Załącznik
do Uchwały Nr LV/555/2014
Rady Miejskiej w Tarnowskich Górach
z dnia 26 marca 2014 r.

Strategia Rozwoju Miasta Tarnowskie Góry do roku 2022

Tarnowskie Góry, marzec 2014

Spis treści

1. WSTĘP DO STRATEGII ROZWOJU MIASTA 3
2. ANALIZA SWOT 4
3. POZYCJONOWANIE TARNOWSKICH GÓR - BENCHMARKING 11
4. MISJA I CELE STRATEGICZNE 16
5. CELE OPERACYJNE I DZIAŁANIA SZCZEGÓŁOWE 19
6. KARTY DZIAŁAŃ – SYSTEM WDRAŻANIA STRATEGII 56

1. WSTĘP DO STRATEGII ROZWOJU MIASTA

Rozwój społeczno-gospodarczy jest procesem złożonym i wielopłaszczyznowym. Jego kierunek jest uzależniony od wielu zmiennych, które pozostają ze sobą w ścisłym powiązaniu, oddziałując na siebie w różnych konfiguracjach. W celu precyzyjnego realizowania zaplanowanej polityki rozwoju i dobrego zarządzania miastem w długim horyzoncie czasu oraz wywierania wpływu na lokalny system gospodarczy, atrakcyjność inwestycyjną czy jakość życia ludności, władze samorządowe muszą podejmować zaplanowane, ściśle skoordynowane, systematyczne i wykonywane w odpowiednim czasie działania. Nieodzowna jest tu Strategia Rozwoju będąca dokumentem, w którym te wszystkie informacje powinny być zapisane. Jest to dokument definiujący cele rozwoju miasta w odniesieniu do wszystkich sfer jego funkcjonowania, ujmujący zagadnienia w długim horyzoncie czasu oraz wskazujący narzędzia, jakie należy wykorzystać, aby te cele zostały osiągnięte. Upraszczając można powiedzieć, że w procesie zarządzania jednostką samorządu terytorialnego Strategia Rozwoju jest swoistą instrukcją obsługi, planem działania, według którego powinny postępować władze lokalne, chcąc skutecznie osiągać założone cele oraz jak najefektywniej wykorzystywać posiadane zasoby z uwzględnieniem wszystkich czynników zewnętrznych.

Kwestią drugorzędną co do zasady, aczkolwiek w obecnych czasach także niezwykle istotną, jest fakt, że Strategia Rozwoju jest kluczowym dokumentem, którego posiadanie jest wymagane w procesie pozyskiwania środków z funduszy Unii Europejskiej.

Przyczyną podjęcia prac nad aktualizacją Strategii Rozwoju Miasta była konieczność uaktualnienia założeń rozwojowych miasta i dostosowania ich do obecnej sytuacji społeczno-gospodarczej. Dokonano tego w części diagnostycznej opracowania, której zwieńczeniem jest analiza porównawcza potencjału rozwoju społeczno-gospodarczego Tarnowskich Gór w odniesieniu do wybranych miast, przeprowadzona na podstawie aktualnych wskaźników statystycznych pochodzących z dostępnych źródeł statystycznych oraz analiza SWOT uwarunkowań rozwojowych miasta. W oparciu o te analizy przeprowadzona została diagnoza prospektywna rozwoju miasta, opisana wizja i rozwojowe cele strategiczne, w których wskazano cele strategiczne oraz odpowiadające im programy strategiczne.

Prace nad Strategią poprzedziło opracowanie Diagnozy Miasta. Diagnoza stanowi integralną część dokumentacji strategicznej. Oba dokumenty powinny być rozpatrywane łącznie.

2. ANALIZA SWOT

Analiza SWOT stanowi podsumowanie wyników przeprowadzonej diagnozy (por. Diagnoza Miasta Tarnowskie Góry). Należy ją rozpatrywać w kontekście celu przeprowadzenia całej diagnozy, jakim jest wyznaczenie kierunków rozwoju na najbliższe lata. Strategia rozwoju ma:

- wykorzystywać silne strony,
- przeciwdziałać słabym stronom, tak aby przestawały być słabe,
- wykorzystywać w tym celu szanse, jakie stwarza otoczenie,
- i unikać zagrożeń, jakie z tego otoczenia płyną.

Silne i słabe strony to cechy miasta. Rzeczy, na które miasto, jako pewien organizm ma bezpośredni wpływ. Silnymi stronami mogą być ludzie, infrastruktura, walory turystyczne itd. Podobnie, słabymi stronami, mogą być ludzie, infrastruktura czy brak atrakcji turystycznych. Są to wszystko cechy wewnętrzne. Natomiast szanse i zagrożenia płyną z otoczenia. Wpływają one na miasto, ale miasto nie ma na nie wpływu. I tak szansą może być nowy budżet unijny, zmiany zachowań ludzi w zakresie spędzania wolnego czasu, a nawet zmiany klimatu. Wszystkie te czynniki mogą jednak być równie dobrze zagrożeniami. Jest to jedna z charakterystycznych cech analizy SWOT – niektóre argumenty mogą raz występować jako szansa, raz jako zagrożenie.

Wiele sformułowań zawartych w analizie SWOT jest skrótami szerszych zjawisk opisanych w całej diagnozie, dlatego też analizy nie powinno się traktować w oderwaniu od całego dokumentu.

Tab. nr 22. Analiza SWOT

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
F U N K C J E M I A S T A	
Funkcje centrum kulturalnego dla obszaru Tarnowskich Gór i powiatu	Brak powszechnie rozpoznawalnego wyróżnika, cechy charakterystycznej
Funkcje centrum usługowego dla obszaru Tarnowskich Gór i powiatu	Realnie słaba pozycja ośrodka miejskiego na tle miast Aglomeracji
W Y P O S A Ż E N I E I N F R A S T R U K T U R A L N E	
Ciągła rozbudowa i modernizacja układu komunikacyjnego miasta	Niski standard dróg, przejawiający się złym stanem technicznym nawierzchni i przestarzałymi parametrami dróg

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
	niedostosowanymi do obecnego natężenia i charakteru ruchu
Funkcjonowanie miejskiego wysypiska śmieci	Nie wszyscy mieszkańcy miasta korzystają z sieci kanalizacyjnej i gazowej
Duża przeciętna powierzchnia mieszkań w mieście	Brak zewnętrznie zlokalizowanych obwodnic miasta
Duża przeciętna liczba izb przypadająca na jedno mieszkanie	Konieczność rewitalizacji znacznych obszarów centrum miasta
Korzystne położenie miasta w bliskim sąsiedztwie szlaku transportowego o znaczeniu międzynarodowym	Niewystarczająca sieć ścieżek rowerowych
Intensywny program rozbudowy sieci kanalizacyjnej i oczyszczalni	
Wysoka dostępność komunikacyjna miasta	
S F E R A S P O Ł E C Z N A	
Stosunkowo niska stopa bezrobocia	Niekorzystna struktura wiekowa mieszkańców miasta
Niskie saldo migracji	Wysoki odsetek osób młodych, wśród ogółu osób bezrobotnych
Relatywnie wysoka wartość przyrostu naturalnego	Wysoki odsetek wśród ogółu bezrobotnych, osób pozostających bez pracy powyżej 24 miesięcy
	Dalszy planowany spadek liczby osób w wieku przedprodukcyjnym
P O T E N C J A Ł G O S P O D A R C Z Y	
Funkcjonowanie w mieście samorządu gospodarczego	Brak całościowego pokrycia terenów planami zagospodarowania przestrzennego
Funkcjonowanie w lokalnym systemie gospodarczym małych i średnich przedsiębiorstw	Brak silnych instytucji otoczenia biznesu, w szczególności brak pośrednich narzędzi wsparcia (funduszy pożyczkowych, parków przemysłowych itd.)
Korzystne położenie miasta w bliskim sąsiedztwie szlaku transportowego o znaczeniu międzynarodowym	Relatywnie mała średnia wielkość firm z terenu miasta, co odbija się na ich sile rynkowej i stabilności zatrudnienia
Relatywnie wysoka wartość średniego wynagrodzenia brutto	Brak atrakcyjnych, zintegrowanych terenów inwestycyjnych na terenie miasta

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
mieszkańców miasta	
	Brak spójnej i wieloletniej strategii promocji inwestycyjnej miasta
I N F R A S T R U K T U R A S P O Ł E C Z N A	
Wysokie czytelnictwo	Wydatkowanie na cele edukacyjne kwot większych niż dochody z tytułu części edukacyjnej subwencji ogólnej
Bogata oferta wydarzeń kulturalno-artystycznych	Degradacja niektórych terenów zielonych oraz obiektów o znacznym potencjale turystycznym
Działalność Tarnogórskiego Centrum Kultury i innych instytucji kultury	Brak w świadomości społecznej mieszkańców kraju wypromowanego obrazu Tarnowskich Gór, jako atrakcyjnego miejsca spędzania wolnego czasu
Unowocześniana baza sportowo-rekreacyjna	Wzrost wydatków związanych z pomocą społeczną
Duże zbiorowiska leśne znajdujące się w granicach miasta	Niewystarczający stopień rozwoju usług nastawionych na obsługę osób w podeszłym wieku.
Realizacja programów edukacji ekologicznej w szkołach	
Rozwinięta baza noclegowo-gastronomiczna	
Zadowalająca liczba miejsc w przedszkolach i szkołach podstawowych	
Duży ośrodek rekreacyjno - kąpieliskowych - Park Wodny	
Ś R O D O W I S K O N A T U R A L N E	
Atrakcyjny krajobraz miasta	Problemy z systemem odbioru odpadów stałych
Duże zbiorowiska leśne znajdujące się w granicach	Niewystarczająca świadomość ekologiczna mieszkańców
Sukcesywna rozbudowa systemu zieleni w mieście	Wysoka emisja zanieczyszczeń z gospodarstw domowych

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
Realizacja programów edukacji ekologicznej w szkołach	
B U D Ż E T M I A S T A	
Tendencja wzrostowa w zakresie udziału wydatków inwestycyjnych w całkowitych wydatkach miasta	Rosnący koszt obsługi zadłużenia miasta wynikający z realizowanego programu budowy kanalizacji i oczyszczalni
Wysokie dochody budżetu na 1 mieszkańca	Niewystarczające dochody z tytułu części edukacyjnej subwencji ogólnej
Wysokie wydatki budżetu na 1 mieszkańca	
Wysokie dochody własne – udziały w podatkach stanowiących dochody budżetu państwa – podatek dochodowy od osób prawnych w przeliczeniu na 1 mieszkańca	
P O T E N C J A Ł T U R Y S T Y C Z N Y	
Potencjał przyrodniczo-krajobrazowy oraz atrakcje turystyczne wystarczające do rozwijania turystyki jednodniowej	Niewystarczające wypromowanie kluczowej atrakcji turystycznej
Atrakcyjny krajobraz miasta	Trudności w zatrzymaniu turysty w mieście na jeden lub kilka noclegów, wynikające z charakteru atrakcji turystycznych i niewystarczającej promocji.
Historia miasta bogata w znaczące wydarzenia	Brak spójnej strategii promocji turystycznej miasta
Rozwinięta baza noclegowo-gastronomiczna	

SZANSE	ZAGROŻENIA
F U N K C J E M I A S T A	
Dobre relacje z samorządami sąsiednimi	Bardzo duża konkurencja ze strony miast Aglomeracji Górnośląskiej
Przynależność Polski do Unii Europejskiej i możliwość korzystania z jej funduszy	Peryferyjne położenie wobec Aglomeracji poza głównym kierunkiem jej rozwoju
Położenie miasta w województwie	Niekorzystne czynniki demograficzne

SZANSE	ZAGROŻENIA
w odniesieniu do głównych międzynarodowych ciągów komunikacyjnych	
W Y P O S A Ż E N I E I N F R A S T R U K T U R A L N E	
Perspektywy rozbudowy systemu utylizacji odpadów stałych	Wzrost natężenia ruchu drogowego
Rozbudowa systemu segregacji odpadów oraz ewentualnej utylizacji termicznej	Pogłębiający się niski stopień wykorzystania komunikacji publicznej i dynamicznie rosnąca popularność indywidualnego transportu kołowego
Realizacja inwestycji z zakresu infrastruktury drogowej, tj. budowa zewnętrznej obwodnicy miasta, modernizacja połączenia z innymi ważnymi ośrodkami regionalnymi, modernizacja połączeń lokalnych, co wpłynie na znaczący wzrost dostępności komunikacyjnej miasta	Wyczerpywanie się zasobów środków pomocowych na inwestycje o charakterze infrastrukturalnym, w tym ograniczony dostęp do zewnętrznych środków na budowę i modernizację dróg lokalnych
Zwiększenie wykorzystania komunikacji kolejowej w celu zapewnienia lepszej komunikacji miasta	Ominięcie Tarnowskich Gór przez główny szlak komunikacyjny – autostradę A1
SFERA SPOŁECZNA	
Obserwowane ożywienie na ogólnokrajowym rynku pracy	Dynamiczne pogłębianie się procesu starzenia się społeczeństwa. Tendencje zniżkowe w zakresie przyrostu naturalnego
Wzrost zainteresowania osiedlaniem się na terenach wiejskich położonych w niedalekiej odległości od Aglomeracji Górnośląskiej	Powiększający odsetek osób młodych w ogólnej liczbie osób bezrobotnych
Aktywizacja postaw przedsiębiorczych społeczności lokalnej	Utrwalanie się długotrwałego bezrobocia
Rosnące zainteresowanie lokowaniem w miejscach spokojnych lecz nie oddalonych od głównych ośrodków miejskich zakładów opieki społecznej oraz zakładów opieki nad osobami starszymi. Wzrost popytu na usługi	

SZANSE	ZAGROŻENIA
opiekuńcze	
POTENCJAŁ GOSPODARCZY	
Rosnące inwestycje zagraniczne w Polsce i na Śląsku	Zjawiska recesyjne w gospodarce narodowej i światowej
Ciągłe poszerzanie oferty inwestycyjnej miasta	Rosnące znaczenie firm dużych, posiadających odpowiedni potencjał gospodarczy i innowacyjny do konkurowania na rynku globalnym
Bardzo wysoki budżet wsparcia ze środków UE na lata 2014-2020	Ciągłe przedłużanie horyzontu działania SSE, której obszary stanowią realną konkurencję dla oferty Tarnowskich Gór
Planowane w latach 2014-2020 znaczne środki pomocowe na wsparcie sieci instytucji otoczenia biznesu, które współdziałałyby w procesie wspierania rozwoju przedsiębiorczości	
Postrzeganie miasta jako atrakcyjnego miejsca lokalizacji działalności gospodarczej oraz atrakcyjnego miejsca do osiedlania się	
Ś R O D O W I S K O N A T U R A L N E	
Systematyczna poprawa standardów emisyjnych przemysłu śląskiego	Wzrastająca emisja zanieczyszczeń i hałasu wynikająca z rosnącego natężenia ruchu kołowego w mieście
Systematyczna poprawa jakości powietrza i wód gruntowych na terenie województwa	Degradacja środowiska naturalnego
	Brak w pełni skutecznego systemu segregacji odpadów komunalnych
B U D Ż E T M I A S T A	
Wzmacnianie skuteczności systemu pozyskiwania środków finansowania zewnętrznego, w tym środków UE	Spadek znaczenia środków innych niż własne w dochodach miasta, a co za tym idzie coraz głębsze „dopłacanie” do zadań administracji rządowej
Wzrost dostępności narzędzi dłużnych dedykowanych dla samorządów	Niestabilność finansów publicznych i zagrożenia dalszymi redukcjami

SZANSE	ZAGROŻENIA
lokalnych (np. obligacji)	finansowania
	Brak spójności polityki finansowej rządu wobec samorządów
P O T E N C J A Ł T U R Y S T Y C Z N Y	
Systematyczny rozwój zwyczaju spędzania wolnego czasu poza miejscem zamieszkania – turystyka jednodniowa, turystyka imprezowa.	Bardzo intensywne działania inwestycyjne w zakresie turystyki (w tym np. turystyki przemysłowej) w wielu konkurencyjnych miastach z regionu (np. Zabrze)
Rosnące zainteresowanie jednodniowymi imprezami kulturalnymi i rozrywkowymi	Coraz większa mobilność międzynarodowa w zakresie turystyki mieszkańców kraju i regionu.
Rosnąca mobilność mieszkańców Śląska w zakresie krótkich wycieczek w promieniu 50 km od miejsca zamieszkania	Zjawiska recesyjne powodujące w pierwszej kolejności rezygnację z wydatków związanych z turystyką jednodniową
Rosnące w skali kraju i świata zainteresowanie turystyką przemysłową	

3. POZYCJONOWANIE TARNOWSKICH GÓR - BENCHMARKING

Benchmarking jest to metoda niezwykle popularna w rozwiniętych krajach zachodnich. Systematycznie zdobywa także uznanie w Polsce. Analiza opiera się na dwóch podstawowych czynnościach: wyznaczaniu Kluczowych Czynników Sukcesu („co decyduje o sukcesie Miasta") oraz pozycjonowaniu tych czynników w stosunku do głównych miejscowości odniesienia. W efekcie powstaje wykres benchmarkingu pozwalający na określenie pozycji jednostki samorządu terytorialnego w odniesieniu do konkurentów. W przypadku Tarnowskich Gór zdecydowano się na stworzenie trzech oddzielnych analiz benchmarkingowych w zakresie trzech obszarów strategicznych sformułowanych podczas prac Komitetu Rozwoju Lokalnego. Obszary te zostały na ówczesnym etapie prac nazwane:

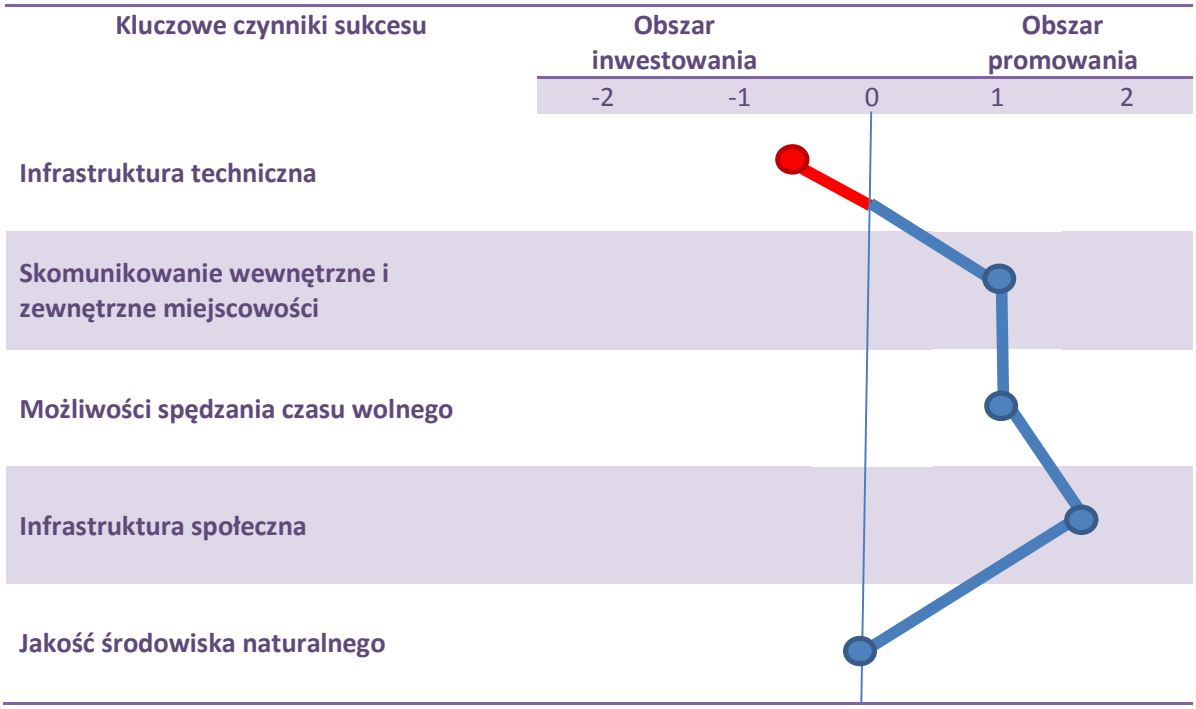
- Miasto przyjazne dla mieszkańców
- Miasto przyjazne dla biznesu
- Miasto atrakcyjne turystycznie

Z technicznego punktu widzenia, należy wyróżnić trzy etapy benchmarkingu:

1. Pierwszym etapem jest wyselekcjonowanie Kluczowych Czynników Sukcesu (KCS) dla danego obszaru strategicznego.
2. W drugim etapie czynniki są hierarchizowane. Ostateczna hierarchizacja, wynikająca z wewnętrznej dyskusji ekspertów może mieć kształt inny niż wynika bezpośrednio z przebiegu wstępnej dyskusji członków Komitetu Rozwoju Lokalnego.
3. Ostatni – najtrudniejszy - etap analizy to określenie, jak silne są wyznaczone KCS w stosunku do głównych konkurentów (lokalizacji konkurencyjnych). Pozycjonowanie odbywa się za pomocą porównywania podstawowych charakterystyk. Porównywalne czynniki powinny być mierzalne.

W dalszej części dokumentu przedstawiono wyniki analizy benchmarkingu dokonanej przez zespół przygotowujący Strategię dla trzech obszarów strategicznych i zinterpretowano ich wyniki.

Obszar strategiczny: „Miasto przyjazne mieszkańcom”



{-2} – Sytuacja zdecydowanie gorsza niż w miejscowościach odniesienia

{-1} - Sytuacja nieco gorsza niż w miejscowościach odniesienia

{0} – Sytuacja porównywalna do sytuacji w miejscowościach odniesienia

{+1} - Sytuacja nieco lepsza niż w miejscowościach odniesienia

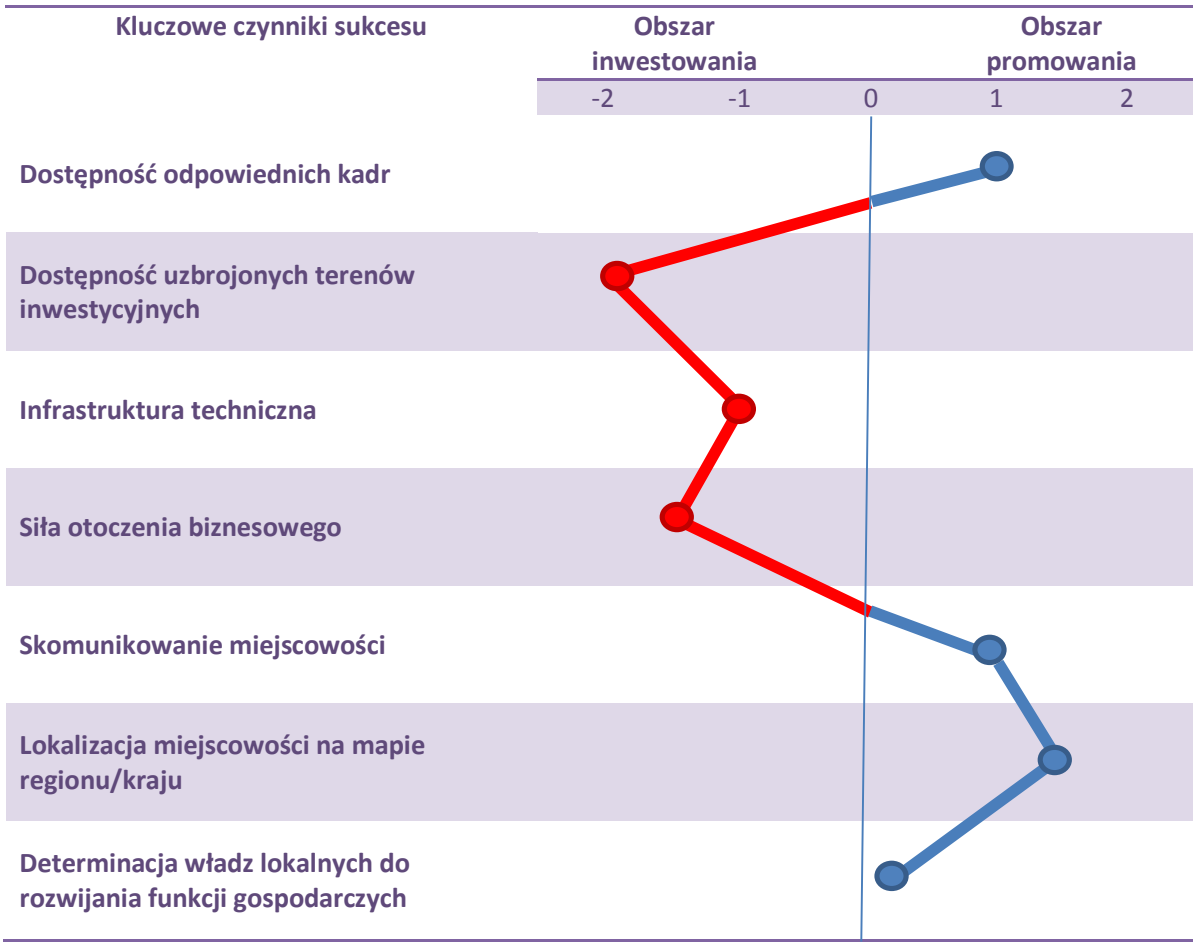
{+2} – Sytuacja zdecydowanie lepsza niż w miejscowościach odniesienia

(Dopuszcza się wartości ułamkowe)

Zasadniczo, Tarnowskie Góry jawią się jako miejsce atrakcyjne do mieszkania. Podstawowym problemem jest jakość infrastruktury technicznej, w tym przede wszystkim infrastruktury drogowej. Ten obszar musi być intensywnie rozwijany w najbliższych latach (obszar intensywnych inwestycji). Poważnymi atutami Miasta jest dobra infrastruktura społeczna (rozumiana jako zaplecze edukacyjne, opieka zdrowotna, opieka społeczna) oraz oferta spędzania wolnego czasu. Poprawa infrastruktury

technicznej sprawi, iż Tarnowskie Góry będą miały wszelkie cechy miasta przyjaznego dla mieszkańców (warto w tym miejscu zwrócić uwagę na problem kompetencji Władz Miejskich w odniesieniu do dróg – część z nich znajduje się w zarządzie Władz Powiatowych).

Obszar strategiczny: „Miasto przyjazne dla biznesu"



{-2} – Sytuacja zdecydowanie gorsza niż w miejscowościach odniesienia

{-1} - Sytuacja nieco gorsza niż w miejscowościach odniesienia

{0} – Sytuacja porównywalna do sytuacji w miejscowościach odniesienia

{+1} - Sytuacja nieco lepsza niż w miejscowościach odniesienia

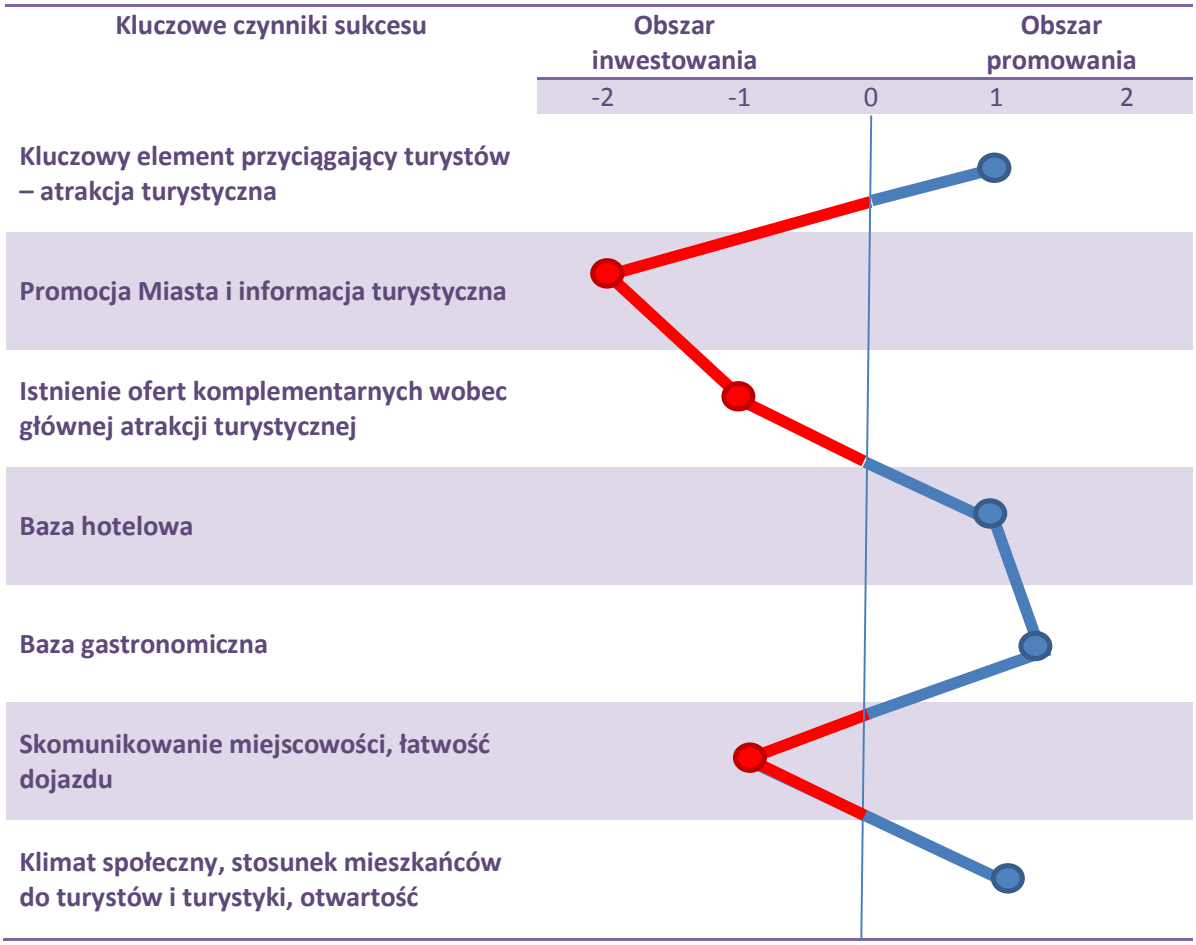
{+2} – Sytuacja zdecydowanie lepsza niż w miejscowościach odniesienia

(Dopuszcza się wartości ułamkowe)

Gorzej wygląda sytuacja w zakresie stopnia dostosowania Miasta do potrzeb rozwoju biznesu. Tutaj notujemy trzy podstawowe obszary wypadające gorzej niż u konkurentów.

Brak jest w Mieście odpowiednich terenów inwestycyjnych. Problemem – podobnie jak dla mieszkańców – jest stan infrastruktury technicznej. Warto też zauważyć, iż w Mieście brak jest silnych struktur wsparcia rozwoju przedsiębiorczości. Wszystkie te trzy elementy powinny znaleźć się w strategii jako istotne elementy planu działa na najbliższe lata. Z kolei za atuty Miasta należy uznać lokalizację i skomunikowanie zewnętrzne Miasta względem regionu oraz dostępność wysoko wykwalifikowanych kadr dla gospodarki (w tym dla przemysłu).

Obszar strategiczny: „Miasto atrakcyjne dla turystów"



{-2} – Sytuacja zdecydowanie gorsza niż w miejscowościach odniesienia

{-1} - Sytuacja nieco gorsza niż w miejscowościach odniesienia

{0} – Sytuacja porównywalna do sytuacji w miejscowościach odniesienia

{+1} - Sytuacja nieco lepsza niż w miejscowościach odniesienia

{+2} – Sytuacja zdecydowanie lepsza niż w miejscowościach odniesienia

(Dopuszcza się wartości ułamkowe)

Także w zakresie atrakcyjności turystycznej Miasta pozostaje wiele obszarów wymagających intensywnego rozwoju. Podstawowym problemem jest brak świadomości potencjalnych turystów na temat atrakcji Miasta. Za atut uznano obiektywne atrakcje turystyczne (w tym ubiegające się o wpisanie na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO). Jednak poziom ich wypromowania jest wciąż bardzo mały. Brak jest także ofert komplementarnych, pozwalających na zatrzymanie turysty w Mieście dłużej, niż przez kilka godzin. Pozytywnie oceniono natomiast bazę hotelową i gastronomiczną oraz klimat społeczny dla rozwoju turystyki.

Wszystkie trzy analizy benchmarkingu pozwoliły na sformułowanie podstawowych kierunków strategicznych rozwoju Tarnowskich Gór do roku 2022.

4. MISJA I CELE STRATEGICZNE

Konstrukcji każdej strategii przewodzi pewna wizja stanu docelowego. Wynika ona z diagnozy stanu istniejącego, a po części także z kreatywności jej twórców. Ze względu na różny stopień rozwoju społeczno-gospodarczego, miasta na całym świecie borykają się z różnymi problemami i mają odmienne potrzeby. Misja Miasta wyznacza generalny kierunek jego rozwoju. Jest zatem osią wokół której buduje się całą strategię. Misja Tarnowskich Gór nie powinna ulec zmianie w całym okresie realizacji strategii czyli do roku 2022. Misja została sformułowana w oparciu o efekty pracy członków Komitetu Rozwoju Lokalnego oraz w oparciu o wypracowane kierunki strategiczne:

Misja: Tarnowskie Góry – Stolica Białego Śląska, integrująca i inicjująca wspólne działania gmin i powiatów północnej części Górnego Śląska Miasto otwarte, wygodne, atrakcyjne i przyjazne.

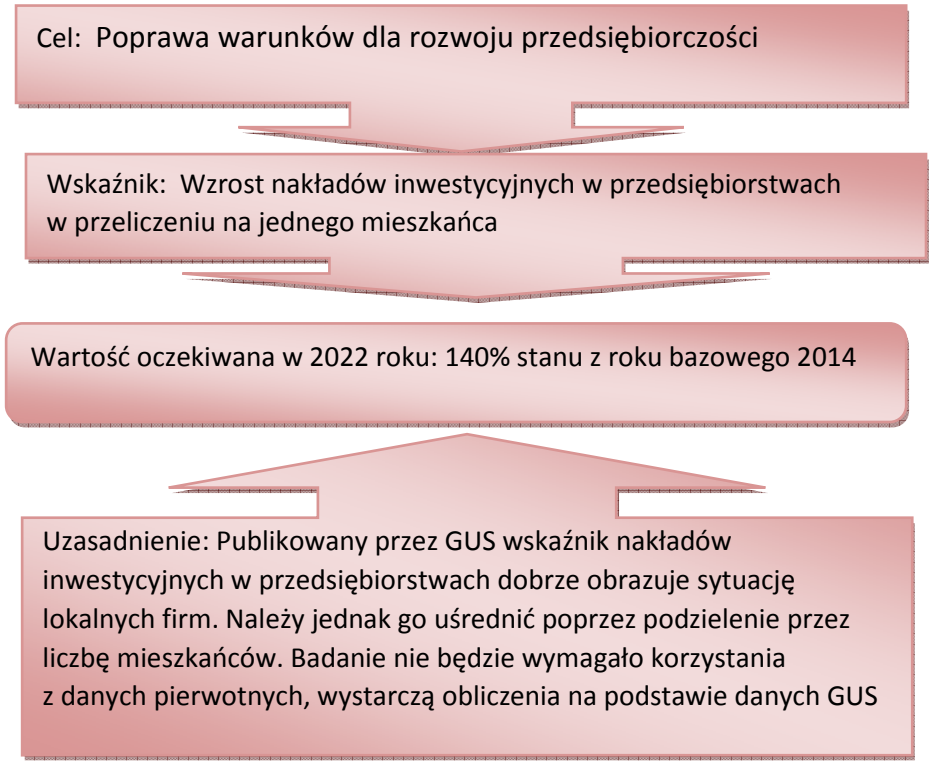
Tak sformułowana misja Tarnowskich Gór jednocześnie wyznacza trzy podstawowe cele strategiczne. Cele strategiczne, podobnie jak misja powinny pozostawać niezmienione w całym okresie realizacji strategii. Mogą się zmieniać narzędzia ich realizacji, cele jednak powinny mieć charakter uniwersalny. Za kluczowe dla rozwoju Tarnowskich Gór do roku 2022 należy uznać:

1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości

2. Poprawa jakości życia w Mieście

3. Wypromowanie miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu

Horyzont czasowy sporządzenia niniejszej Strategii jest bardzo długi – sięga roku 2022. Dlatego też, w dalszej części Strategii przewidziano konkretne plany operacyjne na najbliższych kilka lat – co wiąże się m.in. z cyklem budżetu UE. Mało które cele szczegółowe wykraczają jednak poza rok 2020. Nawet jeśli nie wiemy dzisiaj jak za kilkanaście lat będziemy je realizować, to już teraz możemy wyznaczyć rzecz najważniejszą – wskaźniki osiągnięcia celów strategicznych. Odpowiadają one na fundamentalne pytanie: Kiedy uznamy, że cele zostały osiągnięte? Poniżej prezentujemy trzy wskaźniki oraz wartości docelowe, jakie uznamy w roku 2022 za rzeczywiste osiągnięcie celów określonych w Strategii.



Cel: Poprawa jakości życia w Mieście

Wskaźnik: Liczba mieszkańców Miasta.

Wartość oczekiwana w 2022 roku: 65.000 mieszkańców

Uzasadnienie: W mieście rozwija się budownictwo. Obserwujemy zahamowanie i odwrócenie tendencji spadkowej liczby mieszkańców. Zwiększenie liczby mieszkańców będzie dowodem na poprawę atrakcyjności Miasta

Cel: Wypromowanie miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu

Wskaźnik: Wzrost rozpoznawalności TG, jako Miasta atrakcyjnego dla turystów i inwestorów w badaniach ogólnopolskich

Wartość oczekiwana w 2022 roku: 150% wartości bazowej z roku 2014

Uzasadnienie: Obliczenie wskaźnika wymagać będzie przeprowadzenia badań pierwotnych (włączenia 2 pytań do okresowych badań omnibusowych jednej z agencji badawczych) w roku 2014 i w roku 2022 na temat postrzegania TG, jako miejsca atrakcyjnego dla biznesu i turystyki.

5. CELE OPERACYJNE I DZIAŁANIA SZCZEGÓŁOWE

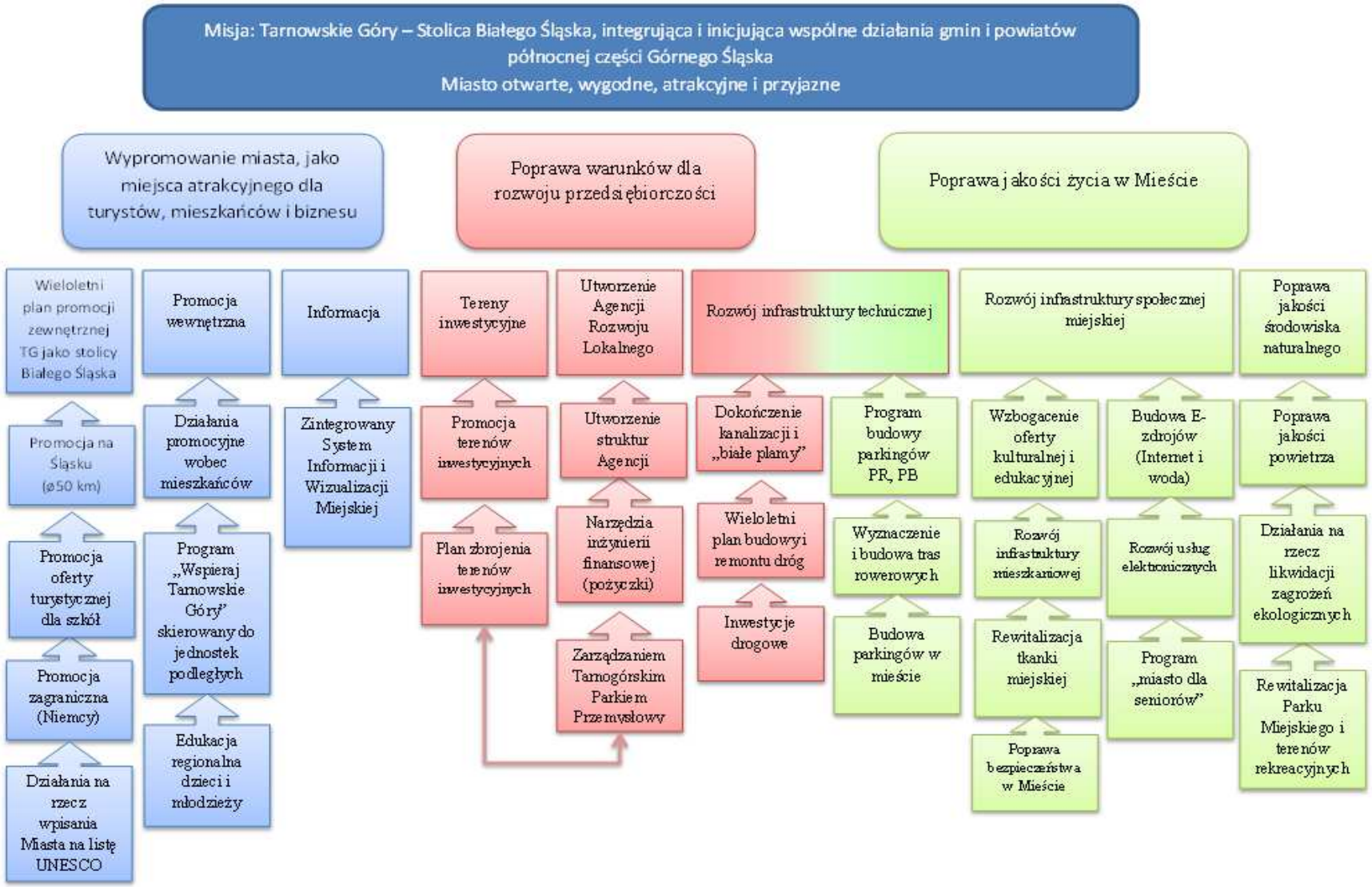
Wszelkie działania rozwojowe podejmowane w Mieście w najbliższych latach powinny prowadzić do rozwoju trzech funkcji odzwierciedlonych w celach strategicznych. W miarę realizacji poszczególne cele operacyjne, czy zadania realizacyjne powinny się zmieniać, być uzupełniane i korygowane. Stałym elementem strategii pozostaną jedynie misja i cele strategiczne.

Niniejszy rozdział zawiera cele operacyjne i przypisane im zadania aktualne na dzień przyjęcia Strategii do realizacji. Aby dokument ten miał rzeczywisty wpływ na rozwój Miasta, cele operacyjne, a w szczególności zadania muszą być nieustannie uzupełniane, zmieniane, dopisywane. W przeciwnym razie Strategia będzie dokumentem martwym. Przyjęcie strategii jest punktem wyjścia do działań a nie kulminacją prac przygotowawczych.

Zaproponowana metodologia tworzenia strategii opiera się o model modułowy. Cele operacyjne i zadania są stworzone w formie kart, które w każdej chwili mogą być usuwane lub dokładane do strategii. Tylko w ten sposób możliwe będzie reagowanie na dynamiczne zmiany otoczenia przy jednoczesnym, konsekwentnym realizowaniu obranych kierunków rozwoju.

Na następnej stronie, przedstawiono pełną strukturę Strategii w układzie graficznym. Na kolejnych stronach omówiono ją bardziej szczegółowo.

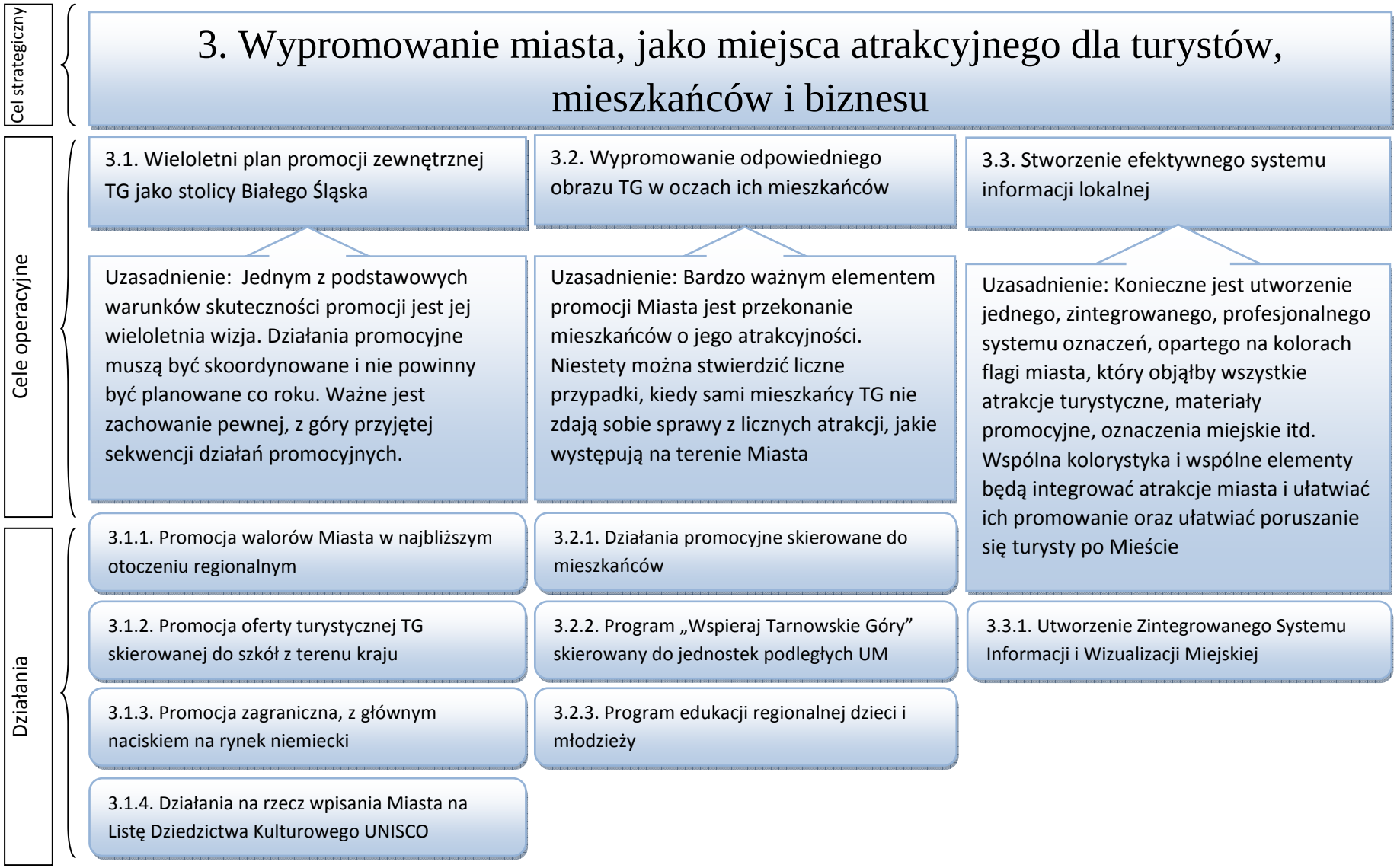
Czerwoną linią przerywaną zaznaczono trzy kluczowe programy rozwojowe, których realizacja będzie miała szczególnie duże znaczenie dla rozwoju miasta i wykonania założeń strategicznych.


Misja: Tarnowskie Góry – Stolica Białego Śląska, integrująca i inicjująca wspólne działania gmin i powiatów północnej części Górnego Śląska
Miasto otwarte, wygodne, atrakcyjne i przyjazne
Wypromowanie miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu
Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości
Poprawa jakości życia w Mieście
Wieloletni plan promocji zewnętrznej TG jako stolicy Białego Śląska
Promocja na Śląsku (ø50 km)
Promocja oferty turystycznej dla szkół
Promocja zagraniczna (Niemcy)
Działania na rzecz wpisania Miasta na listę UNESCO
Promocja wewnętrzna
Działania promocyjne wobec mieszkańców
Program „Wspieraj Tarnowskie Góry" skierowany do jednostek podległych
Edukacja regionalna dzieci i młodzieży
Informacja
Zintegrowany System Informacji i Wizualizacji Miejskiej
Tereny inwestycyjne
Promocja terenów inwestycyjnych
Plan zbrojenia terenów inwestycyjnych
Utworzenie Agencji Rozwoju Lokalnego
Utworzenie struktur Agencji
Narzędzia inżynierii finansowej (pożyczki)
Zarządzaniem Tarnogórskim Parkiem Przemysłowy
Rozwój infrastruktury technicznej
Dokończenie kanalizacji i „białe plamy"
Wieloletni plan budowy i remontu dróg
Inwestycje drogowe
Program budowy parkingów PR, PB
Wyznaczenie i budowa tras rowerowych
Budowa parkingów w mieście
Rozwój infrastruktury społecznej miejskiej
Wzbogacenie oferty kulturalnej i edukacyjnej
Rozwój infrastruktury mieszkaniowej
Rewitalizacja tkanki miejskiej
Poprawa bezpieczeństwa w Mieście
Budowa E-zdrojów (Internet i woda)
Rozwój usług elektronicznych
Program „miasto dla seniorów"
Poprawa jakości środowiska naturalnego
Poprawa jakości powietrza
Działania na rzecz likwidacji zagrożeń ekologicznych
Rewitalizacja Parku Miejskiego i terenów rekreacyjnych

Cel strategiczny
1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości
Uzasadnienie
1.1. Przygotowanie atrakcyjnych terenów inwestycyjnych
1.2. Utworzenie struktur wsparcia w postaci Agencji Rozwoju Lokalnego
1.3. Rozwój infrastruktury technicznej
Uzasadnienie: Brak zintegrowanych i uzbrojonych terenów inwestycyjnych jest poważną barierą rozwojową. Przy silnej konkurencji innych lokalizacji liczy się uzbrojenie techniczne i skomunikowanie działek oraz fakt skupienia ich w jednym ręku.
Uzasadnienie: Wdrożenie licznych działań na rzecz przedsiębiorców nie będzie skuteczne, jeśli nie zostanie utworzona silna Instytucja Otoczenia Biznesu. Jest to szczególnie ważne w kontekście sposobów dystrybucji środków pomocy dla MSP w latach 2014-2020
Uzasadnienie: Braki infrastruktury technicznej są powszechnie definiowane, jako bariera rozwoju przedsiębiorczości. Konieczna jest kontynuacja kanalizacji i budowa oraz rozbudowa i remont dróg
Działania
1.1.1. Promocja terenów inwestycyjnych
1.1.2. Plan zbrojenia terenów inwestycyjnych
1.2.1. Utworzenie struktur Agencji
1.2.2. Uruchomienie narzędzi inżynierii finansowej (pożyczki, poręczenia ew. wejścia kapitałowe)
1.2.3. Zarządzanie Tarnogórskim Parkiem Przemysłowym
1.3.1. Dokończenie programu kanalizacji oraz likwidacja białych plam na mapie kanalizacji Miasta
1.3.2. Opracowanie i przyjęcie wieloletniego planu budowy i remontu dróg
1.3.3. Realizacja zadań związanych z remontem i budową dróg

Cel strategiczny
2. Poprawa jakości życia w Mieście
Uzasadnienie
2.1. Rozwój infrastruktury technicznej
2.2. Rozwój infrastruktury społecznej
2.3. Poprawa jakości środowiska naturalnego
Uzasadnienie: Infrastruktura techniczna jest kluczowym elementem postrzegania Miasta, jako atrakcyjnego dla mieszkańców. Poważny problem w TG stanowi brak miejsc parkingowych
Uzasadnienie: Na infrastrukturę społeczną składają się liczne elementy, które sprawiają, że mieszkanie w danej miejscowości jest postrzegane jako przyjemne. Bardzo ważnym elementem jest oferta kulturalna i edukacyjna. W realiach TG, kluczowe znaczenie ma także rewitalizacja tkanki miejskiej. Wciąż występują także potrzeby mieszkaniowe. Oddzielną kwestią, stanowiącą wyzwanie XXI wieku, jest rozwój społeczeństwa informacyjnego poprzez zwiększanie dostępu do Internetu
Uzasadnienie: Kolejnym po kanalizacji wyzwaniem stojącym przed miastem jest poprawa jakości powietrza oraz likwidacja zagrożeń ekologicznych związanych z odpadami stałymi.
Działania
2.1.1. Program budowy parkingów Park & Ride, Park & Bike
2.1.2. Wyznaczenie i budowa tras rowerowych
2.1.3. Budowa parkingów w mieście
2.2.1. Wzbogacenie oferty kulturalnej i edukacyjnej
2.2.2. Rozwój infrastruktury mieszkaniowej
2.2.3. Rewitalizacja tkanki miejskiej
2.2.4. Poprawa bezpieczeństwa w Mieście
2.2.5. Budowa E-zdrojów (Internet i woda)
2.2.6. Rozwój usług elektronicznych
2.2.7. Program „miasto dla seniorów”
2.3.1. Poprawa jakości powietrza
2.3.2. Działania na rzecz likwidacji zagrożeń ekologicznych
2.3.3. Rewitalizacja Parku Miejskiego i terenów

nie


Cel strategiczny
3. Wypromowanie miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu
Cele operacyjne
3.1. Wieloletni plan promocji zewnętrznej TG jako stolicy Białego Śląska
3.2. Wypromowanie odpowiedniego obrazu TG w oczach ich mieszkańców
3.3. Stworzenie efektywnego systemu informacji lokalnej
Uzasadnienie: Jednym z podstawowych warunków skuteczności promocji jest jej wieloletnia wizja. Działania promocyjne muszą być skoordynowane i nie powinny być planowane co roku. Ważne jest zachowanie pewnej, z góry przyjętej sekwencji działań promocyjnych.
Uzasadnienie: Bardzo ważnym elementem promocji Miasta jest przekonanie mieszkańców o jego atrakcyjności. Niestety można stwierdzić liczne przypadki, kiedy sami mieszkańcy TG nie zdają sobie sprawy z licznych atrakcji, jakie występują na terenie Miasta
Uzasadnienie: Konieczne jest utworzenie jednego, zintegrowanego, profesjonalnego systemu oznaczeń, opartego na kolorach flagi miasta, który objąłby wszystkie atrakcje turystyczne, materiały promocyjne, oznaczenia miejskie itd. Wspólna kolorystyka i wspólne elementy będą integrować atrakcje miasta i ułatwiać ich promowanie oraz ułatwiać poruszanie się turysty po Mieście
Działania
3.1.1. Promocja walorów Miasta w najbliższym otoczeniu regionalnym
3.1.2. Promocja oferty turystycznej TG skierowanej do szkół z terenu kraju
3.1.3. Promocja zagraniczna, z głównym naciskiem na rynek niemiecki
3.1.4. Działania na rzecz wpisania Miasta na Listę Dziedzictwa Kulturowego UNISCO
3.2.1. Działania promocyjne skierowane do mieszkańców
3.2.2. Program „Wspieraj Tarnowskie Góry" skierowany do jednostek podległych UM
3.2.3. Program edukacji regionalnej dzieci i młodzieży
3.3.1. Utworzenie Zintegrowanego Systemu Informacji i Wizualizacji Miejskiej

6. KARTY DZIAŁAŃ – SYSTEM WDRAŻANIA STRATEGII

Tytuł:	Promocja terenów inwestycyjnych	Numer działania	1.1.1.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	1.1. Przygotowanie atrakcyjnych terenów inwestycyjnych		
Podmiot realizujący:	Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta		
Rozpoczęcie realizacji:	2016	Zakończenie realizacji:	2018
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Sprzedaż przynajmniej 50% uzbrojonych terenów inwestycyjnych		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Uzbrojenie terenów inwestycyjnych jest pierwszym krokiem w przyciągnięciu inwestycji zewnętrznych (lub wewnętrznych) na teren Miasta. Tereny te jednak – bez względu na ich walory – należy odpowiednio wypromować.
- Program promocji może ruszyć dopiero gdy pierwsze tereny będą w pełni przygotowane do sprzedaży – to znaczy uzbrojone w odpowiednie media i skomunikowane.
- Tarnowskie Góry posiadają odpowiednią liczbę firm w przeliczeniu na 1.000 mieszkańców. Firmy te są jednak relatywnie słabe. W interesie strategicznym Miasta jest zatem przyciągnięcie relatywnie silnych podmiotów z zewnątrz.

Przykładowe zadania:

- Opracowanie pełnego katalogu terenów inwestycyjnych.
- Publikacja oferty w katalogach specjalistycznych i prasie biznesowej
- Udział w targach inwestycyjnych

Tytuł:	Plan zbrojenia terenów inwestycyjnych	Numer działania	1.1.2.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	1.1. Przygotowanie atrakcyjnych terenów inwestycyjnych		
Podmiot realizujący:	Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta, Wydział Inwestycji i Remontów		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2020
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Objęcie planem zbrojenia przynajmniej 4 lokalizacji		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Przed przystąpieniem do zbrojenia terenów należy opracować szczegółowy plan działań zmierzający do optymalizacji wydatków inwestycyjnych.
- W wybranych lokalizacjach musi zostać przeprowadzona analiza niezbędnych nakładów oraz sposobów jak najtańszego i jak najefektywniejszego dostarczenia mediów i skomunikowania działek.
- Plan inwestycyjny powinien być poprzedzony analizą potrzeb i preferencji potencjalnych inwestorów.

Przykładowe zadania:

- Opracowanie pełnej dokumentacji projektowej zbrojenia terenów.
- Opracowanie analizy potrzeb potencjalnych inwestorów.

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Utworzenie struktur Agencji</td><td>Numer działania</td><td>1.2.1.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">1.2. Utworzenie struktur wsparcia w postaci Agencji Rozwoju Lokalnego</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Na etapie planowania</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">Grudzień 2015</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Utworzenie nowej instytucji otoczenia biznesu</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Samorząd lokalny działając z pozycji JST nigdy nie będzie tak skuteczny w pozyskiwaniu środków na rozwój MSP jak profesjonalne IOB – istnieje w tym zakresie bardzo wiele przykładów nie pozostawiających cienia wątpliwości.
• W okresie budżetowym 2014-2020 będzie bardzo wiele działań pośredniego wsparcia MSP przy wykorzystaniu instytucji otoczenia biznesu, jako ich realizatorów, operatorów i pośredników. Kluczowe znaczenie będą miały klastry oraz narzędzia inżynierii finansowej.
• Utworzenie Agencji da Miastu dostęp nie tylko do środków przeznaczonych dla MSP, ale także do środków na rozwój instytucjonalnej sieci wsparcia (z poziomu regionalnego i z poziomu krajowego).</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Utworzenie nowego podmiotu poprzez zmianę nazwy podmiotu już istniejącego i rozszerzenie zadań o działania na rzecz wsparcia przedsiębiorczości lub w inny sposób, np. poprzez założenie nowego podmiotu wespół ze środowiskiem biznesowym Miasta.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Uruchomienie narzędzi inżynierii finansowej</td><td>Numer działania</td><td>1.2.2.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">1.2. Utworzenie struktur wsparcia w postaci Agencji Rozwoju Lokalnego</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Agencja Rozwoju Tarnowskich Gór</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2015</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2018</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Utworzenie przynajmniej jednego narzędzia z zakresu inżynierii finansowej</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">W chwili obecnej podejmowane są zarówno na poziomie centralnym, jak i regionalnym intensywne działania zmierzające do częściowego zastępowania narzędzi bezzwrotnych (dotacji) narzędziami zwrotnymi dłużnymi (pożyczki, poręczenia), zwrotnymi kapitałowymi (wejścia kapitałowe) oraz pośrednimi (kredyty umarzalne). Z całą pewnością, narzędzia te – podobnie jak do tej pory, ale w dużo większej skali – będą wdrażane za pomocą sieci pośredników finansowych.
Obecnie w Tarnowskich Górach nie ma podmiotu na tyle silnego, który mógłby pełnić rolę pośrednika finansowego – operatora funduszu. Utworzenie Agencji da szansę na budowę na poziomie lokalnym narzędzi finansowych.
Możliwe jest objęcie terenu TG działaniami podmiotów finansowych z innych Miast Śląska, ale posiadanie własnych narzędzi zawsze skutkuje większą intensywnością wsparcia finansowego lokalnych podmiotów.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">Utworzenie funduszu pożyczkowego lub funduszu seed capital.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Zarządzanie Tarnogórskim Parkiem Przemysłowym</td><td>Numer działania</td><td>1.2.3.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">1.2.Utworzenie struktur wsparcia w postaci Agencji Rozwoju Lokalnego</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Agencja Rozwoju Tarnowskich Gór</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2018</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Sprzedaż 100% uzbrojonych terenów inwestycyjnych</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Jak pokazują doświadczenia licznych samorządów (np. Rudy Śląskiej), utworzenie Parku Przemysłowego na bazie miejskich gruntów inwestycyjnych daje dobre efekty w postaci intensywnej akcji sprzedaży tych gruntów i rozwoju inwestycji.
• Można założyć, iż pewną część gruntów uda się szybko sprzedać, zaraz po ich uzbrojeniu. Pozostałe grunty powinny zostać przekazane Agencji, jako elementy Parku w celu ich promowania i podejmowania prób sprzedaży. Sprzedaż przez Agencję jest – jak pokazują liczne doświadczenie – prostsza i szybsza niż przez JST.
• Dodatkowo, możliwe będzie, być może, pozyskanie przez Agencję dodatkowych środków na rozwój inicjatyw parkowych.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Przekazanie terenów Agencji i utworzenie Parku Przemysłowego (ew. Technologiczno-Przemysłowego).
• Pozyskiwanie środków na dalsze zbrojenie, ewentualnie budowę obiektów na terenach inwestycyjnych.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Dokończenie programu kanalizacji oraz likwidacja białych plam na mapie kanalizacji Miasta</td><td>Numer działania</td><td>1.3.1.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">1.3.Rozwój infrastruktury technicznej</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Zespół ds. Realizacji Projektu</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Do 2022 roku objęcie siecią kanalizacyjną lub innymi nowoczesnymi formami utylizacji odpadów płynnych 99% mieszkańców Tarnowskich Gór</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Jest to działanie stanowiące kontynuację działań już podjętych, a wynikających bezpośrednio z poprzedniej Strategii Rozwoju.
• Zadanie jest realizowane w ramach projektu wpartego ze środków UE.
• Po zakończeniu realizacji obecnie wdrażanego projektu konieczne będzie przejście do etapu likwidacji pozostałych „białych plam” w sieci kanalizacyjnej na obszarach o mniejszej intensywności zabudowy</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Dokończenie planu inwestycyjnego objętego dofinansowanym projektem.
• Likwidacja białych plam</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Opracowanie i przyjęcie wieloletniego planu budowy i remontu dróg</td><td>Numer działania</td><td>1.3.2.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">1.3.Rozwój infrastruktury technicznej</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Miejski Zarząd Ulic i Mostów</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">Grudzień 2015</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Opracowanie planu inwestycyjnego</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">Plan rozbudowy i modernizacji sieci dróg i ulic to kolejne, po planie kanalizacji wielkie wyzwanie inwestycyjne dla Tarnowskich Gór. We wszystkich badaniach, w sposób jednoznaczny mieszkańcy i przedsiębiorcy wskazują na infrastrukturę drogową, jako na podstawową barierę rozwoju Miasta.
Plan musi uwzględniać całokształt ruchu kołowego w mieście. Należy uniknąć za wszelką cenę działań ad hoc, które poprawiając sytuację w jednym miejscu mogą pogarszać ją w innych. Dlatego też, kluczowe znaczenie ma wypracowanie całościowego obrazu ruchu w Mieście zanim przystąpi się do remontu i budowy sieci drogowej.
Działania muszą być skoordynowane z działaniami Władz Powiatowych
Działania powinny być skoordynowane z programem budowy drogi ekspresowej S11 – kluczowej dla rozwoju Miasta inwestycji krajowej</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">Budowa nowych dróg w mieście, remont dróg istniejących, przebudowa skrzyżowań, budowa ścieżek rowerowych przy okazji budowy i przebudowy dróg.</td></tr>
</table>

Tytuł:	Realizacja zadań związanych remontem i budową dróg	Numer działania	1.3.1.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	1. Poprawa warunków dla rozwoju przedsiębiorczości		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	1.3.Rozwój infrastruktury technicznej		
Podmiot realizujący:	Miejski Zarząd Ulic i Mostów, Wydział Inwestycji i Remontów		
Rozpoczęcie realizacji:	2016	Zakończenie realizacji:	2022
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Budowa, rozbudowa i przebudowa łącznej sieci dróg o długości 50 km		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Rozwój sieci drogowej jest jednym z podstawowych warunków rozwoju gospodarki Miasta. W chwili obecnej sytuacja w zakresie drogownictwa w Mieście jest zła. Konieczne jest rozbudowanie sieci ulic oraz dróg poza centrum miasta.
- W centrum konieczne jest rozwiązanie problemów organizacji ruchu, w tym wprowadzenie przemyślanego systemu dróg jednokierunkowych.
- Bardzo duże znaczenie ma także fakt otwierania kolejnych terenów inwestycyjnych zarówno przeznaczonych pod inwestycje biznesowe, jak i pod rozwój funkcji mieszkaniowej Tarnowskich Gór.

Przykładowe zadania:

- Budowa nowych dróg w mieście, remont dróg istniejących, przebudowa skrzyżowań, budowa ścieżek rowerowych przy okazji budowy i przebudowy dróg.

Tytuł:	Program budowy parkingów P+R i P+B	Numer działania	2.1.1.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.1.Rozwój infrastruktury technicznej		
Podmiot realizujący:	MZKP, Wydział Inwestycji i Remontów		
Rozpoczęcie realizacji:	2015	Zakończenie realizacji:	2017
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Wybudowanie 2 parkingów o łącznej pojemności100 miejsc parkingowych		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- W Tarnowskich Górach występuje problem niewystarczającej przepustowości ulic w Centrum oraz – przede wszystkim – problem braku miejsc parkingowych. Rosnący ruch wyklucza możliwość rozwiązania problemu jedynie poprzez budowę miejsc parkingowych w centrum, gdyż zawsze będzie ich za mało.
- Występuje konieczność i możliwość budowy dwóch dużych parkingów. Jeden z nich będzie działał w systemie Park and Ride – przeznaczony będzie dla osób, które po zaparkowaniu będą poruszać się w mieście komunikacją miejską. Drugi będzie działał w oparciu o koncepcję Park and Bike – zakładającą poruszanie się po zaparkowaniu na rowerze.

Przykładowe zadania:

- Budowa parkingu dogodnie ulokowanego względem Dworca Autobusowego i systemu komunikacji miejskiej.
- Budowa parkingu dogodnie ulokowanego względem sieci ścieżek i tras rowerowych – działanie skoordynowane z budową ścieżek i tras rowerowych.

Tytuł:	Wyznaczenie i budowa tras rowerowych	Numer działania	2.1.2.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.1.Rozwój infrastruktury technicznej		
Podmiot realizujący:	Miejski Zarząd Ulic i Mostów		
Rozpoczęcie realizacji:	2016	Zakończenie realizacji:	2022
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Wyznaczenie i przygotowanie łącznie70km tras rowerowych		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Należy w pierwszej kolejności rozróżnić ścieżki i trasy rowerowe. Program budowy ścieżek rowerowych będzie realizowany równolegle z realizacją planu budowy i modernizacji dróg. Plan wyznaczania tras rowerowych ma charakter niezależny.
- Trasy rowerowe będą wyznaczane poza ścisłym centrum Tarnowskich Gór i prowadzić będą zarówno do głównych dzielnic, jak i do głównych obszarów rekreacyjnych i turystycznych.
- Wraz z wyznaczaniem ścieżek rowerowych powstawać będzie mała infrastruktura pomagająca w prowadzeniu aktywnego wypoczynku rowerowego. Kluczowe znaczenie będzie miała infrastruktura w miejscach docelowych (parkingi dla rowerów, wiaty itd.).

Przykładowe zadania:

- Opracowanie – w porozumieniu z zainteresowanymi grupami mieszkańców - docelowej mapy tras rowerowych na terenie Tarnowskich Gór.
- Oznakowanie szlaków wraz z niezbędnymi elementami infrastruktury – w tym przebudowami i zmianami organizacji ruchu.
- Budowa małych elementów infrastrukturalnych.

Tytuł:	Budowa parkingów w mieście	Numer działania	2.1.3.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.1.Rozwój infrastruktury technicznej		
Podmiot realizujący:	Miejski Zarząd Ulic i Mostów		
Rozpoczęcie realizacji:	2015	Zakończenie realizacji:	2018
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Wyznaczenie i budowa dodatkowych 200 miejsc parkingowych w obszarze centrum Miasta		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Historyczna zabudowa Tarnowskich Gór jest charakterystyczna dla każdego starego miasta. Wąski ulice, przeważnie dwukierunkowe nie stwarzają szans na wyznaczenie w ich ciągach wielu miejsc parkingowych. Zamknięcie części ulic dla ruchu kołowego może owocować wyludnieniem centrum.
- Konieczne jest wyznaczanie terenów na niezagospodarowanych placach oraz w ciągach komunikacyjnych, które mogłyby pełnić rolę miejsc parkingowych.
- Konieczne jest rozważenie kwestii odpłatności za miejsca powstałe w ramach realizacji niniejszego zadania. Wprowadzenie opłat pozwoliłoby na większe nakłady inwestycyjne przy budowie parkingów.

Przykładowe zadania:

- Weryfikacja obecnego systemu ruchu w centrum Miasta pod kątem możliwości wprowadzenie w niektórych miejscach ruchu jednokierunkowego przy jednoczesnym wyznaczeniu nowych miejsc parkingowych.
- Pozyskiwanie terenów i budowa parkingów w centrum Miasta.

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Wzbogacenie oferty kulturalnej i edukacyjnej</td><td>Numer działania</td><td>2.2.1.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">2. Poprawa jakości życia w Mieście</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">2.2.Rozwój infrastruktury społecznej</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Biuro Kultury, Wydział Edukacji Sportu i Turystyki</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Wzrost liczby imprez o 10 %</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Coraz częściej, o wyborze miejsca zamieszkania decydują argumenty związane z ofertą edukacyjną i kulturalną. Tarnowskie Góry leżąc w bezpośredniej bliskości Aglomeracji Górnośląskiej stanowią realną alternatywę mieszkaniową dla takich miast jak Bytom czy Gliwice. Wykorzystanie tej szansy będzie możliwe jedynie przy stworzeniu bardzo dobrej oferty kulturalnej i edukacyjnej.
• Konieczne jest rozwijanie szkolnictwa do poziomu średniego, w taki sposób, aby ukończenie szkół w Tarnowskich Górach dawało realną perspektywę znalezienia zatrudnienia lub dostania się na czołowe uczelnie Śląska (zadanie to musi być koordynowane z Władzami Powiatowymi).
• Coraz większe znaczenie ma oferta kulturalna dla mieszkańców. Kluczowe są tu imprezy skierowane do szerokiego grona odbiorców, ale także projekty związane z kulturą wysoką – bazę ich rozwoju mogą stanowić istniejące instytucje kultury.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Rozwój zajęć pozaszkolnych w sieci szkół podstawowych i gimnazjalnych.
• Podejmowanie wspólnych działań edukacyjno-kulturalnych przez szkoły i instytucje kultury.
• Organizacja imprez kulturalnych współfinansowanych ze środków miejskich. w systemie konkursowym (otwartego grantu miejskiego na imprezę kulturalną)</td></tr>
</table>

Tytuł:	Rozwój infrastruktury mieszkaniowej	Numer działania	2.2.2.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.2.Rozwój infrastruktury społecznej		
Podmiot realizujący:	Wydział Inwestycji i Remontów		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2022
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Wybudowanie 100 mieszkań komunalnych		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Miasto nie będzie w stanie zaspokoić wszystkich potrzeb mieszkaniowych. Tym bardziej, iż w ostatnich latach obserwowany jest dość wyraźny trend wzrostowy dodatniego salda migracji. Podstawowa masa mieszkaniowa będzie zatem tworzona przez deweloperów i przez inwestorów indywidualnych.
- Występuje jednak konieczność budowy mieszkań komunalnych w związku z planami rewitalizacyjnymi starych kamienic komunalnych.
- Dodatkowo, konieczne jest zapewnienie podstawowych warunków mieszkaniowych osobom niezdolnym do samodzielnego zapewnienia sobie mieszkania, osobom wykluczonym itd.

Przykładowe zadania:

- Budowa domów komunalnych poza centrum Miasta.
- Dokonywanie przesunięć mieszkańców mieszkań socjalnych z rewitalizowanych obszarów staromiejskich do nowych budynków komunalnych.

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Rewitalizacja tkanki miejskiej</td><td>Numer działania</td><td>2.2.3.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">2. Poprawa jakości życia w Mieście</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">2.2.Rozwój infrastruktury społecznej</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Wydział Gospodarki Lokalowej</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Rewitalizacja przynajmniej 30 budynków</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• W mieście występuje wiele starych kamienic i budynków użyteczności publicznej. Ich rewitalizacja jest warunkiem rozwoju centrum miasta i rzutować będzie zarówno na jakość życia, jak i na atrakcyjność turystyczną Miasta.
• Rewitalizacja zdegradowanych obszarów miejskich jest jednym z priorytetów Śląska na najbliższe lata i wynika z wieloletnich zaniedbań w tym zakresie.
• Rewitalizacja budynków i obszarów zabudowanych jest o tyle wskazana, że w Tarnowskich Górach, w przeciwieństwie do wielu miast Aglomeracji nie występują szkody górnicze uniemożliwiające skuteczną odbudowę.
• Rewitalizacja będzie realizowana na podstawie oddzielnego Lokalnego Programu Rewitalizacji</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Tarnogórskie Centrum Dialogu i rewitalizacja śródmieścia
• Remont i rewitalizacja placów miejskich, skwerów i ciągów komunikacyjnych.
• Budowa obiektów małej infrastruktury miejskiej.</td></tr>
</table>

Tytuł:	Poprawa bezpieczeństwa w Mieście	Numer działania	2.2.4.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.2.Rozwój infrastruktury społecznej		
Podmiot realizujący:	Koordynator: Wydział Zarządzania Kryzysowego		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2017
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Spadek liczby notowanych przestępstw o 15%		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Przestępczość na terenie Miasta nie jest duża. Jednak w kontekście planów rozwoju funkcji mieszkaniowych i turystycznych, dalsza eliminacja zagrożeń w tym zakresie ma znaczenie kluczowe. Zadanie to musi być realizowane w ścisłej współpracy z Policją Państwową
- Zapewnienie poczucia bezpieczeństwa jest tym bardziej ważne, że planowany jest rozwój imprez masowych oraz przyciąganie turystów do miasta. Pewien odsetek turystów stanowić będą osoby przyjeżdżające w celach stricte rozrywkowych. To może stanowić pewne, potencjalne zagrożenie dla porządku i bezpieczeństwa w Mieście.
- Ważne jest także zapewnienie bezpieczeństwa w peryferyjnych dzielnicach Miasta oraz na nowotworzonych osiedlach.

Przykładowe zadania:

- Wprowadzenie i rozwój monitoringu miejskiego w centrum i dzielnicach peryferyjnych.
- Rozbudowa sieci placówek Policji i Straży Miejskiej w obszarach intensywnego rozwoju mieszkaniowego.

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Budowa E-Zdrojów (Internet i woda)</td><td>Numer działania</td><td>2.2.5.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">2. Poprawa jakości życia w Mieście</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">2.2.Rozwój infrastruktury społecznej</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Koordynator: Wydział Ochrony Środowiska, współrealizatorzy: Biuro Informatyki, Wydział Inwestycji i Remontów</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2020</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Utworzenie 5 e-zdrojów</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Od dłuższego czasu analizowana jest w mieście możliwość utworzenia w kluczowych miejscach zdrojów wodnych (tzw. źródełek), które byłyby wykorzystywane przez mieszkańców i osoby przyjezdne w upalne dni.
• Postanowiono koncepcję tę rozbudować o wprowadzenie przy okazji budowy zdrojów wodnych obszarów zasięgu miejskiej sieci wi-fi.
• E-zdrój będzie obszarem, gdzie można usiąść, napić się wody i skorzystać z darmowego Internetu dostępnego w promieniu kilkunastu-kilkudziesięciu metrów od zdroju.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Budowa zdrojów.
• Budowa ławek i ewentualnie stołów w okolicach zdroju
• Budowa nadajników wi-fi udostępniających szerokopasmowy dostęp do Internetu.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Rozwój usług elektronicznych</td><td>Numer działania</td><td>2.2.6.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">2. Poprawa jakości życia w Mieście</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">2.2.Rozwój infrastruktury społecznej</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Biuro Informatyki</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2015</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2020</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Załatwianie do roku 2020 przynajmniej 30% spraw urzędowych w Urzędzie Miejskim wyłącznie drogą elektroniczną</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">Rozwój społeczeństwa informacyjnego jest jednym z filarów rozwoju kraju UE. Wprowadzanie e-administracji jest priorytetem rozwoju województwa śląskiego.
Wprowadzenie elektronicznej drogi załatwiania spraw urzędowych zapewnia nie tylko przyspieszenie procedur, ale także likwiduje bariery dostępu do administracji dla osób niepełnosprawnych i w podeszłym wieku, a tych będzie w Tarnowskich Górach coraz więcej.
Rozwijając funkcję miejską i nastawiając się na pozyskiwanie coraz nowych mieszkańców prowadzących swoje życie zawodowe na terenie Aglomeracji, należy się liczyć także z faktem, iż coraz więcej mieszkańców będzie w godzinach urzędowania Urzędu Miejskiego i podległych mu jednostek przebywać poza Tarnowskimi Górami. Droga elektroniczna będzie dla nich zatem jedyną możliwością załatwienia spraw.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">Rozwój elektronicznego obiegu dokumentów w Urzędzie Miasta i jednostkach mu podległych.
Przebudowa strony Internetowej pod kątem możliwości składania przez nią pism, wniosków itd. przy zachowaniu odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa (np. poprzez system logowania do e-urzędu).</td></tr>
</table>

Tytuł:	Program „Miasto dla Seniora”	Numer działania	2.2.7.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.2.Rozwój infrastruktury społecznej		
Podmiot realizujący:	Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2022
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Wydłużenie o 2 lata średniej lat przeżytych w dobrym zdrowiu przez mieszkańców Miasta		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- W ciągu obowiązywania Strategii nastąpi gwałtowny wzrost udziału osób starszych w strukturze ludności Miasta. Konieczne jest podjęcie szeregu działań, aby Tarnowskie Góry były przyjazne dla seniorów
- Zgodnie z Deklaracją Dublińską celem UE i WHO jest wydłużenie o 2 lata do roku 2020 średniej lat przeżytych w dobrym zdrowiu przez obywateli UE – działania w tym kierunku są także priorytetem niniejszej Strategii.
- W latach obowiązywania Strategii następować będzie równocześnie proces wydłużania wieku emerytalnego. Statystycznie rzecz biorąc, grupa emerytów będzie coraz starsza. Do ich potrzeb powinny być dostosowane działania na poziomie lokalnym.

Przykładowe zadania:

- Organizowanie imprez kulturalnych i edukacyjnych (w ramach zasady uczenia się przez całe życie) skierowanych do osób starszych.
- Przeciwdziałanie wykluczeniu elektronicznemu osób starszych poprzez organizację kursów komputerowych.
- Organizowanie i współfinansowanie akcji profilaktyki medycznej oraz dostosowywanie lokalnych ośrodków zdrowia do profesjonalnej opieki geriatrycznej.
- Budowa małej infrastruktury dla seniorów (ławki, poręcze itd.).
- Budowa lokalnego systemu bezpieczeństwa dla osób starszych, niedołężnych w celu

zapewnienia odpowiedniej reakcji w sytuacjach zagrożenia.

Tytuł:	Poprawa jakości powietrza	Numer działania	2.3.1.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.3.Poprawa jakości środowiska naturalnego		
Podmiot realizujący:	Wydział Ochrony Środowiska, Wydział Inwestycji i Remontów		
Rozpoczęcie realizacji:	2015	Zakończenie realizacji:	2022
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Redukcja niskiej emisji w mieście o 10%		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014
Uzasadnienie:			
• Jednym z podstawowych problemów ekologicznych Tarnowskich Gór, po wyeliminowaniu problemu odpadów płynnych, będzie zanieczyszczenie powietrza powstałe przez niską emisję spalin z pieców indywidualnych gospodarstw domowych. • Bardzo wiele obszarów jest systematycznie przyłączanych do ciepła systemowego. Inwestycje w tym zakresie są i będą realizowane w partnerstwie z operatorem ciepła systemowego. Sieć ciepłownicza nie dotrze jednak do każdego gospodarstwa z uwagi na rachunek ekonomiczny. • Konieczne jest podejmowanie działań na rzecz edukacji ekologicznej oraz stworzenie systemu zachęt dla inwestycji w nowoczesne piece grzewcze w domach jednorodzinnych, w których niemożliwe będzie przyłącze do sieci ciepłowniczej.			
Przykładowe zadania:			
• Akcje informacyjne i promocyjne. • Współfinansowanie inwestycji w rozwój sieci. • Pozyskiwanie środków pomocy zewnętrznej na modernizację systemów grzewczych. • Wprowadzenie miejskiego systemu monitoringu zanieczyszczenia powietrza wykrywającego ogniska szczególnej szkodliwości i umożliwiającego karanie za naruszanie przepisów w tym zakresie.			

- Termomodernizacja

Tytuł:	Działania na rzecz likwidacji zagrożeń ekologicznych	Numer działania	2.3.2.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	2. Poprawa jakości życia w Mieście		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	2.3.Poprawa jakości środowiska naturalnego		
Podmiot realizujący:	Koordynacja: Wydział Ochrony Środowiska, współrealizatorzy: Wydział Gospodarki Miejskiej, Wydział Inwestycji i Remontów Straż Miejska, Gospodarka Nieruchomościami		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2022
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Redukcja dzikich składowisk śmieci o 60%		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Znaczne tereny leśne w granicach Tarnowskich Gór są unikatowym zapleczem rekreacyjnym, a ich bliskość staje się ważnym argumentem przemawiającym za osiedlaniem się w Tarnowskich Górach. Są też jednak obszarem szczególnie narażonym na powstawanie nielegalnych wysypisk śmieci.
- Wprowadzenie systemu odbioru śmieci w ramach tzw. Ustawy śmieciowej nie rozwiąże problemu zanieczyszczenia lasów.
- Poważny problem stanowią także składowiska odpadów niebezpiecznych znajdujące się na terenie Miasta w związku z funkcjonowaniem tu niegdyś zakładów przemysłu chemicznego. Problem ten wykracza dalece poza kompetencje władz lokalnych, ale musi stanowić istotny element polityki lokalnej.

Przykładowe zadania:

- Wprowadzenie systemu monitoringu powstawania wysypisk w miejscach do tego nie przeznaczonych.
- Podejmowanie działań zmierzających do rekultywacji terenów po zakładach chemicznych w ramach regionalnych działań rekultywacyjnych.

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Rewitalizacja Parku Miejskiego i terenów zielonych</td><td>Numer działania</td><td>2.3.3.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">2. Poprawa jakości życia w Mieście</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">2.3.Poprawa jakości środowiska naturalnego</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Wydział Ochrony Środowiska</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2016</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2020</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Objęcie działaniami rewitalizacyjnymi łącznie 23 ha terenów zielonych</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Tereny zielone Tarnowskich Gór są jednym z podstawowych atutów miasta w porównaniu do ośrodków miejskich Aglomeracji Górnośląskiej. Niestety, podobnie jak w innych miejscach Śląska, obszary te są często silnie zdegradowane. Lata zaniedbań w tym zakresie, wynikających z innych, pilniejszych potrzeb inwestycyjnych, spowodowały, że obszary zielone utraciły funkcję rekreacyjną.
• Odbudowa tej funkcji jest bardzo istotnym elementem zarówno tworzenia przyjaznego obrazu Miasta względem jego mieszkańców, jak i ważnym elementem w planie poprawy stanu środowiska naturalnego.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Remont infrastruktury parkowej.
• Nowe nasady drzew i krzewów, połączone z wprowadzaniem najbardziej odpowiednich dla warunków lokalnych odmian roślinności.
• Rewitalizacja małej zieleni miejskiej na trawnikach, klombach itd.
• Wprowadzenie systemu nagród dla osób szczególnie dbających o zieleń na swoich działkach.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Promocja walorów Miasta w najbliższym otoczeniu regionalnym</td><td>Numer działania</td><td>3.1.1.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">3.1.Wieloletni plan promocji zewnętrznej Tarnowskich Gór, jako stolicy Białego Śląska</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Zwiększenie liczby turystów jednodniowych o 100% do roku 2022</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Tarnowskie Góry są idealnym miejscem do rozwoju turystyki jednodniowej. Rozwój oferty imprez kulturalnych i rozrywkowych zapewniać będzie ciągłe zainteresowanie ze strony mieszkańców Śląska. Kluczowe znaczenie ma jednak dotarcie z ofertą TG do potencjalnych turystów.
• Mieszkańcy Aglomeracji coraz częściej decydują się na wyjazdy weekendowe poza miejsce zamieszkania. Naturalny jest w tym zakresie kierunek południowy. Celem Strategii w tym obszarze jest pokazanie, iż weekend można bardzo przyjemnie spędzić także w Tarnowskich Górach.
• Oferta weekendowa i jednodniowa powinna być skierowana głównie do osób zainteresowanych niewielką dawką atrakcji turystycznych i spędzeniem reszty wieczoru czy popołudnia w lokalach gastronomicznych lub rozrywkowych.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Promocja wizualna na terenie głównych ośrodków miejskich Aglomeracji, spoty reklamowe w lokalnych rozgłośniach radiowych.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="5">• Udział w targach i imprezach regionalnych</td></tr>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Promocja oferty turystycznej TG skierowanej do szkół z terenu kraju</td><td>Numer działania</td><td>3.1.2.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">3.1.Wieloletni plan promocji zewnętrznej Tarnowskich Gór, jako stolicy Białego Śląska</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Osiągnięcie średniej 100 wycieczek szkolnych rocznie w głównych obiektach turystycznych Miasta</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Niemal wszystkie szkoły w Polsce organizują tzw. zielone szkoły. Ich idea jest jednak skierowana przede wszystkim do dzieci z terenów miejskich, zwłaszcza dużych aglomeracji miejskich. Idea „zielonej szkoły” zakłada wyjazd z miasta na wieś. Idea ta jest jednak nie do końca dopasowana do potrzeb dzieci z terenów wiejskich. Z całą pewnością istnieje liczna grupa dzieci z terenów np. Polski Wschodniej, które odniosłyby większe korzyści edukacyjne i byłyby bardziej zainteresowane spędzeniem czasu np. na poznawaniu historii kopalni zabytkowej.
• Grupa szkolna jest szczególnie atrakcyjna w kontekście potencjału jakie posiadają Tarnowskie Góry (kopalnia i park wodny – ale także inne obiekty). Oferta miasta może spotkać się z zainteresowaniem i dzieci i nauczycieli.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Wspólne działania promocyjne UM, Kopalni, Parku Wodnego oraz wybranych biur podróży (operatorów wycieczek szkolnych). Współtworzenie wspólnej, kilkudniowej oferty i jej promocja.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="5">• Udział w targach</td></tr>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Promocja zagraniczna z głównym naciskiem na rynek niemiecki</td><td>Numer działania</td><td>3.1.3.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">3.1.Wieloletni plan promocji zewnętrznej Tarnowskich Gór, jako stolicy Białego Śląska</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2022</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Wzrost liczby turystów zagranicznych nocujących w Tarnowskich Górach o 50%</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Turystyka sentymentalna ze strony obywateli Niemiec jest wciąż silna na terenie Śląska. Nawet, jeśli pokolenie dawnych mieszkańców Śląska powoli umiera, to ich dzieci wciąż są emocjonalnie związane z tymi terenami.
• Tarnowskie Góry mogą stanowić dobry punkt wypadowy dla turystyki zagranicznej realizowanej autokarowo w trójkącie Opole-Kraków-Częstochowa. Przejęcie choćby nieznacznej części tego ruchu może stanowić ważną szansę rozwojową.
• Już jednak przejęcie części samego tylko ruchu turystyki śląskiej byłoby dużym sukcesem. Z punktu widzenia operatorów jest wszystko jedno czy nocleg ma miejsce w Gliwicach, Katowicach, czy Tarnowskich Górach. Oferta spędzenia wieczoru w przyjemnym, ładnym, bezpiecznym i pełnym ofert gastronomicznych mniejszym mieście może być bardzo atrakcyjna dla starszych Niemców.
• Działania w zakresie promocji zagranicznej należy skoordynować z działaniami promocyjnymi podejmowanymi przez Polską Organizację Turystyczną.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Nawiązanie współpracy z kilkoma niemieckimi burami podróży specjalizującymi się w organizacji wycieczek sentymentalnych na teren Śląska w celu przedstawienia im oferty</td></tr>
</table>

lokalnej.
- Opracowanie specjalnego katalogu dla klientów niemieckich pt. Śląsk z Tarnowskich Gór.

Tytuł:	Działania na rzecz wpisania Miasta na Listę Dziedzictwa Kulturowego UNESCO	Numer działania	3.1.4.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	3.1.Wieloletni plan promocji zewnętrznej Tarnowskich Gór, jako stolicy Białego Śląska		
Podmiot realizujący:	Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2016
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Wpisanie zabytków znajdujących się na terenie TG na listę UNESCO		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Od kilku lat trwają już działania, aby wpisać Zabytkową Kopalnię w Tarnowskich Górach i – ewentualnie – inne obiekty historii przemysłowej na listę UNESCO. Działania w tym zakresie są podejmowane przez czynniki społeczne.
- Wpisanie zabytków na listę UNECSO to nie tylko wielka nobilitacja, ale przede wszystkim ogromna promocja. Zabytki z tej listy znajdują się zawsze na szczycie każdej listy rzeczy wartych zobaczenia w danym kraju. Na świecie rozwija się cały nurt turystyki szlakiem listy UNESCO.

Przykładowe zadania:

- Czynny udział przedstawicieli Władz Miasta w rozmowach z przedstawicielami UNESCO.
- Pomoc pracowników UM w zakresie przygotowania odpowiednich dokumentów aplikacyjnych.

<table>
<tr><td colspan="5">• Współfinansowanie (o ile będzie taka potrzeba) działań niezbędnych do zwiększenia szans na wpisanie Kopalni na listę UNESCO.</td></tr>
<tr><td>Tytuł:</td><td colspan="2">Działania promocyjne skierowane do mieszkańców</td><td>Numer działania</td><td>3.2.1.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:</td><td colspan="3">3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu</td></tr>
<tr><td colspan="2">Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:</td><td colspan="3">3.2.Wypromowanie odpowiedniego obrazu Tarnowskich Gór w oczach mieszkańców</td></tr>
<tr><td colspan="2">Podmiot realizujący:</td><td colspan="3">Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)</td></tr>
<tr><td>Rozpoczęcie realizacji:</td><td>2014</td><td>Zakończenie realizacji:</td><td colspan="2">2017</td></tr>
<tr><td colspan="2">Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:</td><td colspan="3">Znajomość głównych walorów turystycznych Miasta przez minimum 90% mieszkańców</td></tr>
<tr><td>Data zgłoszenia działania do strategii:</td><td>Styczeń 2014</td><td>Data włączenia działania do strategii:</td><td colspan="2">Styczeń 2014</td></tr>
<tr><td colspan="5">Uzasadnienie:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Bardzo ważnym elementem systemu promocji są sami mieszkańcy Miasta. Jeśli mieszkańcy są przekonani o walorach swojej miejscowości i znają podstawowe fakty, to bardzo łatwo potrafią namówić osoby ze swojego otoczenia, nie znające Miasta do jego odwiedzenia. Duma z walorów własnej miejscowości to najlepsza promocja.
• Przekonanie o obiektywnej wartości atrakcji Tarnowskich Gór jest powszechne wyłącznie wśród lokalnych elit. Mieszkańcy często nie zdają sobie sprawę z dużej liczby atrakcji turystycznych oraz z lokalnego dziedzictwa kulturowego.
• Rozpowszechnienie informacji o imprezach kulturalnych czy rozrywkowych wśród mieszkańców jest relatywnie najprostsze, a wiedza ta „metodą pantoflową” może wykraczać poza granice miasta.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Przykładowe zadania:</td></tr>
<tr><td colspan="5">• Organizacja darmowych imprez zaznajamiających mieszkańców z potencjałem turystycznym Miasta.</td></tr>
</table>

- Wydawanie materiałów „czym możemy się pochwalić”.

Tytuł:	Program „Wspieraj Tarnowskie Góry” skierowany do jednostek podległych UM	Numer działania	3.2.2.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	3.2.Wypromowanie odpowiedniego obrazu Tarnowskich Gór w oczach mieszkańców		
Podmiot realizujący:	Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2018
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Powstanie przynajmniej 3 wspólnych projektów		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014

Uzasadnienie:

- Na rzecz budowania obrazu oferty turystycznej Tarnowskich Gór działa wiele podmiotów zależnych i niezależnych od Urzędu Miejskiego. Jak pokazują doświadczenia, działania te nie zawsze są skoordynowane. Promowanie jednej instytucji przez drugą miewa miejsce, ale jest raczej efektem dobrej woli, niż elementem świadomej polityki.
- Działania o charakterze stricte administracyjnym mogą dać bardzo dobre efekty. Władze Lokalne mogą wymóc na podległych im jednostkach przyjęcie skoordynowanego planu promocji wzajemnej.
- Utworzenie wewnętrznego zespołu koordynującego wysiłki promocyjne, który spotykałby się raz na kwartał i skupiał przedstawicieli wszystkich ośrodków koncentracji ruchu turystycznego może dać nadspodziewane efekty.

Przykładowe zadania:

- Utworzenie Zespołu Koordynacji Działań.

- Wydawanie wspólnych materiałów promocyjnych.
- Wprowadzenie obowiązku wspólnej promocji.

Tytuł:	Program edukacji regionalnej dzieci i młodzieży	Numer działania	3.2.3.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:		3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu	
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:		3.2.Wypromowanie odpowiedniego obrazu Tarnowskich Gór w oczach mieszkańców	
Podmiot realizujący:		Wydział Edukacji, Sportu i Turystyki (EK), Biuro Kultury, Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta	
Rozpoczęcie realizacji:	r.sz. 2014/2015	Zakończenie realizacji:	r.sz. 2016/2017
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:		Uzyskanie średniej oceny z testu wiedzy o Tarnowskich Górach na poziomie minimum 70%	
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014
Uzasadnienie:			
• Brak świadomości społecznej o atrakcyjności Miasta najłatwiej zwalczać w systemie edukacyjnym. Uczniowie, zarówno w ramach przedmiotów obowiązkowych, jak i fakultatywnych mogą poszerzać swoją wiedzę o historii Tarnowskich Gór, ale także o ich obecnym życiu codziennym. • Wyrobienie w uczniach dumy z walorów Miasta będzie procentować w przyszłości. Zapewne część z nich będzie studiować w różnych ośrodkach miejskich. Byłoby niezwykle korzystnie, gdyby ich wiedza o walorach oraz entuzjazm przekładały się na chęć pokazania Tarnowskich Gór swoim rówieśnikom z uczelni. • Edukacja osób dorosłych jest zawsze trudniejsza niż młodzieży. Nie można pozwolić, aby obraz zaniedbanego miasta, który być może utrwalił się w oczach części dorosłych był przenoszony na kolejne pokolenie nawet w sytuacji, kiedy miasto jest systematycznie rewitalizowane i zmienia swój obraz diametralnie.			
Przykładowe zadania:			

- Konkursy wiedzy o mieście i regionie

Tytuł:	Utworzenie Zintegrowanego Systemu Informacji i Wizualizacji Miejskiej	Numer działania	3.3.1.
Działanie realizowane w ramach celu strategicznego:	3.Wypromowanie Miasta, jako miejsca atrakcyjnego dla turystów, mieszkańców i biznesu		
Działanie realizowane w ramach celu operacyjnego:	3.3.Stworzenie efektywnego systemu informacji lokalnej		
Podmiot realizujący:	Wydział Strategii, Rozwoju i Promocji Miasta (ST)		
Rozpoczęcie realizacji:	2014	Zakończenie realizacji:	2017
Wskaźnik rezultatu w roku zakończenia realizacji:	Objęcie systemem przynajmniej 12 podmiotów i przynajmniej 100 punktów Miasta		
Data zgłoszenia działania do strategii:	Styczeń 2014	Data włączenia działania do strategii:	Styczeń 2014
Uzasadnienie:			

- Tarnowskie Góry wymagają wprowadzenia zintegrowanego systemu wizualizacyjnego. Pewne stałe cechy graficzne, kolory, kształty, pozwalające od razu odróżnić elementy systemu to podstawa nowoczesnej informacji.
- Tarnowskie Góry mają bardzo ciekawy zestaw kolorów flagi miejskiej – w oparciu o kolor żółty, biały i czarny można stworzyć całą sieć znaków, obiektów, wyróżników, które pozwolą na jasne oznakowanie atrakcji turystycznych, budynków użyteczności publicznej, kierunków itd.
- Ważne jest, aby każdy element infrastruktury miejskiej było podporządkowany przyjętemu kodowi znaków graficznych – począwszy od nazw i numerów ulic, poprzez wejścia do głównych zabytków, po strony Internetowe a nawet wizytówki. Wszystkie te elementy powinny posiadać wspólny wyróżnik.
- Nie należy obawiać się nieobjęcia systemem podmiotów niezależnych – jak uczą doświadczenia wielu miejscowości – każdy podmiot, który zobaczy skuteczność takiego,

wspólnego systemu oznaczeń, będzie chciał z własnej woli i dla własnej korzyści się do niego włączyć. Początek należy do Władz Miasta i podmiotów od nich zależnych. W dalszej kolejności do systemu będą przyłączać inni. Już na etapie tworzenia Strategii zrodził się konsensus przedstawicieli różnych środowisk, co do chęci poddania się takiej unifikacji.
Przykładowe zadania:
• Kluczem do sukcesu jest opracowanie nowoczesnego systemu wizualizacyjnego, konsekwentnego, logicznego i estetycznego. W Polsce działa już wiele firm, które mają doświadczenia z wizualizacją firm i jednostek samorządu terytorialnego. Podstawowym zadaniem jest wybór odpowiedniego kodu. • Wprowadzenie kodu graficznego w instytucjach podległych Urzędowi, mających styczność z turystą. Podstawowy zestaw zawierałby przynajmniej grafikę wejścia do obiektu, znaki kierujące do obiektu, materiały promocyjne, wizytówki, bilety itd. • Powstał w wyniku realizacji projektu Księga Wizualizacji byłaby dostępna dla wszystkich podmiotów, które poprzez nią będą chciały się promować. • Ważnym elementem systemu powinien być wspólny bilet (tzw. combo) do wielu atrakcji turystycznych w mieście. Bilet taki jest niekiedy źródłem informacji o ciekawych miejscach w okolicy.

Przewodniczący Rady Miejskiej

Stanisław KOWOLIK