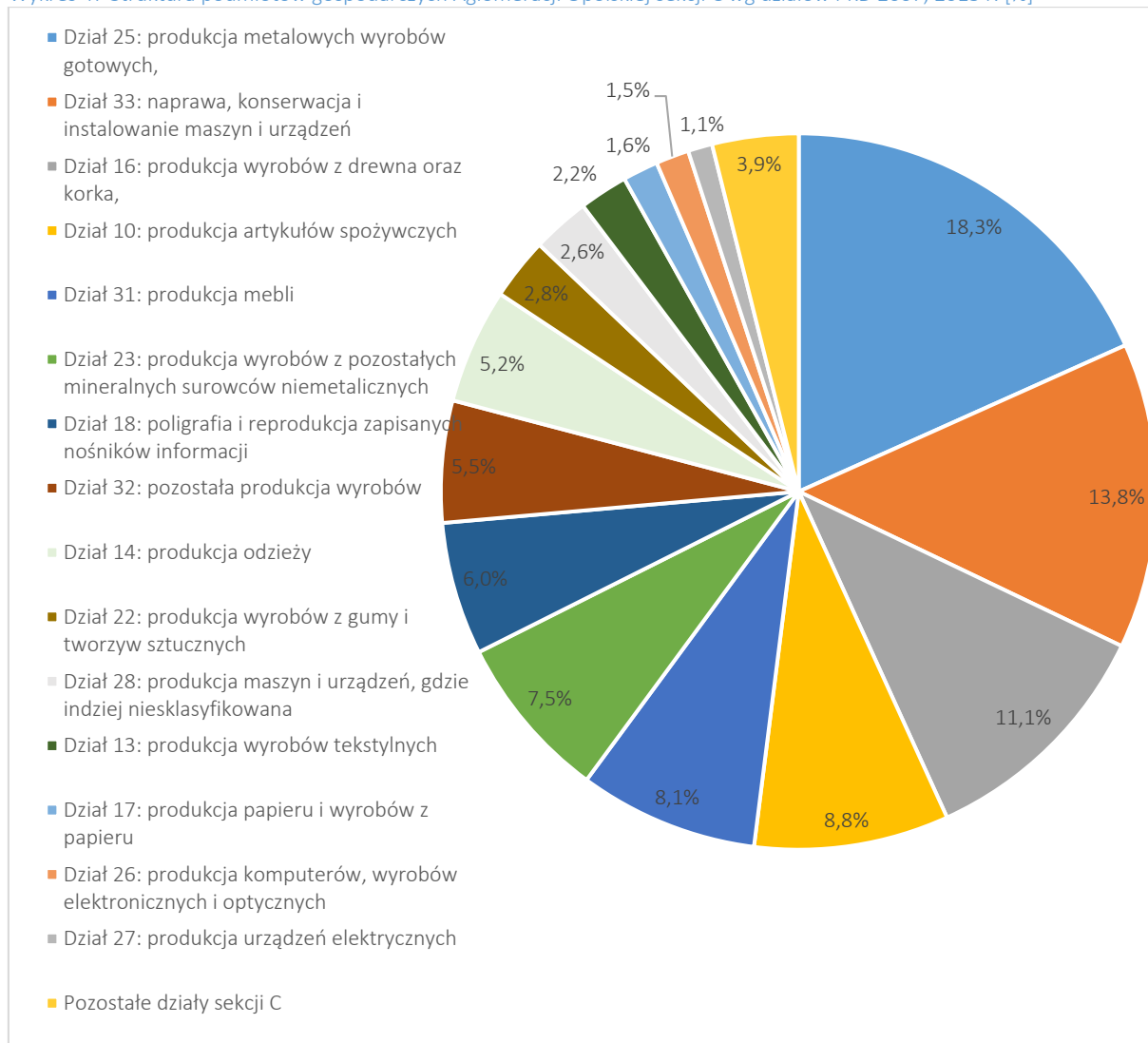
Wykres 46 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej wg sekcji PKD 2007, 2013 r. [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Przetwórstwo przemysłowe w AO to głównie działania związane z obróbką metalu i obszarem przemysłu maszynowego i elektromaszynowego. Uwarunkowania i zasoby naturalne AO, umożliwiają również rozwój przemysłu drzewnego, który wraz z branżą meblarską stanowią silną gałąź sektora przetwórczego – blisko 20% udział w sekcji C.

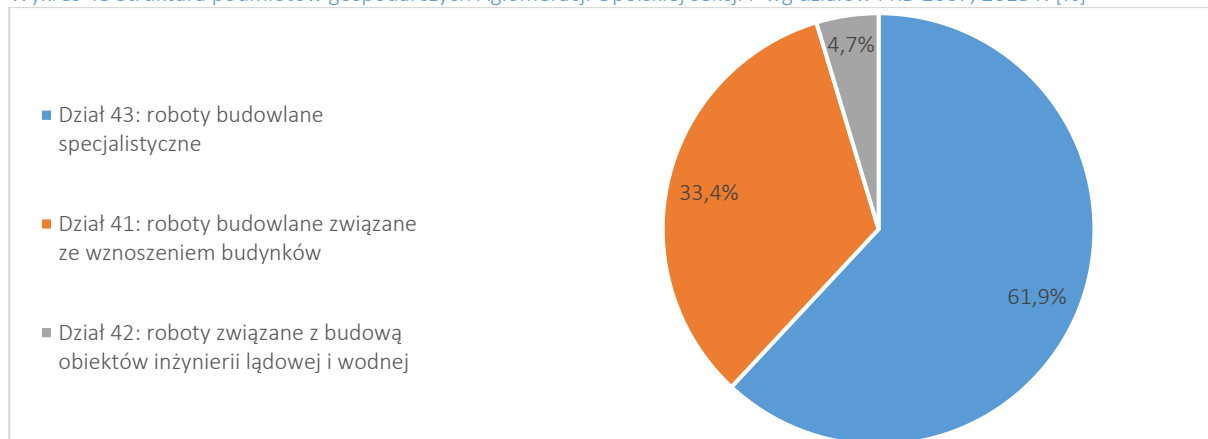
Wykres 47 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej sekcji C wg działów PKD 2007, 2013 r. [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Budownictwo to branża z ugruntowaną pozycją w AO, jej często specjalistyczny charakter jest wynikiem kooperacji i wdrażania rozwiązań innowacyjnych, co wpływa na dominację robót o charakterze specjalistycznym. Dodatkowo należy podkreślić, iż wysoki odsetek podmiotów zajmujących się robotami budowlanymi to efekt dużego miasta tj. wysoki zidentyfikowany popyt na usługi budowlane czy remontowe w Opolu. Przede wszystkim budownictwo jako branżę funkcjonującą na terenie Aglomeracji Opolskiej należy rozpatrywać przez pryzmat produkcji materiałów budowlanych. Przykładem inwestycji oddziałującej na całą branżę jest budowa bloków energetycznych nr 5 i 6 w PGE GiEK SA Oddział Elektrownia Opole.

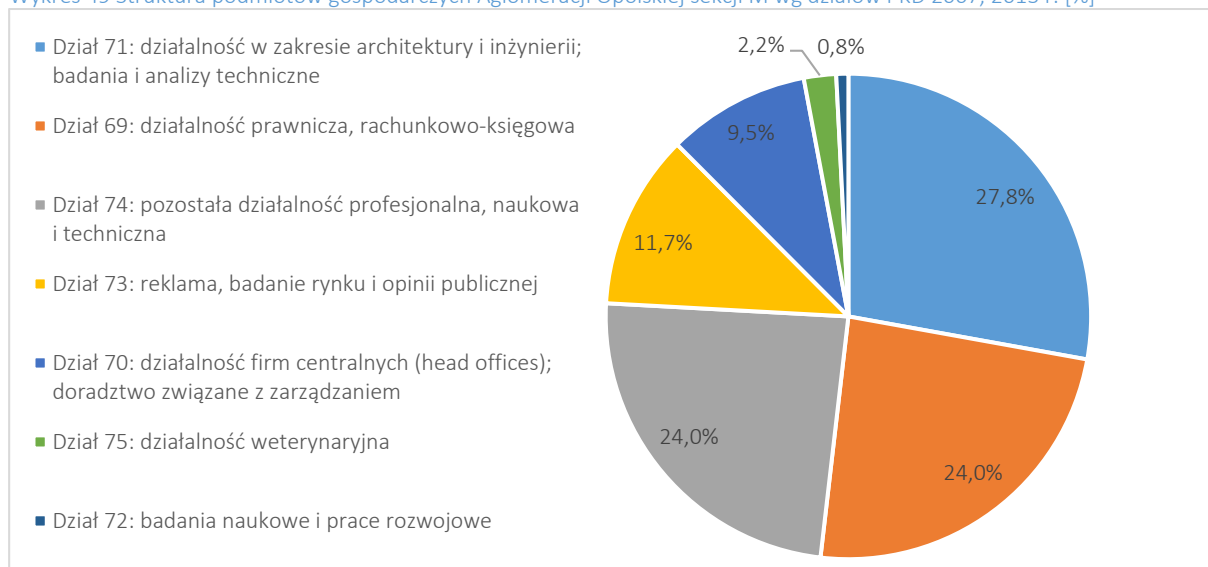
Wykres 48 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej sekcji F wg działów PKD 2007, 2013 r. [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Struktura podmiotów w sekcji M cechuje się równomiernym rozkładem. Niemniej działalność opierająca się bezpośrednio o badania i rozwój stanowi niespełna jeden procent. Znajduje to bezpośrednie przełożenie na niedostateczną innowacyjność regionu. Silną pozycję w obrębie sekcji M posiada działalność związana z architekturą i inżynierią oraz doradztwo, badania i analizy techniczne. To zjawisko wynika z metropolitalnego charakteru miasta Opola oraz z prowadzeniem licznych przedsięwzięć inwestycyjnych, również w ramach środków pozyskiwanych z Funduszy Strukturalnych Unii Europejskiej. Wyspecjalizowana i rozwinięta działalność prawnicza i księgową to zaplecze dla sektora mikro i małych przedsiębiorstw zajmujących się działalnością handlową i produkcyjną. Wysoka liczba podmiotów w tym dziale to również wynik wchodzenia na rynek pracy absolwentów regionalnych szkół wyższych posiadających możliwość wykonywania „wolnego zawodu”. Dział 70 jest kluczowy z perspektywy wykorzystywania absolwentów kończących regionalne wyższe szkoły. Głównymi podmiotami tworzącymi tę grupę są korporacje zajmujące się świadczeniem wyspecjalizowanych usług księgowych, prawnych i doradczych. Skuteczne przyciąganie inwestorów w omawianej kategorii umożliwi efektywny rozwój sektora BSS zajmującego się tworzeniem centrów usług wspólnych dla biznesu.

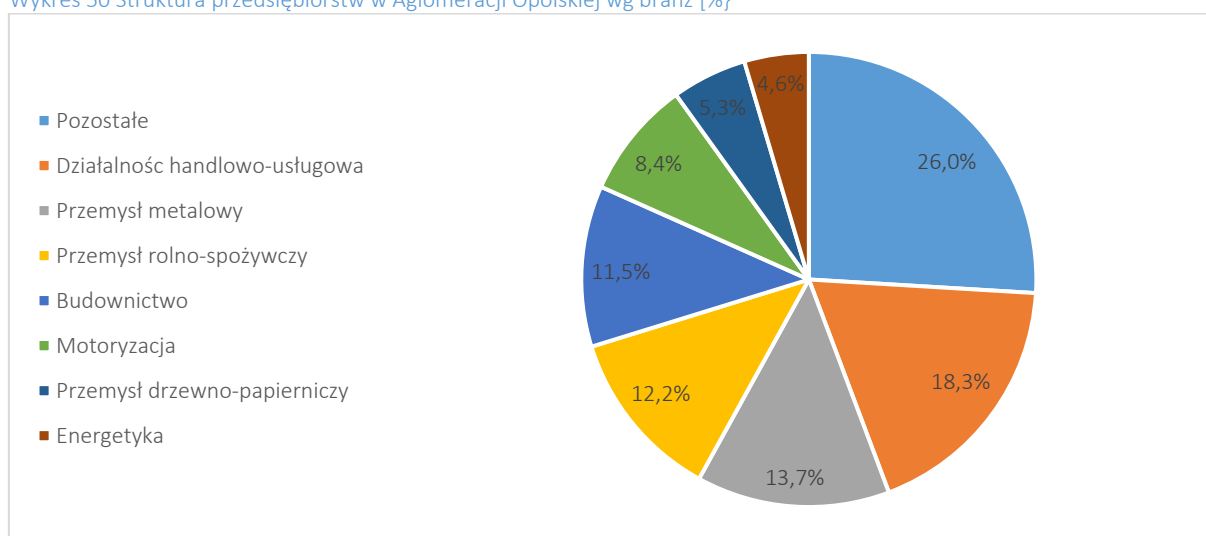
Wykres 49 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej sekcji M wg działów PKD 2007, 2013 r. [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Powyższe dane ogniskują się wokół zagadnień ilościowych, analiza jakościowa pozwala na przedstawienie dominujących branż cechujących się adekwatnymi zasobami i potencjałem umożliwiającym konsekwentny i trwały wzrost. Klub 150 to organizacja zrzeszająca najbardziej innowacyjnych i wpływowych firm w całym województwie opolskim. Mając na uwadze rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej w oparciu o rozwiązania innowacyjne, rozwój sektora B+R oraz inteligentne specjalizacje, skorzystano z bazy firm skupionych w Klubie 150. Na potrzeby zdefiniowania branż o charakterze wiodącym i dominującym wydzielono firmy z terenu AO i poddano je segmentacji branżowej. Tak jak w przypadku analizy ilościowej istotną rolę posiada działalność handlowo-usługowa, niemniej ze względu na jej niski potencjał wzrostu, związany m.in. z jej charakterem oraz ograniczoną chłonnością rynku AO (depopulacja obszaru), skupiono się na pozostałych branżach.

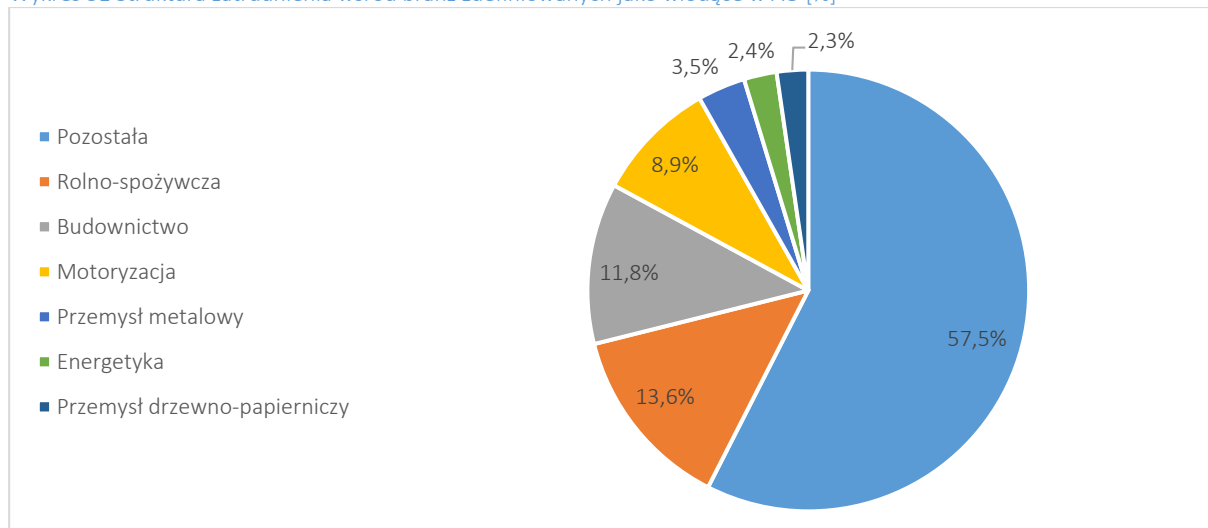
Wykres 50 Struktura przedsiębiorstw w Aglomeracji Opolskiej wg branż [%]



Źródło: opracowanie własne

Wyselekcjonowane sześć branż (poza kategorią pozostałe oraz działalność handlowo-usługowa) skupia ponad połowę przedsiębiorstw zrzeszonych w Klubie 150, co wskazuje na rzeczywistą dominację tych segmentów i ich wpływ na aktualny rozwój społeczno-gospodarczy Aglomeracji Opolskiej. Wyznaczenie branż wiodących koresponduje również z informacjami uzyskanymi w trakcie prowadzenia prac diagnostycznych. Wyselekcjonowane branże wiodące na terenie Aglomeracji Opolskiej to te, które są najliczniej reprezentowane w regionalnej strukturze gospodarki, co zostało zilustrowane na powyższym wykresie. Z drugiej strony, siła wskazanych branż to również liczba zatrudnionych w nich mieszkańców AO. 42,5% respondentów pracujących w Aglomeracji to osoby zatrudnione we wskazanych branżach wiodących. Potwierdza to ich dominującą rolę na regionalnym rynku pracy, podkreśla oddziaływanie na otoczenie społeczno-gospodarcze i wskazuje na tworzenie sieci powiązań z kooperantami i dostawcami z branż pokrewnych.

Wykres 51 Struktura zatrudnienia wśród branż zdefiniowanych jako wiodące w AO [%]



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI, n=785

Przemysł metalowy związany z metalurgią i przetwarzaniem metalu posiada w Aglomeracji Opolskiej długoletnie tradycje i aktualnie odzyskuje dawne znaczenie. Jednocześnie jego potencjał i produkcja stale rośnie. Dodatkowo w dokumentach planistycznych województwa opolskiego, w trakcie procesu identyfikowania inteligentnych specjalizacji wyszczególniono grupy technologii, produktów i procesów w ramach obszaru rozwoju przemysłu metalowego takie jak: technologie układów napędowych, technologie projektowania i wytwarzania maszyn i urządzeń oraz technologie metali. Wskazane rozwiązania technologiczne mają determinujący wpływ na rozwój branży metalowej. Wśród przedsiębiorstw w branży jako przykładowe warto wskazać: Apc Presmet Sp. z o.o., ARO TUBI COMPONENTS POLAND Sp. z o.o., Brokelmann Polska sp. z o.o., Konstrukcje Stalowe KTR GROUP Sp. z o.o., Huta Małapanew Sp. z o.o., Zakład Technologii Wysokoenergetycznych "EXPLOMET" S.J. Z. SZULC, A. GAŁKA, czy też Heerema Fabrication Group (HFG).

Przemysł rolno-spożywczy korzysta z uwarunkowań naturalnych Aglomeracji Opolskiej, które umożliwiają rozwój rolnictwa. Konsekwentne wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych w perspektywie realizacji Programu pozwoli na dalsze umocnienie branży. Obszar przetwórstwa rolno-spożywczego to głównie: przemysł spożywczy (produkcja i przetwórstwo żywności) oraz rolnictwo i obsługa rolnictwa. Wśród najważniejszych technologii wpływających na definiowanie branży jako inteligentnej specjalizacji należy podkreślić technologie produkcji roślinnej oraz technologie przetwarzania mleka. Wśród przedsiębiorstw w branży jako przykładowe warto wskazać: Zott Polska Sp. z o.o., Animex Foods Sp. z o.o., Danone Sp. z o.o., Ter Beke, The Pasta Food Company czy też APC-BACK EUROP POLSKA Sp. z o.o.

Budownictwo (wraz z przemysłem mineralnym i usługami budowlanymi) to kluczowa spośród branż dominujących na terenie Aglomeracji Opolskiej. W jej bezpośrednim zakresie działalności należy wyszczególnić: przemysł materiałów budowlanych i produkcja na rzecz budownictwa, przemysł meblarski i wyposażenia wnętrz, produkcję okien i drzwi oraz żaluzji i rolet, przemysł szklarski, budowę konstrukcji stalowych oraz usługi budowlane. Wśród technologii wpływających na definiowanie branży w kontekście inteligentnych specjalizacji należy podkreślić technologie budownictwa niskoenergetycznego oraz technologie cementu i betonu. Szeroko definiowane budownictwo to branża



stanowiąca regionalną inteligentną specjalizację. Wśród przedsiębiorstw w branży jako przykładowe warto wskazać: Multiserwis sp. z o.o., ODNOWA Sp. z o.o., Schiedel Sp. z o.o., Stegu sp. z o.o., Śląskie kruszywa naturalne Sp. z o.o.

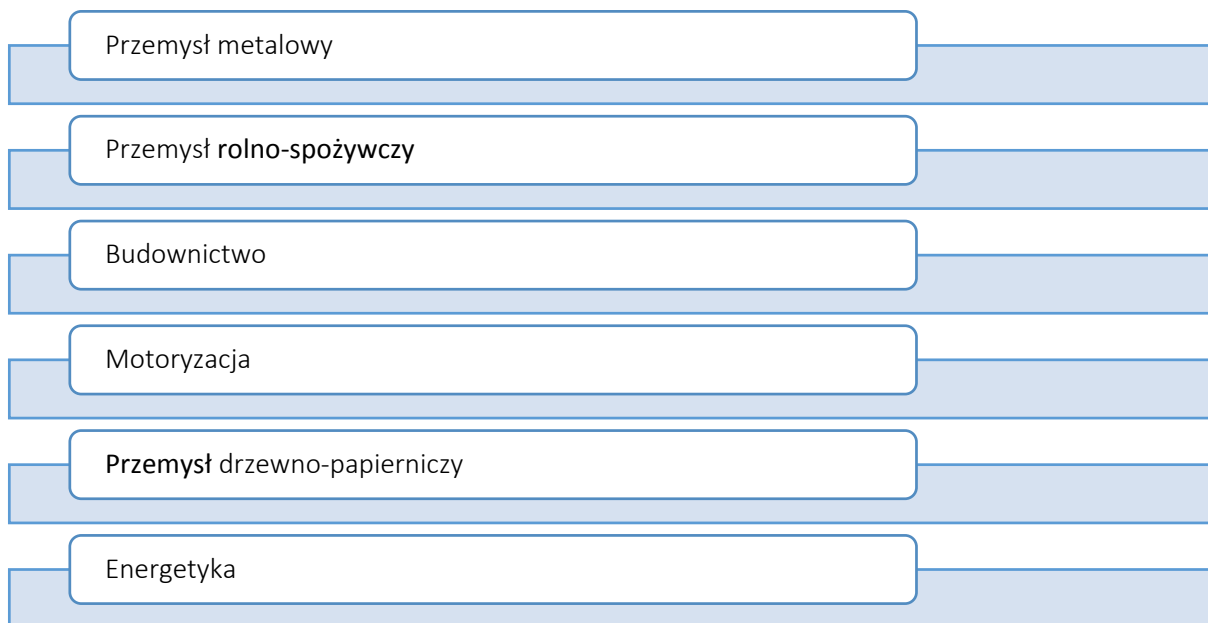
Przemysł motoryzacyjny nie jest definiowany jako inteligentna specjalizacja w świetle regionalnych dokumentów planistycznych. Niemniej diagnoza struktury regionalnej gospodarki wprost wskazuje na istotną pozycję sektora automotive. Potwierdza to również „Analiza w zakresie przyciągania bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Województwa Opolskiego z branży motoryzacyjnej” – przygotowana na zlecenie opolskiego COIE oraz Opolskiego Centrum Rozwoju Gospodarki w 2011 roku. Motoryzacja pełni rolę wiodącą w strukturze gospodarki AO, jednocześnie należy ją konsekwentnie wzmacniać. Specyfika branży wpływa na upowszechnianie rozwiązań o charakterze badawczo-rozwojowym korzystających z innowacji produktowych, procesowych i organizacyjnych czego beneficjentem jest cały teren AO, jako obszar bezpośredniego oddziaływania. Dodatkowo rozwój i lokowanie silnych firm motoryzacyjnych wpływa na powstawanie sieci przedsiębiorstw w charakterze kooperantów i poddostawców. Wśród przedsiębiorstw w branży jako przykładowe warto wskazać: COROPLAST Sp. z o.o., GNIOTPOL sp. z o.o., TOWER AUTOMOTIVE POLSKA sp. z o.o., Polaris Poland Sp. z o.o., czy też HART sp. z o.o.

Przemysł drzewno-papierniczy wraz z usługami meblarskimi jest definiowany jako inteligentna specjalizacja województwa opolskiego i koncentruje się głównie w obrębie AO, bazując na dostępności surowców, tradycji oraz rozwijaniu technologii obróbki drewna. Zakres tak definiowanej branży ogniskuje się wokół ściśle rozumianego przemysłu drzewnego oraz przemysłu papierniczego i opakowań. Wśród przedsiębiorstw w branży jako przykładowe warto wskazać: Metsä Tissue Krapkowice, Stora Enso Timber Sp. z o.o. czy też Odra sp. z o. o.

Branża energetyczna jest bezpośrednio związana z przemysłem energetycznym oraz zagadnieniami związanymi z „zieloną” energią i ochroną środowiska. Kluczowy w kontekście zdefiniowania energetyki jako inteligentnej specjalizacji jest rozwój technologii wytwarzania paliw, technologii silników oraz technologii wysokich napięć. Silna pozycja branży w strukturze regionalnej gospodarki stanowi również szansę rozwojową związaną z rozwojem odnawialnych źródeł energii, wskazywanych jako jeden z priorytetów Unii Europejskiej w perspektywie roku 2020. Wśród przedsiębiorstw w branży jako przykładowe warto wskazać m. in.: PGE Górnictwo i Energetyka Konwencjonalna SA Oddział Elektrownia Opole oraz REMAK-ROZRUCH S.A.

Wskazanych sześć branż ma charakter wiodący w regionie i ich dominująca pozycja jest potwierdzona zarówno liczbą funkcjonujących w ich zakresie podmiotów gospodarczych oraz badaniami jakościowymi. Dodatkowo 5 z sześciu branż ma charakter inteligentnych specjalizacji definiowanych w „Strategii Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020 r.”, co potwierdza funkcjonowanie niezbędnych rozwiązań technologicznych umożliwiających konsekwentny i trwały rozwój w perspektywie długoterminowej.

Grafika 1 Kluczowe branże w strukturze gospodarki Aglomeracji Opolskiej

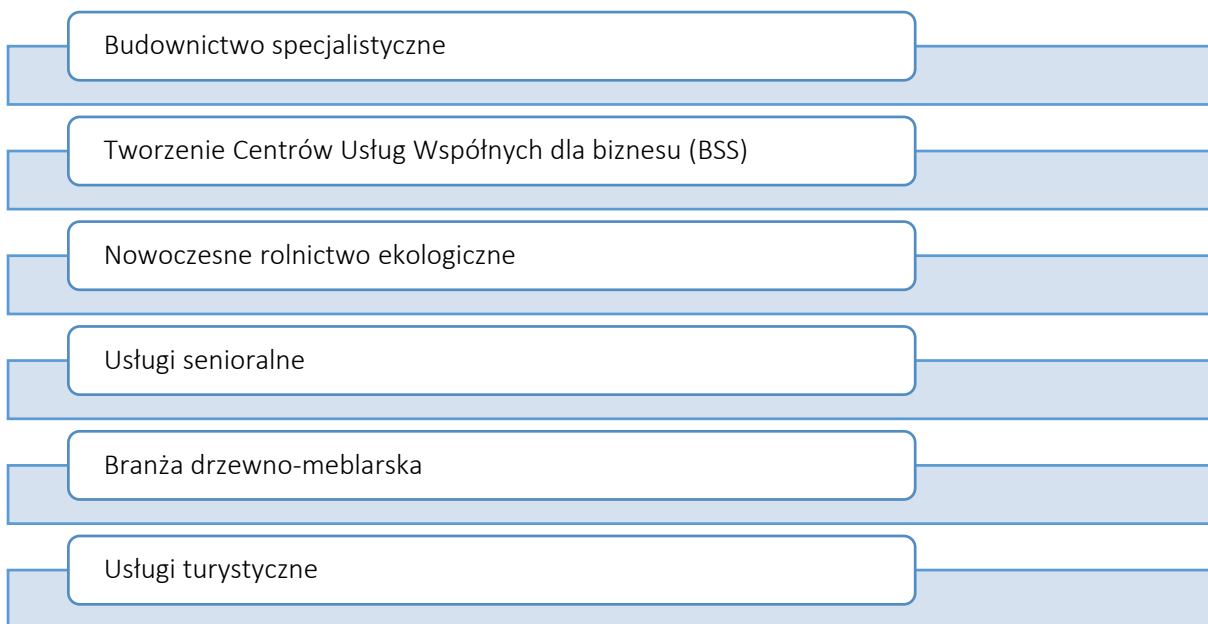


*Źródło: opracowanie własne*

### 2.3 Zidentyfikowanie szans – potencjalnych branż rozwojowych dla gospodarki Aglomeracji Opolskiej

Szanse rozwojowe Aglomeracji Opolskiej wynikają głównie z synergii zidentyfikowanych silnych stron regionu oraz czynników o charakterze zewnętrznym. Podstawową szansą rozwojową jest dostępność zewnętrznych środków pomocowych wspierających rozwój obszarów funkcjonalnych miast wojewódzkich. Metropolitalny charakter Opola oraz zwarta struktura jego obszaru funkcjonalnego, gmin tworzących tzw. pierścień funkcjonalny, umożliwia efektywne wykorzystanie zasobów zidentyfikowanych na terenie AO. Na potrzeby niniejszej analizy szanse Aglomeracji zostały bezpośrednio powiązane z branżami aspirującymi potencjalnie kluczowymi w perspektywie długoterminowej. Kluczowe determinanty wpływające na wybór i wskazanie branż dotychczas nieobecnych lub słabo rozwiniętych to zasoby ludzkie (powiązane z poziomem i rozwojem edukacji i zagadnieniami demograficznymi) oraz zasoby instytucjonalne i organizacyjne. Wśród branż o najwyższym potencjale wzrostu należy podkreślić rolę tych zilustrowanych na poniższej grafice.

Grafika 2 Potencjalnie kluczowe branże w strukturze gospodarki Aglomeracji Opolskiej



Źródło: opracowanie własne

Budownictwo specjalistyczne w kontekście branż potencjalnie wiodących jawi się jako branża o wysokich możliwościach wzrostu. Głównymi zasobami AO jest rozwinięte budownictwo w klasycznej formie. Nowoczesne budownictwo specjalistyczne charakteryzuje się wykorzystaniem najnowszych rozwiązań technologicznych, cechujących się wdrażaniem innowacji, również o charakterze ekologicznym. Przykładami specjalizacji w ramach omawianej branży jest m. in. budownictwo modułowe. Wydaje się, iż potencjał technologiczny, doświadczona kadra pracownicza oraz funkcjonowanie Politechniki Opolskiej stanowią rzeczywisty potencjał umożliwiający rozwój branży. Istotne w tym kontekście jest tworzenie warunków do rozwoju na wszystkich etapach począwszy od produkcji elementów na montażu i wykończeniu kończąc. Również warto zwrócić uwagę na korzystanie z rozwiązań przyjaznych środowisku, takich jak budowa tzw. domów pasywnych ukierunkowanych na korzystanie z odnawialnych źródeł energii oraz technologii innowacyjnych i energooszczędnych. Rozwój szeroko definiowanego budownictwa specjalistycznego to szansa dla producentów materiałów budowlanych (przede wszystkim wysokiej jakości), jak również sektora usług budowlanych czy też bezpośrednio z nim kooperującej branży energetycznej. Aktualnie funkcjonujący przemysł i usługi budowlane na terenie Aglomeracji Opolskiej mogą zostać uzupełnione o „gałąź” innowacyjną, kooperującą z sektorem badawczo-rozwojowym. Dodatkowo w kontekście mocnego akcentowania kwestii ochrony bioróżnorodności, zapobiegania dewastacji środowiska naturalnego oraz swoistej mody na zielone i przyjazne środowisku inwestycje, budownictwo specjalistyczne to szansa na zdynamizowanie rozwoju tradycyjnego budownictwa.

Branża BSS jawi się jako potencjalnie kluczowa w strukturze regionalnej gospodarki. Misję nowoczesnych usług biznesowych dedykowaną Aglomeracji można zdefiniować „od wschodzącej gwiazdy do globalnej marki BSS”. Ze względu na ograniczoną absorpcję wiodących ośrodków outsourcingu w kraju (Wrocław, Katowice, Kraków), Opole ma szansę stać się silnym ośrodkiem dla branży. Z racji specyfiki BSS rozwija się tylko w dużych miastach o cechach metropolitalnych charakteryzujących się dobrym skomunikowaniem, dostępnością powierzchni biurowej, zapleczem

akademickim oraz wykwalifikowanymi absolwentami posługującymi się językami obcymi. Opole jest uznawane za jedną z dziesięciu wschodzących gwiazd outsourcingu w Polsce, według rankingu firmy Colliers International. Aktualnie w stolicy AO prowadzi działalność m.in. Capgemini, CCIG, Optadata, Future Processing oraz PZU – zatrudniając blisko tysiąc osób. Rozwój sektora może znacząco wpłynąć na poziom bezrobocia wśród osób do 30 roku życia oraz absolwentów z terenu całej Aglomeracji. Wysoka jakość miejsc pracy może również wpłynąć na ograniczenie migracji mieszkańców, a stabilność zatrudnienia dodatkowo jest jednym ze stymulantów przyrostu naturalnego. Sektor został również zdefiniowany jako istotny w perspektywie rozwoju społeczno-gospodarczego Opola przez Miasto Opole, czego dowodem jest cyklicznie organizowana konferencja „Zielone światło dla BPO/ITO. Perspektywy rozwoju sektora usług biznesowych w Opolu”. Wyzwaniem dla rozwoju branży w Aglomeracji Opolskiej jest zwiększanie dostępności do nieruchomości biurowych dostosowanych do potrzeb sektora outsourcingu.

Nowoczesne rolnictwo ekologiczne ze względu na ukształtowanie terenu, zasoby środowiskowe oraz tradycję funkcjonującej na terenie AO branży rolno-spożywczej, zostało zdefiniowane jako branża o wysokim potencjale wzrostu. Szanse rozwoju nowoczesnego rolnictwa ekologicznego należy upatrywać głównie w kontekście dynamicznego wzrostu popytu na żywność ekologiczną, bliskości rynków zbytu, w tym dużego i chłonnego w tym zakresie rynku niemieckiego (w tym kontekście istotne jest nie tylko produkcja ale również przetwarzanie żywności – co stanowi istotny potencjał rozwojowy w ramach rozwijania i budowania inteligentnych specjalizacji). Postępująca moda na zdrowe odżywianie i zdrowy tryb życia ma charakter trwałego trendu, co bezpośrednio umożliwi wykorzystanie istniejącej luki rynkowej poprzez ukierunkowanie części produkcji rolnej na wytwarzanie produktów ekologicznych. Potencjałem dla AO są również już istniejące (zarejestrowane na Liście Produktów Tradycyjnych MRiRW) produkty tradycyjne i regionalne. Ich skuteczna komercjalizacja wpłynie na wzrost popytu, na który powinien odpowiadać regionalny sektor rolnictwa. Jednocześnie ze względu na relatywnie dużą liczbę terenów wiejskich na terenie Aglomeracji Opolskiej, zdefiniowana branża stanowi szansę na zdynamizowanie jej rozwoju i minimalizowanie zapóźnień gospodarczych i cywilizacyjnych. Należy podkreślić, że rozwój rolnictwa ekologicznego nie wiąże się z petryfikacją ekstensywnych form prowadzenia gospodarki rolnej, w dzisiejszych czasach rolnictwo ekologiczne jest równoznaczne z implementacją nowoczesnych rozwiązań.

Usługi senioralne/gospodarka senioralna definiowana jako szeroko pojęty system ekonomiczny ukierunkowany na wykorzystanie potencjału osób starszych i uwzględniający ich potrzeby, poprzez dostosowanie rynku usług dla seniorów, dotyczącego opieki medycznej i pielęgnacyjnej oraz usług towarzyszących. Sytuacja demograficzna Aglomeracji Opolskiej (patrząc szerzej również całego kraju) jest niekorzystna, czego efektem jest zmieniająca się struktura wieku i zwiększająca się populacja osób starszych. Usługi senioralne zostały dostrzeżone czego przykładem jest stworzenie Klastra Usług Senioralnych. Potencjał rozwojowy branży jest warunkowany wieloma czynnikami, takimi jak współpraca z Narodowym Funduszem Zdrowia czy też dostosowaniem placówek kształcenia zawodowego ukierunkowanego na opiekę medyczną i pielęgnacyjną. Jednocześnie stworzenie efektywnie funkcjonującej branży senioralnej w dłuższej perspektywie czasowej wpłynie na imigrację osób z uprawnieniami emerytalnymi zdobytymi za granicą. Dodatkowo naturalną grupą docelową

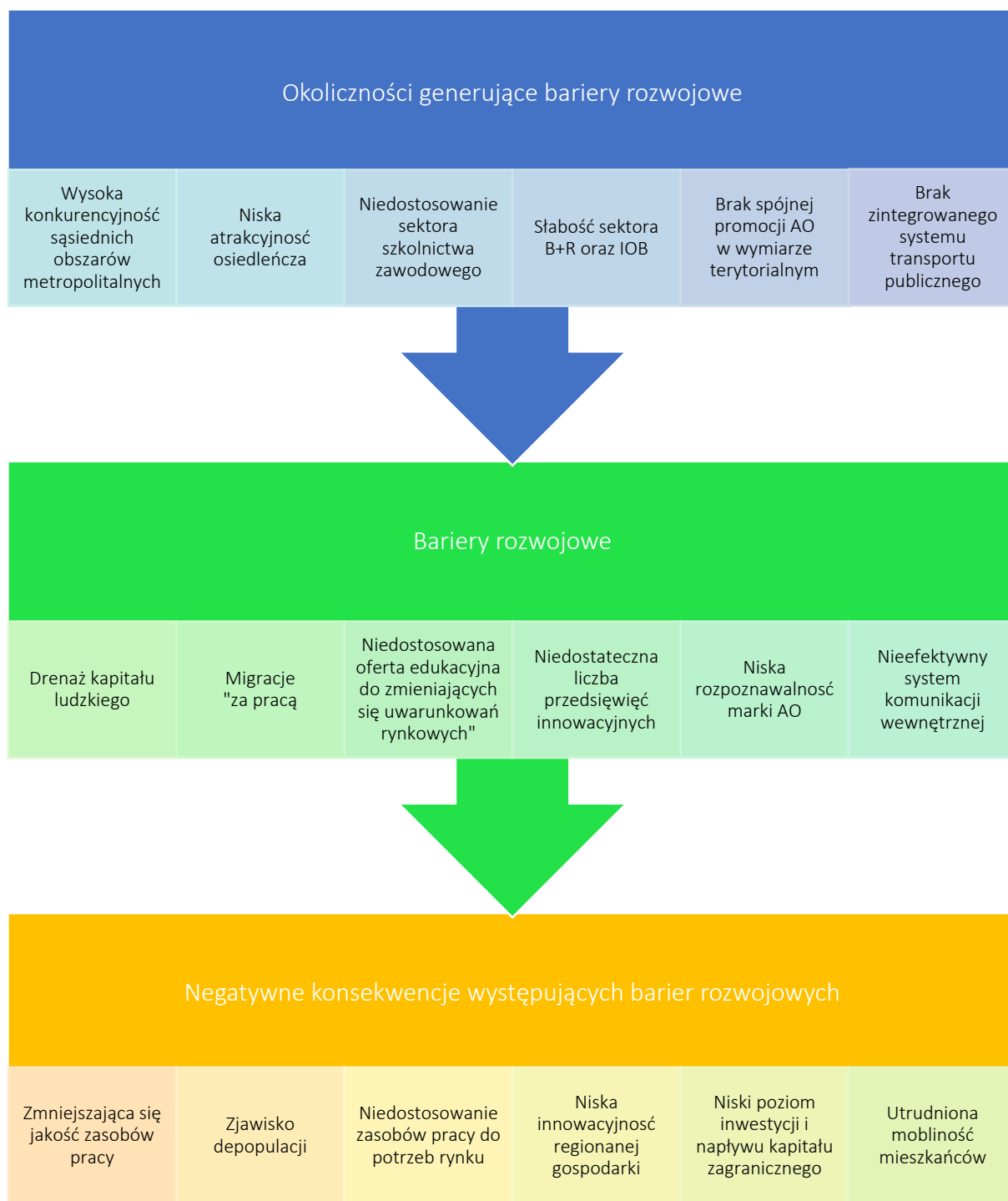
poza mieszkańcami Aglomeracji i terenów ościennych mogą być mieszkańcy Europy Zachodniej, szczególnie niemieckojęzycznej. Podsumowując usługi senioralne – medyczne i rehabilitacyjne, to obszar o wysokim potencjale wzrostu, biorąc pod uwagę tendencje zamian demograficznych. Niemniej aktualnie cechuje się on niedostatecznym wykorzystaniem wiedzy i technologii regionalnych. Branża drzewno-meblarska jest ważnym elementem struktury gospodarki narodowej, Polska eksportuje ponad 89,8% rodzimej produkcji mebli, przy czym meble są drugą pod względem wartości grupą towarową całego polskiego eksportu (6,5%). W Aglomeracji Opolskiej istnieje silny przemysł o charakterze drzewnym, papierniczym i celulozowym. Aktualnie silną stroną AO jest produkcja podstawowym elementów nie wymagających najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych (często półprodukty). Niemniej posiadane zaplecze (tradycja, istniejące przedsiębiorstwa), wykwalifikowana kadra zamieszkująca AO, i sąsiadujące z nią gminy (np. Dobrodzień) uprawnia do wnioskowania o możliwościach rozwojowych w zakresie wyspecjalizowanego przemysłu drzewnego w szczególną rolę branży meblarskiej. Eksport mebli z drewna litego to także rozwój przedsiębiorstw kooperujących (dostawcy farb, lakierów, narzędzi), handlowych, jak również podmiotów z pogranicza sektora B+R zajmujących się tworzeniem rodzimego *know-how*. Dostępność do surowca również stanowi element przewagi konkurencyjnej branży.

Usługi turystyczne to kolejny obszar aspirujący do wiodącej roli na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego AO. Branża turystyczna bezpośrednio wiąże się również z usługami medycznymi i rehabilitacyjnymi. Kluczowe w obszarze rozwoju turystyki jest podjęcie działań ukierunkowanych na konsekwentny rozwój turystyki weekendowej, biznesowej i sentymentalnej poprzez zintegrowane działania zmierzające do tworzenia nowych produktów turystycznych o charakterze markowym. Aktualnie obserwujemy zwiększanie zasobów infrastruktury turystycznej na terenie AO – poprzez rozbudowę infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej oraz powstawanie bazy hotelowej dedykowanej turystyce biznesowemu. Kluczowy dla turystyki w AO jest zintegrowany przestrzennie regionalny produkt turystyczny. Dodatkowo specyfika regionalnej gospodarki (brak przemysłu ciężkiego powodującego degradację środowiska naturalnego), umożliwia kompleksowy rozwój tej branży. Wartością dodaną jest również zwiększanie atrakcyjności inwestycyjnej i osiedleńczej poprzez eksponowanie walorów przyrodniczych, rekreacyjnych i środowiskowych obszaru.

Wymienione i opisane powyżej branże stanowią rzeczywiste szanse rozwojowe dla Aglomeracji Opolskiej w perspektywie do roku 2020. Wskazane obszary to potencjalnie kluczowe dziedziny regionalnej gospodarki, które stanowią podstawy do wskazania ich jako inteligentne specjalizacje dedykowane obszarowi Aglomeracji Opolskiej. Warto podkreślić, iż omówione branże korespondują z opiniami regionalnych instytucji okołobiznesowych, wynikają z przeprowadzonej diagnozy społeczno-gospodarczej oraz nawiązują do ustaleń sformułowanych w „Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020”. Jednocześnie wskazane branże cechują się potencjałem wzrostu w perspektywie realizowania niniejszego Programu i ich rozwój jest możliwy w horyzoncie czasowym roku 2020.

## 2.4 Bariery rozwoju społeczno-gospodarczego

Poniżej przedstawiono drzewo problemów umożliwiające wskazanie zjawisk stanowiących bariery rozwojowe w zakresie dynamiki rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej. Ogniskują się one wokół kwestii związanych z zasobami ludzkimi, jakością sektora edukacji, infrastrukturą komunikacyjną, poziomem innowacyjności, depopulacją oraz niedostatecznym poziomem integracji poszczególnych gmin tworzących obszar.



1. Drenaż kapitału ludzkiego – blisko połowa uczniów uczęszczających do szkół ponadgimnazjalnych (44,3%) deklarujących zamiar studiowania zamierza studiować poza Aglomeracją Opolską, głównie na uczelniach wrocławskich – 70% (kluczowa w tym kontekście jest silna pozycja konkurencyjna Politechniki Wrocławskiej i Uniwersytetu Wrocławskiego jako uczelni wyższych o najwyższej renomie wśród młodzieży mieszkającej w AO), Warszawy (8%) czy też Krakowa (7%). Tym samym warto podkreślić, iż należy zwiększać atrakcyjność studiowania w Opolu, co umożliwi minimalizowanie odpływu z terenu AO młodych osób, z których część emigruje na stałe. Warto zwrócić uwagę, że drenaż zasobów ludzkich z Aglomeracją Opolską ma charakter jednokierunkowy (głównie Wrocław) i nie dotyczy konurbacji górnośląskiej. Wśród okoliczności generujących zidentyfikowaną barierę rozwojową należy wskazać wysoką konkurencyjność sąsiednich obszarów metropolitalnych, gdzie jakość życia jest wyższa. Skutkiem opisanego zjawiska jest malejąca jakość dostępnych na rynku zasobów pracy, 21% regionalnych przedsiębiorstw deklaruje problemy w znalezieniu pracowników posiadających odpowiednie wykształcenie. Ten czynnik negatywnie oddziałuje na atrakcyjność gospodarczą obszaru definiowaną w kontekście rozwijania branż specjalistycznych i innowacyjnych. Drenaż kapitału ludzkiego jest szczególnie odczuwalny biorąc pod uwagę ujemny przyrost naturalny oraz spadający udział osób w wieku przedprodukcyjnym (spadek o 4,0% w latach 2004-2013). Omawiane zjawisko jest powiązane również z powszechnością migracji zarobkowej, które z racji swojej wagi zostało wyodrębnione jako osobna bariera rozwojowa.
2. Migracje „za pracą” – ich powszechny charakter wynika głównie z niedostatecznego poziomu atrakcyjności osiedleńczej, rozumianej jako zbiór czynników wpływających na przyciąganie do regionu kapitału ludzkiego i przede wszystkim w kontekście AO na zatrzymanie tego już funkcjonującego. Wśród źródeł zjawiska należy również wskazać niską podaż ofert pracy oraz sieć powiązań historycznych ułatwiających migracje do państw Europy Zachodniej. Znaczenie zjawiska wynika również z jego historycznego charakteru oraz skali upowszechnienia na terenie AO. Blisko 57% respondentów posiada osobę w najbliższej rodzinie, która pracowała bądź pracuje za granicą (głównymi kierunkami migracji są Niemcy oraz Holandia). Motywy migracji to głównie wyższe zarobki (66,2%), duże bezrobocie (37,8%) czy też wyższy standard życia (35,6%). Wskazane czynniki determinują zjawisko depopulacji, które zostało zidentyfikowane na terenie AO, a jej źródła należy upatrywać w niedostatecznej atrakcyjności osiedleńczej, generującej procesy migracyjne. Dodatkowo warto zwrócić uwagę na podjęcie działań w zakresie polityki demograficznej poprzez wdrożenie Programu Specjalnej Strefy Demograficznej w województwie opolskim do 2020 roku „Opolskie dla Rodziny”, niemniej w perspektywie realizacji niniejszego Programu, ze względu na specyfikę problematyki docelowa zmiana nie wpłynie bezpośrednio na stan regionalnej gospodarki. Jednocześnie saldo migracji (-6098 w latach 2004-2013), wpływa na konieczność tworzenia sprzyjających warunków do życia i pracy na terenie AO. W tym świetle niepokojącym sygnałem jest także deklaracja blisko połowy respondentów uczęszczających do szkół ponadgimnazjalnych, iż w wypadku gdyby nie znaleźli pracy w swoim zawodzie w Polsce, zdecydowaliby się na poszukiwanie jej za granicą (40%).
3. Niedostosowana oferta edukacyjna do zmieniających się uwarunkowań rynkowych – zdefiniowana bariera ma swoje źródła głównie w słabości sektora szkolnictwa zawodowego. 27%



regionalnych przedsiębiorców wskazuje na brak doświadczenia zawodowego absolwentów ubiegających się o pracę, co znajduje przełożenie również w niedostatecznym poziomie umiejętności praktycznych (bardzo źle i źle ocenia ten element 59,1% pracodawców) wymaganych przez lokalnych pracodawców. W efekcie zdiagnozowanego zjawiska, aż 34% pracodawców w AO nie zatrudnia absolwentów. Źródłem takiej sytuacji jest nieskuteczne dostosowywanie sposobu kształcenia uczniów w kontekście zmieniających się uwarunkowań rynkowych, jak również długoterminowych tendencji podaży pracy w branżach wiodących i potencjalnie wiodących. Dlatego poza rozwijaniem oferty instytucji typu biura karier oraz innych instytucji umożliwiających uczniom i studentom nabierania doświadczenia praktycznego, istotne może być także zwiększenie wsparcia dla osób chcących zakładać i prowadzić własne firmy. Konsekwencją wskazanej bariery rozwojowej jest obniżenie atrakcyjności inwestycyjnej obszaru, która w połączeniu z niskim potencjałem demograficznym stanowi rzeczywistą przeszkodę w wykorzystywaniu potencjałów rozwojowych AO. Jednocześnie funkcjonujące zasoby pracy oraz kapitał społeczny nie są atrakcyjne dla potencjalnych inwestorów, jak również przedsiębiorstw już funkcjonujących w AO. Eliminacja omawianej bariery jest możliwa poprzez ścisłą współpracę pomiędzy samorządami, sektorem edukacji oraz przedsiębiorcami AO.

4. Niedostateczna liczba przedsięwzięć innowacyjnych – gospodarka Aglomeracji Opolskiej cechuje się niskim poziomem implementacji rozwiązań innowacyjnych. Nakłady na jednego mieszkańca w województwie opolskim w 2012 roku stanowiły niespełna 18% średniej krajowej w tym zakresie, wskaźnik ten można odnieść również do terenu AO. Jednocześnie w latach 2005-2012 obserwowano wzrost kwot przeznaczanych na sektor B+R o blisko 43%, niemniej wysokość tych środków podlegała zauważalnym wahaniom, co wskazuje na jego niestabilność. W latach 2004-2012 podmioty z terenu Aglomeracji Opolskiej dzięki środkom unijnym podjęły 24 inwestycje w infrastrukturę naukowo-badawczą, wiodącym ośrodkiem w aplikowaniu o te fundusze jest Politechnika Opolska, która podjęła 15 inwestycji w latach 2004-2012 – stanowiąc najbardziej dynamiczną placówkę badawczo-rozwojową na terenie Aglomeracji Opolskiej. O niskiej liczbie realizowanych przedsięwzięć innowacyjnych świadczy również fakt, iż 61% regionalnych przedsiębiorców nie prowadziło współpracy z podmiotami sektora B+R. Analogicznie do sektora B+R, zidentyfikowana została słabość instytucji definiowanych jako okołobiznesowe. Na terenie Aglomeracji Opolskiej odnotowano 22 IOB, z czego 9 to ośrodki innowacji, 11 to ośrodki przedsiębiorczości, a 2 instytucje mają charakter finansowy. Mała liczebność IOB i niski stopień zróżnicowania profilu prowadzonej działalności wpływa na to, że 69% przedsiębiorców nie korzystało z ich usług. Mała liczba realizowanych projektów innowacyjnych wynika z deficytów otoczenia instytucjonalnego w AO, co skutkuje niskim poziomem szeroko rozumianego rozwoju gospodarki Aglomeracji Opolskiej – wpływając tym samym na jej niższą konkurencyjność.
5. Niska rozpoznawalność marki AO – Aglomeracja Opolska powstała na mocy Porozumienia samorządów skupionych w obszarze funkcjonalnym Opola. Następnie zostało powołane Stowarzyszenie Aglomeracja Opolska (16 października 2013 r.), natomiast jego rejestracja w Krajowym Rejestrze Sądowym nastąpiła niespełna miesiąc później – 14 listopada 2013 r. Stworzenie podmiotu reprezentującego samorządy umożliwia realizację instrumentu ZIT zgodnie



z wytycznymi UE oraz zgodnie z zasadami prowadzenia polityki miejskiej w perspektywie do roku 2020. Relatywnie krótka historia porozumienia oraz brak ugruntowanych wzorców prowadzenia zintegrowanej i kompleksowej współpracy samorządów opierającej się na aspekcie terytorialnym, skutkuje potrzebą stworzenia instrumentów wspierających i budujących rozpoznawalność AO wśród konkurencyjnych ośrodków miejskich i ich obszarów funkcjonalnych. Źródłem omawianej bariery jest brak zintegrowanej współpracy w zakresie promocji gospodarczej czy też turystycznej. Konsekwencjami tego stanu rzeczy jest niższy poziom zarówno inwestycji zagranicznych, jak również napływu kapitału na teren AO. Podjęcie spójnych i komplementarnych względem siebie działań marketingowych umożliwi stworzenie konkurencyjnego obszaru miejskiego, który będzie w stanie wzmocnić swój potencjał osiedleńczy i inwestycyjny wykorzystując efekt synergii wynikający z prowadzonej współpracy. Zidentyfikowana bariera stanowi również szansę na budowę przewag względem innych silnych regionów, wzmocnienie integracji wewnętrznej obszaru oraz identyfikacji mieszkańców z Aglomeracją.

6. Nieefektywny system komunikacji wewnętrznej – położenie Aglomeracji Opolskiej sprawia, że obszar ten pełni ważną funkcję tranzytową i biorąc pod uwagę dostępność komunikacyjną zewnętrzną AO, jej poziom jest wysoki. W układzie komunikacji europejskiej AO leży na trasie III Paneuropejskiego Korytarza Transportowego. Natomiast barierą rozwojową Aglomeracji jest niski poziom dostępności o charakterze wewnętrznym w ramach powiązań i połączeń między gminami AO. Z jednej strony dużym problemem komunikacyjnym jest mała liczba przepraw przez Odrę na obszarze Aglomeracji (istnieje jedynie 6 mostów, z czego jeden autostradowy i 3 zlokalizowane w Opolu – na odcinku blisko 70 km). Z drugiej natomiast dostrzega się brak zintegrowanego i nowoczesnego systemu transportu publicznego o charakterze intermodalnym. Brak kompleksowej polityki transportowej wynika również z dużej rozległości obszaru, jak również wysokiej liczby podmiotów tworzących AO. Jednocześnie zidentyfikowano tereny szczególnie narażone na zatory takie jak: centrum Opola, okolice drogi krajowej nr 45 na obszarze Opola czy też węzły autostradowe. Skutkiem opisanych zjawisk jest niższa mobilność mieszkańców, co znajduje również odzwierciedlenie w charakterystyce regionalnego rynku pracy. Szeroko definiowana niewydolność komunikacji wewnętrznej to deficyty infrastrukturalne oraz systemowe. Mając na uwadze tworzenie przyjaznego mieszkańcom transportu, dostrzega się potrzebę zaangażowania poszczególnych gmin AO w zakresie niwelowania dysproporcji centrum–peryferie oraz wzmocnienia funkcji integracyjnej.

## 2.5 Rekomendacje w zakresie ograniczania słabych stron i minimalizowania zagrożeń

Założenia organizacyjne i strukturalne dla optymalizacji modelu współpracy w regionie na rzecz zwiększenia potencjału atrakcyjności gospodarczej oraz poziomu dynamiki rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej zostaną wskazane w celach operacyjnych koncepcji strategicznej. W tym miejscu warto wskazać natomiast kluczowe cechy efektywnej struktury współdziałania z punktu widzenia stymulowania dynamiki rozwoju gospodarczego ukierunkowanego na wzmocnianie branż dominujących, wykorzystanie zidentyfikowanych szans oraz minimalizację słabych stron i zagrożeń. W związku z powyższym zdefiniowano pięć postulatów w tym zakresie, które wpłyną na stopień

efektywności podejmowanych działań na rzecz rozwoju poszczególnych samorządów i przede wszystkim Aglomeracji Opolskiej.

1. Porozumienie kluczowych aktorów na obszarze Aglomeracji Opolskiej w zakresie znaczenia branż dominujących i wschodzących na poziomie strategicznym, również z Samorządem Województwa Opolskiego – decydującym o polityce regionalnej.
2. Wydajna komunikacja wewnętrzna (przepływ informacji pomiędzy wyspecjalizowanymi jednostkami samorządów, które operują w zakresie obsługi inwestorów) – istotne w tym kontekście jest wypracowanie i zdefiniowanie systemowego schematu komunikacji w ramach powołanych do życia struktur organizacyjnych (Stowarzyszenie Aglomeracja Opolska).
3. Spójna forma i treść komunikatów publikowanych przez kluczowe jednostki systemu obsługi inwestorów w ramach Aglomeracji – ujednoczenie standardów w zakresie kontaktu bezpośredniego z przedstawicielami przedsiębiorstw zainteresowanych ulokowaniem kapitału na terenie AO.
4. Partnerstwo wielosektorowe – zaangażowanie przedstawicieli sektora przedsiębiorstw, deweloperów, szkolnictwa wyższego, otoczenia biznesu, instytucji szkoleniowych. Stworzenie forum współpracy (niekoniecznie w zinstytucjonalizowanej formie), które wpłynie na przepływ informacji niezbędnych przy rozwijaniu zdefiniowanych branż (np. stymulowanie sektora BSS jest uzależnione od wydajnej współpracy developerów, szkół wyższych i władz lokalnych).
5. Pobudzenie współpracy instytucjonalnej na rzecz promocji gospodarczej poprzez stworzenie zintegrowanego systemu promocji gospodarczej (kooperacja gmin AO i samego Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska). W tym zakresie kluczowe jest stworzenie marki AO, a co za tym idzie poprawa wizerunku i rozpoznawalności obszaru, która w wymiarze marketingowym wpłynie na przyciąganie inwestorów i napływ kapitału zagranicznego.

Przeprowadzona diagnoza społeczno-gospodarcza oraz jej synteza w postaci bilansu strategicznego akcentującego głównie potencjalne kierunki rozwoju w oparciu o branże wiodące i wschodzące wraz z rekomendacjami stanowi punkt wyjścia do zdefiniowania planu działań w ramach niniejszego „Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do 2020 roku”. Jednocześnie wyartykułowane przewagi konkurencyjne, zdiagnozowane deficyty i zidentyfikowane braki umożliwiły sformułowanie katalogu szczegółowo określonych zadań, które stanowią rdzeń opracowania i znajdują się w kolejnych rozdziałach.

### 3. Konceptcja strategiczna

Część planistyczna „Programu Rozwoju Aglomeracji Opolskiej do roku 2020”, to instrument wsparcia ukierunkowany na zwiększenie poziomu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej. Niniejsza koncepcja została poprzedzona szczegółową i wieloobszarową diagnozą społeczno-gospodarczą regionu, przeprowadzoną w oparciu o kwerendy i pozyskiwanie danych zastanych, a także autorskie badania ilościowe i jakościowe reprezentatywnych grup mieszkańców oraz studentów z terenu AO, jak również reprezentacji przedsiębiorców oraz przedstawicieli instytucji okołobiznesowych. Dodatkowo wykorzystano z danych instytucji publicznych, takich jak Główny Urząd Statystyczny, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna oraz samorządów skupionych w Stowarzyszeniu Aglomeracja Opolska. Zdefiniowane zestawienie priorytetów oraz celów strategicznych stanowi poziom strategiczny niniejszego opracowania. Jego dopełnieniem jest szczegółowy zbiór scenariuszy działań, uzupełnionych wskaźnikami stanowiącymi jego uszczegółowienie i wielozakresowe doprecyzowanie. Poziom operacyjny przedmiotowego opracowania ma charakter szeroko rozbudowanego zbioru działań, zaleceń i rekomendacji, które umożliwią realizację celu nadrzędnego.

Wizję Aglomeracji Opolskiej w obszarze rozwoju gospodarczego zdefiniowano:

Aglomeracja Opolska obszarem rozwoju nowoczesnej gospodarki dzięki skutecznemu wykorzystaniu potencjału ściśle współpracujących ze sobą samorządów lokalnych, przedsiębiorstw i jednostek naukowych

W wizji podkreślono kluczowy dla Aglomeracji aspekt kooperacji różnych środowisk. Gospodarka województwa opolskiego jest jedną z najmniejszych w kraju, dodatkowo szczególnie dotkniętą przez zmiany demograficzne lokalnej populacji. Jednocześnie jednak AO dysponuje szczególnymi potencjałami, wyróżniającymi ją na tle ośrodków o podobnej wielkości. W szczególności są to szkoły wyższe, ciągle rozwijające się instytucje otoczenia biznesu, szeroka koalicja lokalnych samorządów oraz rosnące zainteresowanie inwestorów zagranicznych. Jako kluczowe uznać tu należy nie tylko aspekty związane z jej konkurencyjnością, ale również odporność na kryzysy gospodarcze, zagospodarowanie posiadanego potencjału ludzkiego, uwzględnienie potrzeb lokalnej społeczności.

Skonstruowana koncepcja strategiczna opiera się na czterech filarach, tworzących spójny zestaw działań korespondujący zarówno z celem nadrzędnym, jak również z dokumentami strategicznymi dedykowanymi Aglomeracji Opolskiej.

*Priorytet 1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza* to wymiar marketingowo-organizacyjny. Konieczność zwiększania rozpoznawalności AO jako destynacji gospodarczej wynika z ograniczonej wielkości regionalnej gospodarki. Udział Aglomeracji w eksporcie

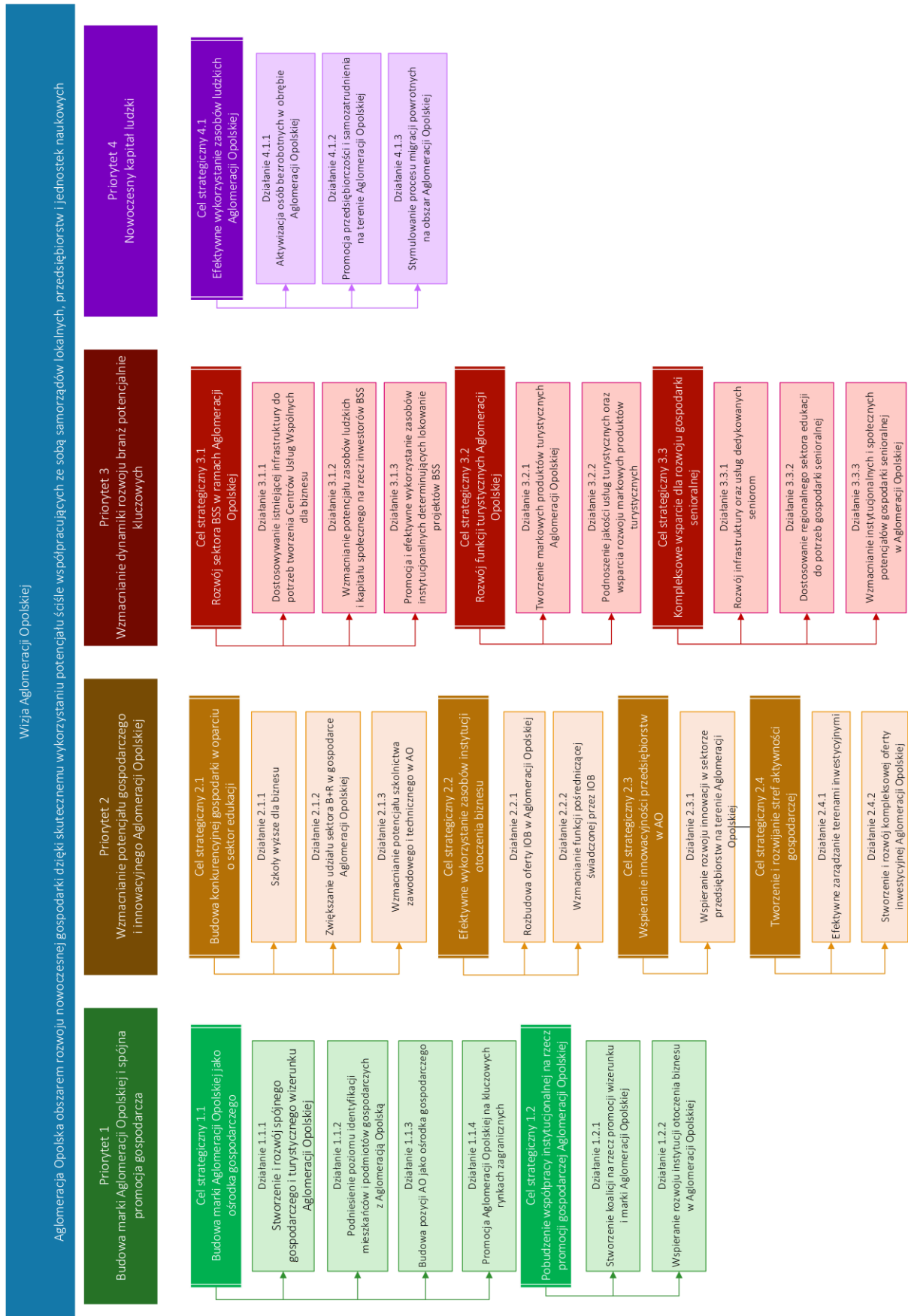
w skali województwa opolskiego kształtuje się na poziomie 40%, a jego dynamika spada. Jako ograniczony należy ocenić napływ kapitału – w latach 2012-2013, odnotowano niewielki wzrost liczby podmiotów prawa handlowego z udziałem kapitału zagranicznego. Przedstawione dane wskazują na potrzebę skoordynowania działań AO zarówno na poziomie organizacyjnym, jak również promocyjnym.

*Priorytet 2 Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej* to wymiar instytucjonalny. Poziom innowacyjności Aglomeracji Opolskiej jest określany jako przeciętny, relacja nakładów na działalność B+R - GERD/PKB – kształtuje się na poziomie 0,08%. Udział patentów udzielonych podmiotom z terenu AO w latach 2004-2013 na tle województwa opolskiego wyniósł tylko 32,9%. Jednocześnie na terenie AO funkcjonują jedynie dwa ośrodki definiowane jako centra transferu technologii. Wskaźniki przedstawione powyżej wskazują deficyty, które można niwelować poprzez interwencję opartą o wymiar instytucjonalny, ze szczególnym uwzględnieniem zasobów szkół wyższych oraz instytucji otoczenia biznesu.

*Priorytet 3 Wzmacnianie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych* to wymiar biznesowo-infrastrukturalny. Wschodzące branże nie zawsze znajdują odzwierciedlenie w regionalnych dokumentach strategicznych, niemniej jednak biorąc pod uwagę specyfikę AO, zdefiniowano szczegółowe plany rozwojowe dla 3 branż o zidentyfikowanej niszy rynkowej (BSS, gospodarka senioralna oraz turystyka biznesowa). Selekcja została oparta na przesłankach związanych z potrzebą tworzenia atrakcyjnych miejsc pracy, analizą zjawisk demograficznych oraz koniecznością wzmacniania rozpoznawalności AO. Pozostałe branże mają możliwość korzystania z instrumentów zdefiniowanych w Prioryecie 2.

*Priorytet 4 Nowoczesny kapitał ludzki* to wymiar społeczny interwencji. Dobrostan mieszkańców Aglomeracji Opolskiej oraz jakość ich życia mają znaczenie kluczowe. Wyzwania wskazujące na potrzebę wzmacniania kapitału społecznego i zasobów ludzkich wynikają z szeregu zjawisk. Uśredniona stopa bezrobocia dla powiatów AO w latach 2007-2013 wzrosła o 4,4%. Wskaźnik przedsiębiorczości mierzony liczbą osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 1000 ludności w obrębie AO wynosi tylko 68 osób (średnia ogólnopolska to 77 osób). Dodatkowo aż 67,5% mieszkańców deklaruje gotowość do wyjazdu z terenu AO ze względu na pracę. Zasygnalizowane zjawiska bezpośrednio wskazują na potrzebę skoordynowania interwencji publicznej na regionalną społeczność, jako czynnik determinujący dynamikę rozwoju gospodarczego.

Określone priorytety stanowią domeny strategicznej międzysektorowej interwencji publicznej podlegającej koordynacji przez Biuro Aglomeracji Opolskiej w ścisłym partnerstwie z rekomendowanymi instytucjami i organizacjami. Mając na uwadze czytelność oraz operacyjny charakter niniejszej koncepcji strategicznej zaprezentowano ją w ujęciu schematycznym poniżej.



### 3.1 Priorytet 1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza

Skuteczność realizacji niniejszego Programu jest warunkowana zintegrowanym charakterem podejmowanych działań, ukierunkowanych na wzmocnienie pozycji konkurencyjnej AO jako ośrodka gospodarczego. Stowarzyszenie Aglomeracja Opolska, jako podmiot zrzeszający gminy członkowskie, dysponuje adekwatnym potencjałem ludzkim i instytucjonalnym do wdrażania kompleksowych rozwiązań, mających na celu rozwój gospodarczy obszaru. Ze względu na nowy paradygmat polityki rozwoju obszarów miejskich – podejście funkcjonalne – w kontekście rozwoju gospodarczego należy podjąć działania zorientowane na budowę unikalnego i koherentnego wizerunku AO. Dotychczasowe doświadczenia Aglomeracji wskazują na istnienie odpowiednich zasobów, które, w perspektywie realizacji niniejszego Programu, umożliwią zbudowanie rozpoznawalnej marki na poziomie krajowym. Trwała sieć powiązań o charakterze instytucjonalnym umożliwi z jednej strony skuteczną rywalizację z sąsiednimi obszarami metropolitalnymi, natomiast z drugiej wpłynie na ugruntowanie pozycji AO jako lidera gospodarczego w województwie opolskim. Priorytet 1 to sekwencja skoordynowanych działań zbudowanych na dwóch filarach: aktywnych działaniach ukierunkowanych na stworzenie silnej koalicji międzysektorowej na rzecz kooperacji i wspierania rozwoju gospodarczego regionu oraz na zbudowaniu i efektywnym komunikowaniu marki AO (perspektywa gospodarcza bazuje na dotychczasowych działaniach i doświadczeniach Aglomeracji Opolskiej). Dodatkowo, wdrożenie zaprojektowanych działań ma charakter komplementarny w stosunku do pozostałych priorytetów i stanowi ich integralny element. Poniżej zaprezentowano w formie graficznej schemat strategiczny dla Priorytetu 1.

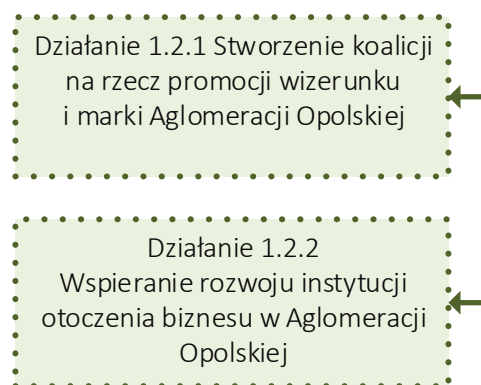
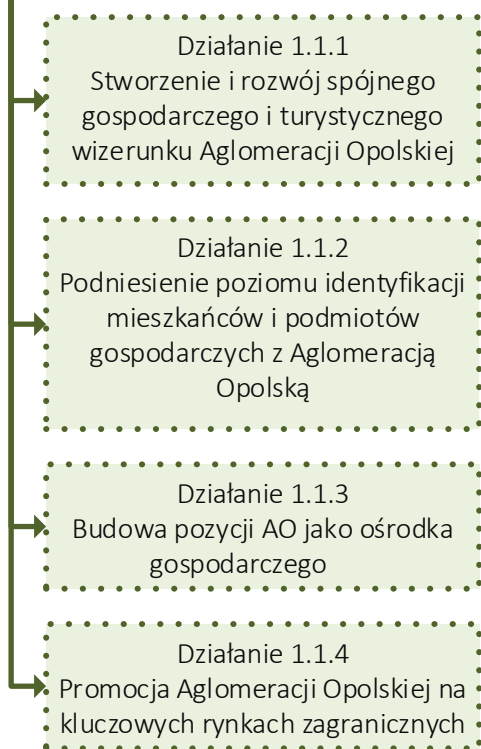
## Priorytet 1

Budowa marki Aglomeracji Opolskiej  
i spójna promocja gospodarcza

### Cele strategiczne Aglomeracji Opolskiej

Cel strategiczny 1.1  
Budowa marki Aglomeracji  
Opolskiej jako ośrodka  
gospodarczego

Cel strategiczny 1.2  
Pobudzenie współpracy  
instytucjonalnej na rzecz  
promocji gospodarczej  
Aglomeracji Opolskiej

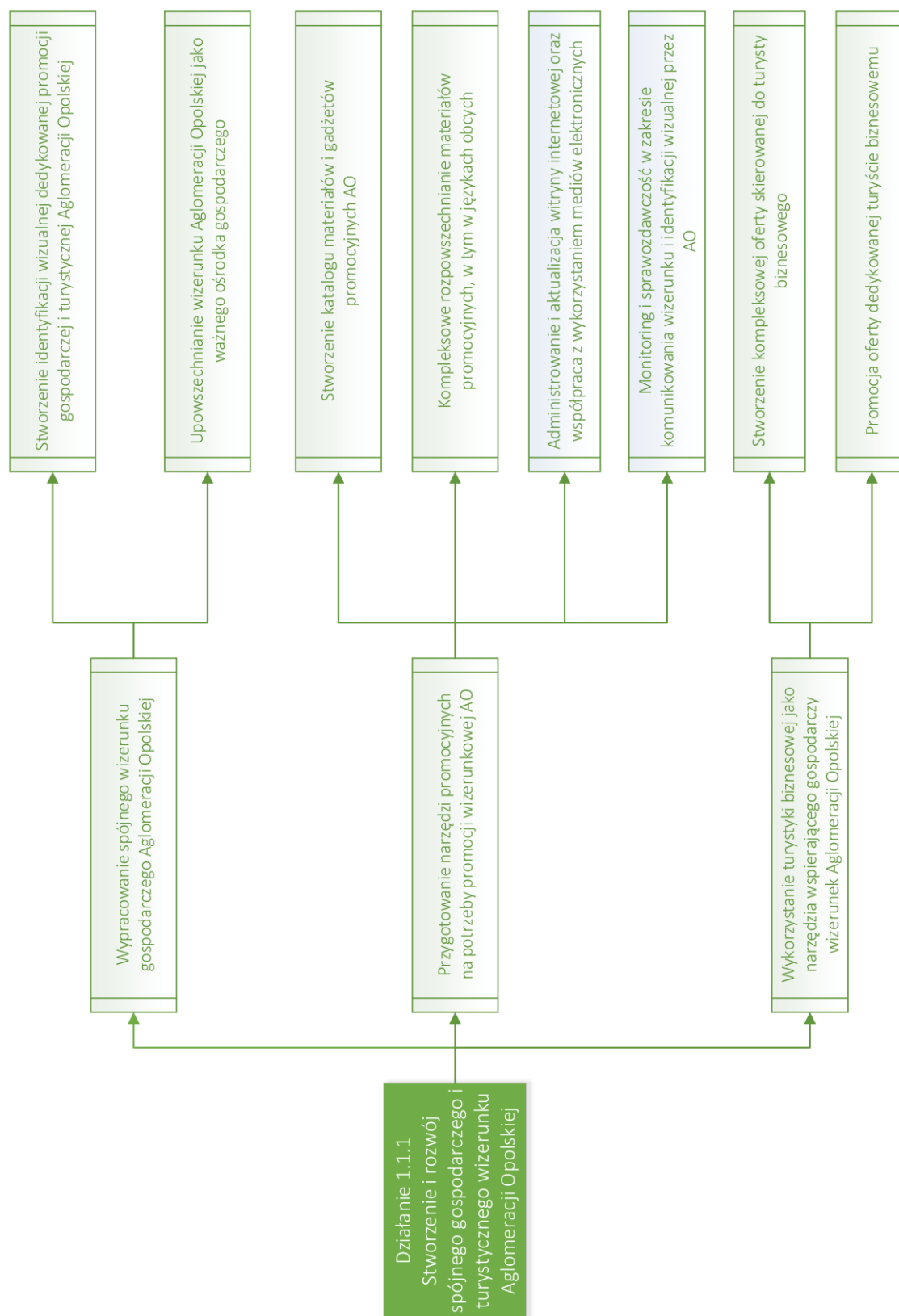


## Cel strategiczny 1.1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego

Uwarunkowania naturalne – położenie Aglomeracji Opolskiej, wpływa na konieczność podjęcia rywalizacji z silnymi sąsiednimi ośrodkami gospodarczymi w skali krajowej i ponadkrajowej (ograniczone zasoby ludzkie Katowic czy Wrocławia stanowią szansę rozwojową dla obszaru Aglomeracji). Aspiracje AO, wynikające z konieczności zapewnienia wysokiej jakości życia mieszkańcom i dbałości o ich dobrostan, wpływają na potrzebę stworzenia z obszaru funkcjonalnego Aglomeracji Opolskiej podmiotu trwale obecnego w świadomości inwestorów, przedsiębiorców, mediów i przede wszystkim regionalnych społeczności. Diagnoza gospodarki AO wskazuje na istnienie zidentyfikowanych zasobów, które w perspektywie roku 2020 umożliwią zbudowanie rozpoznawalnego ośrodka gospodarczego. Kluczowym elementem, w zakresie tworzenia unikalnej marki AO dedykowanej regionalnej gospodarce, jest wymiar marketingowy (reklama, PR, katalog funkcji lobbingowych, wspólna oferta biznesowa dedykowana inwestorom). Zaproponowane scenariusze działań w ramach analizowanego celu strategicznego to sekwencja ściśle ze sobą powiązanych elementów, które łącznie zadecydują o profesjonalnym, merytorycznym i jednolitym sposobie komunikowania marki AO i jej trwałej obecności w życiu gospodarczym kraju.

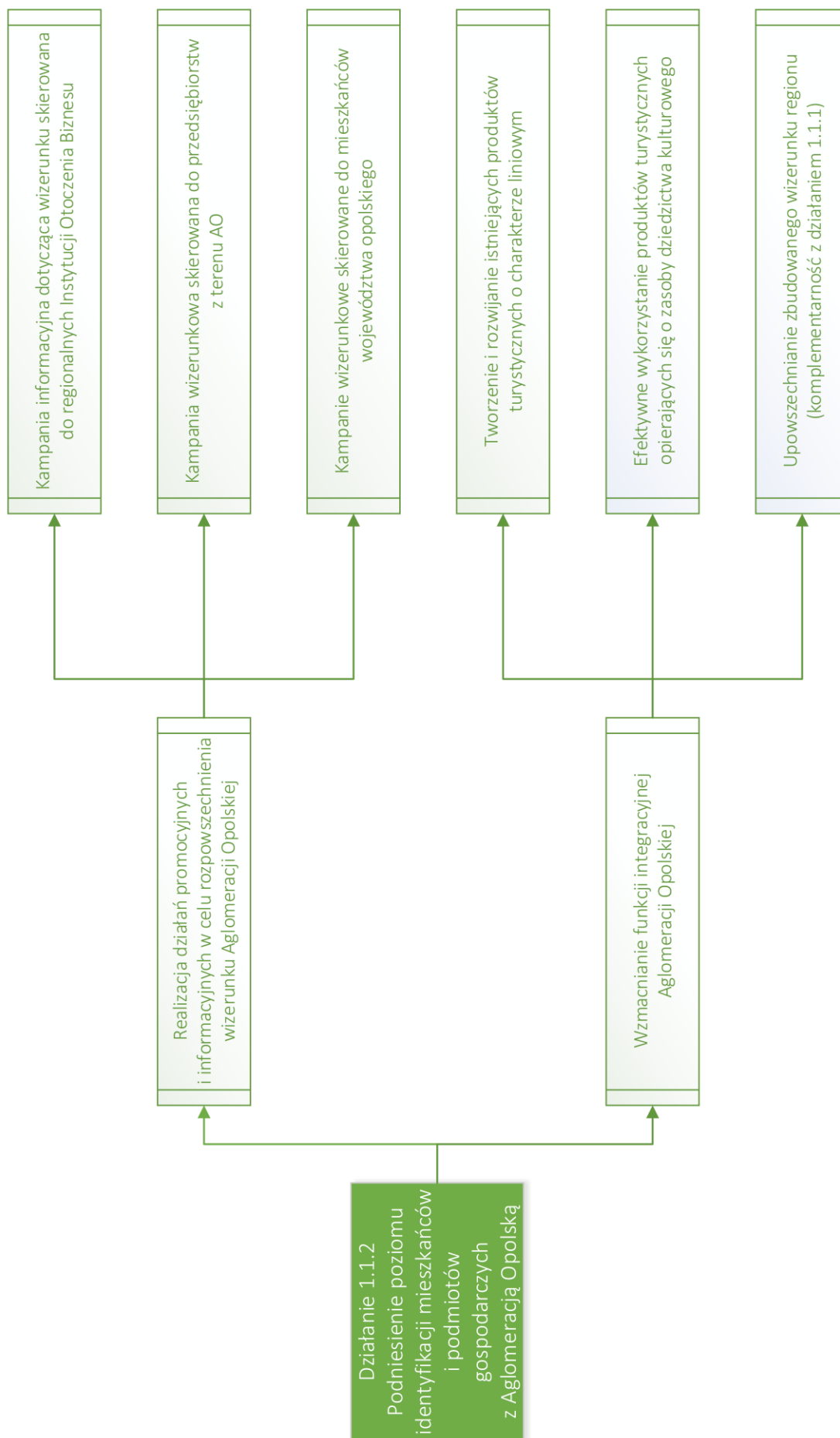


Działanie 1.1.1 Stworzenie i rozwój spójnego gospodarczego i turystycznego wizerunku Aglomeracji Opolskiej



Działanie 1.1.1	Stworzenie i rozwój spójnego gospodarczego i turystycznego wizerunku Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wybór agencji reklamowej, która opracuje system identyfikacji wizualnej gospodarczej i turystycznej marki regionu (logotyp, księga znaku), korespondującej z istniejącym „brandingiem”; zatwierdzenie, rejestracja wzoru użytkowego w Urzędzie Patentowym oraz upowszechnienie wizerunku.</li> <li>– Przeprowadzenie badań jakościowych mających na celu ocenę marki Aglomeracji wśród grup docelowych – inwestorzy, przedsiębiorcy i mieszkańcy obszaru.</li> <li>– Wybór materiałów, które należy opracować. Opracowanie techniczne materiałów promocyjnych, zlecenie ich produkcji. Wielokanałowa dystrybucja materiałów promocyjnych, w tym zamieszczenie materiałów przygotowanych w wersji elektronicznej (zaangażowanie partnerów w zakresie upowszechniania wizerunku gospodarczego i turystycznego AO).</li> <li>– Powiązanie prowadzonych działań z promocją branż potencjalnie wiodących, takich jak BSS czy turystyka (Priorytet 1).</li> <li>– Pozyskiwanie środków zewnętrznych na realizację całościowej kampanii marketingowej.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, instytucje otoczenia biznesu, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, wydziały promocji w Starostwach Powiatowych leżących w obrębie Aglomeracji
Potencjalne źródła finansowania	RPO WO 2014-2020, PO PT, środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej
Okres realizacji	2015-2016
Rezultaty	Zwiększenie stopnia spójności produktu/marki regionalnej Aglomeracji Opolskiej. Wzrost rozpoznawalności AO jako istotnego ośrodka życia gospodarczego w kraju.
Rekomendacje	Dopuszcza się korzystanie z usług firmy zewnętrznej – agencji marketingowo-reklamowej w zakresie tworzenia systemu identyfikacji wizualnej oraz projektowania materiałów/gadżetów promocyjnych.
Uzasadnienie	Diagnoza obszaru wsparcia wskazuje na deficyty w zakresie spójnego prowadzenia działań o charakterze marketingowym i PR – skutkujących niską pozycją AO jako ośrodka gospodarczego na poziomie krajowym. Wizerunek Aglomeracji Opolskiej w wymiarze gospodarczym powinien mieć zintegrowany charakter i pełnić rolę czynnika integrującego poszczególne gminy skupione w Stowarzyszeniu. Skuteczne komunikowanie marki AO jest uwarunkowane stworzeniem koherentnej i możliwie szeroko upowszechnianej strategii marketingowej.

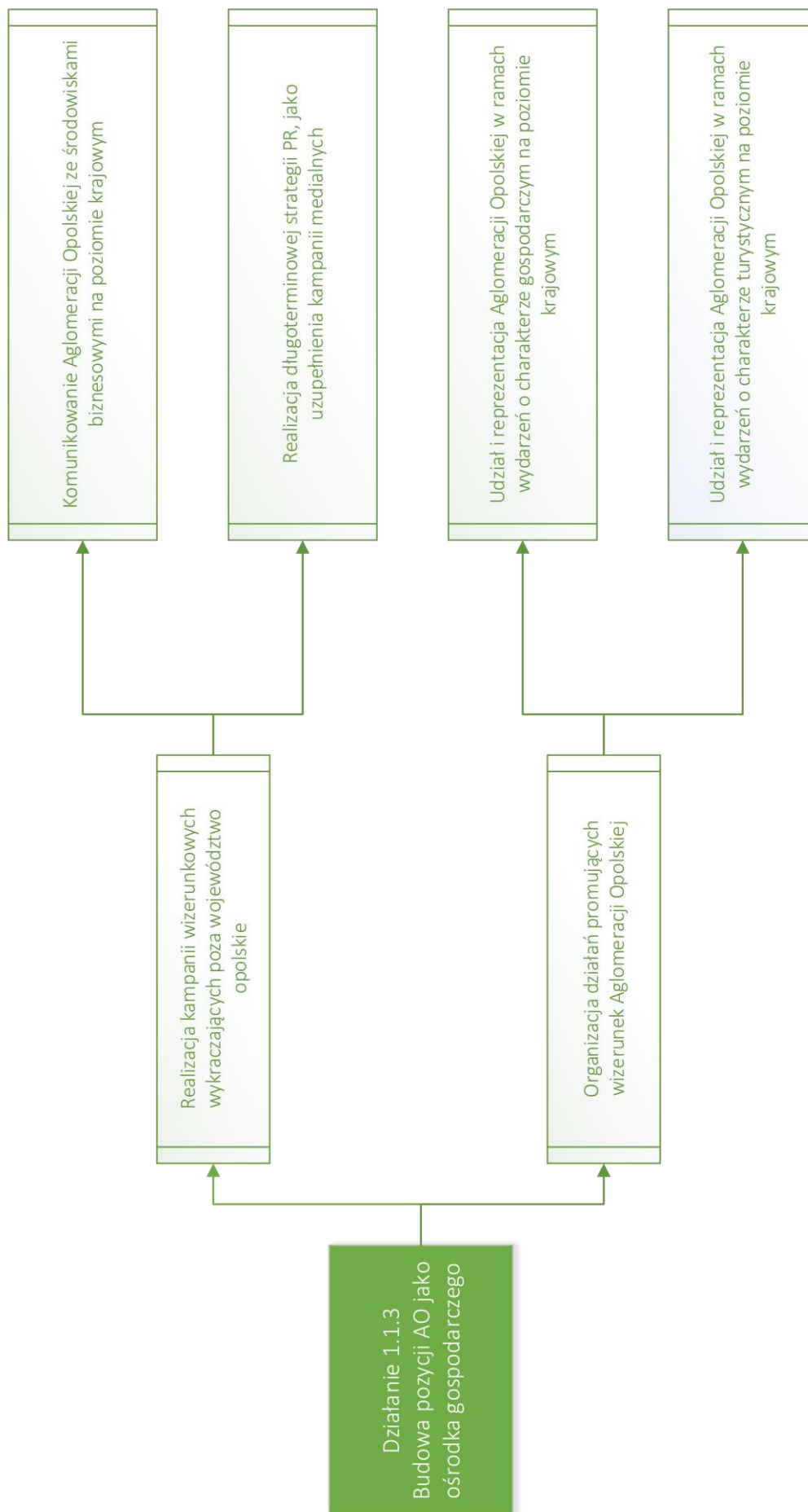
Działanie 1.1.1.2 Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców i podmiotów gospodarczych z Aglomeracją Opolską



Działanie 1.1.2	Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców i podmiotów gospodarczych z Aglomeracją Opolską
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Podstawowym zadaniem jest możliwie szerokie dotarcie do mieszkańców AO, którzy stanowią bezpośrednią (kluczową) grupę docelową. Ze względu na ograniczone możliwości oddziaływania Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska, poszczególne zadania powinny być realizowane w ścisłym porozumieniu i we współpracy z partnerami.</li> <li>– Organizacja spotkań z pracownikami gmin oraz instytucji samorządowych (partnerzy AO) w celu zapoznania i prezentacji stworzonego systemu identyfikacji wizualnej regionu (marki AO) <ul style="list-style-type: none"> <li>– opracowanie i dystrybucja newslettera (komplementarność z działaniem 1.1.1).</li> </ul> </li> <li>– Przekazanie elementów systemu identyfikacji wizualnej regionu pracownikom bezpośrednio odpowiedzialnym za promocję w gminach AO, wypracowanie form komunikowania marki Aglomeracji w działaniach realizowanych przez te instytucje.</li> <li>– Zachęcanie samorządów powiatowych i gminnych oraz IOB do wykorzystywania wizerunku regionu w działaniach promocyjnych realizowanych przez te podmioty, dystrybucja pakietów materiałów promocyjnych podczas spotkań roboczych (kluczowa rola Biura Aglomeracji Opolskiej jako lidera i koordynatora).</li> <li>– Realizacja działań promocyjnych skierowanych do przedsiębiorców z terenu AO (marketing bezpośredni zachęcający do wykorzystywania elementów systemu identyfikacji wizualnej marki Aglomeracji, dystrybucja pakietów materiałów promocyjnych podczas wydarzeń o charakterze gospodarczym i turystycznym).</li> <li>– Skoordinowanie działań promocyjnych skierowanych do mieszkańców i przedsiębiorców z województwa opolskiego – kampanie informacyjno-wizerunkowe.</li> <li>– Wykorzystanie istniejących produktów turystycznych związanych z dziedzictwem kulturowym do promocji i budowy obecności Aglomeracji Opolskiej w świadomości mieszkańców (zaleca się skorzystanie z planu działań zdefiniowanego w „Studium koncepcyjnym dziedzictwa kulturowego Aglomeracji Opolskiej”).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	instytucje otoczenia biznesu, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Starostwa Powiatowe leżące w obrębie Aglomeracji, organizacje pozarządowe funkcjonujące na terenie AO
Potencjalne źródła finansowania	RPO WO 2014-2020, środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Podstawowym zaplanowanym efektem działania jest zwiększenie rozpoznawalności wizerunku Aglomeracji wśród podmiotów funkcjonujących w jej obrębie oraz wśród jej mieszkańców. Grupa docelowa (mieszkańcy, przedsiębiorcy, turyści, instytucje) w ramach podjętych działań będzie adresatem kampanii informacyjnych i wizerunkowych, których skutkiem będzie wzmocnienie stopienia integralności wewnętrznej AO.
Rekomendacje	Poprawa rozpoznawalności i zwiększenie poziomu identyfikacji mieszkańców z Aglomeracją są warunkowane zasięgiem przeprowadzonych kampanii

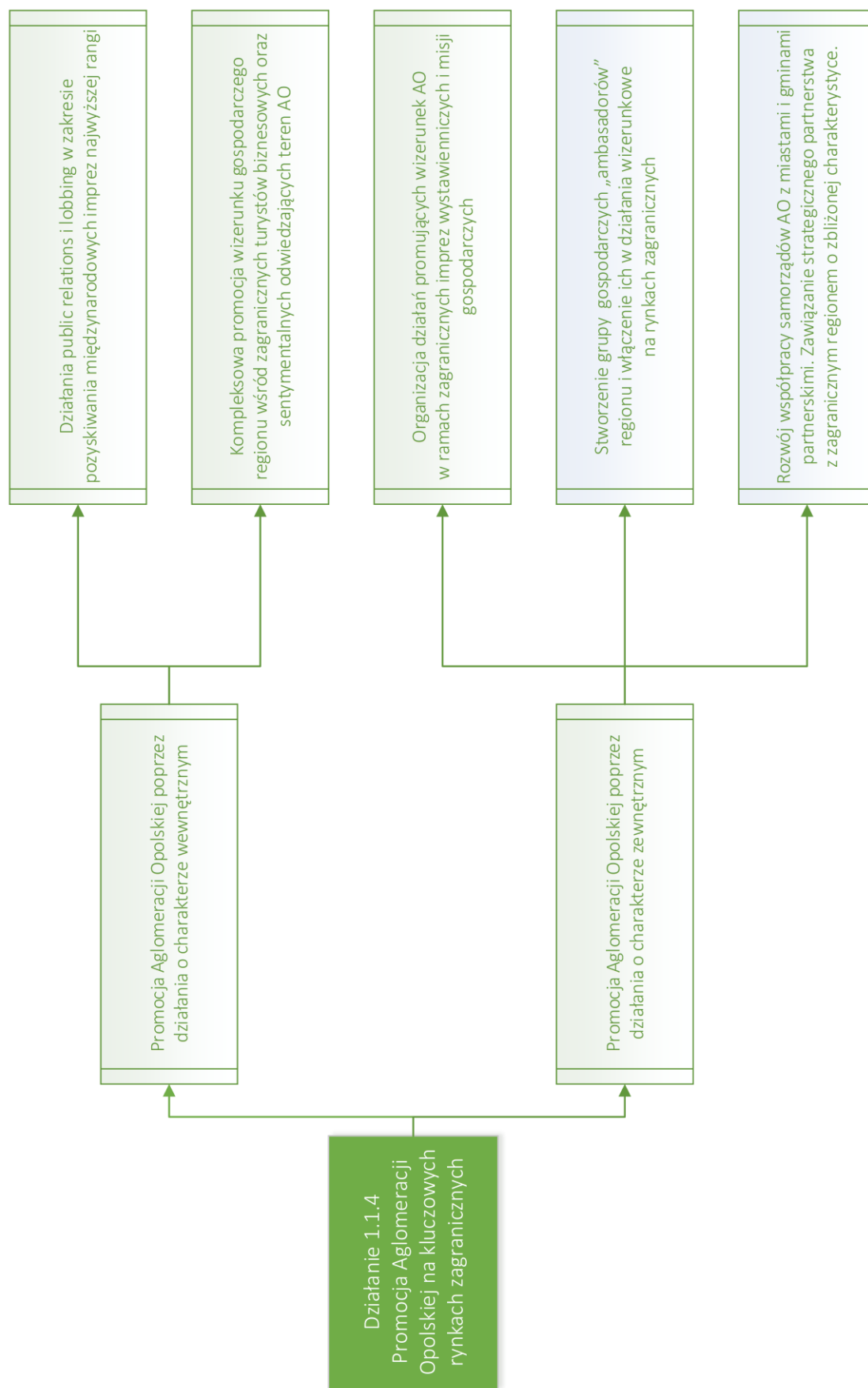
	<p>wizerunkowych. W związku z wysoką kosztownością usług reklamowych rekomenduje się pozyskanie środków zewnętrznych na rzecz realizacji celu. Proponowanym zakresem minimum jest realizacja kampanii o charakterze informacyjnym.</p>
Uzasadnienie	<p>Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców i podmiotów gospodarczych z Aglomeracją Opolską jest związane z niską rozpoznawalnością AO wynikającą z krótkiej historii jej działalności. Mając na uwadze rozwój oraz realizację interwencji publicznej opartej o aspekt terytorialny, wzmacnianie powiązań w obrębie AO jest odpowiedzią na dostrzegane deficyty i stanowi istotny element budowy marki Aglomeracji Opolskiej. Aż 67,5% mieszkańców deklaruje gotowość do wyjazdu z terenu AO ze względu na pracę, wskaźnik ten należy ocenić jako bardzo wysoki, wprost wskazujący na konieczność zwiększenia dynamiki regionalnej gospodarki.</p>

Działanie 1.1.1.3 Budowa pozycji AO jako ośrodka gospodarczego



Działanie 1.1.3	Budowa pozycji AO jako ośrodka gospodarczego
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prowadzenie działań o charakterze public relations, patronaty nad wybranymi imprezami o charakterze biznesowym na poziomie ponadregionalnym i krajowym. Nawiązanie kontaktu z mediami o charakterze informacyjno-ekonomicznym – współpraca o charakterze patronackim.</li> <li>– Przygotowanie planu kampanii wizerunkowej AO poprzez organizację imprez promujących obszar w dużych miastach Polski (kampania w mediach: radio, TV oraz prasa – w zależności od dostępnych środków). Komunikowanie marki Aglomeracji Opolskiej poprzez nośniki zewnętrzne - reklama outdoorowa.</li> <li>– Promowanie regionu podczas wybranych imprez wystawienniczych i wydarzeń o charakterze gospodarczym (konferencje, kongresy, fora gospodarcze, takie jak Międzynarodowe Forum Gospodarcze w Gdyni czy Forum Ekonomiczne w Krynicy Zdroju), społecznym i edukacyjnym (np. targi szkół wyższych, targi pracy) oraz turystycznym w kraju z wykorzystaniem takich narzędzi promocji jak public relations, marketing bezpośredni, stoisko wystawiennicze regionu.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	instytucje otoczenia biznesu, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Starostwa Powiatowe leżące w obrębie Aglomeracji, zrzeszenia pracodawców, Specjalne Strefy Ekonomiczne funkcjonujące na terenie AO, Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki, Opolski Urząd Wojewódzki, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Klaster Turystyczny „VisitOpolskie”
Potencjalne źródła finansowania	RPO WO 2014-2020, środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej
Okres realizacji	2015-2018
Rezultaty	Bezpośrednim rezultatem jest kompleksowy wzrost rozpoznawalności Aglomeracji Opolskiej oraz jej obszarów cechujących się najwyższym potencjałem wzrostu.
Rekomendacje	Kampania medialna jest warunkowana pozyskaniem środków wewnętrznych. Rekomenduje się skorzystanie z wyspecjalizowanych firm zewnętrznych zajmujących się kampaniami reklamowymi i marketingowymi.
Uzasadnienie	Budowanie pozycji Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego wymaga podejmowania sekwencji działań, które powinny być realizowane w ramach kampanii marketingowych. Niniejszy scenariusz działań pełni rolę dopełnienia dla działań 1.1.1, 1.1.2 i 1.1.3. Jednocześnie jest podstawą do skutecznego wdrażania kampanii o zasięgu ogólnoeuropejskim.

Działanie 1.1.4 Promocja Aglomeracji Opolskiej na kluczowych rynkach zagranicznych



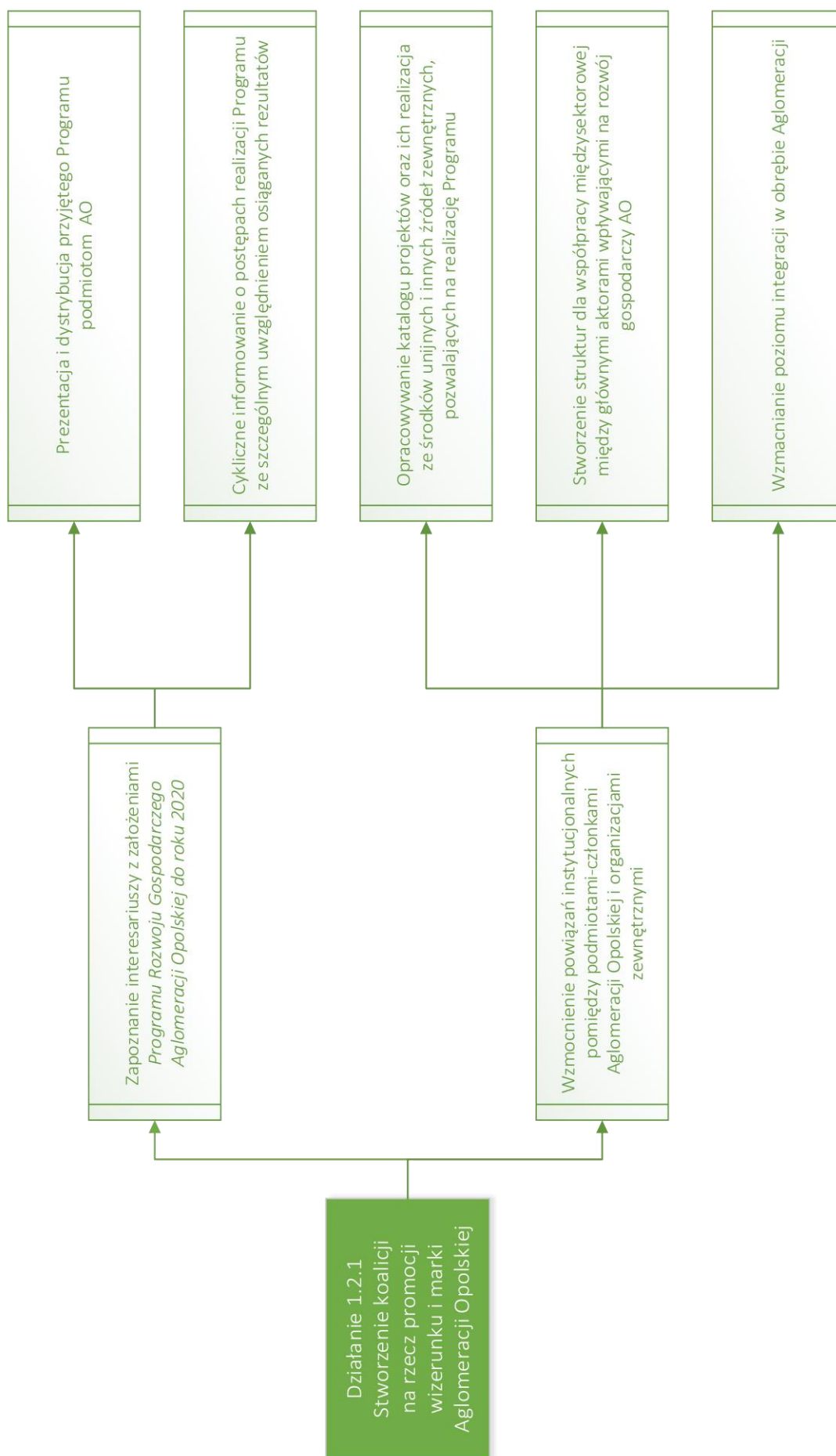


Działanie 1.1.4	Promocja Aglomeracji Opolskiej na kluczowych rynkach zagranicznych
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wzrost zainteresowania Aglomeracją Opolską ze strony międzynarodowych organizacji i instytucji organizujących duże imprezy o charakterze biznesowym zostanie osiągnięty poprzez: utrzymywanie stałego kontaktu z przedstawicielami wiodących światowych organizacji biznesowych, realizację działań PR opartych o przekazywanie informacji o pozyskanych do regionu imprezach najwyższej rangi i ubieganiu się o ich organizację.</li> <li>– W zakresie przyciągania imprez kluczowa jest stała współpraca z Urzędem Marszałkowskim oraz centrami konferencyjnymi i wystawienniczymi w Opolu.</li> <li>– We współpracy z OROT i punktami IT należy dystrybuować materiały promocyjne i pakiety informacyjne wśród turystów biznesowych i sentymentalnych akcentując wymiar gospodarczy i potencjały AO w tym zakresie.</li> <li>– Promocja na rynkach zagranicznych AO powinna być realizowana w oparciu o organizowanie misji handlowych i gospodarczych połączonych z udziałem w imprezach wystawienniczych.</li> <li>– Promocja AO wykorzystująca kapitał ludzki osób zasłużonych dla regionu powinna skupiać się na wyborze „ambasadorów” regionu w oparciu o kryterium rozpoznawalności oraz zachęcanie „ambasadorów” do propagowania pozytywnego wizerunku Aglomeracji Opolskiej przy wykorzystaniu osobistych sieci kontaktów biznesowych/prywatnych (działania powinny mieć charakter bezkosztowy <i>pro publico bono</i>).</li> <li>– Wykorzystanie partnerstw międzynarodowych gmin tworzących AO opiera się na włączeniu elementów systemu identyfikacji wizualnej Aglomeracji Opolskiej z zagranicznymi regionami partnerskimi i rozpowszechnianie treści i materiałów promocyjnych wśród zagranicznych partnerów podczas realizowanych wspólnie działań w obszarze kultury, edukacji, gospodarki czy turystyki.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Ministerstwo Gospodarki, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego
Potencjalne źródła finansowania	RPO WO 2014-2020, środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej
Okres realizacji	2018-2020
Rezultaty	Wzrost poziomu rozpoznawalności i sposób odbioru marki Aglomeracji Opolskiej w środowiskach biznesowych na docelowych rynkach zagranicznych. Profesjonalizacja komunikowania marki AO poprzez ubieganie się i organizację imprez międzynarodowych najwyższej rangi.
Rekomendacje	Rekomenduje się wykorzystanie zasobów ludzkich – osób rozpoznawalnych i kojarzonych z terenem AO jako liderów wspomagających proces absorpcji kapitału zagranicznego oraz imprez i instytucji międzynarodowych. Pożądanym jest wykorzystanie kontaktów z turystami sentymentalnymi jako potencjalnymi inwestorami, również poprzez instytucje miast partnerskich.
Uzasadnienie	Otwarcie Aglomeracji Opolskiej na rynki europejskie stanowi finalny element budowy marki AO jako ośrodka życia gospodarczego i społecznego. Brak działań opierających się o aspekt terytorialny stanowiło barierę w skutecznym komunikowaniu marki obszaru. Zintegrowane działania promocyjne są czynnikiem warunkującym uzyskanie efektu synergii zasobów poszczególnych gmin tworzących Aglomerację.

## Cel strategiczny 1.2 Pobudzenie współpracy instytucjonalnej na rzecz promocji gospodarczej Aglomeracji Opolskiej

Stworzona, wykreowana marka gospodarcza Aglomeracji Opolskiej (cel strategiczny 1.1) i powiązana z nią identyfikacja wizualna wymagają upowszechnienia. Dodatkowo poszczególne elementy koncepcji strategicznej, a w szczególności jej poziom operacyjny, wymagają skutecznego komunikowania z partnerami takimi jak izby gospodarcze czy też Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki. Przedmiotowy cel ogniskuje się wokół zagadnień instytucjonalnych, powiązanych z międzysektorowymi partnerstwami ukierunkowanymi na wykorzystywanie zasobów instytucji samorządowych oraz podmiotów prywatnych. Elementy związane ze skutecznym użytkowaniem potencjałów instytucjonalnych to istotny komponent opracowanego planu działań, niemniej w kontekście niniejszego celu akcentuje się tematykę związaną z potrzebą stworzenia silnej koalicji środowisk gospodarczych i okołogospodarczych funkcjonujących w Aglomeracji Opolskiej na rzecz promowania obszaru jako lokalizacji o charakterze gospodarczym. Skoordynowanie działań oraz trwały konsensus znajdzie przełożenie m.in. we wzroście poziomu atrakcyjności inwestycyjnej gmin Aglomeracji. Ograniczenia ustawowe i specyfika prowadzenia działalności przez samorządy i pozostałe podmioty publiczne, implikuje konieczność budowy sieci partnerstw z podmiotami prywatnymi oraz organizacjami pozarządowymi.

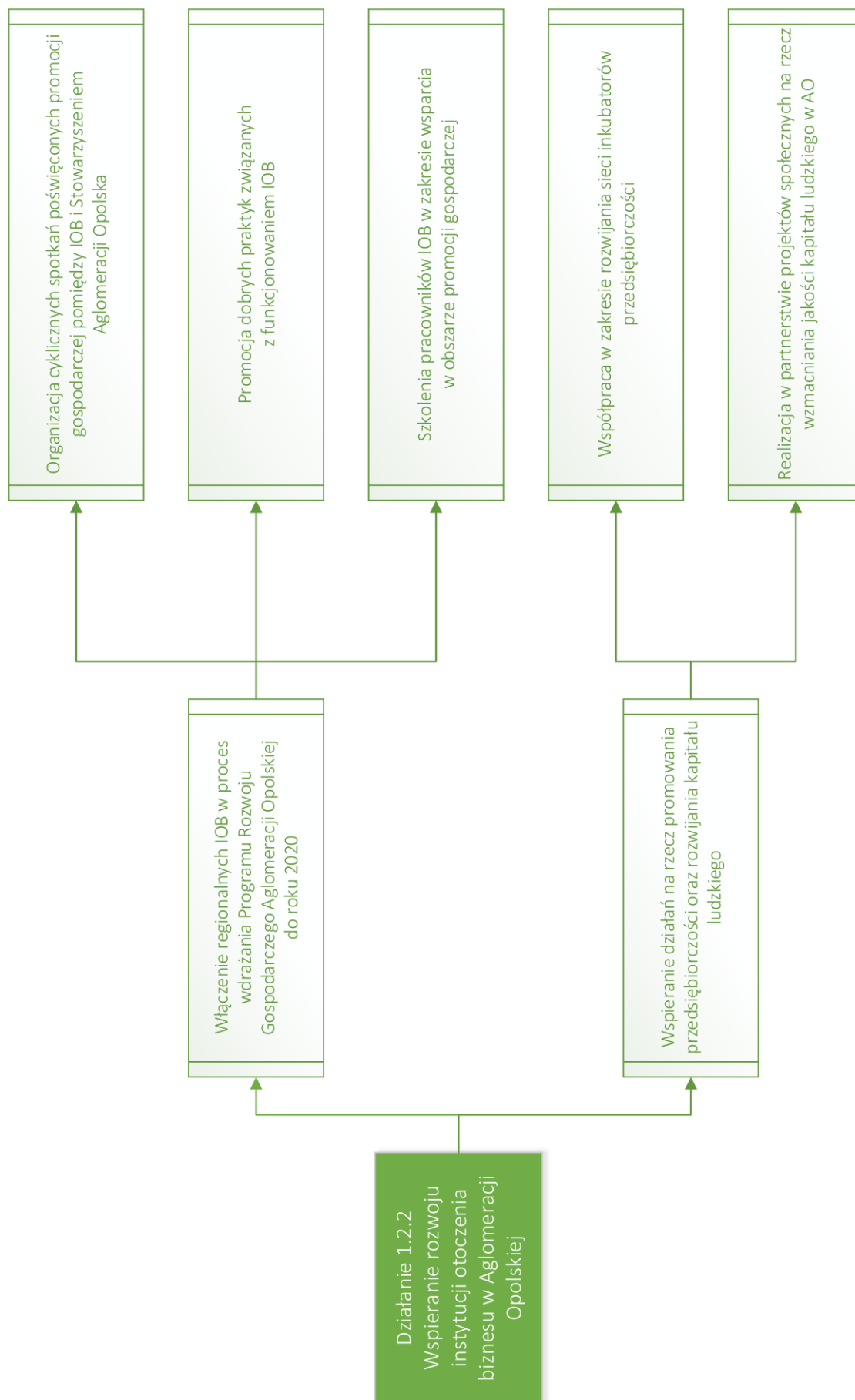
Działanie 1.2.1 Stworzenie koalicji na rzecz promocji wizerunku i marki Aglomeracji Opolskiej



Działanie 1.2.1	Stworzenie koalicji na rzecz promocji wizerunku i marki Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prezentacja przyjętego Programu członkom i partnerom AO mająca na celu osiągnięcie oczekiwanego poziomu znajomości jego zapisów. Kolejnym krokiem jest prezentacja Programu mediom lokalnym i regionalnym, jak również jego dystrybucja wśród kluczowych podmiotów i instytucji AO.</li> <li>– Cykliczne informowanie o postępach realizacji Programu i zapewnienie odpowiedniego poziomu informacji o postępach we wdrażaniu (również poprzez działania PR oraz sprawozdawczość).</li> <li>– Podjęcie skoordynowanych działań mających na celu zapewnienie dofinansowania ze źródeł zewnętrznych na zdefiniowane działania promocyjne i marketingowe. Pozyskiwane środki mogą umożliwić zwiększania zakresu i zasięgu postulowanych przedsięwzięć.</li> <li>– Identyfikacja pojawiających się potencjalnych nowych źródeł finansowania zewnętrznego projektów. w tym m. in. z funduszy unijnych, dotacji celowych, Funduszu Szwajcarskiego, dotacji ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego, Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego i innych.</li> <li>– Kolejnym elementem jest opracowywanie wniosków o dofinansowanie z wyselekcjonowanych funduszy.</li> <li>– Następnym krokiem jest stworzenie platformy współpracy na rzecz koordynacji i realizacji wspólnych działań promocyjnych przez instytucje oraz podmioty reprezentujące różne obszary gospodarki. Przykładowymi inicjatywami mogą być: platformy współpracy firm eksportowych z podmiotami sektora turystycznego (na rzecz wspólnej promocji produktów regionalnych i usług turystyki biznesowej), platform współpracy przedsiębiorstw i jednostek naukowo-badawczych (na rzecz tworzenia atrakcyjnej oferty zachęcającej do podjęcia działań naukowych i pracy w regionie) czy też inicjatywy klastrowe ogniskujące się wokół branż wiodących i potencjalnie wiodących.</li> <li>– Dodatkowo należy zintensyfikować działalność ukierunkowaną na poprawę kwalifikacji pracowników instytucji na szczeblu regionalnym w zakresie efektywnej realizacji i koordynacji promocji gospodarczej oraz turystycznej, poprzez organizację wyjazdów studyjnych dla pracowników instytucji samorządowych do wybranych regionów europejskich o bogatych doświadczeniach w obszarze promocji.</li> <li>– Realizacja szkoleniowych wyjazdów studyjnych do partnerskich regionów zagranicznych.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	samorządy powiatowe oraz szczebla wojewódzkiego, interesariusze zewnętrzni oraz otoczenie instytucjonalne, instytucje otoczenia biznesu, sektor szkół wyższych, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, fundusze unijne, dotacje celowe, Fundusz Szwajcarski, dotacje ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego i Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego i innych.
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Podstawowym rezultatem działania będzie wzrost integracji środowisk gospodarczych oraz otoczenia instytucjonalnego Aglomeracji Opolskiej na rzecz wdrażania Programu i komunikowania poszczególnych jego elementów oraz produktów.

Rekomendacje	Warunkiem skuteczności niniejszego działania jest wykorzystanie zasobów poszczególnych instytucji – rekomenduje się włączenie w zaplanowane działania w charakterze partnera strategicznego regionalnego sektora IOB. Jednocześnie część zadań związanych z pozyskiwaniem funduszy zewnętrznych powinna podlegać outsourcingowi.
Uzasadnienie	Diagnoza społeczno-gospodarcza Aglomeracji Opolskiej wskazuje na brak integracji w obrębie prowadzenia działań promocyjnych. Kreowanie wspólnej marki wymaga podejmowania działań o jednorodnym charakterze. Potrzeby w zakresie wzmocnienia powiązań funkcjonalnych w wymiarze promocyjnym były artykułowane w trakcie badania przedsiębiorców z terenu AO, co dodatkowo potwierdza konieczność podjęcia opisanych działań.

Działanie 1.2.2 Wspieranie rozwoju instytucji otoczenia biznesu w Aglomeracji Opolskiej



Działanie 1.2.2	Wspieranie rozwoju instytucji otoczenia biznesu w Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Organizacja cyklicznych spotkań poświęconych promocji gospodarczej IOB z władzami gmin i powiatów, przedsiębiorstwami, w tym podmiotami turystycznymi oraz jednostkami naukowobadawczymi na poziomie Aglomeracji na rzecz podniesienia roli IOB (na potrzeby niniejszego działania głównie w kontekście obsługi inwestorskiej, promocji i kooperacji na rzecz marki AO).</li> <li>– Cykliczna wymiana informacji i doświadczeń pomiędzy partnerami AO oraz budowa pozycji IOB jako pośredników koordynujących na swoim obszarze działania w zakresie promocji gospodarczej, przede wszystkim w obszarze promocji przedsiębiorstw oraz promocji turystyki biznesowej. Działanie powinno zarazem umożliwić identyfikowanie barier rozwoju przedsiębiorstw i podmiotów turystycznych oraz ich potrzeb w zakresie promocji gospodarczej.</li> <li>– Promocja dobrych praktyk związanych z działaniami IOB w mediach społecznościowych, jak również w komunikatach kierowanych do mediów tradycyjnych, które powinny akcentować pozytywne przykłady wspólnych efektywnych działań promocyjnych.</li> <li>– Przygotowanie kadr IOB do pełnienia roli pośredniczącej w procesie realizacji działań związanych z promocją gospodarczą i turystyczną w oparciu o system szkoleń.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	samorządy powiatowe oraz szczebla wojewódzkiego, interesariusze zewnętrzni oraz otoczenie instytucjonalne, instytucje otoczenia biznesu, sektor szkół wyższych, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Skuteczne wdrożenie działania wpłynie na wzrost jakości funkcjonowania IOB, co bezpośrednio znajdzie przełożenie w zakresie i zasięgu promocji gospodarczej, jak również podnoszeniu standardów obsługi inwestorskiej oraz wiedzy i umiejętności kadr zarządzających i świadczących usługi sektorowi biznesowemu.
Rekomendacje	Działanie ogniskuje się wokół możliwie szerokiego włączenia instytucji okołobiznesowych do działań marketingowych i organizacyjnych. Działanie stanowi pierwszy z elementów dedykowanych pogłębieniu współpracy pomiędzy IOB a Aglomeracją Opolską (rozwinięciem są scenariusze działań 2.2.1 oraz 2.2.2) oraz wykorzystania IOB w zakresie wzmocnienia zasobów ludzkich (Priorytet 4).
Uzasadnienie	Konieczność efektywnego wykorzystania zasobów i powiązań instytucjonalnych IOB wynikają po pierwsze z potrzeby zbudowania kooperacji w oparciu o podmioty posiadające adekwatny potencjał do pełnienia roli organizacji pośredniczącej. Drugim czynnikiem jest identyfikowana potrzeba silniejszej i szerszej obecności IOB w życiu gospodarczym Aglomeracji Opolskiej.

## Wskaźniki realizacji Priorytetu 1

Niniejszy podrozdział definiuje mierzalne wskaźniki dostosowane do specyfiki *Priorytetu 1 Budowa spójnego gospodarczo i turystycznie wizerunku Aglomeracji Opolskiej*, pozwalając na efektywny monitoring sposobu i stopnia realizowania poszczególnych przedsięwzięć, scenariuszy działań wypracowanych w ramach koncepcji strategicznej *Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020*.

Priorytet 1	Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza	Wartość bazowa	Wartość docelowa
Wskaźniki realizacji	Ujednoczenie zawartości oferty inwestycyjnej na stronach gmin Aglomeracji Opolskiej	0	21
	Liczba wydarzeń targowych/wyjazdów studialnych/konferencji, na których promowano ofertę inwestycyjną AO	0	30
	Liczba odwiedzin serwisu internetowego promującego ofertę gospodarczą Aglomeracji Opolskiej	0	100 000



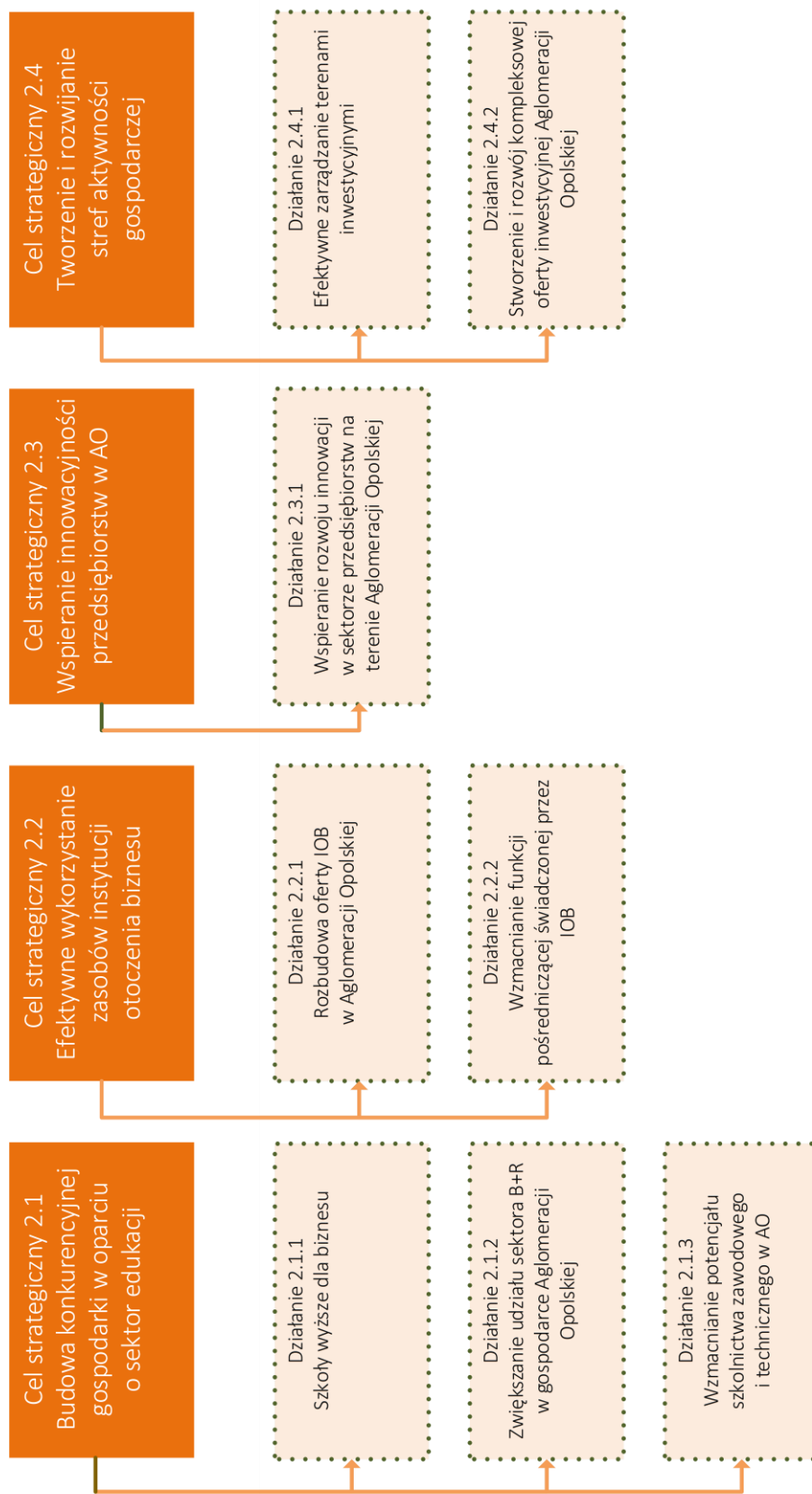
## 3.2 Priorytet 2 Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej

Najważniejszym dokumentem województwa opolskiego o charakterze strategicznym identyfikującym bariery i wyzwania oraz wyznaczającym kierunki rozwoju w zakresie szeroko definiowanych potencjałów innowacyjnych jest „Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020”. Przedmiotowy priorytet koresponduje z głównymi założeniami wskazanego opracowania. Jednocześnie zaplanowane cele i wyznaczone działania akcentują specyfikę AO, jej integralny charakter, a w szczególności wyróżniają funkcjonujące branże na tle województwa. Elementem identyfikowanym jako niedostatecznie obecny w życiu gospodarczym Aglomeracji Opolskiej jest transfer wiedzy. Odnotowane deficyty zostały szeroko skomentowane i przedstawione w części diagnostycznej opracowania na podstawie danych empirycznych. Przeprowadzona analiza stanowi bazę do rozbudowania Priorytetu 2 w oparciu o cztery cele strategiczne. Pierwszym obszarem interwencji jest sektor edukacji (głównie szkół wyższych), których potencjał umożliwia zwiększenie wykorzystania w regionalnej gospodarce wiedzy i nowoczesnych technologii (sektor B+R, dostosowywanie programów nauczania do potrzeb rynkowych, dbałość o jakość kadr). Druga dziedzina wsparcia skupia się na istniejących w Aglomeracji Opolskiej instytucjach okołobiznesowych. Skuteczność realizacji Programu jest warunkowana wysokim poziomem kooperacji z IOB. Trzecim celem strategicznym, a zarazem finalnym adresatem działań AO są regionalni przedsiębiorcy (głównie z branż stanowiących o pozycji konkurencyjnej regionu oraz posiadający pozycję liderów w poszczególnych segmentach rynku w skali AO oraz krajowej). Ostatni z celów strategicznych skupia się na kompleksowym uzbrajaniu stref terenów inwestycyjnych i dostosowaniu oferty inwestycyjnej do potrzeb inwestorów. Zbudowana silna marka gospodarcza Aglomeracji Opolskiej – konsekwentnie upowszechniana i promowana (Priorytet 1), jest komponentem, który będzie wykorzystywany w ramach scenariuszy działań dedykowanych instytucjom realizującym projekty innowacyjne i świadczącym usługi badawczo-rozwojowe. Jednocześnie biorąc pod uwagę identyfikowane bariery rozwojowe gospodarki w Aglomeracji, wymiar instytucjonalny stanowi obszar wymagający podjęcia szeregu skatalogowanych działań na rzecz aktywizacji życia gospodarczego na terenie AO. Poniżej zaprezentowano w formie graficznej schemat strategiczny dla Priorytetu 2.

## Priorytet 2

Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej

### Cele strategiczne Aglomeracji Opolskiej



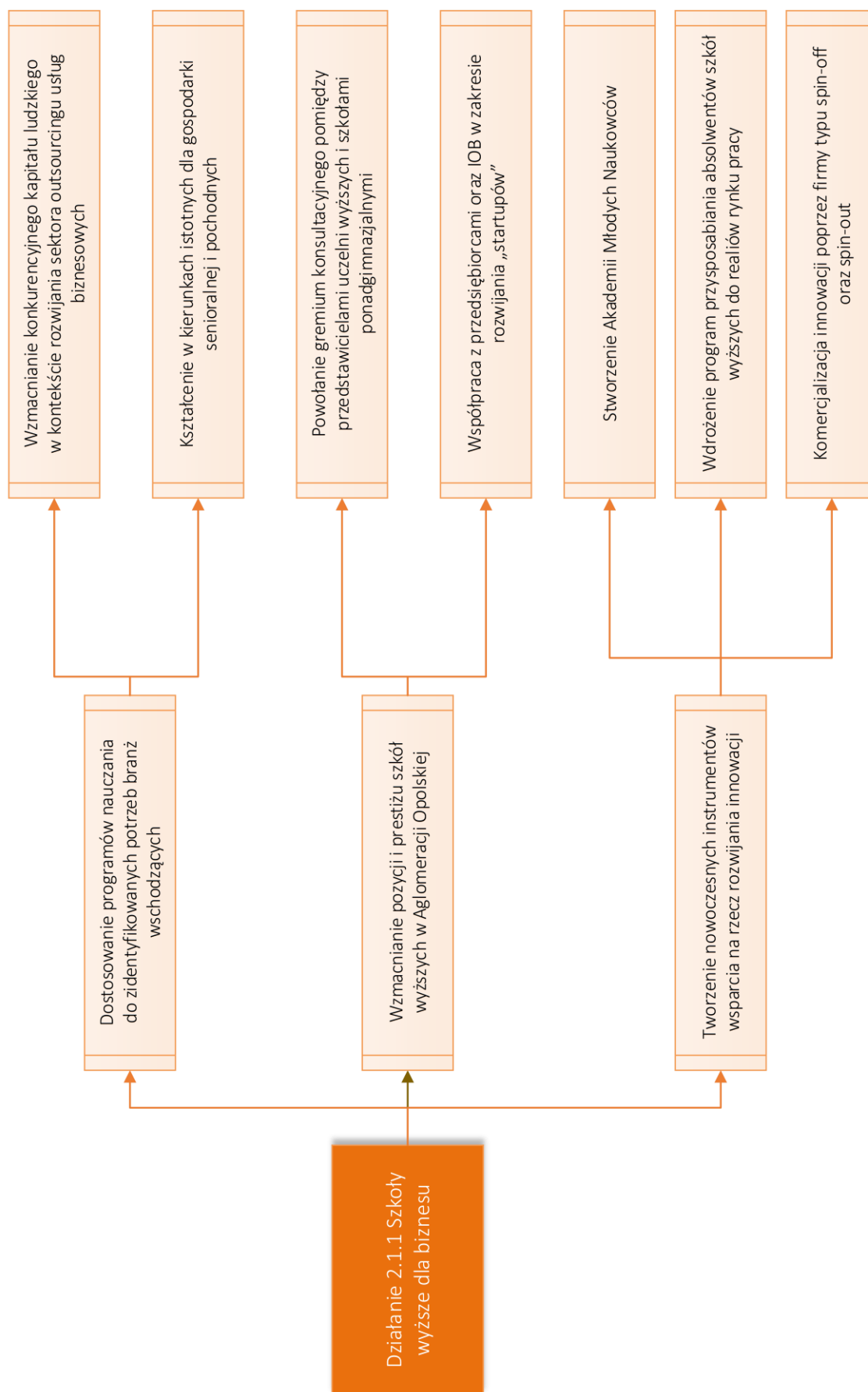
## Cel strategiczny 2.1 Budowa konkurencyjnej gospodarki w oparciu o sektor edukacji

Innowacyjność Aglomeracji Opolskiej jest oceniana jako przeciętna, syntetyczny miernik poziomu innowacyjności, wyznaczony metodą TOPSIS plasuje województwo opolskie na 7. miejscu w kraju<sup>4</sup>. Na potrzeby niniejszego opracowania należy przyjąć, iż zasadniczą część zasobów innowacji Opolszczyzny to właśnie obszar AO. Dokonując systematyki działań ogniskujących się w obrębie sektora edukacji, należy podkreślić i wyodrębnić w pierwszej kolejności scenariusz dedykowany szkołom wyższym w zakresie kształcenia kadr i elastycznego reagowania na zmieniające się zjawiska na rynku pracy (np. poprzez monitoring kształtowania się podaży ofert pracy czy też prowadzenie badań losów absolwentów). Kolejne działanie obejmuje sferę B+R, która jest również domeną szkół wyższych, niemniej z racji kluczowej roli komercjalizacji wiedzy w procesie rozwoju gospodarki w Aglomeracji Opolskiej stworzono odrębny scenariusz wdrożeniowy dla tego obszaru. Trzecie działanie jest ukierunkowane na sektor szkół ponadgimnazjalnych. Diagnoza dokonana na potrzeby niniejszego opracowania wprost wskazuje na niedostosowanie szkół zawodowych i technicznych do potrzeb zgłaszanych przez pracodawców. Dodatkowo przeprowadzone badania wskazują na braki w kompetencjach o charakterze kluczowym i o niskim dostosowaniu umiejętności absolwentów do oczekiwań pracodawców. Poza jakością nauczania, odnotowano deficyty infrastrukturalne wynikające m.in. z niedofinansowania placówek oświatowych. Zdefiniowane poniżej działania cechują się wysokim stopniem komplementarności z celami strategicznymi wskazanymi w Priorytecie 3 odnoszącym się do branż potencjalnie wiodących w Aglomeracji Opolskiej.

---

<sup>4</sup> E. Piotrowska, E. Roszkowska, *Analiza zróżnicowania województw Polski pod względem poziomu innowacyjności*, w: *Raport o innowacyjności gospodarki Polski w 2010 r.*, red. naukowa T. Baczko, Instytut Nauk Ekonomicznych PAN, Warszawa 2011, s. 114-119

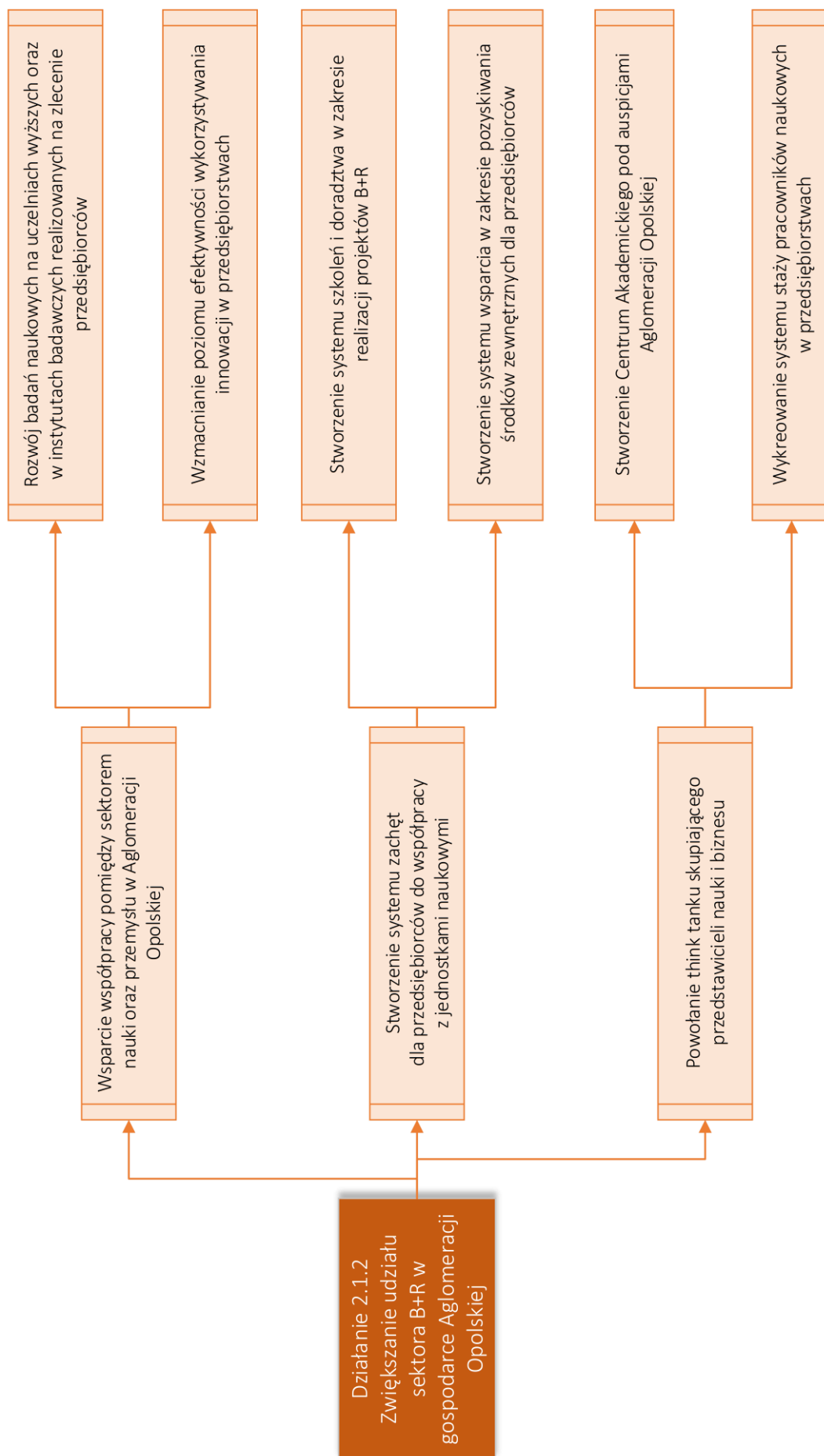
Działanie 2.1.1 Szkoły wyższe dla biznesu



Działanie 2.1.1	Szkoły wyższe dla biznesu
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ukierunkowanie placówek edukacyjnych (poszczególnych wydziałów i instytutów) pod branże definiowane jako wiodące (patrz Priorytet 3).</li> <li>– Przyjęcie zestawu narzędzi w ramach kooperacji międzysektorowej takich jak: zapewnienie praktyk, stażów oraz warsztatów i szkoleń w firmach z terenu AO, utworzenie specjalistycznych studiów podyplomowych – przygotowanych pod branże wschodzące, realizacja cyklicznych konkursów prac dyplomowych, w których laureaci otrzymują możliwość zatrudnienia w wiodących firmach AO, stworzenie laboratorium umiejętności biznesowych, podczas którego studenci w warunkach akademickich będą uczestniczyć w potencjalnych sytuacjach problemowych związanych z prowadzeniem działalności biznesowej.</li> <li>– Korzystnym w kontekście monitoringu zmieniającego się zapotrzebowania rynku pracy byłoby stworzenie gremium konsultacyjnego pomiędzy IOB, przedsiębiorcami i uczelniami (nieformalny charakter, cykliczne spotkania). Dodatkowy kierunek działania tego forum mogłaby stanowić tematyka związana z przedsiębiorczością akademicką – inkubatory, startupy i współpraca z akademickimi biurami karier.</li> <li>– Stworzenie międzyuczelnianej Akademii Młodych Naukowców, w której projekty byłyby realizowane w oparciu o mentoring dla studentów/absolwentów – członków Akademii, realizowany przez uznane autorytety danej dziedziny. Dodatkowo organizacja posiadałaby instytucję Ambasadorów delegowanych przez poszczególne firmy.</li> <li>– Komercjalizacja i transfer wiedzy powinien się dokonywać we współpracy z instytucjami pośredniczącymi na wszystkich jej etapach (w zakresie działalności typu spin off/out) – etap badań i rozwoju (seed), wprowadzenie (start-up), wzrost (growth) oraz dojrzałość (maturity). Zadanie ma charakter komplementarny w stosunku do Priorytetu 4.</li> <li>– Aglomeracja Opolska powinna uzyskać od gmin członkowskich pełnomocnictwo do reprezentowania ich interesów w ramach negocjacji z sektorem szkół wyższych i biznesem.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Regionalne Centrum Rozwoju Edukacji, uczelnie wyższe, szkoły średnie, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, środki własne uczelni wyższych, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, Program Wiedza Edukacja Rozwój, Program Polska Cyfrowa, RPO WO 2014-2020, środki Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektom omówionych działań będzie wzrost pozycji innowacyjnej regionu poprzez implementację nowatorskich instrumentów wsparcia. Dodatkowo komplementarność w zakresie budowy zaplecza, kapitału ludzkiego, w kontekście branż potencjalnie wiodących w perspektywie średniookresowej wpłynie na zaistnienie unikalnych inteligentnych specjalizacji Aglomeracji Opolskiej (w skali ponadregionalnej).
Rekomendacje	Korzystnym rozwiązaniem jest skorzystanie z przykładów dobrych praktyk np. Politechniki Wrocławskiej lub innej uczelni posiadającej odpowiednie doświadczenie w zakresie transferu wiedzy oraz dbałości o skuteczny start na rynku pracy przez absolwentów.

	<p>Uczelnie wyższe są podmiotami autonomicznymi i w ramach przedmiotowego Programu Aglomeracja Opolska nie można im narzucać konkretnych działań i rozwiązań. Niemniej w tym kontekście, rolą AO jest zachęcanie świata akademickiego do nawiązania współpracy, która przyniesie istotne korzyści gospodarcze dla regionu. Aglomeracja reprezentując interes wszystkich gmin tworzących obszar posiada w tym zakresie silną pozycję negocjacyjną.</p>
Uzasadnienie	<p>Ranking SZKÓŁ WYŻSZYCH Perspektywy 2014 plasuje wiodące uczelnie AO na przeciętnych pozycjach (Politechnika Opolska – 49. miejsce, Uniwersytet Opolski – 50-pozycja) – co potwierdza konieczność podjęcia działań naprawczych. Dodatkowo należy zwrócić uwagę na konieczność stworzenia realnych powiązań pomiędzy szkołami wyższymi a rynkiem pracy i branżami funkcjonującymi w AO. Potrzeba wzmocnienia wymiaru praktycznego edukacji wyższej została również zasygnalizowana przez reprezentatywną grupę uczniów w ramach przeprowadzonego badania audytoryjnego na potrzeby niniejszego opracowania.</p>

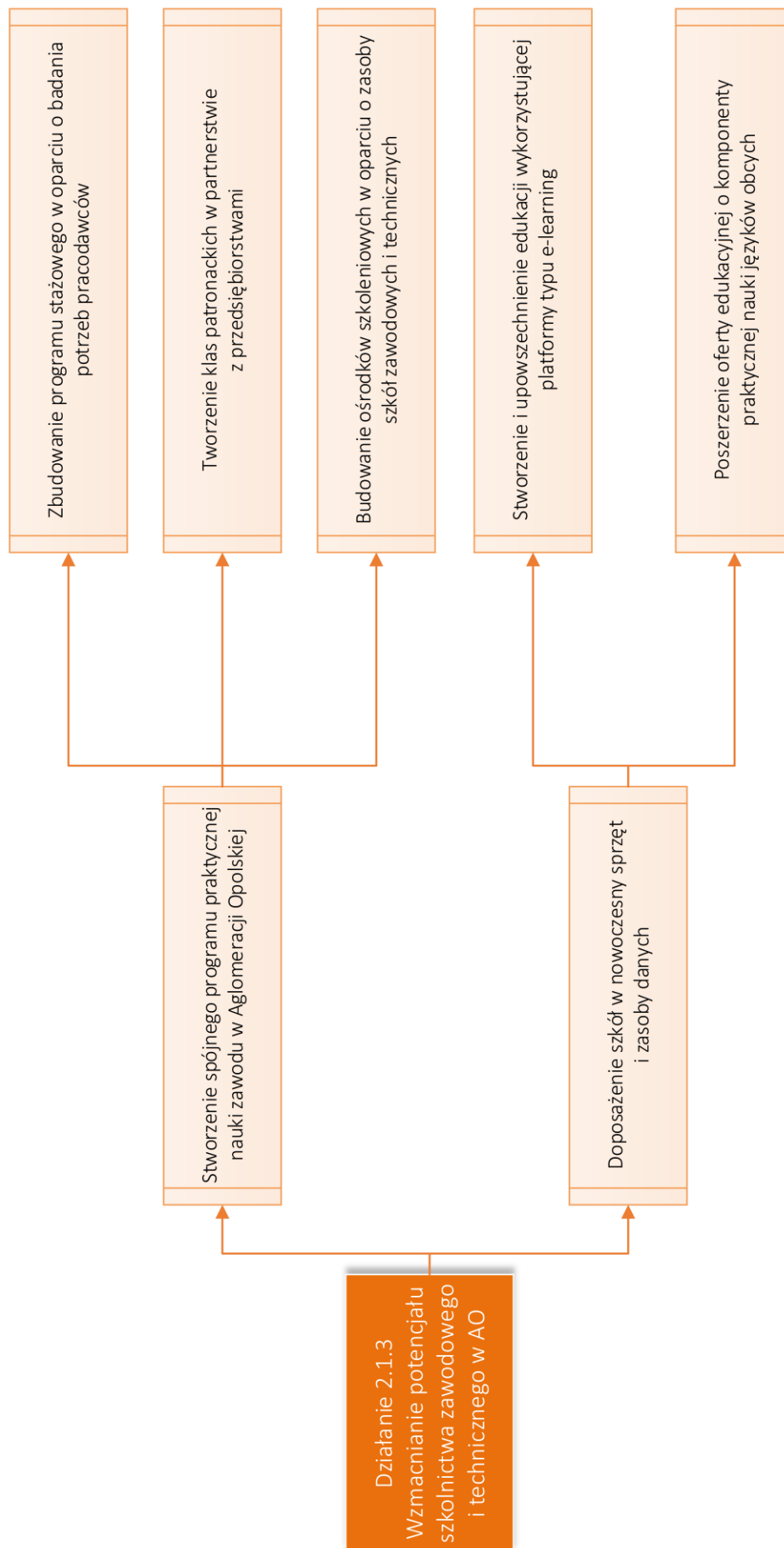
Działanie 2.1.2 Zwiększanie udziału sektora B+R w gospodarce Aglomeracji Opolskiej



Działanie 2.1.2	Zwiększanie udziału sektora B+R w gospodarce Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Skuteczny rozwój transferu wiedzy i technologii do przemysłu odbywać się powinien poprzez realizację wspólnych programów badawczych przez uniwersytety i przedsiębiorstwa, poprzedzonych analizą poszczególnych sektorów.</li> <li>– Wsparcie wdrożeń wyników prac B+R z wykorzystaniem instrumentów zwrotnych lub mieszanych (dotacyjno-zwrotnych).</li> <li>– Tworzenie warunków infrastrukturalnych dla prowadzenia działalności B+R przez przedsiębiorstwa – tworzenie i rozwój infrastruktury B+R przedsiębiorstw.</li> <li>– Lobbing na rzecz uruchomienia kredytów na innowacje technologiczne, skierowany do MŚP i obejmujący projekty polegające na wdrażaniu innowacji o charakterze technologicznym.</li> <li>– Celami powołanego <i>think tanku</i> – Centrum Akademickiego byłoby: integrowanie środowiska akademickiego i jego wspieranie oraz tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi „kultury innowacji”. Do centrum zapraszano by wybitnych uczonych, popularyzatorów nauki oraz ludzi biznesu, którzy zachęcaliby do kreatywności i innowacyjności.</li> <li>– Pożądane byłoby stworzenie katalogu wdrożeń – prezentującego w formule dobrych praktyk proces komercjalizacji wiedzy.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Regionalne Centrum Rozwoju Edukacji, uczelnie wyższe, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, środki własne uczelni wyższych, środki prywatne, Program Inteligentny Rozwój, Program Wiedza Edukacja Rozwój, Program Polska Cyfrowa, RPO WO 2014-2020, środki Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektom realizacji przewidzianych zadań będzie wzrost atrakcyjności inwestycyjnej regionu oraz wzmocnienie potencjału innowacyjnego zarówno instytucji publicznych, jak również prywatnych.
Rekomendacje	Skuteczny rozwój transferu wiedzy i technologii do przemysłu odbywać się powinien poprzez realizację wspólnych programów badawczych przez szkoły wyższe i przedsiębiorstwa. Realizacja projektów B+R powinna akcentować rolę marki AO w zawiązywaniu partnerstw.
Uzasadnienie	Potencjał innowacyjny Aglomeracji Opolskiej jest niewystarczający, co znajduje odzwierciedlenie w liczbie realizowanych projektów badawczo-rozwojowych. Potwierdza to analiza gospodarki AO oraz wnioski płynące z opracowania ewaluacyjnego pn. „Ocena działań badawczo-rozwojowych oraz innowacyjnych podejmowanych w ramach unijnych projektów na rzecz wzrostu konkurencyjności Opolszczyzny. Raport końcowy”. Sektor B+R w AO posiada bazę w postaci sektora uczelni wyższych niniejszy scenariusz działań stanowi próbę wzmocnienia jego potencjałów.



Działanie 2.1.3 Wzmacnianie potencjału szkolnictwa zawodowego i technicznego w AO

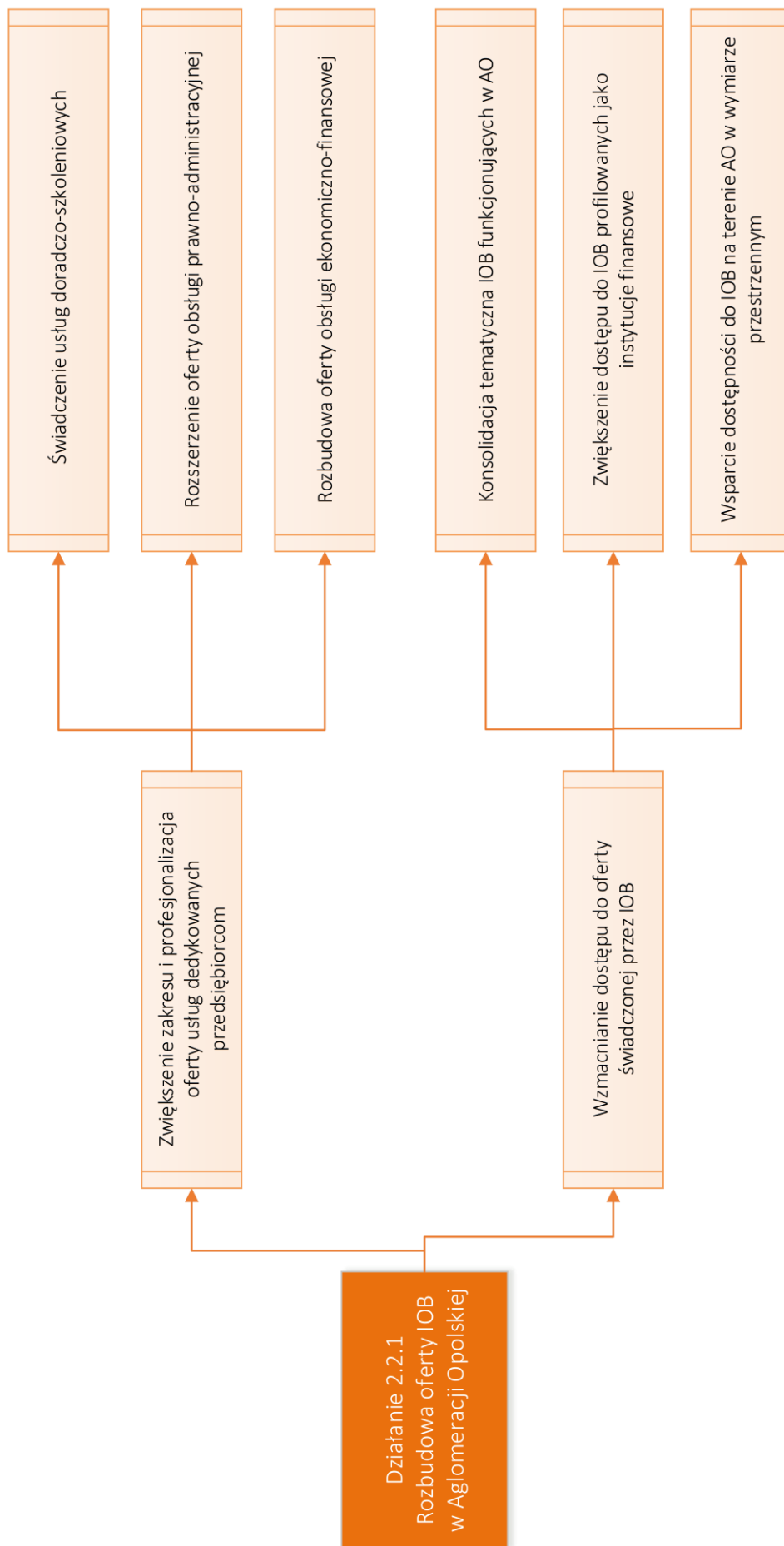


Działanie 2.1.3	Wzmacnianie potencjału szkolnictwa zawodowego i technicznego w AO
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rekrutacja do Klas Patronackich opierałaby się na rozmowie instruktora praktycznej nauki zawodu i przedstawiciela firmy z uczniem i rodzicem lub opiekunem.</li> <li>– Współpraca pomiędzy szkołami a pracodawcami w zakresie dostosowywania programu nauczania do potrzeb rynkowych, szczególnie w kontekście umiejętności praktycznych.</li> <li>– Kolejny etap wiąże się z zacieśnieniem współpracy między szkołami a firmami, a polega na wdrożeniu Klas Patronackich.</li> <li>– Wzmacnianie potencjału szkół zawodowych polegałoby na implementacji rozwiązań ukierunkowanych na zwiększenie kompetencji językowych oraz tele-informatycznych (jak również innych kompetencji kluczowych, wymienione mają determinujących charakter w kontekście budowania gospodarki opartej na wiedzy).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	samorządy powiatowe, Regionalne Centrum Rozwoju Edukacji, Kuratorium Oświaty w Opolu, szkoły ponadgimnazjalne, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, Program Wiedza Edukacja Rozwój, Program Polska Cyfrowa, RPO WO 2014-2020, środki prywatne
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Bezpośrednim efektem działania jest dostosowanie poszczególnych segmentów edukacji ponadgimnazjalnej do potrzeb uczniów, nauczycieli oraz rynku pracy. Pośrednio realizacja działania wpłynie na poprawę wizerunku szkół zawodowych i technicznych.
Rekomendacje	Zaleca się prowadzenie stałej współpracy z WUP i przedsiębiorcami w zakresie analizy tendencji dotyczących zawodów deficytowych i nadwyżkowych wraz z prognozowaniem tych zjawisk.
Uzasadnienie	Ponad 21% przedsiębiorców (badania IDI na grupie 100 przedsiębiorców z terenu AO) jako kluczową barierę związaną z zatrudnieniem nowych pracowników wiąże z dwoma zjawiskami: brakiem osób posiadających jakiegokolwiek doświadczenie zawodowe (konieczność tworzenia systemu praktyk i staży) oraz brakiem osób o adekwatnych umiejętnościach (kwestia bezpośrednio związana z jakością i programem kształcenia). Dodatkowo należy dowartościować szkolnictwo zawodowe i techniczne, podlegające marginalizacji i deprecjonowaniu w powszechnym odbiorze społecznym.

## Cel strategiczny 2.2 Efektywne wykorzystanie zasobów instytucji otoczenia biznesu

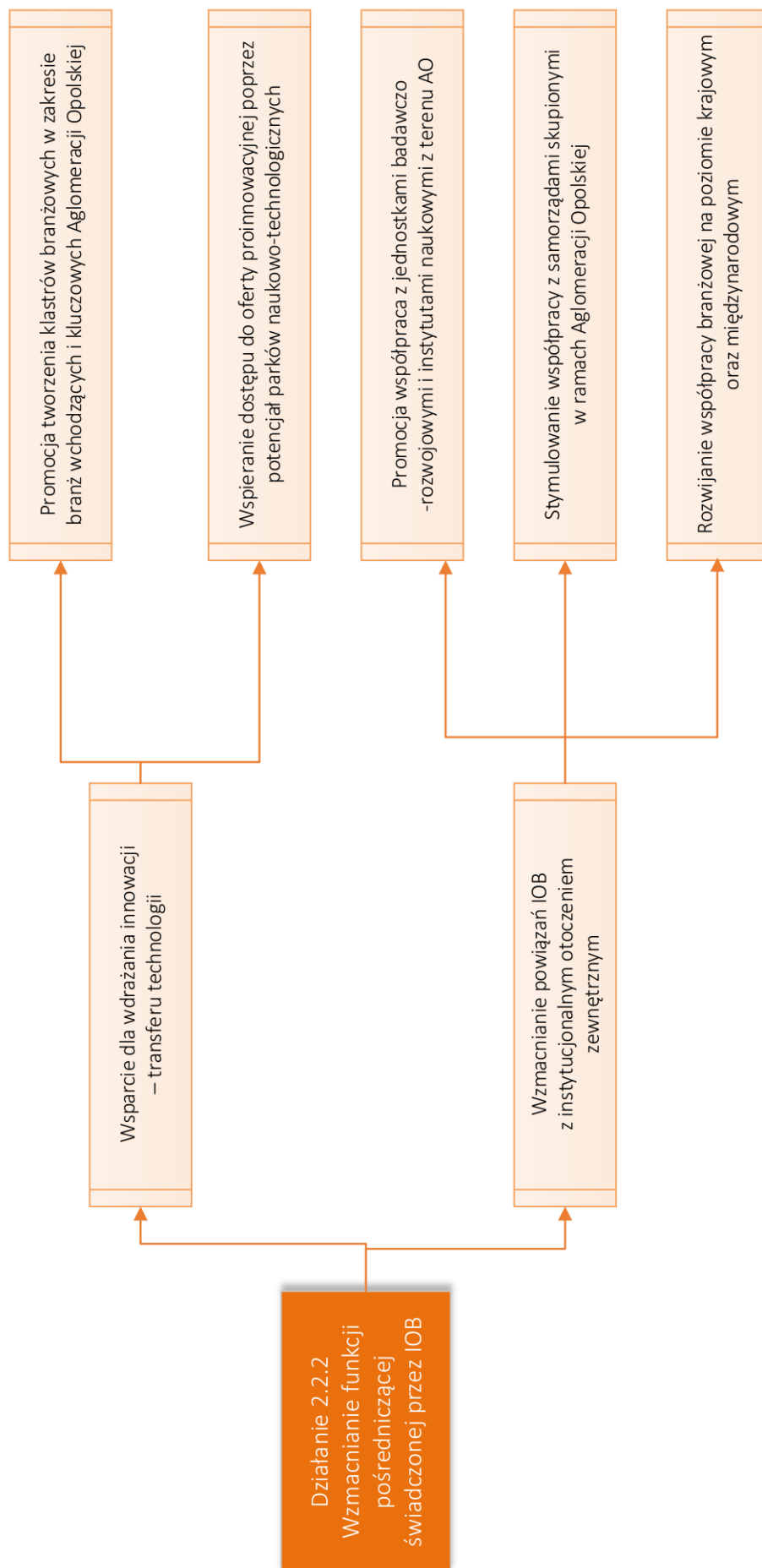
Większość wiodących i rozpoznawalnych IOB w województwie opolskim znajduje się w obrębie Aglomeracji Opolskiej. Jest to element, którego istnienie korzystnie wpływa na budowanie pozycji konkurencyjnej regionu. Sektor instytucji okołobiznesowych to grupa organizacji uznanych za szczególnie ważne w stymulowaniu dynamiki rozwoju gospodarczego AO. Niniejszy cel strategiczny w całości dedykowany jest IOB i stanowi swoiste uzupełnienie dla działania 1.2.2. W „Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020” czytamy, że oferta regionalnych IOB jest *„mało zróżnicowana i wymaga podejmowania przez te jednostki różnorodnych form aktywności i oferowania nowych profesjonalnych usług innowacyjnych.”* Należy uznać tę opinię za nazbyt surową. Przeprowadzona diagnoza identyfikuje liczne deficyty i bariery IOB w AO, niemniej równocześnie wskazuje, że niektóre z nich posiadają zasoby ludzkie i instytucjonalne niezbędne do partycypacji w partnerskiej realizacji części zaplanowanych i przedstawionych w opracowaniu działań. W obrębie niniejszego celu strategicznego skupiono się na dwóch aspektach, pierwszym z nich jest rozbudowa i profesjonalizacja oferty usług świadczonych przez IOB na terenie Aglomeracji. Drugi element to instytucjonalne wzmocnienie roli wybranych organizacji funkcjonujących w środowisku biznesowym jako ogniw pośredniczących w kontaktach z firmami z terenu AO, potencjalnymi inwestorami, jak również sektorem organizacji pozarządowych czy też z organizacjami branżowymi (np. developerami w kontekście rozwijania branży BSS). Zatem, zaprojektowane działania wpisują się w wyartykułowane w koncepcji strategicznej pozostałe trzy priorytety, stanowiąc potencjalnie komponent warunkujący efektywność wdrażania zdefiniowanego planu.

Działanie 2.2.1 Rozbudowa oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej



Działanie 2.2.1	Rozbudowa oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zwiększanie zakresu i profesjonalizacja świadczonych usług poprzez szkolenia pracowników i kadr odpowiedzialnych za obsługę przedsiębiorców.</li> <li>– Wzmacnianie dostępności świadczeń instytucji okołobiznesowych w wymiarze terytorialnym – tworzenie warunków do świadczenia usług przez pracowników merytorycznych poszczególnych IOB, również na obszarach wiejskich (cyklicznie organizowane punkty konsultacyjne – bez tworzenia dodatkowej infrastruktury i nadbudowy instytucjonalnej). Również wsparcie finansowe funkcjonujących punktów konsultacyjnych.</li> <li>– Wsparcie dla działań na rzecz zwiększenia liczby oraz poziomu zróżnicowania IOB i ich oferty oraz wsparcie na rzecz konsolidacji jednostek nie dysponujących adekwatnymi zasobami ludzkimi i finansowymi, co stanowi barierę w efektywnym funkcjonowaniu na rynku.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	sektor nauki i edukacji na poziomie wyższym, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, Program Wiedza Edukacja Rozwój, RPO WO 2014-2020, środki z Europejskiego Funduszu Społecznego w tym m.in. Program Operacyjny Kapitał Ludzki, środki prywatne
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Bezpośrednim efektem działania będzie dostosowanie oferty świadczonej przez IOB do potrzeb sygnalizowanych przez mieszkańców oraz przedsiębiorców z terenu AO.
Rekomendacje	Korzystna byłaby współpraca z uczelniami wyższymi w zakresie podnoszenia jakości i kompetencji kadr IOB. Lobbing na rzecz szerszego upowszechnienia dostępu do instrumentów pomocowych świadczonych przez instytucje finansowe.
Uzasadnienie	Podstawowe potrzeby związane z funkcjonowaniem instytucji otoczenia biznesu w Aglomeracji Opolskiej to działania o charakterze rutynowym – stanowiącym podstawową specyfikę i profil działalności IOB. Ze szkoleń korzysta aż 58% przedsiębiorców, natomiast z usług doradczych blisko 42% spośród firm współpracujących z otoczeniem okołobiznesowym. Rozszerzając wskazane obszary o sferę prawną i finansową należy zwiększać dostępność do tego typu świadczeń, jako do tej części oferty, która stanowi bazę i punkt wyjścia do wejścia w obszar szeroko rozumianej innowacyjności.

Działanie 2.2.2 Wzmacnianie funkcji pośredniczącej świadczącej przez IOB



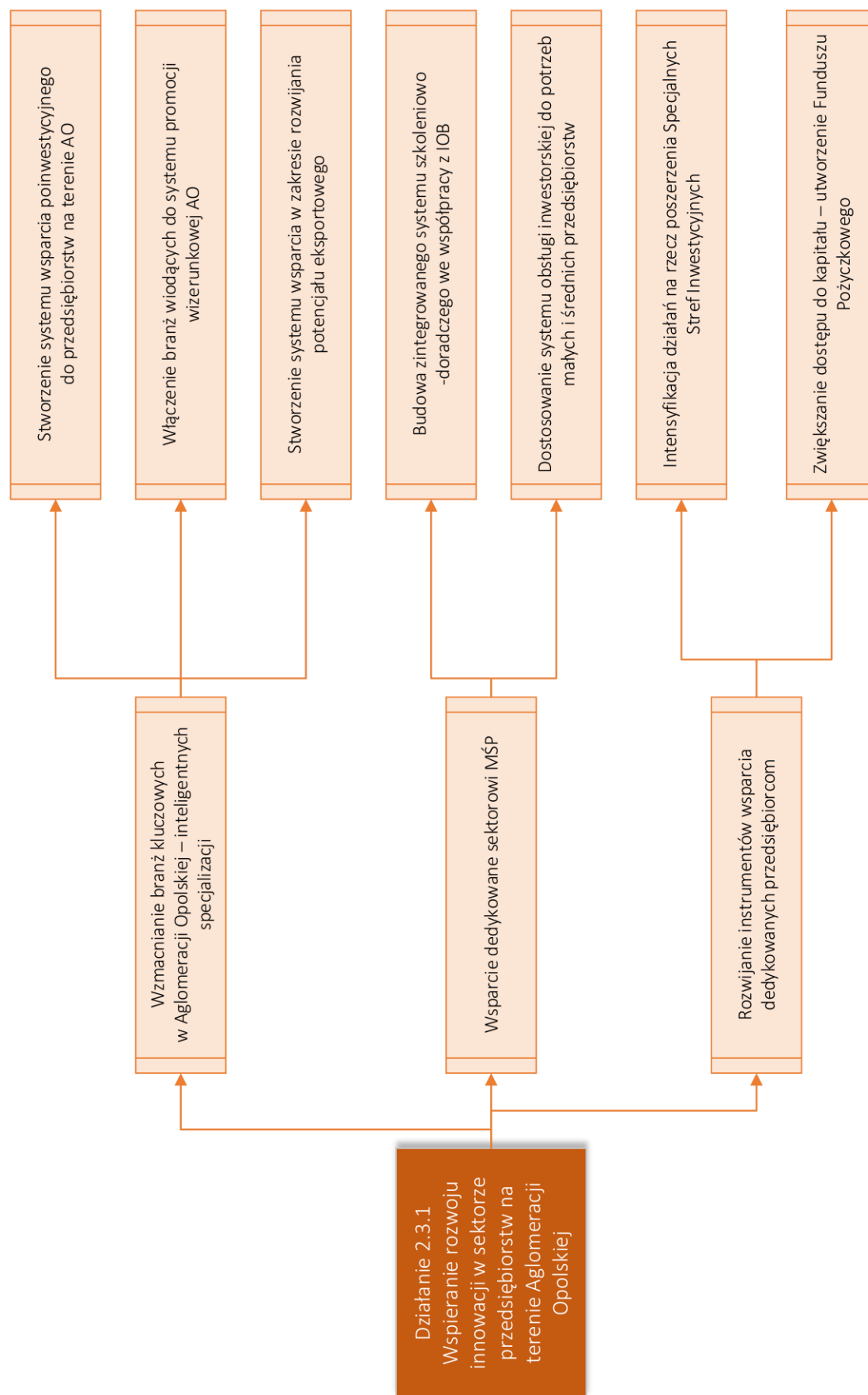
Działanie 2.2.2	Wzmacnianie funkcji pośredniczącej świadczonej przez IOB
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zawiązanie strategicznego partnerstwa pomiędzy AO a poszczególnymi podmiotami rynku usług dla biznesu w Aglomeracji w oparciu o zasady kooperacji oraz realizacji wspólnych projektów uwzględniających mieszany publiczno-prywatny montaż finansowy.</li> <li>– Wspieranie procesu dyfuzji innowacji, stanowiącej element przyswajania rozwiązania innowacyjnego (komplementarność z działaniami 2.3.1 oraz 2.1.2). Upowszechnianie oraz promocja wdrożeń technologicznych w porozumieniu i współpracy z parkami naukowo-technologicznymi.</li> <li>– Wspieranie instytucji otoczenia biznesu świadczących proinnowacyjne usługi oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym, inwestycje, doradztwo i szkolenia związane z rozwojem powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym, w tym klastrów (promocja i informacja m.in. w zakresie własności przemysłowej i wzornictwa przemysłowego).</li> <li>– Dostosowywanie oferty do potrzeb, tworzenie elastycznych i dopasowanych do specyfiki świadczeń.</li> <li>– Zwiększenie świadomości przedsiębiorstw w AO odnośnie korzyści płynących z włączania się w sieci powiązań, klastry przedsiębiorstw i realizowania wspólnych działań sprzedażowych i promocyjnych. Informowanie o sukcesach firm działających w ramach klastrów, konsorcjów eksportowych, grup producenckich w ramach promocji wizerunku AO jako ośrodka gospodarczego.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	sektor nauki i edukacji na poziomie wyższym, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, Program Wiedza Edukacja Rozwój, RPO WO 2014-2020, środki prywatne
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektom wdrożenia działania będzie powstanie silnego partnera, partnerów instytucjonalnych na rzecz wzmacniania gospodarki obszaru AO. Pierwszym wymiernym rezultatem będzie zwiększenie potencjałów wewnętrznych IOB, drugim natomiast będzie rozbudowywanie i wzrost roli inicjatyw ukierunkowanych na kooperację, zrzeszanie poprzez klastry branż dominujących oraz wschodzących.
Rekomendacje	Warunkiem możliwie kompleksowego wdrożenia zdefiniowanych zadań Programu jest powstanie strategicznego partnerstwa pomiędzy IOB a Stowarzyszeniem Aglomeracja Opolska. Wzmocnienie zasobów instytucji otoczenia biznesu w kontekście realizacji funkcji pośredniczącej wynika z szerokiej grupy docelowej realizowanych świadczeń (powiązanej również z poszerzaniem oferty). Zakres współpracy z IOB przewija się w każdym ze zdefiniowanych priorytetów – cel 2.2 ma na celu podkreślenie roli tych instytucji w ramach całej sekwencji działań na rzecz regionalnej gospodarki.
Uzasadnienie	Na tle ogólnopolskim instytucje okołobiznesowe AO są oceniane jako niedoinwestowane i niedostosowane do zmieniającego się rynku pracy. Potwierdzeniem tej tezy jest RSI województwa opolskiego do roku 2020, jak również badania przeprowadzone na potrzeby diagnozy społeczno-gospodarczej AO. Tylko 24% respondentów (przedsiębiorców) korzysta z usług IOB, a blisko 42% jako element deficytowy wskazuje pomoc w zakresie wdrożeń nowoczesnych technologii. Wzrost gospodarczy może zostać osiągnięty jedynie w oparciu o efektywne zasoby instytucjonalne.

## Cel strategiczny 2.3 Wspieranie innowacyjności przedsiębiorstw w AO

Relacje pomiędzy sektorem firm i przedsiębiorstw prywatnych a samorządami, ze względu na rygorystyczne mechanizmy funkcjonowania pomocy publicznej mają charakter ograniczony. Świadczy o tym również mała liczba projektów realizowanych w oparciu o partnerstwo publiczno-prywatne. Mając na celu sformułowanie kompleksowego katalogu działań ukierunkowanych na rozwój gospodarczy AO i stworzenie z niej rozpoznawalnego i efektywnie konkurującego ośrodka gospodarczego na poziomie krajowym, należy zdefiniować zakres wsparcia dla przedsiębiorców. Rezultaty większości zaplanowanych w niniejszym opracowaniu działań są pośrednio adresowane właśnie do przedsiębiorców, również z sektora MŚP generującego znaczną część regionalnego PKB. W tym kontekście warto podkreślić zagadnienia związane z edukacją (m.in. cel 2.1) czy też instytucjami okołobiznesowymi (cel 2.2). Również promocja marki AO, zintegrowany system dedykowany inwestorom i eksporterom to atuty, narzędzia wsparcia, z których może korzystać sektor prywatny w Aglomeracji. Biorąc pod uwagę podkreślone we wstępie do podrozdziału, ograniczenia natury prawnej, zakres działań skierowanych do przedsiębiorców ogniskuje się wokół tworzenia warunków i klimatu inwestycyjnego wpływającego na rozwój poszczególnych branż i firm. Wzrastająca jakość istniejących i powstających miejsc pracy oraz zakorzenienie firm w strukturze społeczno-gospodarczej AO, w perspektywie krótko i długookresowej wpłynie pozytywnie na jakość życia mieszkańców (synergia w zakresie wdrażania celu strategicznego 4.1).



Działanie 2.3.1 Wspieranie rozwoju innowacji w sektorze przedsiębiorstw na terenie Aglomeracji Opolskiej



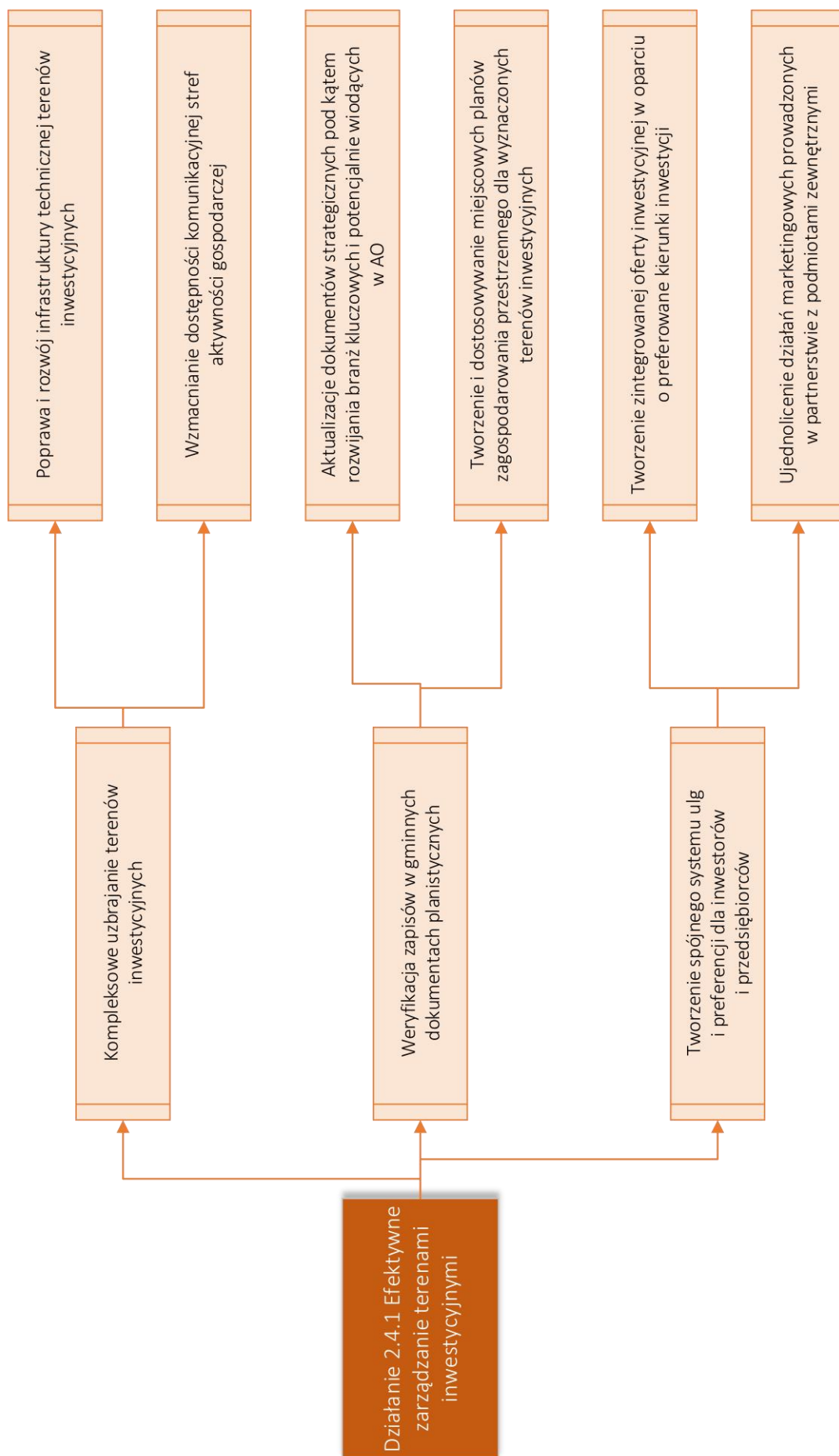
Działanie 2.3.1	Wspieranie rozwoju innowacji w sektorze przedsiębiorstw na terenie Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Włączenie w realizację Programu oraz przedmiotowego działania branż zdefiniowanych jako kluczowe – zgodnie z analizą zawartą w bilansie strategicznym, należy wyróżnić: przemysł metalowy, przemysł rolno-spożywczy, budownictwo, motoryzację, przemysł drzewno-papierniczy oraz energetykę. Istotne jest również rozwijanie inteligentnych specjalizacji rozumianych jako grupy technologii, produktów i procesów w ramach obszarów rozwoju, w tym przede wszystkim: technologie chemiczne (zrównoważone), zrównoważone technologie budownictwa i drewna, technologie przemysłu maszynowego i metalowego, technologie przemysłu energetycznego (w tym OZE, poprawa efektywności energetycznej), technologie rolno-spożywcze.</li> <li>– Istotne jest wsparcie dla zdefiniowanych tzw. smart specialization w Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020 (częściowo korespondują one z branżami wskazanymi powyżej).</li> <li>– Realizacja działań z zakresu opieki poinwestycyjnej, wsparcia ukierunkowanego na inwestorów prowadzących działalność na terenie AO, planujących rozwój działalności, jak również na firmy, w przypadku których istnieje zagrożenie delokalizacji inwestycji.</li> <li>– Zapewnienie stałej współpracy z funkcjonującymi w Aglomeracji Opolskiej inwestorami – również poprzez zbudowany system zintegrowanej promocji wizerunkowej AO (Priorytet 1)</li> <li>– Cykliczne kontakty przedstawicieli AO (oraz jej partnerów strategicznych) z inwestorami w celu monitorowania aktualnych nastrojów inwestycyjnych oraz natężenie działań związanych z promocją aktualnej oferty inwestycyjnej w przypadku inwestorów planujących rozwój działalności.</li> <li>– Identyfikacja wsparcia działań eksportowych branż o największym potencjale rozwoju w AO, w szczególności tych o rozwiniętych sieciach powiązań.</li> <li>– Identyfikacja potrzeb przedsiębiorstw (MŚP) w zakresie usług doradczych i szkoleniowych, organizacja szkoleń dla pracowników przedsiębiorstw na stanowiskach związanych z zarządzaniem strategicznym i rozwojem eksportu, we współpracy z firmami szkoleniowymi (opcjonalnie z IOB).</li> <li>– Należy zintensyfikować działania na rzecz włączania istniejących terenów inwestycyjnych w AO do SSE. W ramach tych działań istotne jest również podjęcie próby stworzenia podstrefy o nazwie Aglomeracja Opolska w ramach jednej z istniejących SSE. Jej istnienie wpłynęłoby korzystnie na wymiar marketingowy, jak również dedykowana AO podstrefa wykorzystywałaby rezultaty już podjętych działań.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Wydział Gospodarki i Innowacji Urzędu Miasta Opola, Opolskie Centrum Obsługi Inwestora, Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Specjalne Strefy Ekonomiczne, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy (branże dominujące oraz sektor MŚP)
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, Program Wiedza Edukacja Rozwój, RPO WO 2014-2020, środki prywatne
Okres realizacji	2015-2020

Rezultaty	<p>Skuteczne przeprowadzenie niniejszego scenariusza działań wpłynie pozytywnie na wzrost atrakcyjności inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej. Dodatkowo zostanie wzmocniony sektor branż wiodących oraz MŚP – cechujących się wysokim stopniem zakorzenienia w otoczeniu lokalnym i środowisku gospodarczym Aglomeracji. Zakłada się również zwiększenie powierzchni funkcjonujących na terenie Aglomeracji Opolskiej Specjalnych Stref Inwestycyjnych.</p>
Rekomendacje	<p>Działanie ze względu na uwarunkowania prawne ogniskuje się wokół zadań definiowanych jako „miękkie” opierających się o komponent doradczo-organizacyjny oraz lobbying. Kluczowe jest wykorzystanie zasobów instytucjonalnych umożliwiających wdrażanie rozwiązań innowacyjnych. Zaleca się kooperację z organizacjami świadczącymi pomoc sektorowi biznesu z poziomu regionu oraz kraju (dopełnienie celu strategicznego 2.2)</p>
Uzasadnienie	<p>Niniejszy Program na poziomie operacyjnym stanowi narzędzie, instrument wsparcia, w zakresie wzmocnienia dynamiki rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej. Kluczową rolę w tym kontekście pełni całe spektrum przedsiębiorstw funkcjonujących w AO (zarówno te definiowane jako dominujące i kluczowe, jak również te o charakterze lokalnym, rodzinnym). Udział województwa opolskiego w PKB generowanym na poziomie krajowym to tylko 2,1% w 2013 roku (co daje ostatnie – 16. miejsce wśród polskich województw), co w liczbach bezwzględnych kształtuje się na poziomie 35,1 mld zł. Należy podkreślić, że jedynie wzrost inwestycji oraz napływ kapitału stanowią element warunkujący wzrost wskaźników gospodarczych i ekonomicznych, jak również dodatnio wpłynie na społeczną ocenę nastrojów, powiązanych bezpośrednio z sytuacją demograficzną regionu.</p>

## Cel strategiczny 2.4 Tworzenie i rozwijanie stref aktywności gospodarczej

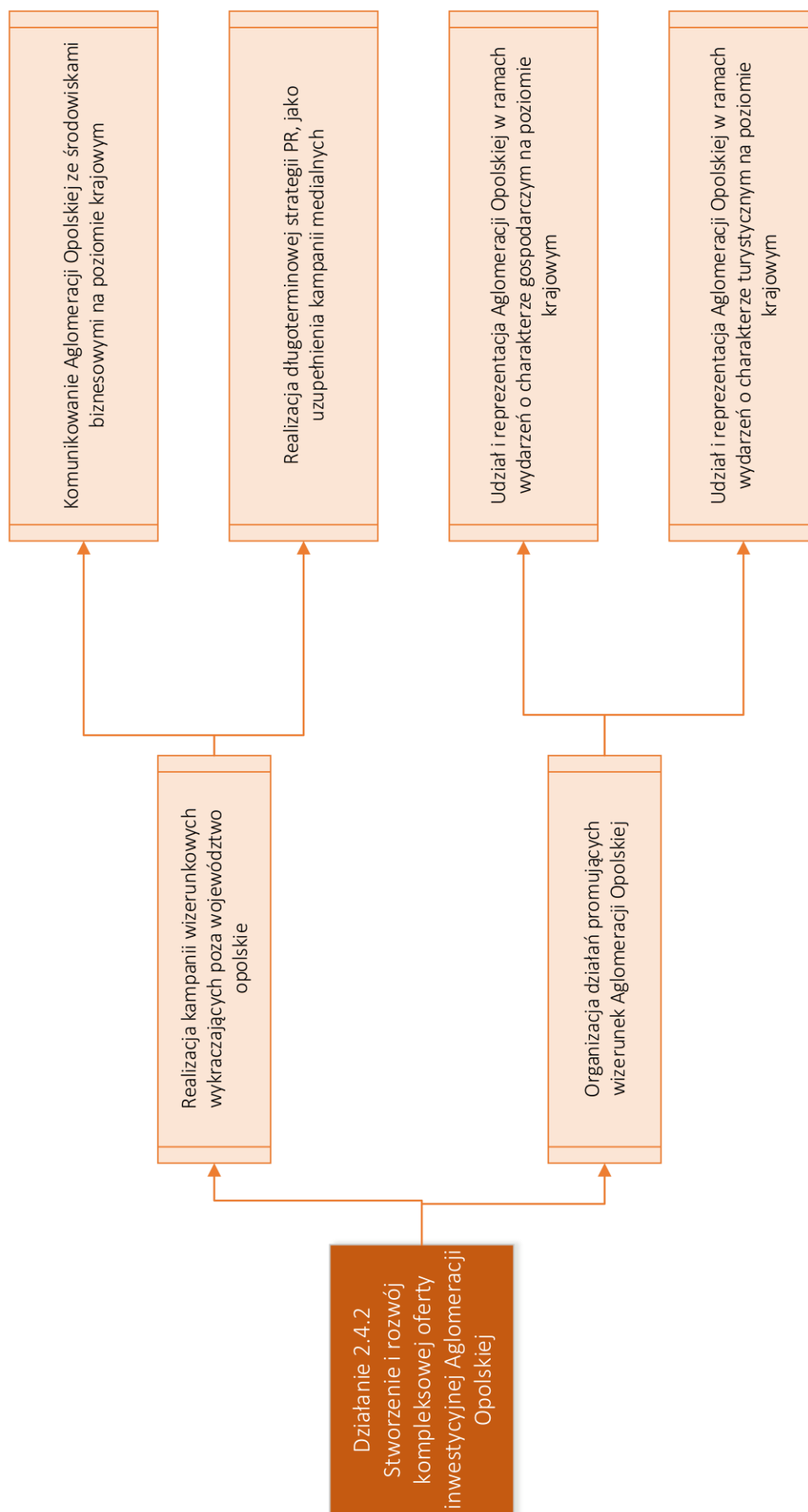
Przedmiotowy cel jest ukierunkowany na podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej, poprzez tworzenie korzystnych warunków do lokowania na jego obszarze inwestycji, ze szczególnym uwzględnieniem przedsięwzięć o charakterze innowacyjnym oraz wśród branż definiowanych jako potencjalnie wiodące. Kluczowe w tym kontekście jest niwelowanie dysproporcji związanych z poziomem uzbrojenia poszczególnych terenów inwestycyjnych, jak również z potrzebą budowania ujednocionej oferty inwestycyjnej dedykowanej przedsiębiorcom (wraz z zintegrowanym systemem obsługi inwestorskiej). Budowa wizerunku Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego (działanie 1.1.3) oraz regionu przyjaznego inwestorom wymaga, w kontekście niniejszego Priorytetu, zwiększenia liczby oraz powierzchni terenów gotowych pod inwestycje. Strefy aktywności gospodarczej posiadają kluczowe znaczenie dla wzrostu poziomu inwestycji komercyjnych, w istotny sposób zwiększając atrakcyjność inwestycyjną regionu, przyczyniają się równocześnie do rozwoju przedsiębiorczości i powstawania nowych miejsc pracy. Istotne w tej perspektywie jest również wykorzystanie potencjału parków naukowo-technologicznych funkcjonujących na terenie Aglomeracji Opolskiej. Infrastruktura techniczna oraz profesjonalna oferta inwestycyjna umożliwią rozwijanie sektora MŚP oraz wpłyną korzystnie na lokowanie się dużych inwestorów i kapitału zagranicznego w obrębie AO. Niniejszy cel strategiczny cechuje się komplementarnością w stosunku do celów 2.3 oraz Priorytetu 3. Sekwencje zdefiniowanych zadań umożliwią stworzenie niezbędnego zaplecza infrastrukturalnego determinującego poziom dynamiki rozwoju gospodarczego samorządów skupionych w AO.

Działanie 2.4.1 Efektywne zarządzanie terenami inwestycyjnymi



Działanie 2.4.1	Efektywne zarządzanie terenami inwestycyjnymi
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Eliminowanie zidentyfikowanych deficytów w zakresie uzbrajania terenów inwestycyjnych powinno korespondować z przeprowadzoną diagnozą atrakcyjności inwestycyjnej stanowiącej element diagnozy obszaru wsparcia.</li> <li>– Interwencja publiczna ukierunkowana na tworzenie i rozwój stref aktywności gospodarczej powinna równomiernie oddziaływać na cały obszar – co korzystnie wpłynie na niwelowanie dysproporcji rozwojowych w obrębie AO.</li> <li>– Działania zmierzające do poprawy dostępności terytorialnej powinny być realizowane w oparciu o lobbing na rzecz zwiększenia drożności komunikacyjnej w obrębie obszaru funkcjonalnego Aglomeracji Opolskiej (samorządy powiatowe, samorząd województwa opolskiego czy też Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad), jak również poprzez inwestycje własne gmin.</li> <li>– Działania inwestycyjne ukierunkowane na szeroko rozumianą modernizację dróg lokalnych (modernizacja i remonty, chodniki, ścieżki rowerowe, drogi dojazdowe do terenów agrarnych) i utrzymanie wysokiej jakości technicznej dróg.</li> <li>– Tereny przeznaczone pod inwestycje o charakterze gospodarczym powinny mieć ustalone zasady lokowania inwestycji (w oparciu o prawo miejscowe – jakim jest MPZP). Należy zintensyfikować prace nad uporządkowaniem zasad zagospodarowanie przestrzennego w gminach AO.</li> <li>– Digitalizacja zasobów dokumentów planistycznych i ich prezentacja w formie przydatnej inwestorom.</li> <li>– Należy wypracować systemy wsparcia, ulg i preferencji dla inwestorów i przedsiębiorców w celu poprawy klimatu inwestycyjnego w Aglomeracji Opolskiej, zgodnie z preferowanymi kierunkami inwestycji (również w zakresie komunikowania marketingowego oraz systemu obsługi inwestorskiej).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	instytucje otoczenia biznesu, Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarczego, samorządy powiatowe, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, GDDKiA
Potencjalne źródła finansowania	RPO WO 2014-2020, środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, środki samorządu powiatowego i wojewódzkiego, GDDKiA
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektem realizacji działania będzie wzmocnienie istniejącego potencjału terenów aktywności gospodarczej i inwestycyjnej na całym obszarze Aglomeracji Opolskiej. Spójny system zarządzania terenami inwestycyjnymi to również zwiększenie poziomu atrakcyjności inwestycyjnej i stymulowanie klimatu proinwestycyjnego.
Rekomendacje	Tworzenie i rozwijanie stref aktywności gospodarczej na terenie AO jest bezpośrednio związane z koniecznością wzmocnienia branż aktualnie dominujących (działania 2.3.1) m. in. w kontekście reinwestycji oraz wykorzystania potencjału branż wschodzących (Priorytet 3).
Uzasadnienie	Diagnoza terenów inwestycyjnych na terenie Aglomeracji Opolskiej wskazuje liczne zidentyfikowane potrzeby inwestycyjne, 54% terenów inwestycyjnych nie posiada dostępu do sieci energetycznych, natomiast tylko 20% z nich posiada dostęp do sieci gazowej, a 41% do sieci sanitarnej. Dodatkowo stopień skomunikowania większości terenów inwestycyjnych jest niewystarczający. Wskazane deficyty wprost uzasadniają potrzebę interwencji publicznej w tym zakresie. Jednocześnie niezbędne są działania na rzecz tworzenia MPZP z wyprzedzeniem, uwzględniając potrzeby potencjalnych inwestorów. Również dostrzega się konieczność tworzenia systemu zachęt o charakterze ekonomicznym.

Działanie 2.4.2 Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej



Działanie 2.4.2	Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zapewnienie dostępu do zintegrowanej bazy terenów inwestycyjnych ze szczegółowymi informacjami na temat lokalizacji, powierzchni, dostępnej infrastruktury (ujednolicenie formuły prezentacji informacji, stworzenie odrębnego serwisu dedykowanego inwestorom w AO).</li> <li>– Stworzenie narzędzia elektronicznego umożliwiającego identyfikację odpowiednich terenów przez potencjalnego inwestora – wyszukiwarka on line.</li> <li>– Stworzenie rejestru firm produkcyjnych zlokalizowanych w Aglomeracji Opolskiej i w jej bezpośrednim sąsiedztwie (z wykorzystaniem aplikacji internetowej) z uwzględnieniem przede wszystkim branż o największym potencjale w zakresie przyciągania inwestycji. Uzupełnienie rejestru o informacje dotyczące profilu produkcyjnego firm (korespondującego z branżami o najwyższym potencjale wzrostu i inteligentnych specjalizacjach zdefiniowanych w Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020).</li> <li>– Opracowanie bazy podmiotów zaplecza naukowo-badawczego jako integralnej części serwisu internetowego Aglomeracji Opolskiej (bieżąco aktualizowanego w oparciu o zmieniającą się ofertę oraz realizowane projekty) oraz analogicznej wersji w formie drukowanej.</li> <li>– Budowa profesjonalnej oferty inwestycyjnej poprzez dostarczanie szczegółowej i rzetelnej informacji na temat możliwości rozwoju współpracy, jak i warunków funkcjonowania w ramach danego parku. Promocja istniejących parków przemysłowych i technologicznych poprzez narzędzia on line i funkcjonujące podmioty gospodarcze.</li> <li>– Organizacja cyklicznych imprez mających na celu promocję terenów inwestycyjnych w AO dla potencjalnych inwestorów krajowych a także zagranicznych (m. in. organizacja wizyt studyjnych).</li> <li>– Promocja oferty inwestycyjnej AO z wykorzystaniem światowych i krajowych marek charakteryzujących się dużą rozpoznawalnością w kraju i za granicą, które prowadzą działalność na terenie Aglomeracji.</li> <li>– Koordynacja działań na poziomie zarządzania i konsultacji merytorycznej (wybór koordynatora merytorycznego spośród gmin AO).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	instytucje otoczenia biznesu, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, starostwa powiatowe leżące w obrębie Aglomeracji, zrzeszenia pracodawców, Specjalne Strefy Ekonomiczne funkcjonujące na terenie AO, Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki, Park Naukowo-Technologiczny w Opolu, Opolski Park Naukowo - Technologiczny
Potencjalne źródła finansowania	RPO WO 2014-2020, środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektom działania będzie wzrost atrakcyjności inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej mierzony miejscami zajmowanymi w rankingach branżowych przez gminy AO i samą Aglomerację, napływem inwestycji oraz dynamiką powstawania nowych miejsc pracy.
Rekomendacje	W zakresie wdrażania niniejszego działania rekomenduje się ścisłą współpracę z branżowymi organizacjami gospodarczymi funkcjonującymi na terenie AO



	ze szczególnym uwzględnieniem Opolskiego Centrum Rozwoju Gospodarki oraz Klubu 150.
Uzasadnienie	Potrzeba tworzenia kompleksowej oferty inwestycyjnej dla całego obszaru Aglomeracji Opolskiej wynika ze zidentyfikowanych deficytów w tym zakresie wskazanych w diagnozie obszaru wsparcia. Atrakcyjność inwestycyjna Aglomeracji Opolskiej jest na przeciętnym poziomie wg raportów pn. „Atrakcyjność inwestycyjna regionów” przygotowywanych corocznie na zlecenie PAIiZ przez Centrum Analiz Regionalnych i Lokalnych. Potwierdzają one, iż tylko 7 gmin AO uwzględniono w rankingu, z czego klasę A uzyskały tylko 3 z nich, co stanowi jedynie 15%. Kumulacja i synergia czynników wpływających na klimat proinwestycyjny w obrębie Aglomeracji Opolskiej jest możliwa poprzez wykorzystanie zasobów instytucjonalnych i ludzkich poszczególnych członków AO.

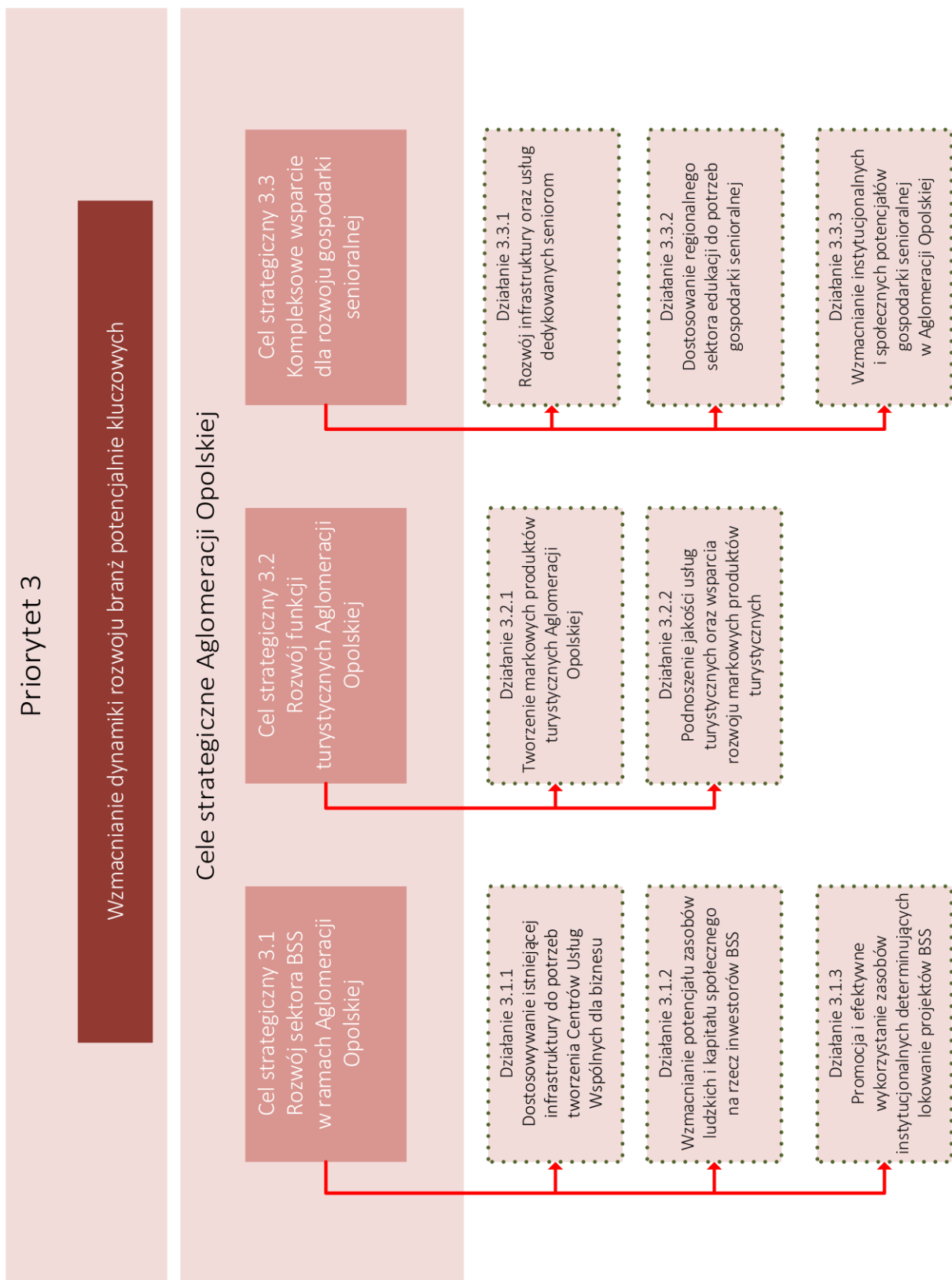
## Wskaźniki realizacji Priorytetu 2

Niniejszy podrozdział definiuje mierzalne wskaźniki dostosowane do specyfiki *Priorytetu 2 Wzmacnianie potencjału innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej*, pozwalając na efektywny monitoring sposobu i stopnia realizowania poszczególnych przedsięwzięć, scenariuszy działań wypracowanych w ramach koncepcji strategicznej *Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020*.

Priorytet 2	Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej	Wartość bazowa	Wartość docelowa
Wskaźniki realizacji	Liczba patentów/wzorów użytkowych/zgłoszeń patentowych dokonanych przez firmy z obszaru AO	54	60
	Wzrost liczby podmiotów świadczących usługi badawczo-rozwojowe na terenie AO	31	33
	Wartość eksportu z obszaru Aglomeracji Opolskiej	3 665 mln	3 950 mln

### 3.3 Priorytet 3 Wzmacnianie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych

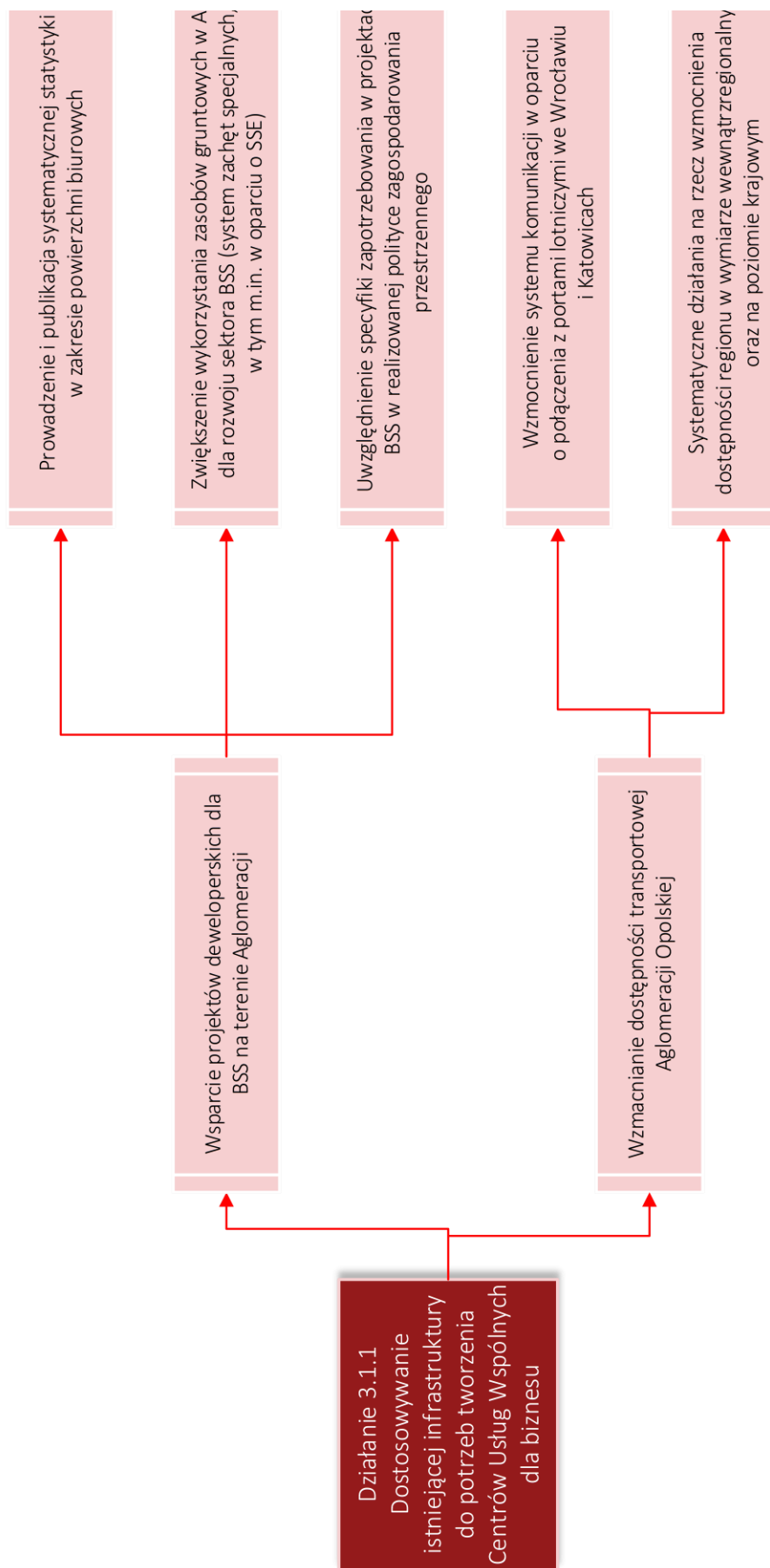
Przedmiotowy podrozdział koncentruje się na zbudowaniu szczegółowego planu działań mającego na celu efektywne wykorzystanie istniejących zasobów i wzmocnienie funkcjonujących potencjałów w zakresie branż wschodzących w Aglomeracji Opolskiej. Komponenty niniejszego Programu identyfikowały i wykorzystywały aspekty branżowe zarówno w częściach dotyczących mechanizmów marketingowych i organizacyjnych (Priorytet 1), jak również tych akcentujących wymiar instytucjonalny (Priorytet 2). Zagadnieniami wiodącymi, stanowiącymi integralną część projektowanych scenariuszy działań, stawiających sobie za cel absorpcję inwestycji z branż kluczowych dla AO są: infrastruktura, zasoby ludzkie, zagadnienia edukacyjne i instytucjonalne oraz promocja gospodarcza i sprawny system obsługi dedykowany przedsiębiorcom. Analizując powyższe determinanty należy podkreślić, iż w ramach realizacji Priorytetu 3 – mają one charakter szczegółowy i możliwie wyczerpujący, będący zarazem dopełnieniem już istniejących zapisów i zadań zdefiniowanych we wcześniejszych częściach. W ramach działań operacyjnych niniejszego priorytetu wybrano trzy branże o najsilniej identyfikowanym potencjale rozwojowym, są nimi: BSS, gospodarka senioralna oraz turystyka weekendowa i przede wszystkim biznesowa. Dodatkowo, selekcja została przeprowadzona w oparciu o potencjał innowacyjny danej branży, oczekiwania i potrzeby mieszkańców, zapisy dokumentów strategicznych oraz identyfikację nisz rynkowych. Aglomeracja Opolska aktualnie stoi przed szansą wypracowania własnych nisz rynkowych, branżowych, związanych z wyczerpywaniem się zasobów najbardziej atrakcyjnych lokalizacji w sąsiednich ośrodkach gospodarczych. Warunkiem jej wykorzystania jest realizacja kompleksowej interwencji w oparciu o zaprezentowany poniżej schemat strategiczny.



### Cel strategiczny 3.1 Rozwój sektora BSS w ramach Aglomeracji Opolskiej

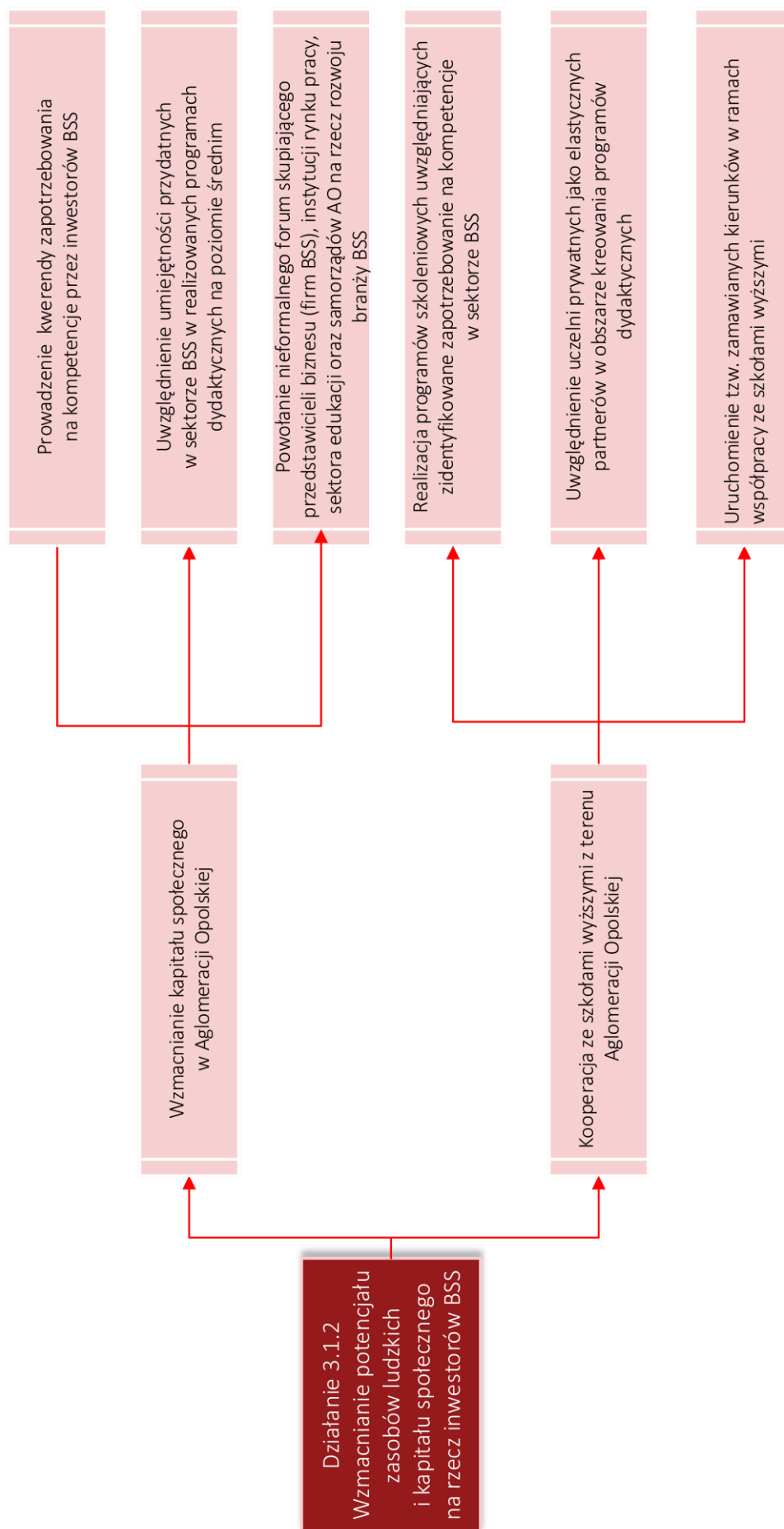
Nowoczesne usługi dla biznesu – przedsięwzięcia polegające na tworzeniu Centrów Usług Wspólnych dla biznesu – to branża silnie obecna w Polsce na poziomie krajowym. BSS nie jest jednak identyfikowana w opolskiej RSI jako inteligentna specjalizacja, co należy uznać za efekt niedowartościowania zmieniających się uwarunkowań zewnętrznych oraz niedoszacowania zasobów funkcjonujących w AO (*de facto* jedynie w Opolu ze względu na jego potencjał ludnościowy, akademicki, administracyjny i komunikacyjny). Tworzenie Centrów Usług Wspólnych dla biznesu stanowi szansę rozwojową oraz wyzwanie głównie ze względu na konieczność tworzenia atrakcyjnej oferty i miejsc pracy dla absolwentów szkół wyższych. Ponadto istnienie BSS w AO to możliwość minimalizacji zjawisk migracyjnych związanych z „drenażem mózgow” i wyjazdami o charakterze ekonomicznym. Szansy AO należy upatrywać w procesach egzogenicznych, takich jak nasycenie rynków w sąsiednich ośrodkach gospodarczych. Mocnymi stronami Aglomeracji w odniesieniu do czynników endogenicznych są natomiast: lokalizacja (przebieg arterii komunikacyjnych o znaczeniu paneuropejskim oraz relatywna bliskość portów lotniczych w Katowicach i we Wrocławiu), funkcjonowanie szkół wyższych oraz stosunkowo niskie koszty pracy. Tworzenie Centrów Usług Wspólnych dla biznesu jest elementem korzystnie wpływającym na proces tworzenia stabilnej klasy średniej wśród osób kończących studia wyższe. Jednocześnie sektor BSS niweluje zjawiska bezrobocia i marginalizacji społecznej, szczególnie dotkliwej dla osób do 25 roku życia. Zasadnicze wyzwania stojące przed Aglomeracją Opolską w kontekście absorpcji firm i projektów BSS to infrastruktura (deficyty w dostępie do nowoczesnej powierzchni biurowej), kapitał ludzki oraz adekwatna promocja i dostosowana do potrzeb obsługa inwestorska. Poza oddziaływaniem stricte gospodarczym, funkcjonowanie BSS w obrębie AO wpłynie korzystnie na kompleksowo definiowane uwarunkowania społeczne w Aglomeracji Opolskiej (synergia z Priorytetem 4).

Działanie 3.1.1 Dostosowywanie istniejącej infrastruktury do potrzeb tworzenia Centrów Usług Wspólnych dla biznesu



	realizacja projektów infrastrukturalnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego.
Uzasadnienie	Specyfika nowoczesnych usług dla biznesu wymaga spełnienia szeregu warunków przez potencjalne lokalizacje. Wymiar infrastrukturalny ma podstawowe znaczenie – brak wystarczającej liczby biurowców dysponujących dostępną powierzchnią biurową o najwyższym standardzie (klasa - A) w Opolu stanowi barierę wejścia na rynek BSS. Dostępność transportowa AO to czynnik, który nie jest wprost definiowany jako słaba strona lub zagrożenie Aglomeracji Opolskiej, niemniej dbałość o jej stałą modernizację i dostosowanie do potrzeb jest integralną częścią niniejszego działania.

Działanie 3.1.2 Wzmacnianie potencjału zasobów ludzkich i kapitału społecznego na rzecz inwestorów BSS

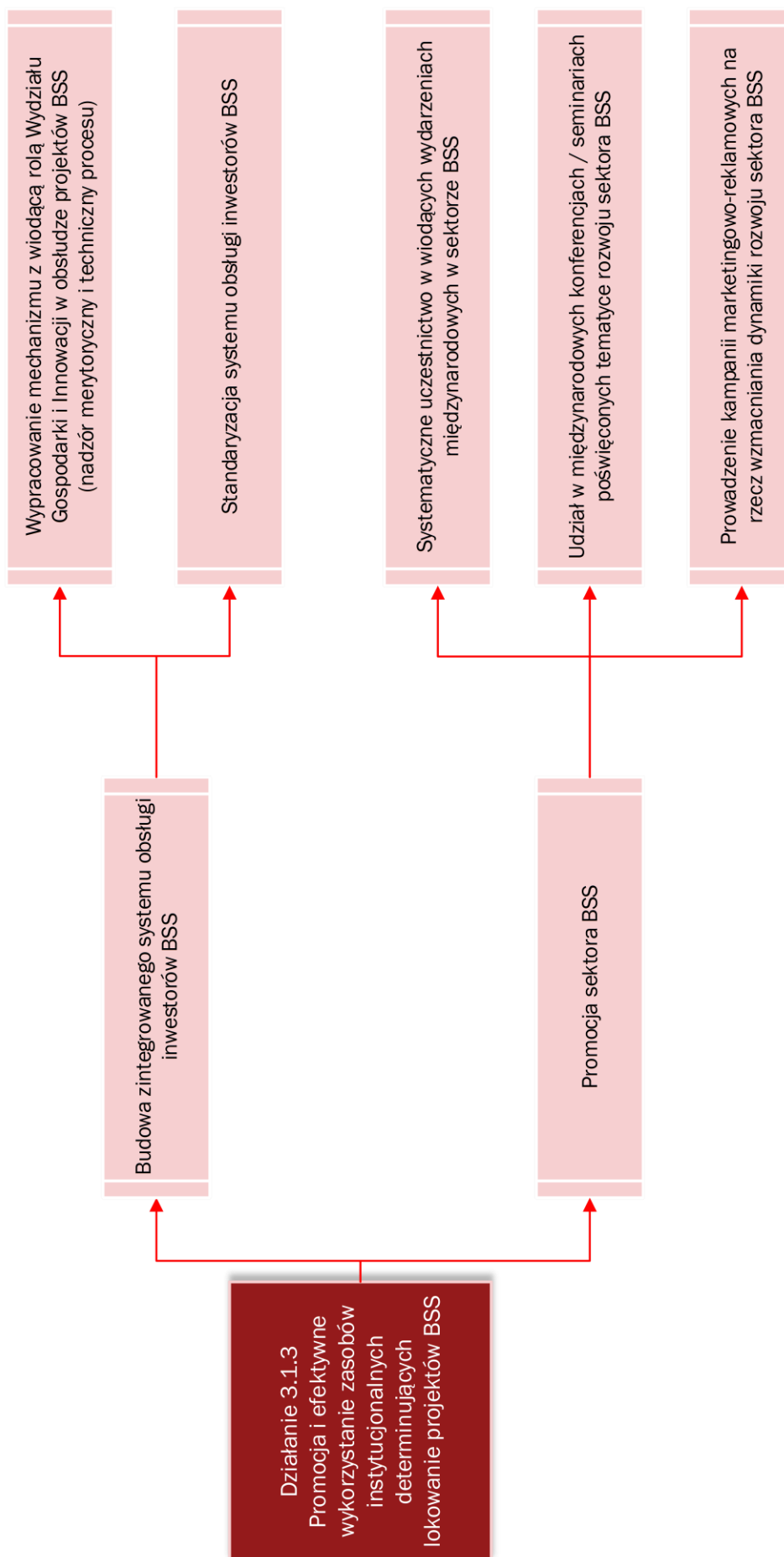




Działanie 3.1.2	Wzmacnianie potencjału zasobów ludzkich i kapitału społecznego na rzecz inwestorów BSS
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Systematyzacja oraz selekcja informacji w grupie potencjalnych inwestorów w sektorze usług nowoczesnych, gromadzenie i upowszechnianie pozyskiwanych danych na temat zapotrzebowania (popytu) na pracowników wśród firm BSS.</li> <li>– Przekazywanie skatalogowanych danych do instytucji sektora edukacji, w tym tych zajmujących się kształceniem ustawicznym.</li> <li>– Włączenie sektora szkół wyższych w realizację działań w ramach zintegrowanego systemu obsługi inwestorów oraz podejmowanie wspólnych projektów edukacyjnych, szkoleniowych w odpowiedzi na potrzeby identyfikowane wśród przedsiębiorstw BSS – istniejących i potencjalnie zainteresowanych (uwzględnienie uczelni prywatnych jako elastycznych partnerów w obszarze kreowania programów dydaktycznych – korzystna ocena partnerów komercyjnych w tym zakresie przez branżę BSS).</li> <li>– Realizacja programów szkoleniowych uwzględniających zidentyfikowane zapotrzebowanie na kompetencje w sektorze BSS (głównie w zakresie kompetencji językowych oraz teleinformatycznych).</li> <li>– Zbudowanie sieci powiązań pomiędzy sektorami szkolnictwa a branżą nowoczesnych usług dla biznesu – instytucją monitorującą zmieniające się uwarunkowania i koordynującą przepływ informacji powinno być Stowarzyszenie Aglomeracja Opolska, działające w ścisłej współpracy z Urzędem Miasta Opola.</li> <li>– Ścisła współpraca z sektorem uczelni wyższych ze szczególnym uwzględnieniem zwiększania kompetencji językowych (również tych definiowanych jako niszowe) i informatycznych.</li> <li>– Realizowanie z sektorem szkół średnich i wyższych wspólnych projektów edukacyjnych, szkoleniowych, w odpowiedzi na potrzeby identyfikowane wśród potencjalnych inwestorów (uwzględnienie uczelni prywatnych jako elastycznych partnerów w obszarze kreowania programów dydaktycznych).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Wydział Gospodarki i Innowacji Urzędu Miasta Opola, Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów w Opolu, instytucje otoczenia biznesu, instytucje rynku pracy – powiatowe urzędy pracy, Wojewódzki Urząd Pracy, szkoły wyższe: Politechnika Opolska, Uniwersytet Opolski, Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu, Państwowa Medyczna Wyższa Szkoła Zawodowa w Opolu, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu Wydział Ekonomiczny w Opolu
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020, środki z Europejskiego Funduszu Społecznego w tym m.in. Program Operacyjny Kapitał Ludzki
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Bezpośrednim efektem podjętych działań będzie zwiększenie potencjału ludzkiego wśród uczniów i absolwentów z terenu Aglomeracji Opolskiej. Wzrośnie poziom praktycznego wykorzystania funkcjonowania sektora szkół wyższych na obszarze AO. Dodatkowo zostanie ograniczone zjawisko bezrobocia w odniesieniu do osób w wykształceniu wyższym do 30 roku życia.
Rekomendacje	Efektywne rozwijanie sektora tworzenia Centrów Usług Wspólnych dla biznesu to również nadanie prowadzonym działaniom odpowiedniej rangi. Pożądanymi

	<p>byłyby działania ukierunkowane na umieszczenie zapisów dedykowanych BSS w dokumentach strategicznych na poziomie wojewódzkim. Dodatkowo należy prowadzić kooperację ze szkołami wyższymi i instytucjami rynku pracy w zakresie przygotowywania absolwentów do pracy w realiach przedsiębiorstwa typu BSS (zarówno pod kątem umiejętności, jak również kompetencji miękkich).</p>
Uzasadnienie	<p>Poza adekwatną infrastrukturą lokowanie BSS wiąże się z istnieniem i przewagami konkurencyjnego czynnika ludzkiego (kwestie kosztów pracy oraz posiadanego wykształcenia). Zasoby szkół wyższych AO umożliwiają rozwój segmentów BSS dedykowanych technologiom IT (absolwenci Politechniki Opolskiej), jak również HR i finansom (głównie Uniwersytet Opolski). Podjęte działania wpłyną na wzmocnienie elastyczności reagowania szkół wyższych, co wzmocni konkurencyjność zasobów ludzkich AO nie tylko w odniesieniu do sektora usług nowoczesnych.</p>

Działanie 3.1.3 Promocja i efektywne wykorzystanie zasobów instytucjonalnych determinujących lokowanie projektów BSS



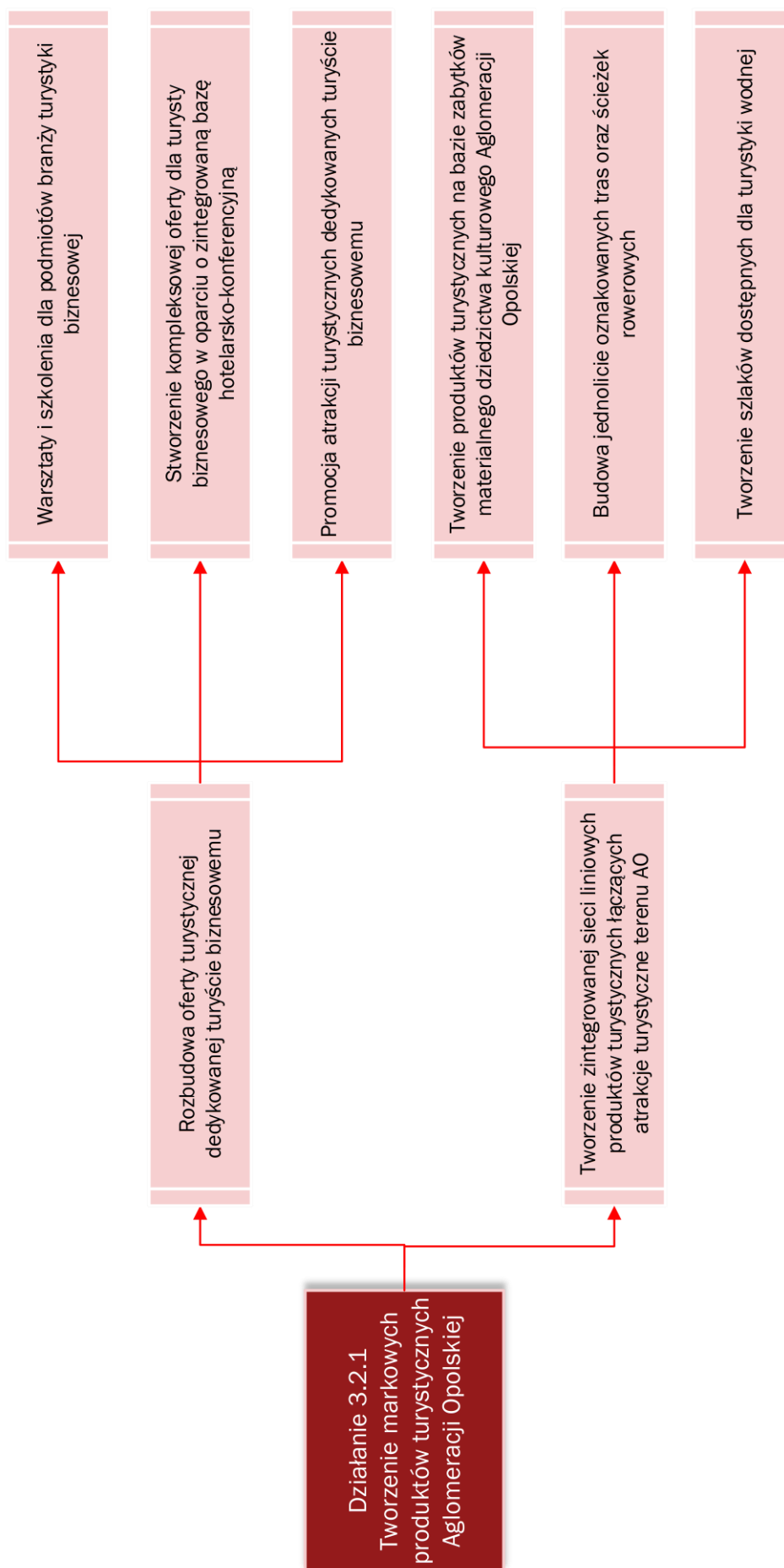
Działanie 3.1.3	Promocja i efektywne wykorzystanie zasobów instytucjonalnych determinujących lokowanie projektów BSS
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Opracowanie i realizacja wspólnego programu działań obejmującego promocję i obsługę inwestorów przy zapewnieniu łączonego montażu finansowania tego programu.</li> <li>– Standaryzacja i profesjonalizacja działań w zakresie obsługi inwestora BSS (dostępność i jakość przestrzeni kontaktów bezpośrednich front office, wysoka jakość materiałów informacyjnych, obsługa wizyt, oferta zintegrowanego wachlarza zachęt). W miarę możliwości dbałość o świadczenie usług w rodzimych językach potencjalnego inwestora.</li> <li>– Opracowanie wydawnictwa prezentującego aktualne dane na temat decydujących czynników dla projektów w sektorze BSS (zasoby ludzkie, absolwenci, dostępność nieruchomości i przestrzeni biurowych o wymaganych w sektorze standardach).</li> <li>– Publikacja serwisu internetowego skupionego na branży BSS w ramach systemu promocji inwestycyjnej AO.</li> <li>– Publikacja zestawu materiałów multimedialnych (w tym spot reklamowy) wraz z opracowaniem i realizacją tzw. media planu ich upowszechniania.</li> <li>– Realizacja zestawu działań promocyjnych adresowanych do deweloperów w celu przyciągnięcia inwestycji w obszarze nowoczesnych przestrzeni biurowych (komplementarność z działaniem 3.1.1).</li> <li>– Identyfikacja zestawu imprez targowych w sektorze outsourcingu wraz z zapewnieniem wysokiej klasy systemu wystawienniczego: World BPO/ITO Forum (Nowy Jork), Annual Shared Services &amp; BPO Conference (Budapeszt), Targi OUTSOURCING (Warszawa), Annual Shared Services &amp; Outsourcing Week (Szanghaj) czy też Targi Utrzymania Ruchu, Planowania i Optymalizacji Produkcji MAINTENANCE / Strefa Outsourcingu (Kraków).</li> <li>– Promocja w kluczowych specjalistycznych magazynach międzynarodowych, takich jak: <i>Outsource magazine</i> czy <i>Professional Outsourcing Magazine</i>.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Wydział Gospodarki i Innowacji Urzędu Miasta Opola, Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów w Opolu, instytucje otoczenia biznesu
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Zintegrowany system obsługi inwestorskiej oraz spójna promocja Aglomeracji Opolskiej jako dogodnej lokalizacji dla projektów BSS wpłynie na szeroko rozumiany wzrost atrakcyjności inwestycyjnej. Miernikiem efektywności podjętych działań powinno być zwiększenie napływu kapitału (wprost – poprzez tworzenie Centrów Usług Wspólnych dla biznesu, ale również branży pochodne – zjawisko związane z efektem kuli śnieżnej).
Rekomendacje	Zakres zadań uwzględniony w przedmiotowym scenariuszu działań powinien być realizowany w oparciu o plany promocji marki AO jako ośrodka gospodarczego (komplementarność z celami strategicznymi 1.1 oraz 1.2). Kluczową rolę w absorpcji inwestycji w projekty BSS powinien pełnić Urząd Miasta Opola oraz wyspecjalizowane instytucje otoczenia biznesowego (zarówno prywatne, jak również publiczne).

Uzasadnienie	<p>Aglomeracja Opolska nie dysponuje zintegrowanym i wystandaryzowanym systemem obsługi inwestorskiej. Deficyt ten w równym stopniu dotyka Opole – <i>de facto</i> jedyna możliwa lokalizacja dla relewantnych projektów BSS. Potwierdza to konieczność wdrożenia zaplanowanych działań. Dodatkowo w związku ze promocją zasobów jest elementem o podstawowym znaczeniu (nasycanie się lokalizacji dotychczas wiodących, funkcjonowanie procesu poszukiwania lokalizacji gwarantujących pracownikom wysoki komfort życia, przewagi AO w zakresie walorów środowiskowych i rozwijanych przemysłów – czasu wolnego).</p>
--------------	--

### Cel strategiczny 3.2 Rozwój funkcji turystycznych Aglomeracji Opolskiej

Uwarunkowania naturalne (środowiskowe), zróżnicowanie obszaru oraz odnotowane inwestycje w infrastrukturę turystyczną, okołoturystyczną i branże pochodne, przekonują o potencjalnie wiodącej roli turystyki w gospodarce AO (w perspektywie długookresowej). Dodatkowo w „Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020” wskazuje się turystykę jako branżę potencjalnie wiodącą, wyszczególniając „zintegrowany przestrzennie produkt turystyczny”. Wśród typów turystyki obecnej w Aglomeracji należy podkreślić rolę i możliwości wzrostu turystyki biznesowej, potencjalnie wpływającej na dynamikę życia gospodarczego, jak również na przyciąganie inwestorów i kapitału zagranicznego. Argumentami potwierdzającymi aspiracje AO w tym zakresie są m.in. rozbudowująca się baza hotelowa o najwyższym standardzie oraz powstanie obiektów o charakterystyce kongresowej i wystawienniczej. Drugim kierunkiem, obszarem wymagającym wsparcia, jest turystyka weekendowa akcentująca aktywny wypoczynek. Mając na celu wzmocnienie omawianej branży, zdefiniowane scenariusze działań opierają się z jednej strony na budowie i rozwijaniu istniejących produktów turystycznych (szansę należy upatrywać w ich liniowym charakterze oraz zrównoważonym wykorzystaniu zasobów dziedzictwa zabytków kultury materialnej Aglomeracji Opolskiej). Z drugiej natomiast strony, ukierunkowano część zadań na podnoszenie jakości oferowanych usług przez branże: hotelarską, gastronomiczną i pochodne. Rozwijanie turystyki wiąże się również z wizerunkiem AO, co znajduje przełożenie w stopniu rozpoznawalności i poziomie upowszechnienia wiedzy o regionie wśród turystów (komplementarność z zaprojektowanym wymiarem marketingowym – cel strategiczny 1.1).

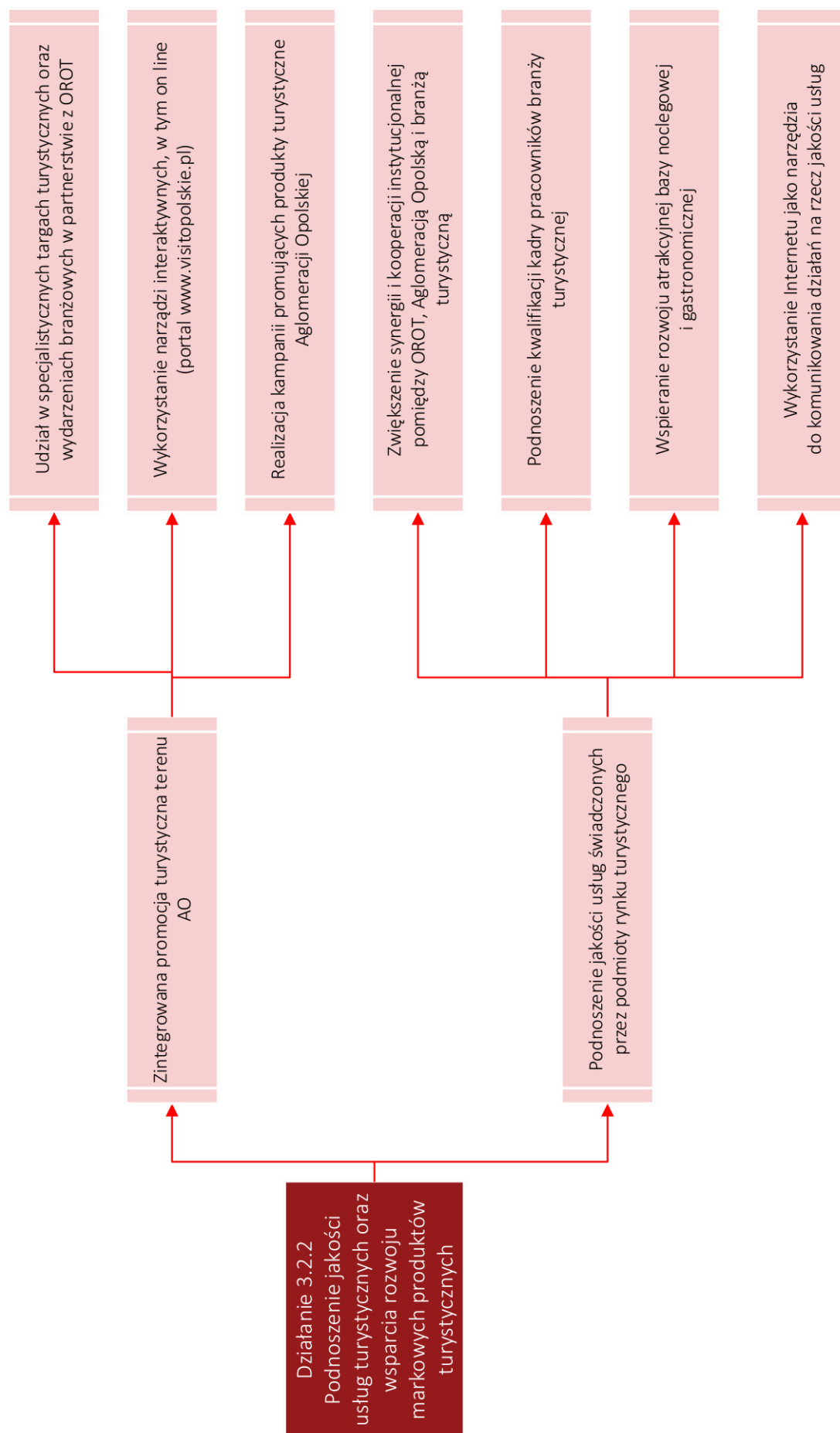
Działanie 3.2.1 Tworzenie markowych produktów turystycznych Aglomeracji Opolskiej



Działanie 3.2.1	Tworzenie markowych produktów turystycznych Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wspieranie działań na rzecz dynamizowania ruchu turystycznego na bazie segmentów szczególnie istotnych dla kompleksowo rozumianego obszaru Aglomeracji – turystyka biznesowa, turystyka dziedzictwa oraz turystyka weekendowa (opierająca się na aktywnym wypoczynku).</li> <li>– Doradztwo na rzecz turystyki biznesowej z zakresu przygotowania nowych, innowacyjnych produktów dla turystyki biznesowej na bazie istniejących walorów regionalnych i atrakcji turystycznych.</li> <li>– Stworzenie sieci ośrodków konferencyjnych, szkoleniowo-wypoczynkowych o unikatowych walorach historycznych i środowiskowych. Wykorzystanie zasobów takich instytucji jak Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu, całoroczne obiekty noclegowe w Turawie i Opolu czy też unikalność Zamku w Mosznej.</li> <li>– Promocja atrakcji turystycznych obszaru pod kątem wymagającego turysty biznesowego – tworzenie produktów unikalnych, charakteryzujących się ekskluzywnością (np. poprzez umożliwianie aktywnego zwiedzania funkcjonujących zabytków techniki).</li> <li>– Tworzenie liniowych produktów turystycznych akcentujących unikalny charakter zasobów kultury na terenie Aglomeracji Opolskiej w oparciu o zapisy „Studium koncepcyjnego dziedzictwa kulturowego Aglomeracji Opolskiej”.</li> <li>– Aktywna kooperacja z OROT w zakresie wytyczania, łączenia oraz promocji systemu ścieżek rowerowych na terenie AO.</li> <li>– Zagospodarowywanie i komercjalizacja szlaków wodnych o pierwszorzędnym znaczeniu – rzeka Odra, powinno odbywać się z poszanowaniem dobrych praktyk, przykładem jest udostępnienie rzeki Mała Panew.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Klaster Turystyczny Województwa opolskiego „VisitOpolskie”, Polska Organizacja Turystyczna, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków w Opolu, Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Stowarzyszenie Dolina Małej Panwi, podmioty prywatne
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektom tworzenia nowych produktów będzie zwiększenie obecności destynacji AO w świadomości potencjalnych odwiedzających, co bezpośrednio wpłynie na wzrost atrakcyjności turystycznej i zwiększenie poziomu ruchu turystycznego. Jednocześnie infrastruktura powstała w ramach niniejszego działania będzie służyła mieszkańcom wpływając korzystnie na jakość ich życia oraz na stopień atrakcyjności osiedleńczej regionu.
Rekomendacje	Planowane działania mają charakter wspierający cały zdefiniowany proces komunikowania marki jako ośrodka gospodarczego (Priorytet 1). Dodatkowo mając na uwadze kompleksowość terytorialnego marketingu turystycznego należy ściśle kooperować z Opolską Regionalną Organizacją Turystyczną.
Uzasadnienie	Budowanie marki turystycznej Aglomeracji Opolskiej wpływa pośrednio na rozpoznawalność marki AO. Zatem konieczność rozwijania oferty i rozbudowy infrastruktury jest elementem koniecznym biorąc pod uwagę cele stojące przed AO. Diagnoza walorów turystycznych obszaru wskazuje na możliwość rozwijania cech turystycznych Aglomeracji – na bazie uwarunkowań środowiskowych i naturalnych.



Działanie 3.2.2 Podnoszenie jakości usług turystycznych oraz wsparcia rozwoju markowych produktów turystycznych

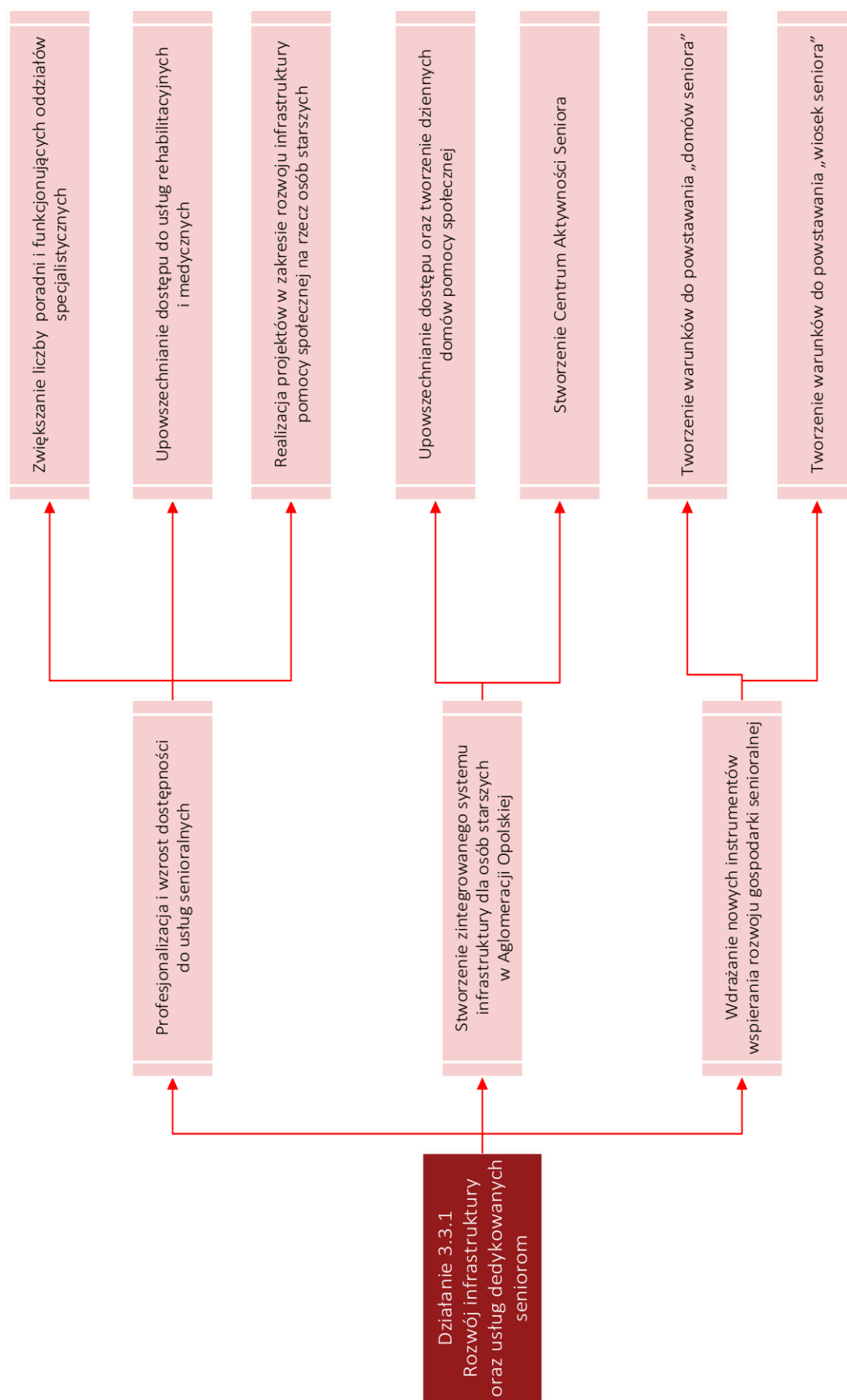


Działanie 3.2.2	Podnoszenie jakości usług turystycznych oraz wsparcia rozwoju markowych produktów turystycznych
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Podniesienie jakości oferty dla turysty biznesowego w regionie poprzez rozbudowę infrastruktury sprzyjającej spędzaniu czasu wolnego, zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych oraz podnoszenie kwalifikacji kadr w zakresie obsługi ruchu turystycznego.</li> <li>– Wspieranie szkół i uczelni kształcących kadry turystyczne. Organizacja konferencji tematycznych dotyczących m.in. rozwoju lokalnych i obszarowych produktów turystycznych.</li> <li>– Działalność wspierająca w zakresie podnoszenia standardu obiektów gastronomicznych i noclegowych (upowszechnienie kategoryzacji tych obiektów). Przygotowanie i wprowadzanie zasad przyznawania aglomeracyjnego znaku rekomendacji (certyfikacja) usług hotelarskich, noclegowych i gastronomicznych.</li> <li>– Zintegrowana promocja turystyczna Aglomeracji Opolskiej m.in. poprzez realizację kampanii wizerunkowych skierowanych do sektora biznesowego, branży MICE oraz turysty weekendowego, utworzenie internetowej sieci informacji turystycznej dostosowanej do potrzeb sektora turystyki zintegrowanej z portalem VisitOpolskie, zwiększenie rozpoznawalności Aglomeracji Opolskiej poprzez realizację podróży studyjnych dla touroperatorów oraz dziennikarzy branżowych magazynów i periodyków podróźniczych, udział w specjalistycznych targach turystycznych dotyczących turystyki biznesowej i weekendowej w charakterze wystawcy o charakterze wiodącym (dopełnienie działań w ramach celu strategicznego 1.1).</li> <li>– Systematyczna kooperacja na rzecz zachęcania turystów do przyjazdu do AO w celach biznesowych i wypoczynkowych.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Klaster Turystyczny Województwa Opolskiego „VisitOpolskie”, Polska Organizacja Turystyczna, podmioty prywatne
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Realizacja działania wpłynie korzystnie na zasoby ludzkie AO, ocenę atrakcyjności turystycznej obszaru oraz pośrednio na zwiększenie dynamiki ruchu turystycznego. Przedmiotowe działanie ma charakter dwukomponentowy, wpisując się w zagadnienia komunikowania marki i kreowania sprzedaży (Priorytet 1), jak również w przedsięwzięcia na rzecz wzmocnienia potencjału kapitału ludzkiego w AO (Priorytet 4). Dzięki jego złożonej charakterystyce zdefiniowane grupy docelowe się przenikają i uzupełniają.
Rekomendacje	Z racji rosnących wymagań związanych z prowadzeniem działań promocyjnych (kosztochłonność, postępująca segmentacja rynku oraz konieczność wypracowywania złożonych powiązań instytucjonalnych, należy stworzyć partnerstwo strategiczne z OROT oraz podjąć działania na rzecz spójnego komunikowania Aglomeracji Opolskiej przez jej kanały dystrybucyjne (zarówno w wymiarze gospodarczym, jak również turystycznym).
Uzasadnienie	Profesjonalna obsługa ruchu turystycznego, standaryzacja poziomu usług świadczonych turystom, ze szczególnym uwzględnieniem turystów przyjeżdżających do AO w celach biznesowych, to elementy potencjalnie silnie kształtujące napływ inwestycji oraz kapitału do regionu. Jednocześnie zintegrowana promocja wpłynie na uzyskanie efektu skali, co umożliwi równomierne czerpanie z korzyści związanych z intensyfikacją dynamiki ruchu turystycznego.

### Cel strategiczny 3.3 Kompleksowe wsparcie dla rozwoju gospodarki senioralnej

Srebrna gospodarka (tzw. „silver economy”) to wschodząca branża w całej Europie, gdzie obserwuje się proces starzenia społeczeństw związany z wydłużaniem się długości życia i niskimi wskaźnikami dzietności. Gospodarka senioralna stanowi spójny system usług oraz procesów wytwarzania dóbr ukierunkowanych na wykorzystanie potencjału nabywczego osób starszych. Wyzwanie związane z rozwijaniem tej branży łączy się z deficytami dostępnej infrastruktury dedykowanej seniorom i niepełnosprawnym, profilowaniem systemu edukacji pod kątem zmieniającego się zapotrzebowania rynku (podaż ofert pracy kategoryzowanych jako deficytowe) oraz wykorzystywaniem już istniejących zasobów wzbogacających ofertę dla tych grup. Katalog branż definiowanych w kontekście inteligentnych specjalizacji został umieszczony w Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020 – znajdujemy tam zapisy, których obecność na poziomie strategicznym zwiększa możliwości systemowej poprawy związanej z ich funkcjonowaniem w środowisku AO. Usługi ochrony zdrowia oraz związane z rehabilitacją są wskazywane w RSI województwa opolskiego, co powinno ułatwić pozyskiwanie środków zewnętrznych na realizowanie projektów ukierunkowanych na wdrażanie przedsięwzięć w zakresie stymulowania wzrostu gospodarki senioralnej (również w wymiarze systemowym). Potencjalnie adresatami i korzystającymi z oferty senioralnej mogą być turyści sentymentalni z zachodniej Europy odwiedzający AO. Konkurencyjność Aglomeracji Opolskiej (m.in. niskie koszty pracy), dobra znajomość języków obcych przez jej mieszkańców oraz dogodne położenie (i skomunikowanie) to argumenty potwierdzające zasadność rozwijania gospodarki senioralnej na omawianym obszarze. Oprócz wskazanych wyzwań inwestycyjnych, warto podkreślić potrzebę budowania oferty w oparciu o przemysły czasu wolnego (pośrednimi beneficjentami takich działań poza seniorami i turystami byłiby przede wszystkim mieszkańcy AO, dodatkowo działania tego typu wpłyną na wzrost atrakcyjności osiedleńczej regionu – komplementarność z celem strategicznym 4.1). Warto podkreślić, że gospodarka senioralna to również szansa rozwojowa – potencjał dla rozwijania zróżnicowanej działalności gospodarczej związanej z kreowaniem miejsc pracy. Powstawanie nowych przedsiębiorstw oferujących usługi w tym obszarze, to szansa dla mieszkańców na otwarcie nowej działalności gospodarczej.

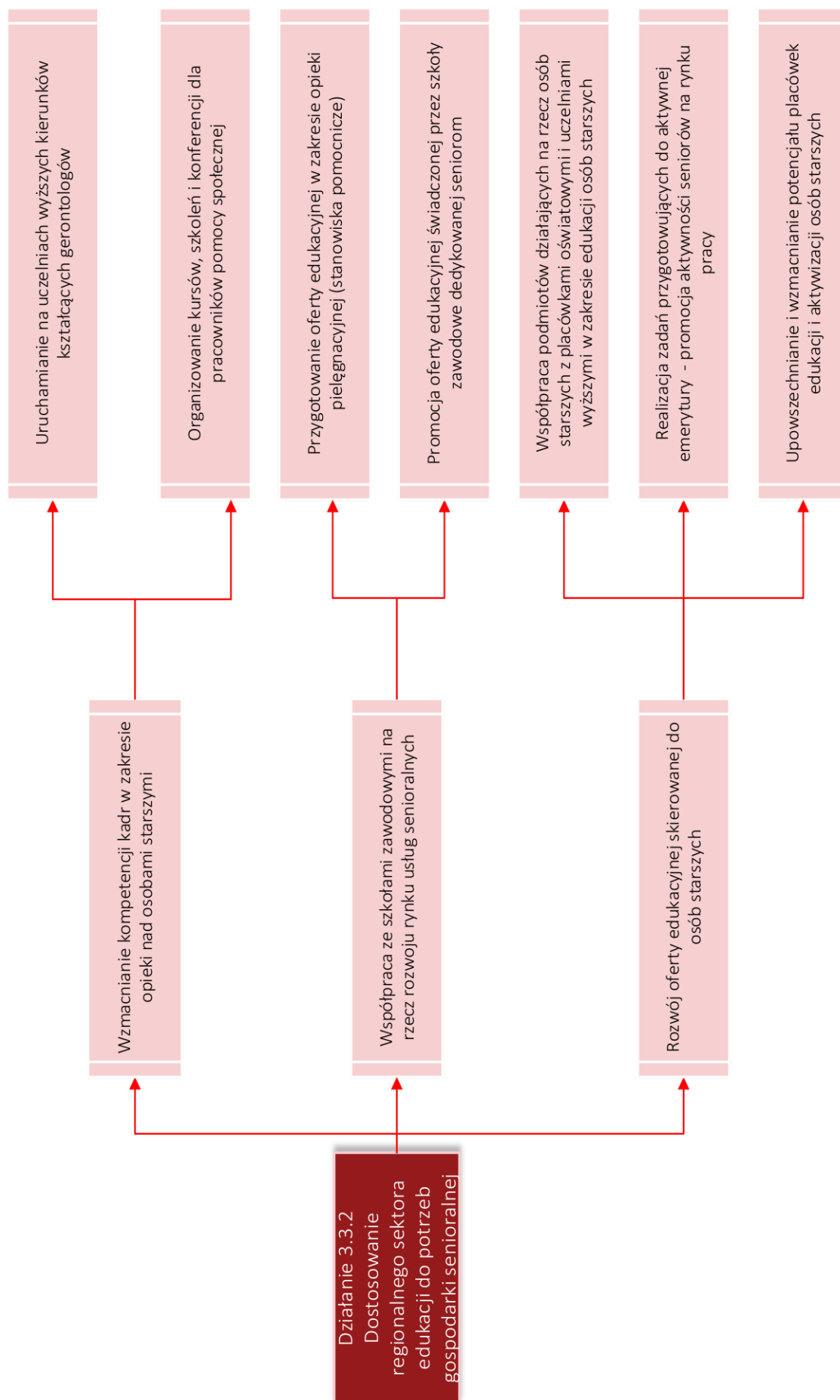
Działanie 3.3.1 Rozwój infrastruktury oraz usług dedykowanych seniorom



Działanie 3.3.1	Rozwój infrastruktury oraz usług dedykowanych seniorom
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Upowszechnienie dostępu i podnoszenie jakości opieki medycznej i rehabilitacyjnej oraz usług o charakterze socjalnym.</li> <li>– Podejmowanie systematycznych działań na rzecz rozwijania placówek świadczących pomoc specjalistyczną, w tym m.in. geriatryczną.</li> <li>– Pomoc w dostępie do leczenia specjalistycznego i usług rehabilitacji, uruchamianie wypożyczalni sprzętu rehabilitacyjnego, ortopedycznego i pielęgnacyjnego.</li> <li>– Realizacja programów z zakresu profilaktyki, ochrony zdrowia, rehabilitacji oraz standaryzacji usług medycznych dla osób starszych.</li> <li>– Zwiększanie liczby miejsc dla osób starszych w gminnych placówkach pomocy społecznej oraz tworzenie wyspecjalizowanych placówek w środowiskach lokalnych, adekwatnych do potrzeb osób starszych (m.in. domy dziennego pobytu, rodzinne domy pomocy, kluby seniora).</li> <li>– Tworzenie przez samorzady warunków do rozwoju infrastruktury na rzecz osób starszych – ujednoczenie i systematyka działań również w zakresie świetlic, rodzinnych domy pomocy dla osób starszych i innych placówek dedykowanych seniorom.</li> <li>– Tworzenie spójnego systemu aktywizacji osób starszych poprzez stworzenie Centrum Aktywności Seniora, ze szczególnym uwzględnieniem terenów wiejskich, z wykorzystaniem partnerstwa publiczno-prywatnego.</li> <li>– Wzmacnianie efektywności systemu gospodarki senioralnej poprzez wykorzystanie partnerstwa publiczno-prywatnego oraz realizację zadań własnych przez gminy tworzące AO.</li> <li>– Prowadzenie działań na rzecz tworzenia „domów seniora” stanowiących placówki opiekuńcze przystosowane funkcyjnie do całodobowej opieki nad seniorami, działające w systemie komercyjnym oraz „wiosen seniora” definiowanych jako funkcjonalną całość mieszkaniowo-usługową przeznaczoną dla seniorów.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej, Regionalny Opolski Klaster Senioralny, Narodowy Fundusz Zdrowia, podmioty branżowe, podmioty prywatne (inwestorzy)
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020, środki prywatne
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektom wdrożenia zaproponowanych rozwiązań w niniejszym planie działania będzie stworzenie zintegrowanej sieci usług senioralnych (swoistej bazy), która w perspektywie realizacji niniejszego Programu umożliwi relewantny wzrost gospodarki senioralnej.
Rekomendacje	Zaleca się prowadzenie działań w porozumieniu z instytucjami kooperującymi w ramach Programu Specjalnej Strefy Demograficznej w województwie opolskim do 2020 roku w charakterze partnera instytucjonalnego reprezentowanego przez przedstawicieli Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska (rekomenduje się uzyskanie pełnomocnictwa od gmin AO celem pełnoprawnego funkcjonowania w strukturach Strefy).

Uzasadnienie	<p>Zakres zadań inwestycyjnych ukierunkowanych na system usług oraz infrastrukturę dedykowaną seniorom jest wynikiem funkcjonowania i co raz silniejszego akcentowania dwóch zjawisk. Pierwszym z nich jest depopulacja i starzenie się społeczeństwa – zwiększająca się populacja osób w wieku poprodukcyjnym, co wpływa na konieczność podjęcia działań przez samorządy również poprzez stymulowanie popytu wewnętrznego. Drugim zasadniczym czynnikiem jest nisza rynkowa w zakresie świadczenia nowoczesnych usług dla seniorów oraz możliwość stworzenia rynku zbytu dla tych usług w oparciu o mieszkańców Europy Zachodniej (wykorzystując uwarunkowania historyczne oraz m.in. wysoki stopień znajomości języka niemieckiego przez regionalną populację). Aglomeracja Opolska ma zasoby warunkujące częściowe oparcie swojej gospodarki o rynek usług senioralnych.</p>
--------------	---

Działanie 3.3.2 Dostosowanie regionalnego sektora edukacji do potrzeb gospodarki senioralnej

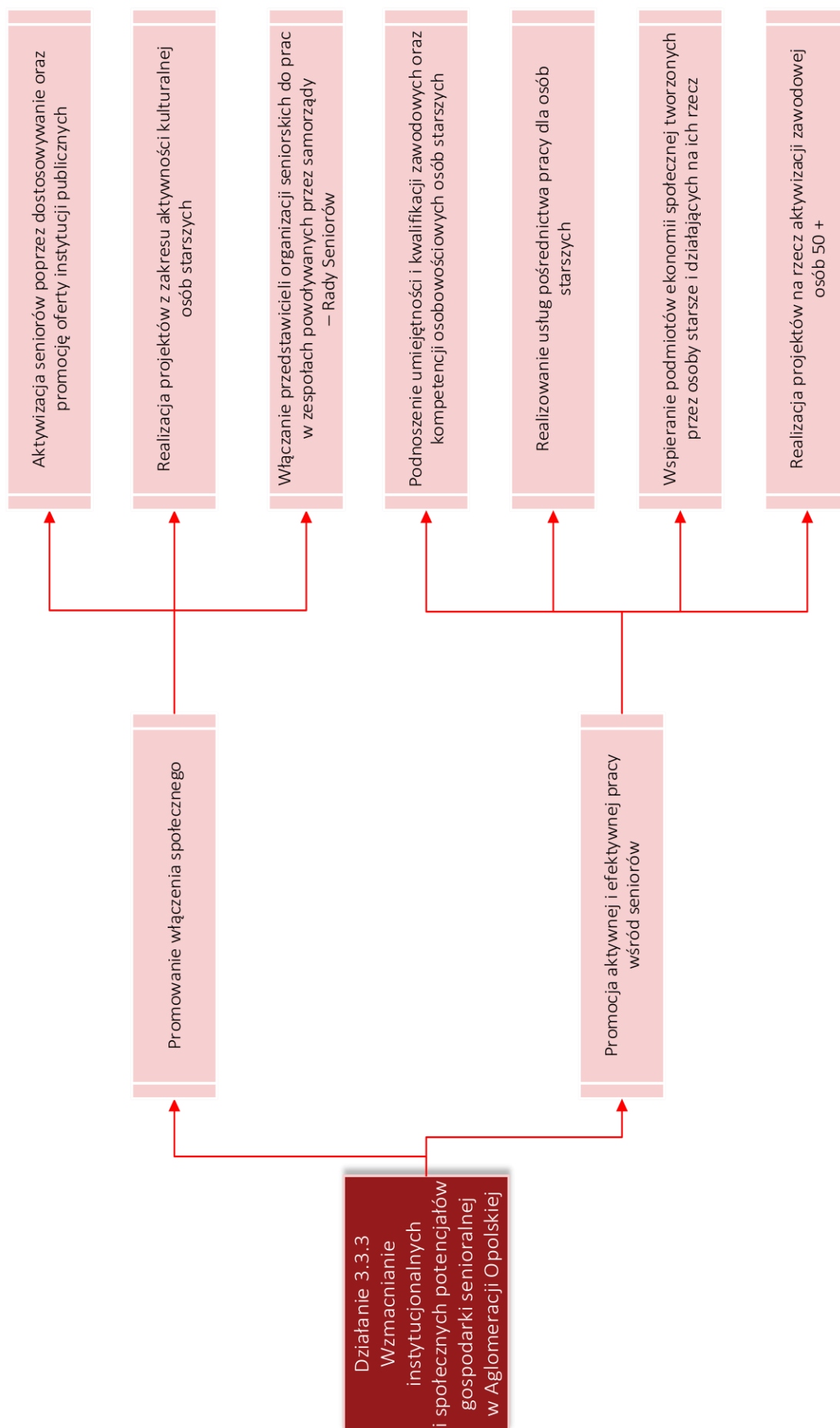


Działanie 3.3.2	Dostosowanie regionalnego sektora edukacji do potrzeb gospodarki senioralnej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wzmacnianie kompetencji i umiejętności zawodowych kadr służby zdrowia oraz pomocy społecznej w zakresie opieki nad osobami starszymi i niepełnosprawnymi we współpracy z sektorem szkół wyższych. Lobbing na rzecz kształcenia w zawodach deficytowych w AO, takich jak m.in. geriatrzy, geragodzy czy gerontolodzy społeczni.</li> <li>– Organizowanie seminariów, konferencji na rzecz budowania świadomości w zakresie potrzeb i konieczności kształcenia kadry medycznej w kierunku zdobywania i podwyższania kwalifikacji w dziedzinie geriatry, opieki długoterminowej i chorób przewlekłych.</li> <li>– Pobudzenie współpracy z sektorem szkół zawodowych i technicznych na rzecz zwiększenia elastyczności programów i kierunków nauczania na rzecz szeroko definiowanej pomocy społecznej (we współpracy z potencjalnymi pracodawcami – możliwości tworzenia klas patronackich).</li> <li>– Tworzenie korzystnych warunków dla efektywnego wykorzystania kapitału społecznego osób starszych (możliwość powoływania pełnomocników ds. osób starszych w gminach AO oraz tworzenie ustandaryzowanych lokalnych programów na rzecz osób starszych). Organizowanie przez AO wspólnych akcji społecznych podnoszących świadomość społeczeństwa na temat procesów starzenia się oraz uwrażliwiających na kwestie bezpieczeństwa seniorów.</li> <li>– Rozwijanie przemysłów czasu wolnego ukierunkowanych na seniorów (możliwość współpracy z kościołami i związkami wyznaniowymi jako partnerami – w szczególności zaleca się upowszechnienie instytucji Uniwersytetu Trzeciego Wieku na obszarach wiejskich).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej, Regionalne Centrum Rozwoju Edukacji w Opolu, Kuratorium Oświaty w Opolu, Regionalny Opolski Klaster Senioralny, instytucje rynku pracy (WUP, PUP), sektor szkół ponadgimnazjalnych, szkoły wyższe, podmioty prywatne
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Efektem realizacji scenariusza będzie wzmocnienie stopnia kompatybilności działania aglomeracyjnych placówek oświatowych oraz rynku pracy, w kontekście zmieniających się wymagań branży wschodzącej tj. gospodarki srebrnej. Wartością dodaną będzie również kompleksowe uporządkowanie polityki społecznej skierowanej do seniorów i osób niepełnosprawnych – również w zakresie przemysłów czasu wolnego czy z drugiej strony, aktywizacji zawodowej, co będzie skutkowało wzmocnieniem popytu wewnętrznego w Aglomeracji Opolskiej (powstawanie nisz rynkowych głównie dla mikro i małych przedsiębiorstw rodzinnych znających specyfikę i uwarunkowania istniejące w AO).
Rekomendacje	Przedmiotowe działanie ma charakter komplementarny w stosunku do działania 2.1.3. Konieczna w zakresie wzmacniania potencjałów gospodarki senioralnej jest koordynacja z pracodawcami i potencjalnymi inwestorami.
Uzasadnienie	Gospodarka senioralna wymaga przygotowanych merytorycznie kadr pracowniczych. Dane statystyczne wskazują na liczne deficyty w zakresie możliwości pozyskania pracowników na terenie Aglomeracji Opolskiej w kontekście



pomocy społecznej i szerzej – gospodarki senioralnej. Współpraca i promocja wykształcenia wymaganego przez omawianą branżę pod kątem zasobów ludzkich umożliwi skuteczny rozwój gospodarki srebrnej oraz wzmocnienie i budowę inteligentnych specjalizacji opartych o unikalne zasoby AO.

Działanie 3.3.3 Wzmacnianie instytucjonalnych i społecznych potencjałów gospodarki senioralnej w Aglomeracji Opolskiej



Działanie 3.3.3	Wzmacnianie instytucjonalnych i społecznych potencjałów gospodarki senioralnej w Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zwiększanie udziału osób starszych w życiu społecznym, kulturalnym regionu (promowanie włączania społecznego oraz rozszerzanie oferty dla seniorów).</li> <li>– Aktywizacja seniorów poprzez tworzenie i wspieranie centrów, klubów wolontariatu na rzecz osób starszych i ich promocję (we współpracy z organizacjami pozarządowymi).</li> <li>– Dostosowanie oraz promocja oferty domów kultury, muzeów, bibliotek, kin oraz teatrów do potrzeb i zainteresowań osób starszych.</li> <li>– Tworzenie nowych i dostosowywanie już istniejących obiektów turystycznych i sportowo-rekreacyjnych oraz ich ofert, do potrzeb i zainteresowań osób starszych.</li> <li>– Wzmacnianie i promowanie integracji międzypokoleniowej poprzez tworzenie w społecznościach lokalnych miejsc wielopokoleniowych spotkań, promujących aktywność turystyczną, sportowo-rekreacyjną, kulturalną, edukacyjną i społeczną osób starszych.</li> <li>– Aktywna współpraca na rzecz rozwijania gospodarki senioralnej w AO pomiędzy przedsiębiorcami, samorządem i organizacjami pozarządowymi (wzmacnianie instytucjonalnych form współpracy w ramach Regionalnego Opolskiego Klastra Senioralnego, jak również tworzenie i rozwijanie nieformalnych partnerstw międzysektorowych w ramach wprowadzania w życie założeń „Silver Economy”).</li> <li>– Koordynacja działań na rzecz wykorzystania kapitału doświadczenia osób starszych na rynku pracy – współpraca z przedsiębiorcami oraz instytucjami rynku pracy.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	organizacje pozarządowe, instytucje rynku pracy, Regionalny Opolski Klaster Senioralny, Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020, środki z Europejskiego Funduszu Społecznego w tym m.in. Program Operacyjny Kapitał Ludzki
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Wzmocnienie popytu wewnętrznego poprzez wykorzystanie siły nabywczej, którą dysponują seniorzy. Wzrost udziału osób w wieku poprodukcyjnym w grupie aktywnych zawodowo.
Rekomendacje	W zakresie działań związanych z wzmacnianiem poziomu efektywności wykorzystania kapitału wiedzy i doświadczenia seniorów należy podjąć współpracę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Opolu (jako opcjonalną można potraktować możliwość organizacji seminarium/konferencji na temat aktywizacji zawodowej osób starszych).
Uzasadnienie	Cel strategiczny 3.3 w całości dedykowany jest osobom starszym – głównie w kontekście rozwijania branży usług senioralnych. Niniejszy scenariusz działań ma na celu wdrożenie kompleksowych rozwiązań ukierunkowanych na włączenie społeczne – w ostatecznym rozrachunku wpływające na rozwój gospodarki w regionie oraz wykorzystanie potencjału ludzi starszych w kontekście identyfikowanych potrzeb rynkowych.

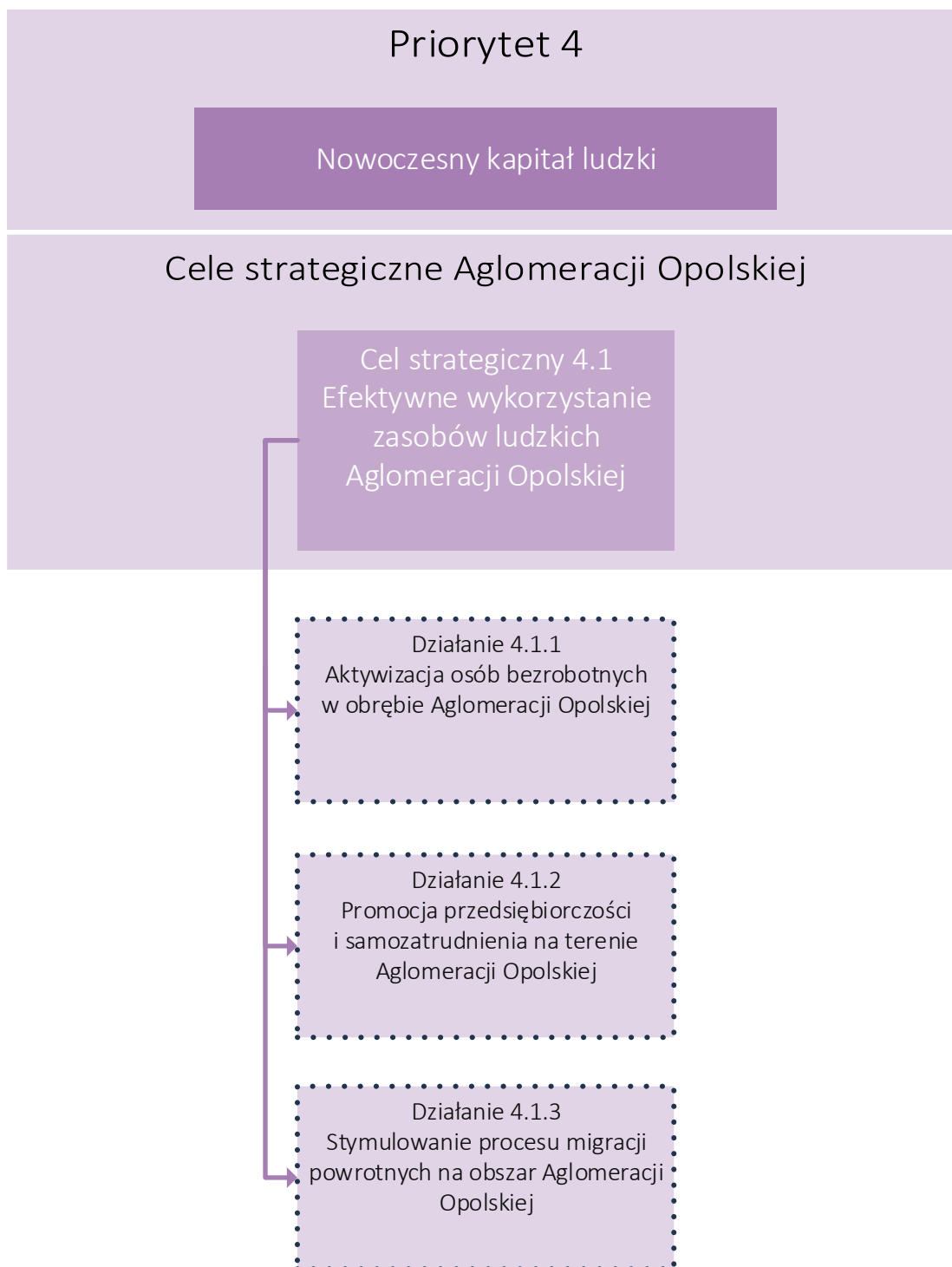
### Wskaźniki realizacji Priorytetu 3

Niniejszy podrozdział definiuje mierzalne wskaźniki dostosowane do specyfiki *Priorytetu 3 Wzmacnianie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych*, pozwalając na efektywny monitoring sposobu i stopnia realizowania poszczególnych przedsięwzięć, scenariuszy działań wypracowanych w ramach koncepcji strategicznej *Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020*.

Priorytet 3	Wzmacnianie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych	Wartość bazowa	Wartość docelowa
Wskaźniki realizacji	Udział branż kluczowych w lokalnej gospodarce	42,5%	45%
	Udział podmiotów sekcji M wg działów PKD 2007, dział 72 Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk przyrodniczych i technicznych	0,8%	2%
	Liczba inwestycji BSS w AO	0	4

### 3.4 Priorytet 4 Nowoczesny kapitał ludzki

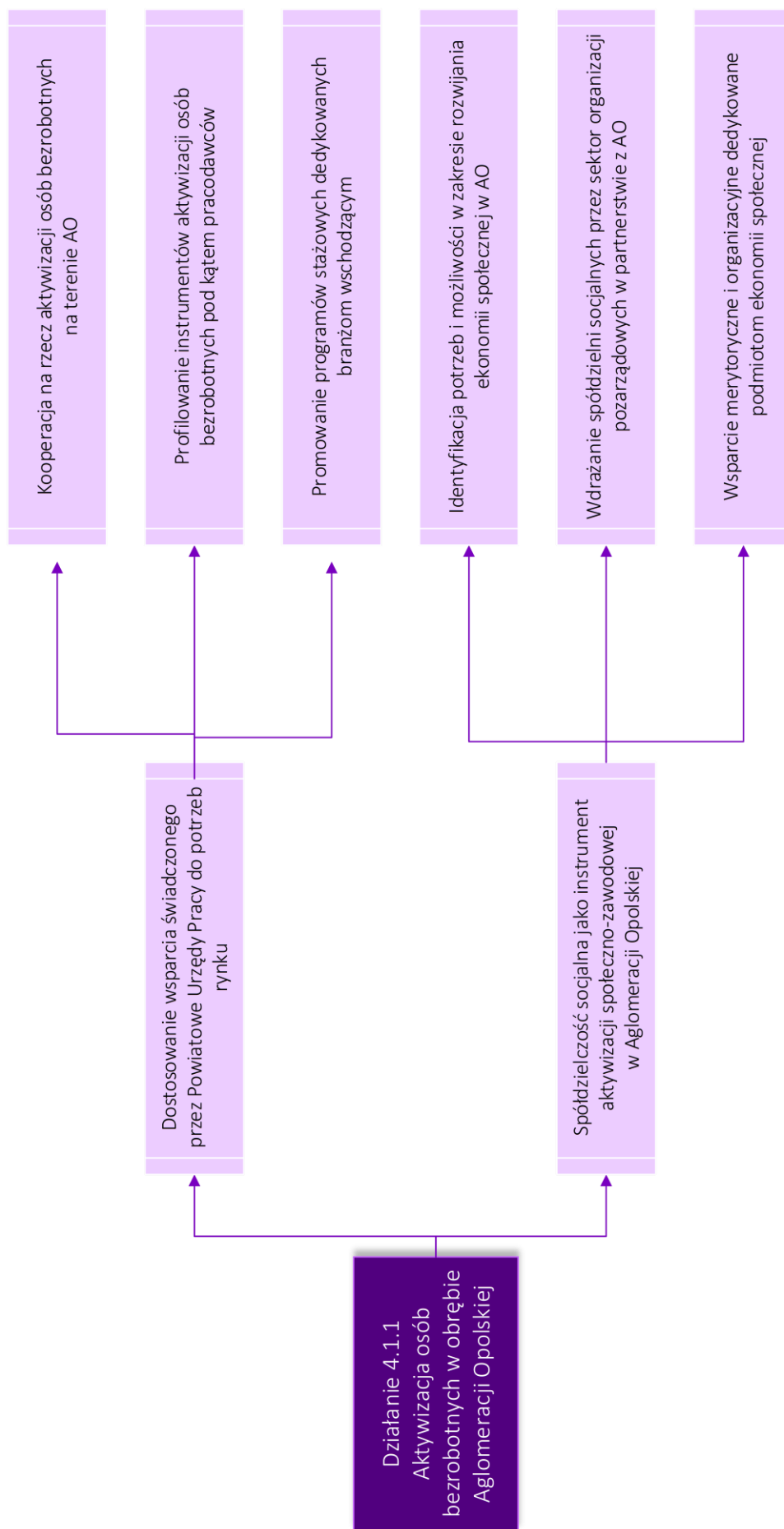
Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej to wypadkowa dwóch zasadniczych czynników. Pierwszym z nich są kwestie związane z instytucjami, ich jakością, stopniem profesjonalizmu oraz ukierunkowaniem na osiągnięcie celów definiowanych dla AO [wpisują się w ten obszar również zagadnienia związane z rozwijaniem branż wiodących oraz potencjalnie kluczowych (cele 2.3, 3.1, 3.2, 3.3), jak również działania opierające się o wymiar marketingowy – komunikowanie wizerunku i marki Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego (Priorytet 1)]. Drugim filarem efektywnego wdrażania spójnego katalogu rozwiązań na rzecz wzmocnienia innowacji obszaru Aglomeracji są zagadnienia związane z zasobami ludzkimi, a przede wszystkim z kapitałem społecznym – determinującym transfer wiedzy i technologii, korzystne wskaźniki przedsiębiorczości populacji oraz umiejętność kooperacji lokalnych społeczności na rzecz dobra wspólnego. Przeprowadzona diagnoza zasobów ludzkich wskazuje na potrzebę profilowania części postulowanej interwencji publicznej na rzecz skuteczniejszego wykorzystania potencjału ludzkiego w Aglomeracji Opolskiej. Szczególnie niedocenianym czynnikiem w kontekście budowania wzrostu gospodarczego, zarówno w perspektywie napływu kapitału i lokowania inwestycji, jak również szeroko rozumianej innowacyjności są zasoby ludzkie – na terenie AO mieszka 332 153 osób, które stanowią jej kluczowy atut oraz najmocniejszą przewagę konkurencyjną. Wdrożenie zaplanowanych działań umożliwi zwiększenie efektywności wykorzystania czynnika ludzkiego na terenie AO. Głównymi zidentyfikowanymi barierami na obszarze Aglomeracji są zjawiska związane z procesami migracyjnymi. Mając na uwadze dobrostan mieszkańców realizacja działań zaprojektowanych w ramach niniejszego priorytetu wpłynie na odwrócenie (zniwelowanie) zjawiska migracji i depopulacji obszaru (jego skali) oraz na wzrost poziomu dostosowania umiejętności i potrzeb mieszkańców do zmieniających się uwarunkowań rynkowych. Poziom rozwoju gospodarczego oraz życie społeczne danej populacji, są ze sobą nierozzerwalnie związane. Zgadając się z koniecznością wspierania takich inicjatyw jak, funkcjonowanie Specjalnej Strefy Demograficznej, należy podkreślić, że jedynie priorytetowe potraktowanie czynnika ludzkiego (również w ramach niniejszego Programu) pozwoli na wzrost jakości życia mieszkańców i wzmocnienie atrakcyjności osiedleńczej Aglomeracji Opolskiej.



#### Cel strategiczny 4.1 Efektywne wykorzystanie zasobów ludzkich Aglomeracji Opolskiej

Czynnikiem o podstawowym znaczeniu w perspektywie postulowanego i planowanego rozwijania gospodarki opartej na wiedzy w AO, jest wzmacnianie potencjałów regionalnej społeczności. Jakość zasobów ludzkich jest determinowana m.in. poziomem świadczonych usług publicznych – zatem w niniejszy cel wpisują się zaplanowane zadania dedykowane szkołom i instytucjom sektora edukacji. Niemniej, jako szczególnie istotne zostały wskazane trzy obszary, zgodnie z przyjętymi założeniami opracowane w formie scenariuszów działań. Punktem wyjścia i podstawą do ich zdefiniowania, jest zidentyfikowana konieczność minimalizacji zjawisk „*brain drain*” (drenaż mózgow) oraz „*brain waste*” (marnotrawstwo mózgow) – które stanowią barierę w osiągnięciu pożądanego tempa rozwoju gospodarczego przez Aglomerację Opolską. Pierwszy z nich, jest dedykowany wykluczeniu społecznemu. Aktywizacja i integracja osób bezrobotnych powinna być wdrażana w oparciu o ścisłe partnerstwo z instytucjami rynku pracy oraz przedsiębiorcami. Istotne w tym kontekście jest tworzenie nowoczesnych mechanizmów szkoleniowo-doradczych oraz wykorzystywanie nowych instrumentów wsparcia, takich jak np. spółdzielczość socjalna. Drugi scenariusz ogniskuje się wokół zagadnień związanych z rozwijaniem inkubatorów przedsiębiorczości (również akademickiej). Dostosowanie tych istniejących do potrzeb osób zakładających działalność gospodarczą ma charakter priorytetowy (głównie w zakresie wsparcia psychologicznego oraz tutoring i mentoringu w pierwszym okresie prowadzenia działalności). Ostatnim, wieńczącym niniejszy Program, jest scenariusz działań mający na celu stworzenie warunków do powrotu (reemigracji) na teren AO. Jest to szczególnie istotne w kontekście deficytu specjalistów wąskich dziedzin poszukiwanych przez pracodawców na rynku pracy w AO oraz konsekwentnemu przeciwdziałaniu depopulacji. Biorąc pod uwagę ustawowe kompetencje samorządów gminnych interwencja ta skoncentruje się na komponentach infrastrukturalnych oraz związanych ze świadczeniem usług publicznych – ich wysoka jakość oraz widoczny wzrost gospodarczy (mierzony również wzrostem płac), pozwolą osiągnąć kumulację różnych czynników, której rezultatem będzie zwiększenie liczby mieszkańców w obrębie Aglomeracji Opolskiej (reemigracje oraz imigracje).

Działanie 4.1.1 Aktywizacja osób bezrobotnych w obrębie Aglomeracji Opolskiej

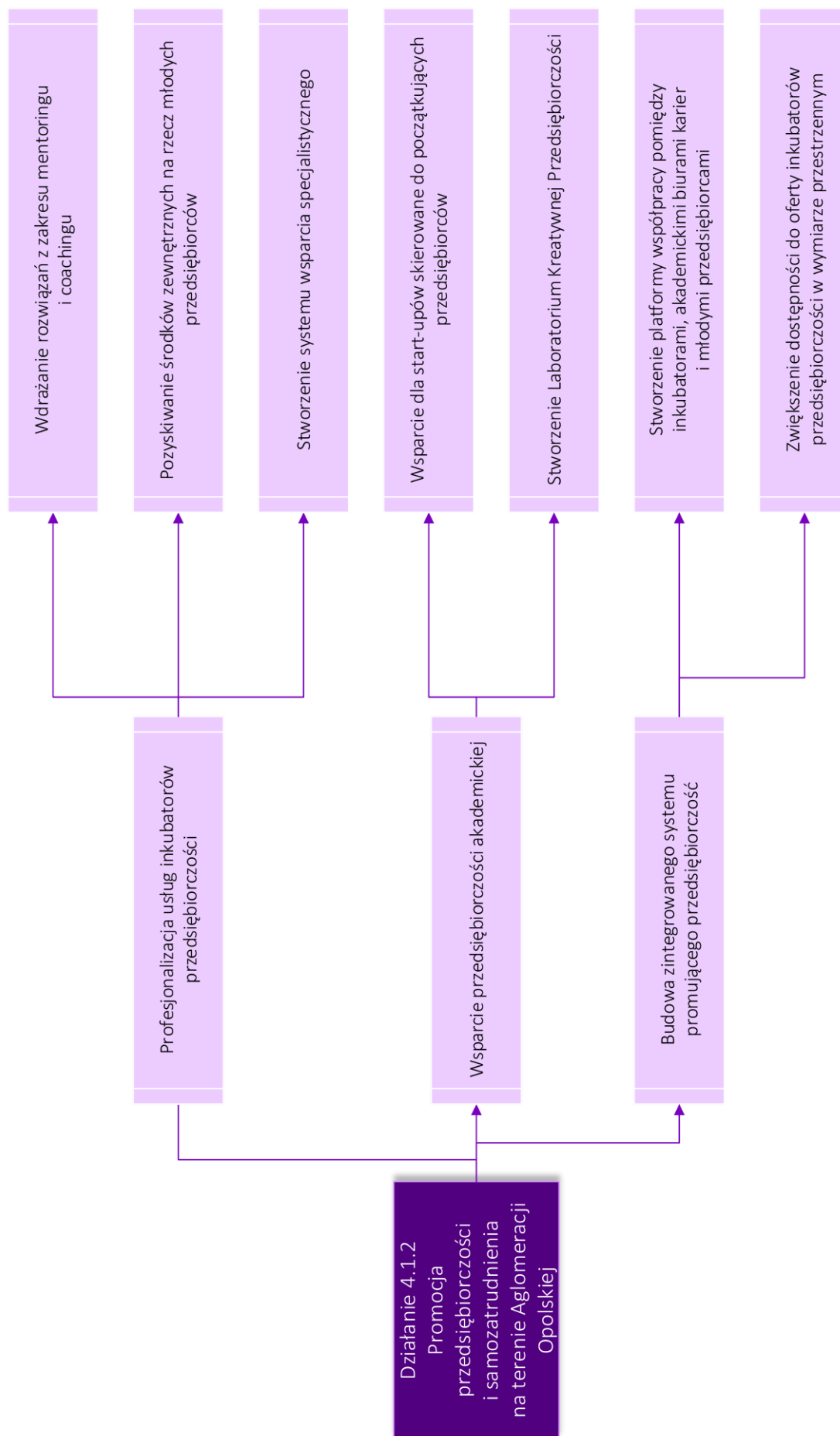




Działanie 4.1.1	Aktywizacja osób bezrobotnych w obrębie Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stworzenie aktywnego gremium zajmującego się problematyką zjawiska bezrobocia (nieformalny, cykliczny charakter spotkań, międzysektorowość, wymiana doświadczeń oraz szczegółowa identyfikacja oczekiwań pracodawców względem urzędów pracy).</li> <li>– Intensywne wykorzystanie instrumentów aktywizacji bezrobotnych ocenianych przez pracodawców jako szczególnie korzystne (pośrednictwo pracy, a także, w uzasadnionych przypadkach, poradnictwo zawodowe lub inne formy pomocy).</li> <li>– Wymiana doświadczeń pomiędzy klastrami branżowymi a instytucjami rynku pracy w kontekście prognoz zapotrzebowania na pracowników.</li> <li>– Analiza zjawiska zawodów nadwyżkowych i deficytowych – konsultowanie zagadnień zapotrzebowania rynku pracy również z szkołami ponadgimnazjalnymi.</li> <li>– Sekwencja zaproponowanych działań umożliwi profesjonalizację instytucji rynku pracy, co znajdzie przełożenie w poprawie wizerunku powiatowych urzędów pracy.</li> <li>– Rozpowszechnienie informacji o możliwościach tworzenia podmiotów ekonomii społecznej przez organizacje funkcjonujące na terenie AO jako element ukierunkowany na włączenie społeczne oraz integrację grup zagrożonych marginalizacją (selekcja podmiotów, zapewnienie finansowania zewnętrznego oraz stworzenie systemowych rozwiązań w kontekście preferowania usług świadczonych m.in. przez spółdzielnie socjalne).</li> <li>– Zapewnienie stałej pomocy merytorycznej, szczególnie na początkowych etapach wdrażania inicjatyw ekonomii społecznej (współpraca z IOB lub świadczenie usług w ramach Stowarzyszenia AO).</li> <li>– Promocja przedsiębiorczości społecznej oraz doradztwo w zakresie stworzenia stałych mechanizmów finansowania oraz docelowo rentowności spółdzielni socjalnych.</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Powiatowe Urzędy Pracy, Wojewódzki Urząd Pracy w Opolu, organizacje pozarządowe (stowarzyszenia i fundacje), instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, środki instytucji rynku pracy, Fundusz Pracy, Program Operacyjny Kapitał Ludzki
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Bezpośrednim efektem działania będzie zmniejszenie zjawiska marginalizacji społecznej. Aktywizacja osób bezrobotnych przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane działania pozwoli na skuteczniejsze skoordynowanie relacji pomiędzy instytucjami rynku pracy oraz przedsiębiorcami. Wartością dodaną będzie również silniejsza obecność podmiotów ekonomii społecznej w strukturze gospodarki Aglomeracji Opolskiej.
Rekomendacje	Główny zakres przewidzianych do realizacji zadań pozostaje w kompetencjach podmiotów o charakterze zewnętrznym w stosunku do Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska. Korzystnym byłoby utworzenie partnerstwa strategicznego z PUP-ami oraz WUP w Opolu. Jednocześnie zaleca się wspieranie tworzenia spółdzielni socjalnych w oparciu o organizacje pozarządowe funkcjonujące na terenie AO.

Uzasadnienie	Od 2007 roku obserwuje się wzrost liczby osób bezrobotnych na terenie Aglomeracji Opolskiej. Uśredniona stopa bezrobocia dla powiatów AO w latach 2007-2013 wzrosła o 4,4%. Konieczność podjęcia działań wynika wprost ze skali omawianego zjawiska, skutkującego marginalizacją społeczną. Ukierunkowanie interwencji na rutynową działalność instytucji rynku pracy oraz wsparcie dedykowane osobom wymagającym długotrwałego wsparcia wynika z potrzeby dostosowania instrumentu pomocowego do charakterystyki danej grupy docelowej.
--------------	--

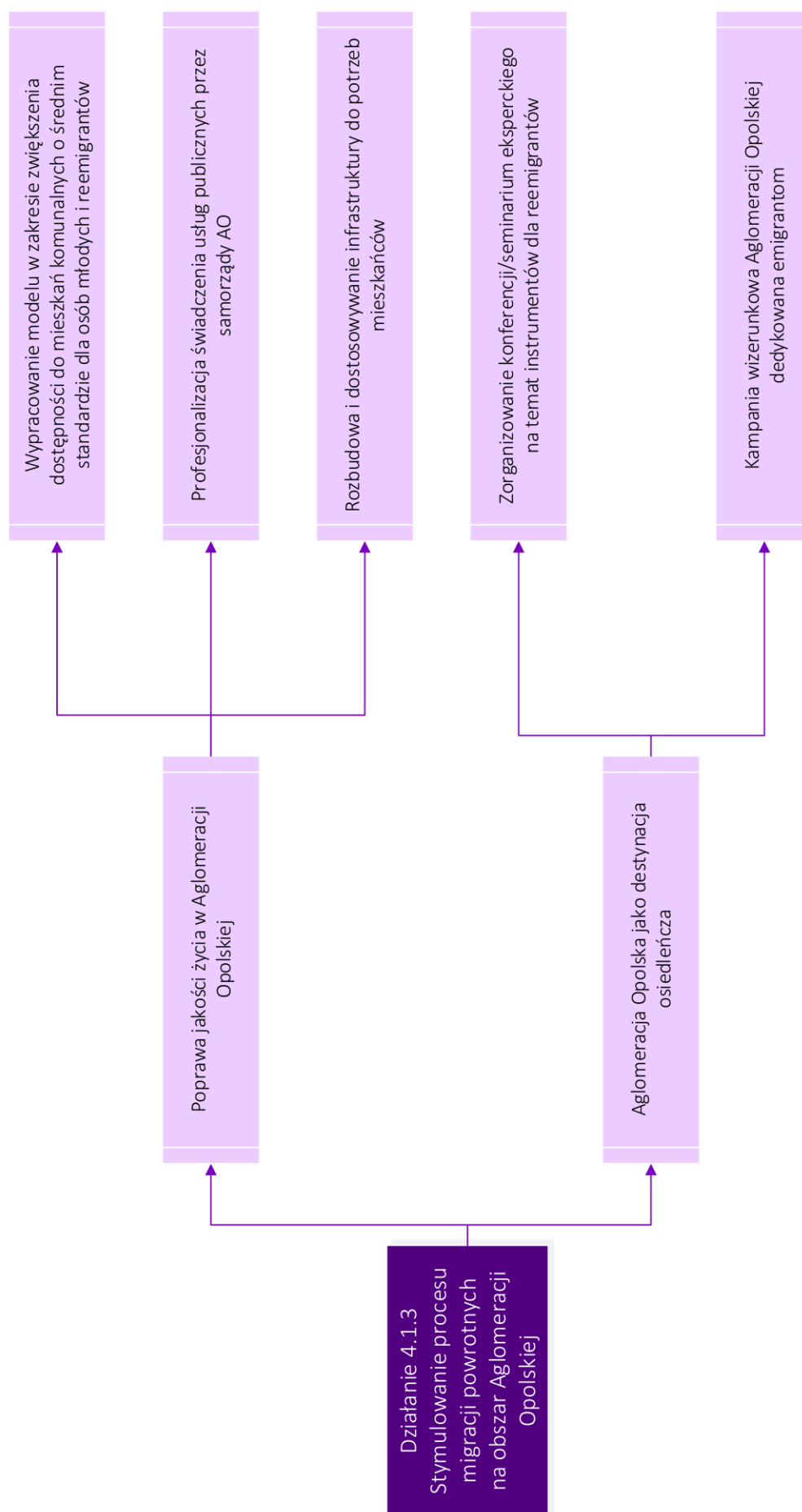
Działanie 4.1.2 Promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia na terenie Aglomeracji Opolskiej



Działanie 4.1.2	Promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia na terenie Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Konieczne jest podjęcie dalszych działań ukierunkowanych na profesjonalizację usług działających inkubatorów. Obecnie działalność inkubatorów koncentruje się bowiem w dużej mierze na usługach doradczych, szkoleniowych i informacyjnych, a także dostarczaniu podstawowej infrastruktury. Rozszerzenie oferty powinno się ogniskować wokół kwestii związanych ze wsparciem definiowanym jako mentoring oraz coaching.</li> <li>– Rozwijanie usług doradztwa specjalistycznego – prawnego (ochrona własności intelektualnej), psychologicznego (tutoring) czy też finansowego.</li> <li>– Promocja oraz wspieranie inicjatyw i rozwiązań zmierzających do tworzenia nowych miejsc pracy oraz budowy postaw kreatywnych, służących rozwojowi przedsiębiorczości i samozatrudnienia (pomoc w pozyskiwaniu finansowania zewnętrznego).</li> <li>– Stworzenie efektywnej bazy dla systemu „start upów” poprzez mechanizmy finansowe, takie jak fundusze <i>venture capital</i> lub pomoc tzw. aniołów biznesu. Doradztwo (indywidualne i grupowe) oraz szkolenia umożliwiające uzyskanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do podjęcia i prowadzenia działalności gospodarczej dla osób rozpoczynających działalność w ramach danego projektu.</li> <li>– Laboratorium Kreatywnej Przedsiębiorczości miałoby na celu przeciwdziałanie bezrobociu poprzez budzenie postawy przedsiębiorczej i rozwój kreatywności (na bazie infrastruktury i kadr uczelni wyższych w AO). Możliwe działania to cykl warsztatów z wykorzystaniem technik darmowych, spotkania z młodymi przedsiębiorcami, wspólne przygotowanie materiałów promujących postawę przedsiębiorczą dedykowanych docelowo szerszej publiczności.</li> <li>– Zwiększenie dostępności do oferty inkubatorów przedsiębiorczości poprzez zbudowanie sieci przedstawicielstw, filii na terenach wiejskich w obrębie AO w oparciu o ośrodki miejskie (system dyżurów w obiektach udostępnianych przez gminy, nie zakłada się tworzenia dodatkowej infrastruktury oraz tworzenia dodatkowych etatów).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy, uczelnie wyższe
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020, środki z Europejskiego Funduszu Społecznego, w tym m.in. Program Operacyjny Kapitał Ludzki
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Skutkiem realizacji przyjętych zadań będzie wzrost przedsiębiorczości wśród mieszkańców, co powinno znaleźć odzwierciedlenie w spadku stopy bezrobocia oraz we wzroście PKB w Aglomeracji Opolskiej. Skutkiem podjętych działań będzie również zmniejszenie dysproporcji w zakresie dostępności do oferty inkubatorów na terenach wiejskich – element szczególnie istotny pod kątem integralności terytorium AO i wzmacnianie powiązań funkcjonalnych w jego obrębie.
Rekomendacje	Wspieranie przedsiębiorczości, szczególnie w kontekście szkół wyższych wymaga koordynacji i współpracy. Przykładem dobrych praktyk w tym zakresie jest projekt „Wrocław does IT” tworzony przez największe firmy branży IT we Wrocławiu przy wsparciu Agencji Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej i Biura Karier Politechniki Wrocławskiej. Szczególnie w kontekście zidentyfikowanych branż wschodzących partnerstwa mogą wpłynąć decydująco na lokowanie się inwestorów.

Uzasadnienie	<p>Aglomeracja Opolska cechuje się relatywnie niskim poziomem przedsiębiorczości, wskaźnik ten mierzony liczbą osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 1000 ludności w obrębie AO wynosi około 68 osób. Poziom ogólnopolski jest wyższy i wynosi 77 osób. Mając na uwadze fakt, iż kapitał ludzki w dużej mierze warunkuje innowacyjność danego obszaru oraz dynamikę rozwoju gospodarczego, należy wzmocnić efektywność działań na rzecz szeroko definiowanej przedsiębiorczości w Aglomeracji Opolskiej.</p>
--------------	--

Działanie 4.1.3 Stymulowanie procesu migracji powrotnych na obszar Aglomeracji Opolskiej



Działanie 4.1.3	Stymulowanie procesu migracji powrotnych na obszar Aglomeracji Opolskiej
Zakres zadań do realizacji	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rozbudowa systemu e-administracji, umożliwiającej kontakt przedsiębiorcy (załatwianie wybranych spraw urzędowych) przez Internet, a także wprowadzenie w życie idei „One Stop Shop”, czyli możliwości załatwiania wszelkich spraw urzędowych, które wymagają obecności osobistej w tzw. jednym okienku.</li> <li>– Promocja polityki prorodzinnej w formie zachęt np. poprzez przedszkola przykładowe oraz rozwiązania wpisujące się w tzw. społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR).</li> <li>– Dokonanie eksperckiej analizy możliwości wykreowania własnej polityki remigracyjnej przez Aglomerację Opolską we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Opolskiego.</li> <li>– Wypracowanie kampanii informacyjnych o możliwościach zatrudnienia i warunkach życia w Aglomeracji Opolskiej, zachęcające do osiedlenia się, dedykowanej emigrantom, stanowiącej komponent całościowego wizerunku marketingowego Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego.</li> <li>– Stworzenie modelu świadczenia wysokiego standardu usług publicznych: gospodarka mieszkaniowa, budowa mieszkań w średnim standardzie, dostępnych dla osób młodych oraz absolwentów.</li> <li>– Rozwój wewnętrznej komunikacji miejskiej w obrębie Aglomeracji Opolskiej: zintegrowany system transportu publicznego.</li> <li>– Wypracowywanie spójnych rozwiązań w zakresie wzmacniania powiązań funkcjonalnych pomiędzy poszczególnymi gminami tworzącymi AO (rozwój infrastruktury wypoczynkowej, turystycznej itp., wzmacniających jakość życia).</li> </ul>
Kluczowe podmioty wdrażania	samorządy tworzące Aglomerację Opolską, Zarząd Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Potencjalni partnerzy	Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, think tanki, instytucje doradcze
Potencjalne źródła finansowania	środki własne gmin-członków Aglomeracji Opolskiej, RPO WO 2014-2020, środki z Europejskiego Funduszu Społecznego w tym m.in. Program Operacyjny Kapitał Ludzki
Okres realizacji	2015-2020
Rezultaty	Skutkiem działań będzie stworzenie podstaw do prowadzenia polityki zmierzającej do zwiększenia procesu migracji powrotnych. Bezpośrednim efektem natomiast będzie wzmocnienie wizerunku AO jako ośrodka gospodarczego i osiedleńczego w skupiskach migrantów z AO. Kolejnym czynnikiem stanowiącym wartość dodaną będzie poprawa jakości życia mieszkańców (infrastruktura i usługi publiczne).
Rekomendacje	W kontekście relewancji zjawiska emigracji, dotykającego populację Aglomeracji Opolskiej, korzystnym byłoby skorzystanie z przykładów dobrych praktyk. Dokumentami prezentującymi to zjawisko są m.in. ekspertyzy dotyczące reemigracji takie jak: „Kierunek Małopolska”, „Kierunek Dolny Śląsk” czy też „Kierunek Śląsk”. AO powinna opracować odrębny dokument poddający analizie procesy migracyjne i demograficzne zachodzące w jej granicach.
Uzasadnienie	<i>Prognoza wielkości reemigracji do województwa opolskiego osób pracujących za granicą do 2013 r.</i> , jak również <i>Program Zarządu Województwa Opolskiego „Opolskie – zostaję tu”</i> wskazują na potrzebę systemowych działań na rzecz kreowania migracji powrotnych, pozostających zasadniczo w kompetencji instytucji na poziomie krajowym oraz regionalnym. W tym kontekście Aglomeracja Opolska powinna skupić się na poprawie jakości życia na jej obszarze, co leży bezpośrednio w kompetencjach gmin oraz na działaniach o charakterze miękkim, promocyjnym (rozszerzenie zakresu zadań zdefiniowanych w Priorytecie 1 o komunikowanie AO jako destynacji osiedleńczej). Warunkiem koniecznym dla wdrożenia niniejszego działania jest realizacja zadania ukierunkowanego na powstawanie nowych miejsc pracy o wysokiej jakości (działanie 2.3.1 oraz Priorytet 3).

## Wskaźniki realizacji Priorytetu 4

Niniejszy podrozdział definiuje mierzalne wskaźniki dostosowane do specyfiki *Priorytetu 4 Nowoczesny kapitał ludzki*, pozwalając na efektywny monitoring sposobu i stopnia realizowania poszczególnych przedsięwzięć, scenariuszy działań wypracowanych w ramach koncepcji strategicznej *Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020*.

Priorytet 4	Nowoczesny kapitał ludzki	Wartość bazowa	Wartość docelowa
Wskaźniki realizacji	Liczba Klas Patronackich	0	12
	Wartość środków finansowych dostępnych w funduszach pożyczkowych dla mikro i małych firm	0	25 mln zł
	Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 1000 ludności	68	77
	Liczba osób osiedlających się w AO	4013 osób	4200 osób



## 4. Plan finansowy Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do 2020 roku

Zdefiniowana koncepcja strategiczna wymaga przeprowadzenia estymacji kosztów w zakresie poszczególnych zadań. Plan finansowy przedstawiony w poniższych tabelach dla każdego z Priorytetów, (jak również zbiorczo) dodatkowo umożliwi prowadzenia monitoringu realizacji Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020. Przedstawione szacunki zostały obliczone w oparciu o rozeznanie rynkowe w zakresie poszczególnych zadań proponowanych do realizacji w części postulatywnej Programu. Koszty związane z wdrażaniem zadań będą warunkowane czynnikami makroekonomicznymi, sytuacją społeczno-gospodarczą w gminach oraz stopniem efektywności pozyskiwania środków zewnętrznych. W związku ze wskazanymi determinantami – niniejszy plan finansowy może podlegać modyfikacjom (równoległe z procesem aktualizacji całego dokumentu, a w szczególności jego części operacyjnej).

Tabela 32 Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 1 [zł]

Priorytet	Cel strategiczny	Działanie	Szacunkowy koszt [zł]
Priorytet 1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza	Cel strategiczny 1.1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego	Działanie 1.1.1 Stworzenie i rozwój spójnego gospodarczego i turystycznego wizerunku Aglomeracji Opolskiej	1 650 000
		Działanie 1.1.2 Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców i podmiotów gospodarczych z Aglomeracją Opolską	
		Działanie 1.1.3 Budowa pozycji AO jako ośrodka gospodarczego	
		Działanie 1.1.4 Promocja Aglomeracji Opolskiej na kluczowych rynkach zagranicznych	
	Cel strategiczny 1.2 Pobudzenie współpracy instytucjonalnej na rzecz promocji gospodarczej Aglomeracji Opolskiej	Działanie 1.2.1 Stworzenie koalicji na rzecz promocji wizerunku i marki Aglomeracji Opolskiej	350 000
		Działanie 1.2.2 Wspieranie rozwoju instytucji otoczenia biznesu w Aglomeracji Opolskiej	
Łącznie:			2 000 000

Tabela 33 Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 2 [zł]

Priorytet	Cel strategiczny	Działanie	Szacunkowy koszt
Priorytet 2 Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej	Cel strategiczny 2.1 Budowa konkurencyjnej gospodarki w oparciu o sektor edukacji	Działanie 2.1.1 Szkoły wyższe dla biznesu	8 400 000
		Działanie 2.1.2 Zwiększanie udziału sektora B+R w gospodarce Aglomeracji Opolskiej	
		Działanie 2.1.3 Wzmacnianie potencjału szkolnictwa zawodowego i technicznego w AO	
	Cel strategiczny 2.2 Efektywne wykorzystanie zasobów instytucji otoczenia biznesu	Działanie 2.2.1 Rozbudowa oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej	700 000
		Działanie 2.2.2 Wzmacnianie funkcji pośredniczącej świadczonej przez IOB	
	Cel strategiczny 2.3 Wspieranie innowacyjności przedsiębiorstw w AO	Działanie 2.3.1 Wspieranie rozwoju innowacji w sektorze przedsiębiorstw na terenie Aglomeracji Opolskiej	2 000 000
	Cel strategiczny 2.4 Tworzenie i rozwijanie stref aktywności gospodarczej	Działanie 2.4.1 Efektywne zarządzanie terenami inwestycyjnymi	3 600 000
		Działanie 1.1.3 Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej	
Łącznie:			14 700 000

Tabela 34 Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 3[zł]

Priorytet	Cel strategiczny	Działanie	Szacunkowy koszt
Priorytet 3 Wzmacnianie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych	Cel strategiczny 3.1 Rozwój sektora BSS w ramach Aglomeracji Opolskiej	Działanie 3.1.1 Dostosowywanie istniejącej infrastruktury do potrzeb tworzenia Centrów Usług Wspólnych dla biznesu	6 600 000
		Działanie 3.1.2 Wzmacnianie potencjału zasobów ludzkich i kapitału społecznego na rzecz inwestorów BSS	
		Działanie 3.1.3 Promocja i efektywne wykorzystanie zasobów instytucjonalnych determinujących lokowanie projektów BSS	
	Cel strategiczny 3.2 Rozwój funkcji turystycznych Aglomeracji Opolskiej	Działanie 3.2.1 Tworzenie markowych produktów turystycznych Aglomeracji Opolskiej	8 400 000
		Działanie 3.2.2 Podnoszenie jakości usług turystycznych oraz wsparcia rozwoju markowych produktów turystycznych	
	Cel strategiczny 3.3 Kompleksowe wsparcie dla rozwoju gospodarki senioralnej	Działanie 3.3.1 Rozwój infrastruktury oraz usług dedykowanych seniorom	6 800 000
		Działanie 3.3.2 Dostosowanie regionalnego sektora edukacji do potrzeb gospodarki senioralnej	
		Działanie 3.3.3 Wzmacnianie instytucjonalnych i społecznych potencjałów gospodarki senioralnej w Aglomeracji Opolskiej	
	łącznie:		

Tabela 35 Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 4 [zł]

Priorytet	Cel strategiczny	Działanie	Szacunkowy koszt
Priorytet 4 Nowoczesny kapitał ludzki	Cel strategiczny 4.1 Efektywne wykorzystanie zasobów ludzkich Aglomeracji Opolskiej	Działanie 4.1.1 Aktywizacja osób bezrobotnych w obrębie Aglomeracji Opolskiej	4 200 000
		Działanie 4.1.2 Promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia na terenie Aglomeracji Opolskiej	
		Działanie 4.1.3 Stymulowanie procesu migracji powrotnych na obszar Aglomeracji Opolskiej	
Łącznie:			4 200 000

Tabela 36 Struktura szacunkowych kosztów realizacji Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020

Obszary wsparcia	Szacunkowy koszt
Łącznie Priorytet 1:	2 000 000
Łącznie Priorytet 2	14 700 000
Łącznie Priorytet 3	21 800 000
Łącznie Priorytet 4	4 200 000
<i>Razem Program rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020</i>	42 700 000

## 5. Spójność z kluczowymi dokumentami strategicznymi

*Program Rozwoju Aglomeracji Opolskiej do roku 2020* to dokument o charakterze wykonawczym, wyznaczający wizję, priorytety i cele rozwoju, określający działania, które należy podjąć w celu ich realizacji. rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej. Koncepcja strategiczna opracowania, została zbudowana w oparciu o założenia mikro (gminne dokumenty planistyczne) oraz makro – wśród których kluczowe są:

- *Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020*, gdzie wprost wskazuje się obszar Aglomeracji Opolskiej jako biegun wzrostu oraz centralną strukturę funkcjonalno-przestrzenną województwa opolskiego, która powinna zajmować szczególne miejsce w kreowaniu procesów rozwojowych.
- *Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020* odwołująca się do zasad zrównoważonego i inteligentnego rozwoju stanowiących podstawę części postulatywnej Programu.
- *Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020*, która poprzez wypracowaną misję i cele strategiczne wyznaczyła ramy interwencji publicznej w zakresie rozwoju gospodarczego Aglomeracji.

Poniżej w ujęciu tabelarycznym zaprezentowano szczegółowe odniesienia uzasadniające wdrażanie poszczególnych działań i ich wynikanie (zgodność) z zapisami nadrzędnych dokumentów planistycznych.

		Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020	Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020	Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020
<p>Priorytet 1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza</p>	<p>Działanie 1.1.1 Stworzenie i rozwój spójnego gospodarczego i turystycznego wizerunku Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej Cel operacyjny II. 1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 8. Konkurencyjna aglomeracja opolska Cel operacyjny 9.1 Wspieranie potencjału gospodarczego i społecznego miast Cel strategiczny 5. Nowoczesne usługi oraz atrakcyjna oferta turystyczno-kulturalna Cel operacyjny 5.3. Rozwój usług turystyki, kultury i sportu oraz infrastruktury</p>	<p>Cel strategiczny CI.1 Identyfikacja i wsparcie przedsięwzięć innowacyjnych kluczowych dla rozwoju sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw Cel operacyjny I.1.2. Przedsiębiorstwa z ponadregionalnym potencjałem rozwojowym Cel operacyjny I.1.3. Nowoczesne rozwiązania w przedsiębiorstwach, w szczególności dla inteligentnego rzemiosła</p>
	<p>Działanie 1.1.2 Podniesienie poziomu identyfikacji mieszkańców i podmiotów gospodarczych z Aglomeracją Opolską</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 2 Aktywna społeczność regionalna Cel operacyjny 2.2. Wzbogacanie wielokulturowego dziedzictwa i tożsamości regionalnej</p>	<p>Cel strategiczny CI.1 Identyfikacja i wsparcie przedsięwzięć innowacyjnych kluczowych dla rozwoju sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw Cel operacyjny I.1.1 Wiedza o potrzebach rozwojowych przedsiębiorstw Cel operacyjny I.1.3. Nowoczesne rozwiązania w przedsiębiorstwach, w szczególności dla inteligentnego rzemiosła</p>
<p>Cel strategiczny 1.1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej jako ośrodka gospodarczego</p>	<p>Działanie 1.1.3 Budowa pozycji AO jako ośrodka gospodarczego</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej Cel operacyjny II. 1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny nr 8. Konkurencyjna aglomeracja opolska Cel operacyjny 8.2. Rozwój przestroni aglomeracji wraz ze wzmocnieniem powiązań instytucjonalnych i społecznych</p>	<p>Cel strategiczny CI.2 Tworzenie regionalnego systemu przyciągania i lokowania innowacyjnych inwestycji Cel operacyjny I.2.1 Zintegrowane zasoby infrastrukturalne Cel operacyjny I.2.3. Nowoczesne systemy informacji Cel strategiczny CI.3 Rozwój potencjału gospodarczego i współpracy międzysektorowej na rzecz realizacji przedsięwzięć innowacyjnych Cel operacyjny I.3.1 Regionalne sieci współpracy, w szczególności klastry Cel operacyjny I.3.2 Technologie ICT w praktyce gospodarczej</p>
	<p>Działanie 1.1.4 Promocja Aglomeracji Opolskiej na kluczowych rynkach zagranicznych</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej Cel operacyjny II. 1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 4 Dynamiczne przedsiębiorstwa Cel operacyjny 4.3. Wspieranie współpracy międzynarodowej przedsiębiorstw</p>	<p>Cel strategiczny CIII.3. Skuteczny i efektywny system usług w szczególności na rzecz specjalizacji inteligentnych Cel operacyjny III.3.3 Upowszechnianie innowacji</p>

Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020		Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020		Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020
<p>Przyrost 1 Budowa marki Aglomeracji Opolskiej i spójna promocja gospodarcza</p> <p>Cel strategiczny 1.2 Pobudzenie współpracy instytucjonalnej na rzecz promocji gospodarczej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 1.2.1 Stworzenie koalicji na rzecz promocji wizerunku i marki Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 2 Aktywna społeczność regionalna</p> <p>Cel operacyjny 2.2. Wzboogacanie wielokulturowego dziedzictwa i tożsamości regionalnej</p>	<p>Cel strategiczny CIII.3. Skuteczny i efektywny system usług w szczególności na rzecz specjalizacji i inteligentnych operacyjny III.3. Upowszechnianie innowacji</p>
	<p>Działanie 1.2.2 Wspieranie rozwoju instytucji otoczenia biznesu w Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.2. Wzmocnienie powiązań pomiędzy gospodarką, nauką oraz regionalnymi instytucjami otoczenia biznesu</p>	<p>Cel strategiczny CII.3. Komerccjalizacja wyników badań w zakresie specjalizacji regionalnych przy wykorzystaniu nowoczesnej infrastruktury naukowo-badawczej</p> <p>Cel operacyjny II.3.1. Infrastruktura badawcza specjalizacji regionalnych</p> <p>Cel operacyjny II.3.2. Współpraca nauki i gospodarki</p> <p>Cel strategiczny CIII 1 Inicjowanie regionalnych przedsięwzięć na rzecz innowacji</p> <p>Cel operacyjny III.1.3 Wysoka jakość usług IOB</p> <p>Cel strategiczny CIII.3. Skuteczny i efektywny system usług w szczególności na rzecz specjalizacji i inteligentnych operacyjny III.3.1. Infrastruktura IOB dla specjalizacji i inteligentnych operacyjny III.3.2 Oferta IOB dla specjalizacji i inteligentnych</p> <p>Cel strategiczny CII.3 Kształcenie dla innowacyjnej gospodarki oraz tworzenie kultury innowacyjnej</p> <p>Cel operacyjny II.2.1 Wykształcona kadra na rzecz specjalizacji regionalnych</p>

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020	Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020	Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020	Działanie 2.1.1 Szkoły wyższe dla biznesu	Cel strategiczny 2.1 Budowa konkurencyjnej gospodarki w oparciu o sektor edukacji	Priorytet 2 Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej
<p>Cel strategiczny CII.3. Komerccjalizacja wyników badań w zakresie specjalizacji regionalnych przy wykorzystaniu nowoczesnej infrastruktury naukowo-badawczej</p> <p>Cel operacyjny II.3.1 Infrastruktura badawcza specjalizacji regionalnych</p> <p>Cel operacyjny II.3.2 Współpraca nauki i gospodarki</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.1 Rozwój potencjału badawczo-rozwojowego na rzecz regionalnej gospodarki</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>			
<p>Cel strategiczny CII.3. Komerccjalizacja wyników badań w zakresie specjalizacji regionalnych przy wykorzystaniu nowoczesnej infrastruktury naukowo-badawczej</p> <p>Cel operacyjny II.3.1 Infrastruktura badawcza specjalizacji regionalnych</p> <p>Cel operacyjny II.3.2 Współpraca nauki i gospodarki</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.3. Wspieranie powiązań kooperacyjnych w gospodarce</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Działanie 2.1.2 Zwiększanie udziału sektora B+R w gospodarce Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 2.1 Budowa konkurencyjnej gospodarki w oparciu o sektor edukacji</p>	
<p>Cel strategiczny CII.1 Edukacja na rzecz tworzenia postaw kreatywnych, przedsiębiorczych i innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny II.1.1 Programy edukacyjne na różnych etapach kształcenia</p>	<p>Cel strategiczny 1. Konkurencyjny i stabilny rynek pracy</p> <p>Cel operacyjny 1.1. Poprawa jakości kształcenia oraz dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p> <p>Cel strategiczny III: Wysoka jakość edukacji</p> <p>Cel szczegółowy III.1. Wsparcie kształcenia ogólnego w Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 2.1.3 Wzmacnianie potencjału szkolnictwa zawodowego i technicznego w AO</p>		
<p>Cel strategiczny CIII 1 Inicjowanie regionalnych przedsięwzięć na rzecz innowacji</p> <p>Cel operacyjny III.1.3 Wysoka jakość usług IOB</p> <p>Cel strategiczny CIII.3. Skuteczny i efektywny system usług w szczególności na rzecz specjalizacji inteligentnych</p> <p>Cel operacyjny III.3.1. Infrastruktura IOB dla specjalizacji inteligentnych</p> <p>Cel operacyjny III.3.2. Oferta IOB dla specjalizacji inteligentnych</p> <p>Cel operacyjny II.3.2. Współpraca nauki i gospodarki</p> <p>Cel strategiczny CIII.3. Komerccjalizacja wyników badań w zakresie specjalizacji regionalnych przy wykorzystaniu nowoczesnej infrastruktury naukowo-badawczej</p> <p>Cel operacyjny II.3.2. Współpraca nauki i gospodarki</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.2. Wzmocnienie powiązań pomiędzy gospodarką, nauką oraz regionalnymi instytucjami otoczenia biznesu</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Działanie 2.2.1 Rozbudowa oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 2.2 Efektywne wykorzystanie zasobów instytucji otoczenia biznesu</p>	



Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020	Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020	Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020			
<p>Cel strategiczny CIII.1 Inicjowanie regionalnych przedsięwzięć na rzecz innowacji</p> <p>Cel operacyjny III.1.2. Branżowe centra kreatywności i kompetencji</p> <p>Cel strategiczny CIII.3. Komerccjalizacja wyników badań w zakresie specjalizacji regionalnych przy wykorzystaniu nowoczesnej infrastruktury naukowo-badawczej</p> <p>Cel operacyjny II.3.1. Infrastruktura badawcza specjalizacji regionalnych</p> <p>Cel operacyjny II.3.2. Współpraca nauki i gospodarki</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.1. Rozwój potencjału badawczo-rozwojowego na rzecz regionalnej gospodarki</p> <p>Cel strategiczny 4</p> <p>Cel operacyjny 4.1. Wsparcie rozwoju przedsiębiorstw i nowoczesnego rzemiosła</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Działanie 2.2.2. Wzmacnianie funkcji pośredniczącej świadczonej przez IOB</p>	<p>Cel strategiczny 2.2. Efektywne wykorzystanie zasobów instytucji otoczenia biznesu</p>	<p>Przytytet 2</p> <p>Wzmacnianie potencjału gospodarczego i innowacyjnego Aglomeracji Opolskiej</p>
<p>Cel strategiczny Ci.1 Identyfikacja i wsparcie przedsięwzięć innowacyjnych kluczowych dla rozwoju sektora MSP</p> <p>Cel operacyjny I.1.3. Nowoczesne rozwiązania w przedsiębiorstwach, w szczególności dla inteligentnego rzemiosła</p> <p>Cel strategiczny CIII.1 Inicjowanie regionalnych przedsięwzięć na rzecz innowacji</p> <p>Cel operacyjny III.1.2. Branżowe centra kreatywności i kompetencji</p> <p>Cel strategiczny CII.2 Kształcenie dla innowacyjnej gospodarki oraz tworzenie kultury innowacyjnej</p> <p>Cel operacyjny II.2.3. Współpraca środowisk innowacyjnych</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.2. Wzmocnienie powiązań pomiędzy gospodarką, nauką oraz regionalnymi instytucjami otoczenia biznesu</p> <p>Cel strategiczny 4. Dynamiczne przedsiębiorstwa</p> <p>Cel operacyjny 4.1. Wsparcie rozwoju przedsiębiorstw i nowoczesnego rzemiosła</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Działanie 2.3.1. Wsparcie rozwoju innowacji w sektorze przedsiębiorstw na terenie Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 2.3. Wsparcie innowacyjności przedsiębiorstw w AO</p>	
<p>Cel strategiczny Ci.2 Tworzenie regionalnego systemu przyciągania i lokowania innowacyjnych inwestycji</p> <p>Cel operacyjny I.2.3. Nowoczesne systemy informacji</p>	<p>Cel strategiczny nr 8. Konkurencyjna aglomeracja opolska</p> <p>Cel operacyjny 8.2. Rozwój przestrzeni aglomeracji wraz ze wzmacnianiem powiązań instytucjonalnych i społecznych</p> <p>Cel strategiczny 10. Wielofunkcyjne obszary wiejskie</p> <p>Cel operacyjny 10.4. Racjonalne gospodarowanie przestrzenią</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II. 1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 2.4.1. Efektywne zarządzanie terenami inwestycyjnymi</p>	<p>Cel strategiczny 2.4. Tworzenie i rozwijanie stref aktywności gospodarczej</p>	
<p>Cel strategiczny Ci.2 Tworzenie regionalnego systemu przyciągania i lokowania innowacyjnych inwestycji</p> <p>Cel operacyjny I.2.2. Zaawansowana opieka poinwestycyjna</p> <p>Cel operacyjny I.2.3. Nowoczesne systemy informacji</p>	<p>Cel strategiczny nr 8. Konkurencyjna aglomeracja opolska</p> <p>Cel operacyjny 8.2. Rozwój przestrzeni aglomeracji wraz ze wzmacnianiem powiązań instytucjonalnych i społecznych</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II. 1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 2.4.2. Stworzenie i rozwój kompleksowej oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>		

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020	Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020	Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020		
<p>Cel strategiczny Ci.1 Identyfikacja i wsparcie przedsiębiorstw innowacyjnych kluczowych dla rozwoju sektora MSP</p> <p>Cel operacyjny III.1.2 Branżowe centra kreatywności i kompetencji</p>	<p>Cel strategiczny 4 Dynamiczne przedsiębiorstwa</p> <p>Cel operacyjny 4.2. Rozwój sektora usług rynkowych</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II. 1. Wzmocnienie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 3.1.1 Dostosowywanie istniejącej infrastruktury do potrzeb tworzenia Centrow Usług Wspólnych dla biznesu</p>	
<p>Cel strategiczny Ci.2 Tworzenie regionalnego systemu przyciągania i lokowania innowacyjnych inwestycji</p> <p>Cel operacyjny I.2.1 Zintegrowane zasoby infrastrukturalne</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.1 Wzmocnienie regionalnego systemu przyciągania i lokowania inwestorów</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Działanie 3.1.2 Wzmocnienie potencjału zasobów ludzkich i kapitału społecznego na rzecz inwestorów BSS</p>	<p>Cel strategiczny 3.1 Rozwój sektora BSS w ramach Aglomeracji Opolskiej</p>
<p>Cel strategiczny Ci.2 Tworzenie regionalnego systemu przyciągania i lokowania innowacyjnych inwestycji</p> <p>Cel operacyjny I.2.1 Zintegrowane zasoby infrastrukturalne</p>	<p>Cel strategiczny 3. Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny 3.3. Wspieranie powiązań kooperacyjnych w gospodarce</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>	<p>Działanie 3.1.3 Promocja i efektywne wykorzystanie zasobów instytucjonalnych determinujących lokowanie projektów BSS</p>	<p>Przytytet 3 Wzmocnienie dynamiki rozwoju branż potencjalnie kluczowych</p>
	<p>Cel strategiczny 2 Aktywna społeczność regionalna</p> <p>Cel operacyjny 2.2. Wzbogacanie wielokulturowego dziedzictwa i tożsamości regionalnej</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II. 4.: Rozwój gospodarki oparty na zasobach kulturowych i przyrodniczych Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 3.2.1 Tworzenie markowych produktów turystycznych Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Cel strategiczny 3.2 Rozwój funkcji turystycznych Aglomeracji Opolskiej</p>
	<p>Cel strategiczny 5. Nowoczesne usługi oraz atrakcyjna oferta turystyczno-kulturalna</p> <p>Cel operacyjny 5.3. Rozwój usług turystyki, kultury i sportu oraz infrastruktury</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II. 4.: Rozwój gospodarki oparty na zasobach kulturowych i przyrodniczych Aglomeracji Opolskiej</p>	<p>Działanie 3.2.2 Podnoszenie jakości usług turystycznych oraz wsparcia rozwoju markowych produktów turystycznych</p>	

Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020	Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020	Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020
<p>Działanie 3.3.1. Rozwój infrastruktury oraz usług dedykowanych seniorom</p>	<p>Cel strategiczny 5. Nowoczesne usługi oraz atrakcyjna oferta turystyczno-kulturalna</p> <p>Cel operacyjny 5.1. Poprawa jakości i dostępności do usług zdrowotnych, opiekuńczych i edukacyjnych</p>	<p>Cel strategiczny CII.1 Edukacja na rzecz tworzenia postaw kreatywnych, przedsiębiorczych i innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny II.1.1 Programy edukacyjne na różnych etapach kształcenia</p>
<p>Działanie 3.3.2 Dostosowanie regionalnego sektora edukacji do potrzeb gospodarki senioralnej</p>	<p>Cel strategiczny 1. Konkurencyjny i stabilny rynek pracy</p> <p>Cel operacyjny 1.2. Wspieranie kształcenia ustawicznego</p>	<p>Cel strategiczny CII.1 Edukacja na rzecz tworzenia postaw kreatywnych, przedsiębiorczych i innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny II.1.1 Programy edukacyjne na różnych etapach kształcenia</p>
<p>Cel strategiczny 3.3 Kompleksowe wsparcie dla rozwoju gospodarki senioralnej</p>	<p>Cel strategiczny 2.1. Wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego</p>	<p>Cel strategiczny CII.1 Edukacja na rzecz tworzenia postaw kreatywnych, przedsiębiorczych i innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny II.1.1 Programy edukacyjne na różnych etapach kształcenia</p>

Regiona Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020	Strategia Rozwoju Województwa Opolskiego do 2020	Strategia rozwoju Aglomeracji Opolskiej na lata 2014-2020	Działanie 4.1.1. Aktywizacja osób bezrobotnych w obrębie Aglomeracji Opolskiej	Działanie 4.1.2. Promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia na terenie Aglomeracji Opolskiej	Działanie 4.1.3. Stymulowanie procesu migracji powrotnych na obszar Aglomeracji Opolskiej
<p>Cel strategiczny CII.1 Edukacja na rzecz tworzenia postaw kreatywnych, przedsiębiorczych i innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny II.1.1 Programy edukacyjne na różnych etapach kształcenia</p> <p>Cel operacyjny II.1.2 Środowisko przedsiębiorcze i proinnowacyjne</p>	<p>Cel strategiczny 1. Konkurencyjny i stabilny rynek pracy</p> <p>Cel operacyjny 1.3. Wspieranie zatrudnienia i samozatrudnienia</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>			
<p>Cel strategiczny CII.1 Edukacja na rzecz tworzenia postaw kreatywnych, przedsiębiorczych i innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny II.1.2 Środowisko przedsiębiorcze i proinnowacyjne</p>	<p>Cel strategiczny 1. Konkurencyjny i stabilny rynek pracy</p> <p>Cel operacyjny 1.3. Wspieranie zatrudnienia i samozatrudnienia</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>			
<p>Cel strategiczny CI.2 Tworzenie regionalnego systemu przydiągania i lokowania innowacyjnych inwestycji</p> <p>Cel operacyjny I.2.1 Zintegrowane zasoby infrastrukturalne</p> <p>Cel operacyjny I.2.3. Nowoczesne systemy informacji</p> <p>Cel strategiczny CI.3 Rozwój potencjału gospodarczego i współpracy międzysektorowej na rzecz realizacji przedsięwzięć innowacyjnych</p> <p>Cel operacyjny I.3.1 Regionalne sieci współpracy, w szczególności klastry</p> <p>Cel operacyjny I.3.2 Technologie ICT w praktyce gospodarczej</p>	<p>Cel strategiczny 1. Konkurencyjny i stabilny rynek pracy</p> <p>Cel operacyjny 1.1. Poprawa jakości kształcenia oraz dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy</p>	<p>Cel strategiczny II: Rozwój gospodarczy Aglomeracji Opolskiej</p> <p>Cel operacyjny II.2. Poprawa konkurencyjności i innowacyjności gospodarki</p>			

## 6. System wdrażania

Niniejsze opracowanie uwzględnia szereg przedsięwzięć o kluczowym znaczeniu dla AO. Wymagają one wypracowania systemu wdrażania opartego o mechanizmy uwzględniające strukturę organizacyjno - instytucjonalną AO. W przedmiotowym podrozdziale skupiamy się na wypracowaniu mechanizmów umożliwiających skuteczną implementację poziomu operacyjnego.

### 6.1 Podmioty zaangażowane w realizację Programu, potencjalne źródła finansowania i zasady aktualizacji dokumentu

Do Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska należy 21 jednostek samorządu terytorialnego. Głównym założeniem wynikającym z zapisów Programu jest realizacja wspólnych projektów partnerskich na rzecz swoich członków. Biorąc pod uwagę specyfikę Aglomeracji Opolskiej, jako organizacji zrzeszającej samorządy podmiotami odpowiedzialnymi za wdrażanie Programu są:

- samorządy poszczególnych członków Aglomeracji Opolskiej,
- jednostki budżetowe podległe samorządom poszczególnych członków Aglomeracji Opolskiej,
- Stowarzyszenie Aglomeracja Opolska,

Ponadto Aglomeracja Opolska może czynić starania, aby do realizacji poszczególnych zadań pozyskać partnerów, takich jak:

- podmioty gospodarcze,
- organizacje pozarządowe,
- wyższe uczelnie,
- inne jednostki samorządu terytorialnego (samorząd województwa opolskiego, jednostki samorządu terytorialnego spoza regionu opolskiego) oraz ich jednostki organizacyjne, a także spółki,
- związki ZIT,
- związki i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego,
- organy administracji rządowej,
- jednostki naukowo-badawcze.

Kluczowym elementem wdrażania ustaleń strategicznych jest możliwość zabezpieczenia finansowania przyjętych do realizacji projektów. Podstawowymi źródłami finansowania dla przedmiotowego Programu mogą być fundusze strukturalne – krajowe oraz regionalny program operacyjny:

- Regionalny Program Operacyjny Województwa Opolskiego na lata 2014 - 2020,
- Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko,
- Program Operacyjny Inteligentny Rozwój,
- Program Operacyjny Polska Cyfrowa,
- Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój,

Inne zewnętrzne źródła finansowania (np. Norweski Mechanizm Finansowy oraz Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego, Komisja Europejska) oraz:

- budżet województwa,

- budżet Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska,
- budżety poszczególnych samorządów wchodzących w skład Aglomeracji Opolskiej,
- środki funduszy rządowych: NFOŚiGW i WFOŚiGW, PFRON,
- kredyty i pożyczki (w miarę konieczności),
- inne dostępne źródła finansowania (w tym z kapitału prywatnego).

Zakres proponowanych celów strategicznych, przyjętych do realizacji lub koordynowania przez AO jest zróżnicowany i obejmuje działania inwestycyjne oraz nieinwestycyjne, zwłaszcza w formule partnerskiej. W celu prawidłowego wdrażania Programu powołany zostanie Pełnomocnik Zarządu ds. wdrażania Programu. Pełnomocnik podlegać będzie bezpośrednio Dyrektorowi Biura Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska, którego rolą jest zarządzanie i nadzór nad wdrażaniem Programu w wymiarze operacyjnym. Pełnomocnikiem będzie wytypowany przez Zarząd AO pracownik Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska. Pełnomocnik wraz z ustanowionym Zespołem Roboczym, złożonym ze specjalistów zatrudnionych w Biurze AO (w zakresach odnoszących się do poszczególnych branż) oraz będzie opracowywał roczne plany realizacji Programu.

Ponadto Pełnomocnik Zarządu ds. wdrażania Programu:

- zapewnia, aby każdy członek Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska posiadał aktualną wersję Programu wraz z rocznym planem jego realizacji,
- gromadzi dokumentację związaną z Programem,
- prowadzi monitoring realizacji Programu,
- utrzymuje stały kontakt z osobami wyznaczonymi przez samorzady – członków AO do wdrażania ustaleń na poziomie samorządu.

Pełnomocnik jest odpowiedzialny za proces wdrażania Programu, który prowadzony będzie na następujących poziomach:

- merytorycznym – sporządzanie Roczego Planu Realizacji Zadań, wdrożenie projektów, kontrola aktualności zapisów Programu, propozycje do aktualizacji zapisów oraz monitoring Programu,
- organizacyjnym – wyznaczenie osób w poszczególnych samorządach odpowiedzialnych za realizację zapisów Programu,
- społecznym – właściwe upowszechnianie Programu (umieszczanie na stronach www, skrócone informacje umieszczane w gazetach lokalnych i na tablicach ogłoszeniowych w urzędach gmin/miast, wyłożenie dokumentu w urzędach).

Procedura zmian w Programie koordynowana będzie przez Pełnomocnika, na podstawie informacji i propozycji zebranych z samorządów tworzących Aglomerację Opolską. Wprowadzone zostaną następujące zasady:

- obowiązek przekazywania informacji przez członków Aglomeracji Opolskiej o zmianach w dokumentach strategicznych na poziomie lokalnym,
- wyznaczenie osób odpowiedzialnych w ramach samorządu za przekazywanie informacji o realizacji Programu.

Procedura wprowadzania zmian w dokumencie odbywać się będzie na wniosek Pełnomocnika lub poszczególnych członków Stowarzyszenia. W przypadku inicjatywy członka Stowarzyszenia, składa

on stosowny wniosek Pełnomocnikowi, który przygotowuję go formalnie i przedkłada do analizy pozostałym członkom Stowarzyszenia, analogicznie postępuje w przypadku wniosków przygotowanych samodzielnie. Zmiany w Programie wprowadzane są przez Walne Zgromadzenie członków Stowarzyszenie w drodze uchwały.

## 7. Tryb i zasady prowadzenia monitoringu

Przedmiotowe opracowanie jest podstawowym narzędziem zarządzania rozwojem gospodarczym Aglomeracji Opolskiej w perspektywie 2020 roku. O jego skuteczności decyduje stopień i dynamika wdrażania przyjętych ustaleń strategicznych i operacyjnych. Narzędziem służącym do oceny tych procesów i zmian, a docelowo stopnia osiągnięcia zdefiniowanej wizji rozwoju AO, jest okresowy monitoring przeprowadzany w oparciu o metodę benchmarkingu na bazie katalogu wskaźników dostosowanych do specyfiki obszaru funkcjonalnego. Monitoring strategiczny będzie realizowany w oparciu o dane zgromadzone i poddane analizie w podrozdziale pn. *Agglomeracja Opolska na tle innych obszarów funkcjonalnych – analiza porównawcza*.

Monitoring umożliwia modyfikację poszczególnych elementów przyjętych ustaleń strategicznych. Jednocześnie system ten może być wykorzystywany do ciągłego śledzenia zdarzeń, tendencji i procesów zachodzących w otoczeniu AO, jak i wewnątrz, które mogą wywierać pozytywny lub negatywny wpływ na osiągnięcie przyjętych celów rozwoju. Pozwala to na zwiększenie zdolności do szybkiej i skutecznej reakcji na zachodzące zmiany. Wnioski z monitoringu służyć będą w pierwszej kolejności wskazaniu konieczności podejmowania działań interwencyjnych dla osiągnięcia założonych w dokumencie celów oraz modyfikacji przyjętych ustaleń strategicznych dla zwiększenia ich efektywności.

W poniższej tabeli przedstawiono podstawowe wskaźniki realizacji Programu. Wartości wskaźników będą agregowane w formie narastającej.

Tabela 37 Zbiorcze wskaźniki realizacji Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020

Wskaźnik	Jednostka	Częstotliwość monitorowania	Źródła danych
Liczba projektów partnerskich realizowanych w ramach Programu	Szt.	Pomiar roczny	Dane samorządów – członków Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Nakłady poniesione na realizację działań w ramach Programu	PLN	Pomiar roczny	Dane z samorządów – członków Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska
Środki finansowe zakontraktowane na podstawie podpisanych umów o dofinansowanie na realizację projektów z Programu	PLN	Pomiar roczny	Dane samorządów – członków Stowarzyszenia Aglomeracja Opolska

Źródło: opracowanie własne

Dodatkowo na potrzeby monitorowania oddziaływania Programu na bezpośrednie otoczenie społeczno-gospodarcze Aglomeracji Opolskiej stworzono katalog wskaźników, które będą weryfikowane corocznie na podstawie trendów i ich siły. Podane zmienne będą mierzone w zestawieniu z podobnymi obszarami funkcjonalnymi, co pozwoli na uzyskanie pełniejszego obrazu rozwoju gospodarczego AO. W tabeli poniżej wyrażono wskaźniki docelowe w formie tendencji długookresowej oraz wartości dla roku 2021.



Zgodnie z założeniami, corocznie uzyskane dane empiryczne będą konfrontowane z obszarami funkcjonalnymi wskazanymi w analizie porównawczej.

Zakłada się, że odbiorcami monitoringu są następujące podmioty:

- Aglomeracja Opolska,
- samorządy (gminy członkowskie) – rady miast/gmin oraz wójtowie/burmistrzowie i prezydenci,
- organizacje pozarządowe,
- przedsiębiorstwa,
- mieszkańcy Aglomeracji Opolskiej.

Określa się następujące produkty monitoringu:

- na poziomie samorządów: ankieta ewaluacyjna przeprowadzona w samorządach członkach AO, informacje samorządów - członków AO o zmianach w zapisach dokumentów strategicznych, priorytetach polityki lokalnej,
- na poziomie Aglomeracji Opolskiej: coroczny przegląd programów, strategii i dokumentów branżowych na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym. Opracowanie raportu/sprawozdania i rekomendacji aktualizacji Programu, roczne sprawozdania z realizacji Programu z uwzględnieniem danych z ankiet przesłanych przez samorządy, opracowanie zaleceń/rekomendacji do aktualizacji Programu.

Jawność monitoringu będzie zagwarantowana poprzez:

- umieszczenie informacji o jego wynikach na stronach www Aglomeracji Opolskiej i samorządów wchodzących w jej skład,
- publikacja raportów monitorujących i ich dystrybucja w samorządach należących do AO.

Dzięki korzystaniu z zasobów statystyki publicznej, systematyzowanej i upublicznionej przez Główny Urząd Statystyczny – koszty monitoringu będą możliwie ograniczone.

Tabela 38 Lista ogólnych wskaźników monitorowania Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020

Lp.	Wskaźnik	Jednostka	Wartość bazowa 2013	Źródło danych	Częstotliwość monitoringu	Wartość docelowa 2021	Trend
1.	Liczba osób fizycznych prowadzące działalność gospodarczą	Osoba/100 osób w wieku produkcyjnym	10,3	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 0,1%	Wzrostowy ↑
2.	Liczba podmiotów gospodarczych wpisanych do rejestru REGON	Podmiot/1 000 mieszkańców w wieku produkcyjnym	132,4	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 0,1%	Wzrostowy ↑
3.	Poziom wynagrodzeń w stosunku do średniej krajowej	%	90	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 0,5%	Wzrostowy ↑
4.	Udział bezrobotnych zarejestrowanych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym	%	6,2	GUS	Pomiar roczny	Spadek o 1%	Spadkowy ↓

Lp.	Wskaźnik	Jednostka	Wartość bazowa 2013	Źródło danych	Częstotliwość monitoringu	Wartość docelowa 2021	Trend
5.	Odsetek osób bezrobotnych do 25 roku życia	%	15,91	PUP-y	Pomiar roczny	Spadek o 1%	Spadkowy ↓
6.	Liczba funkcjonujących turystycznych obiektów noclegowych	Obiekt/1 000 mieszkańców	0,20	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 1%	Wzrostowy ↑
7.	Liczba osób korzystających z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego	Osoba	105 702	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 5%	Wzrostowy ↑
8.	Średnia wartość brutto środków trwałych w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca	zł/1 mieszkańca	53 515,7	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 5%	Wzrostowy ↑
9.	Liczba uczniów w zasadniczych szkołach zawodowych, Liczba uczniów w technikach (suma)	Osoba	6 047	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 1%	Wzrostowy ↑
10.	Zameldowania z zagranicy	Osoba	222	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 5%	Wzrostowy ↑
11.	Liczba nowo zarejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej w sektorze prywatnym - osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą	Podmioty	2 286	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 1%	Wzrostowy ↑
12.	Liczba nowo zarejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej w sektorze prywatnym - spółki handlowe	Podmioty	306	GUS	Pomiar roczny	Wzrost o 1%	Wzrostowy ↑

## Spis tabel

Tabela 1	Ludność wg ekonomicznych grup wieku w poszczególnych gminach AO w 2013 r. ....	11
Tabela 2	Przyrost naturalny w gminach Aglomeracji Opolskiej w latach 2004-2013.....	12
Tabela 3	Saldo migracji w gminach Aglomeracji Opolskiej w latach 2004-2013.....	13
Tabela 4	Porównanie atrakcyjności inwestycyjnej wyróżnionych gmin tworzących AO w 2012 i 2013 .....	19
Tabela 5	Porównanie atrakcyjności inwestycyjnej powiatów znajdujących się w granicach administracyjnych AO .....	20
Tabela 6	System obsługi inwestorów - jakość i dostępność oferty terenów inwestycyjnych w gminach AO.....	21
Tabela 7	Zestawienie działań podejmowanych przez poszczególne gminy AO na rzecz kooperacji.....	24
Tabela 8	Wskazania determinujące atrakcyjność inwestycyjną Aglomeracji Opolskiej w opiniach przedsiębiorców .....	28
Tabela 9	Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłowych .....	29
Tabela 10	Patenty udzielone podmiotom z terenu AO w latach 2004-2013.....	31
Tabela 11	Branże innowacyjne w Aglomeracji Opolskiej .....	32
Tabela 12	Pochodzenie respondentów według zamieszkiwanych województw.....	37
Tabela 13	Pochodzenie geograficzne respondentów zagranicznych według krajów zamieszkania .....	38
Tabela 14	Respondenci odwiedzający Aglomerację Opolską według rodzaju miejsca zamieszkania .....	38
Tabela 15	Struktura wiekowa odwiedzających Aglomerację Opolską .....	39
Tabela 16	Struktura respondentów według liczby osób w gospodarstwie domowym .....	40
Tabela 17	Struktura odwiedzających Aglomerację Opolską według wykształcenia .....	40
Tabela 18	Liczba korzystających z noclegów na terenie AO (2) .....	41
Tabela 19	Kluczowe atrakcje turystyczne Aglomeracji Opolskiej wg. raportu OROT, n=3233.....	41
Tabela 20	Najbardziej atrakcyjne turystycznie miejscowości AO wg. raportu OROT, n=3233 .....	42
Tabela 21	Wartość, udział i dynamika eksportu Aglomeracji Opolskiej na tle kraju oraz województwa opolskiego .....	54
Tabela 22	Wskaźnik koncentracji produktowej dla Aglomeracji Opolskiej w latach 2008-2012 [%].....	57
Tabela 23	Wartość sprzedaży zagranicznej w poszczególnych gminach AO w latach 2008-2012 [zł] .....	58
Tabela 24	Liczba podmiotów w sekcji A dział 01 PKD 2007 w latach 2009-2013.....	60
Tabela 25	Liczba podmiotów w sekcji C dział 10 PKD 2007 w latach 2009-2013.....	61
Tabela 26	Liczba podmiotów w sekcji C dział 11 PKD 2007 w latach 2009-2013.....	61
Tabela 27	Motywy zrzeszania się lub zaniechania współpracy w ramach organizacji skupiających przedsiębiorców .....	64
Tabela 28	Spółki handlowe w Aglomeracji Opolskiej, w tym z udziałem kapitału zagranicznego [stan na 31 XII 2013) .....	65
Tabela 29	Lista największych inwestorów zagranicznych w Aglomeracji Opolskiej w latach 2008-2013 .....	67
Tabela 30	Kapitał zagraniczny ulokowany w województwie opolskim wg kraju pochodzenia [w mln zł] .....	69
Tabela 31	Kapitał zagraniczny wg powiatów .....	70
Tabela 32	Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 1 [zł].....	177
Tabela 33	Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 2 [zł].....	178
Tabela 34	Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 3 [zł].....	179
Tabela 35	Szacunkowe koszty wdrażania Priorytetu 4 [zł].....	180
Tabela 36	Struktura szacunkowych kosztów realizacji Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej .....	180
Tabela 37	Zbiorcze wskaźniki realizacji Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej do roku 2020.....	192
Tabela 38	Lista ogólnych wskaźników monitorowania Programu rozwoju gospodarczego Aglomeracji Opolskiej.....	193

## Spis wykresów

Wykres 1	Liczba mieszkańców Aglomeracji Opolskiej w latach 2002-2013.....	10
Wykres 2	Udział ludności wg ekonomicznych grup wieku w % ludności ogółem w AO w latach 2004-2013.....	11
Wykres 3	Dynamika zmian przyrostu naturalnego w Aglomeracji Opolskiej w latach 2004-2013 [os.].....	13
Wykres 4	Zgodność wykonywanego zawodu z kierunkiem posiadanego wykształcenia [%].....	14

Wykres 5 Deklaracje posiadania stażu pracy przez respondentów [%] .....	15
Wykres 6 Deklaracje długości posiadanego doświadczenia w kontekście wykształcenia [%] .....	15
Wykres 7 Odsetek odczuwających zagrożenie perspektywą braku pracy w perspektywie najbliższych paru lat [%] .....	15
Wykres 8 Deklaracje odczuwanego zagrożenia utraty pracy w kontekście przynależności do grup wiekowych .....	16
Wykres 9 Przedział zatrudnienia w którym znajduje się firma/instytucja zatrudniająca respondenta [%] .....	16
Wykres 10 Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy Pani/Pana firma poszukiwała pracowników? [%].....	17
Wykres 11 Dlaczego Pani/Pana firma nie poszukiwała pracowników? [%].....	17
Wykres 12 Czy mieli Państwo trudności ze znalezieniem pracowników na poszukiwane stanowiska/zawody? [%] .....	18
Wykres 13 Z czego, Pana/i zdaniem, wynikały problemy ze znalezieniem pracowników? [%].....	18
Wykres 14 Czy Państwa firma planuje zatrudniać pracowników w ciągu najbliższych dwóch lat? [%] .....	19
Wykres 15 Ocena stopnia jakości informacji dotyczących oferty inwestycyjnej na stronach gmin AO.....	23
Wykres 16 Ocena stopnia dostępności do informacji dotyczących oferty inwestycyjnej na stronach AO.....	23
Wykres 17 Jak Pan/Pani ocenia współpracę z urzędem gminy?.....	27
Wykres 18 Proszę ocenić podejście do inwestora na terenie Aglomeracji Opolskiej .....	27
Wykres 19 Czy Pana/Pani zdaniem obszar Aglomeracji Opolskiej jest atrakcyjny dla inwestorów? .....	28
Wykres 20 Czy Pana/Pani zdaniem gminy AOj wykorzystują swój potencjał do przyciągnięcia inwestorów?.....	29
Wykres 21 Struktura odwiedzających AO według miejsca zamieszkania .....	39
Wykres 22 Rozkład turystów odwiedzających AO w podziale na wiek .....	39
Wykres 23 Liczba korzystających z noclegów na terenie AO (1) .....	40
Wykres 24 Nakłady wewnętrzne na B+R w województwie opolskim ogółem [tys. zł].....	43
Wykres 25 Średnia liczba wprowadzonych zmian innowacyjnych a lokalizacja przedsiębiorstwa w g powiatów .....	45
Wykres 26 Udział przedsiębiorców we wprowadzonych zmianach innowacyjnych w AO [%].....	45
Wykres 27 Deklaracja prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej Poddziałanie 1.3.2 RPO WO 2007-2013 AO .....	46
Wykres 28 Deklaracja prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej w woj. opolskim [%] .....	46
Wykres 29 Bariery we wprowadzaniu innowacji w przedsiębiorstwach.....	47
Wykres 30 Deklaracja współpracy z podmiotami sektora B+R .....	47
Wykres 31 Odsetek przedsiębiorców korzystających z usług IOB [%] .....	49
Wykres 32 Powody nie korzystania z oferty IOB przez przedsiębiorców w Aglomeracji Opolskiej .....	50
Wykres 33 Korzystanie z usług świadczonych przez IOB w Aglomeracji Opolskiej .....	50
Wykres 34 Deficyt w usługach IOB w Aglomeracji Opolskiej .....	51
Wykres 35 Częstotliwość korzystania z oferty IOB w Aglomeracji Opolskiej .....	52
Wykres 36 Ocena usług IOB w Aglomeracji Opolskiej.....	52
Wykres 37 Wartość i udział eksportu województwa opolskiego na tle innych województw (2012 r.).....	55
Wykres 38 Udział eksportu Aglomeracji Opolskiej w eksporcie województwa opolskiego.....	53
Wykres 39 Eksport Aglomeracji Opolskiej per capita w latach 2008-2012 .....	56
Wykres 40 Porównanie wartości eksportu głównych produktów eksportowych AO (2008 r. i 2012 r.).....	56
Wykres 41 Porównanie udziału eksportu głównych produktów eksportowych AO (2008 r. i 2012 r.).....	57
Wykres 42 Zmiana liczby podmiotów w poszczególnych sekcjach branży rolno – spożywczej w latach 2009-2013 .....	62
Wykres 43 Zmiana łącznej liczby podmiotów w branży rolno – spożywczej w okresie 2009 - 2013 .....	62
Wykres 44 Deklaracja przynależności do organizacji zrzeszającej przedsiębiorców [%] .....	63
Wykres 45 Największe inwestycje zagraniczne w AO wg. branż w latach 2008-2013 .....	69
Wykres 46 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej wg sekcji PKD 2007, 2013 r. [%].....	76
Wykres 47 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej sekcji C wg działów PKD 2007, 2013 r. [%].....	77
Wykres 48 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej sekcji F wg działów PKD 2007, 2013 r. [%].....	78
Wykres 49 Struktura podmiotów gospodarczych Aglomeracji Opolskiej sekcji M wg działów PKD 2007, 2013 r. [%] .....	78
Wykres 50 Struktura przedsiębiorstw w Aglomeracji Opolskiej wg branż .....	79
Wykres 51 Struktura zatrudnienia wśród branż zdefiniowanych jako wiodące w AO [%] .....	80



Chrzęstowice



Dębrowa



Dobrzeń Wielki



Gogolin



Izbicko



Komprachcice



Krapkowice



Lewin Brzeski



Łubniany



Murów



Niemodlin



Opole



Ozimek



Popielów



Prószków



Strzeleczy



Tarnów Opolski



Turawa



Walce



Zdzieszowice



**POMOC TECHNICZNA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Zadanie realizowane przy współfinansowaniu ze środków Unii Europejskiej przyznanych w ramach „Konkursu dotacji na działania wspierające jednostki samorządu terytorialnego w zakresie planowania miejskich obszarów funkcjonalnych”.

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY