

INFORMACJA
dotycząca założeń
do
Strategii Rozwoju Miasta – Tarnów 2020

Tarnów, marzec 2011

STRATEGIA ROZWOJU MIASTA – TARNÓW 2020

ZAŁOŻENIA

Aktualizacja strategii – główne przesłanki

Strategia rozwoju miasta jest najważniejszym dokumentem miejskim, definiującym obszary i cele prowadzonej lokalnie polityki rozwoju. Stanowi ona punkt wyjścia dla wszelkiej późniejszej aktywności samorządu, pozwala wykorzystać szanse i możliwości rozwojowe, bazując jednocześnie na mocnych stronach danego ośrodka.

Opracowana pod koniec lat 90-tych ubiegłego wieku, a przyjęta na początku 2000 r. „Strategia Zrównoważonego Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Miasta Tarnowa na lata 2000-2015” była podstawowym dokumentem, określającym cele i główne kierunki rozwoju Tarnowa do 2015 roku. Stanowiła bazę dla szczegółowych dokumentów rozwojowych, opracowanych w późniejszych okresach dla wybranych dziedzin życia miejskiego.

W ciągu mijającego dziesięciolecia szereg zapisanych w strategii celów zostało już zrealizowanych. Miasto rozwija się gospodarczo, systematycznej poprawie ulega jakość życia - tworzone są nowe rozwiązania komunikacyjne, zwiększa się atrakcyjność oferty kulturalnej i rozrywkowej, podniesiony został standard świadczonych usług edukacyjnych. Tarnów stał się także miastem bardziej czystym i ekologicznym.

Biorąc jednak pod uwagę fakt, iż dokument strategii oparty został na uwarunkowaniach z końca 1999 r., istotne zmiany, jakie zaszły od tego czasu zarówno w samym mieście, jak i w jego otoczeniu, powodują, że wiele zapisów tego dokumentu jest już nieaktualnych i nieprzystających do współczesnych wyzwań. Podstawowymi czynnikami determinującymi konieczność aktualizacji przyjętego na początku 2000 r. dokumentu strategicznego są:

- członkostwo Polski w Unii Europejskiej i związane z tym przyjęcie europejskich standardów, regulacji prawnych i priorytetów rozwojowych,
- zachowanie zgodności z nowymi priorytetami i okresami programowania rozwoju kraju i regionu,
- zjawiska obiektywne zachodzące w społeczeństwie (np. wzrost świadomości obywatelskiej, wzrost poczucia tożsamości i identyfikacji się mieszkańców z miastem, zmiany w strukturze wiekowej, ruchy migracyjne, starzenie się społeczeństwa),
- zjawiska obiektywne zachodzące w gospodarce (np. globalizacja, wzrost znaczenia branż innowacyjnych i kreatywnych, zanikanie granic branż, skrócenie cyklu życia wyrobów, rozwój nowoczesnych technologii),
- zjawiska obiektywne zachodzące w sferze usług publicznych (np. New Public Management),
- szerszy wymiar oraz możliwości współpracy i wymiany międzynarodowej.

Wśród nowoczesnych koncepcji zarządzania coraz częściej dają się zauważyć głosy podważające zasadność planowania strategicznego. Podstawą takich stwierdzeń, jest założenie, że współczesna rzeczywistość zmienia się na tyle szybko, że praktycznie każda próba skutecznej antycypacji przyszłych zdarzeń, czyli stanowiących podstawę planowania strategicznego, jest obciążona sporym błędem. Wychodząc z powyższych założeń, formułowana jest alternatywna teza, że to nie strategie są potrzebne, lecz szybkie podejmowanie decyzji.

Rzeczywiście, doświadczenia ostatnich lat wskazują, że dynamika zmian zachodzących w różnych obszarach życia jest znacznie większa niż miało to miejsce jeszcze w drugiej połowie ubiegłego wieku. Dodatkowo, wpływ tych zmian na obszary aktywności samorządu jest coraz silniejszy. Wraz z postępującymi procesami globalizacji, zachodzącymi zmianami geopolitycznymi, rozwojem nowoczesnych technologii i gospodarki opartej na wiedzy, wzrasta siła i liczba czynników oddziałujących na funkcjonowanie samorządów, zmienia się charakter konkurencji, jak i oczekiwania klienta-odbiorcy działań strategicznych.

Współcześnie, tradycyjna definicja strategii, rozumianej „jako długofalowa koncepcja rozwoju, określająca cele i sposoby ich realizacji” jest trudna do utrzymania, jeżeli chodzi o gwarancję skuteczności budowania pozycji rynkowej danej organizacji. Starając się planować strategicznie, organizacje powinny wziąć pod uwagę przede wszystkim takie aspekty, jak: długofalowa unikalność, czynniki, które decydują o przejmowaniu inicjatywy oraz konsekwentnie skupiać się na wyłącznym wyborze przedsięwzięć priorytetowych, kosztem rezygnacji z działań mniej znaczących.

Reasumując, można powiedzieć, że współczesna strategia to pomysł na znaczące wyróżnienie, względnie trwale w długiej perspektywie czasowej, natomiast wszelkie koncepcje rozwoju są strategicznymi tylko w takim stopniu, w jakim tworzą unikalne pozycje rynkowe danej organizacji.

Przygotowując propozycję założeń nowego dokumentu strategicznego przyjęto, że planowanie strategiczne powinno pełnić dwie funkcje:

- uporządkować rozwój,
- odkryć nowe możliwości rozwojowe.

Podstawę działań związanych z „porządkowaniem rozwoju” stanowi właściwy dobór priorytetów. Nie jest to zadanie łatwe, gdyż zwłaszcza w ośrodkach takich jak samorząd, pod presją licznych bieżących potrzeb podejmuje się zbyt często wiele działań, z których wszystkie wydają się konieczne. Tym samym zachodzi skłonność do definiowania zbyt dużej liczby priorytetów, co de facto oznacza ich brak.

Równie ważnym aspektem planowania strategicznego jak „porządkowanie rozwoju”, jest „poszukiwanie nowych możliwości rozwojowych.” Należy zauważyć, że w dzisiejszym otoczeniu standardowe, tradycyjne metody działania nie dają dużych szans na sukces. Wiele strategii nie usiłuje bowiem projektować jakichkolwiek nowatorskich działań i zadowolają się koncepcjami standardowymi, powielającymi rozwiązania sprawdzające się u konkurentów.

Opisane powyżej założenia stanowią podstawę w podejściu zastosowanym przy opracowaniu projektu strategii rozwoju Tarnowa.

W trakcie przeprowadzonego procesu planowania strategicznego dokonano oceny aktualności celów i założeń zawartych w przyjętym w 2000 r. dokumencie strategicznym. Równolegle, przeanalizowano istniejące możliwości rozwojowe miasta oraz dokonano identyfikacji kluczowych zjawisk i trendów oddziałujących na jego rozwój w najbliższym okresie.

Na bazie otrzymanych rezultatów wypracowano wizję miasta w 2020 r. oraz zdefiniowano kierunki polityki rozwoju służące jej realizacji. Powstała lista celów strategicznych i celów operacyjnych, która znalazła swój wyraz w niniejszych założeniach, wskazuje główne obszary aktywności samorządu w ciągu dziesięciu lat.

Należy zauważyć, że zakres proponowanych zmian jest na tyle istotny, że dla zachowania spójności i przejrzystości przyjmowanych celów i realizowanej polityki rozwojowej, wymagał opracowania założeń dla całkowicie nowego dokumentu rozwojowego.

Opracowując nowe założenia strategiczne, bazując na dotychczasowych doświadczeniach związanych z wdrażaniem, uznano także za celową eliminację wszelkich aspektów, utrudniających operacyjną realizację ujętych w tym dokumencie zapisów. Strategia przyjęta w 2000 r. zawiera bowiem 4 obszary kluczowe, w których zaplanowano 18 celów strategicznych I rzędu i 101 celów strategicznych II rzędu. Takie podejście nie było korzystnym rozwiązaniem, gdyż mnogość przyjętych i równorzędnych celów powodowała, że praktycznie każdy obszar aktywności miejskiej można było uznać za strategiczny.

Dlatego też, tworząc założenia do „Strategii Rozwoju Miasta - Tarnów 2020”, przyjęto ograniczenie liczby obszarów i celów operacyjnych do wyłącznie tych uznanych za priorytetowe, i które mają istotny wpływ na realizację proponowanej wizji Tarnowa w 2020 r. Pominięto natomiast tą część obszarów aktywności, w których gmina prowadzi bieżące działania, aczkolwiek ich wpływ na realizację przyjętej wizji rozwoju jest relatywnie niewielki. Nie oznacza to oczywiście, że działania w tych obszarach nie będą prowadzone. Oznacza to jedynie, że nie są one priorytetowe, a więc do 2020 r. nie będą na nich koncentrowane istotne nakłady gminy.

W celu zapewnienia właściwej oceny postępu zaawansowania celów strategicznych, wprowadzony zostanie system monitorowania, wykorzystujący metodologię Balanced Scorecard. Przewiduje się, że monitorowana będzie zarówno rzeczowa realizacja strategii (na podstawie przyjętych wskaźników osiągnięć), jak i jej finansowe zaawansowanie.

Przyjęty okres realizacji strategii, tj. do 2020 roku, jest spójny z okresem programowania rozwoju kraju i województwa. Zachowanie powiązania z polityką regionalną wzmacnia pozycję miasta jako kluczowego partnera lokalnego w realizacji priorytetów wojewódzkich oraz zwiększa możliwości realizacyjne zapisów jego strategii, poprzez lepszą dostępność funduszy zewnętrznych.

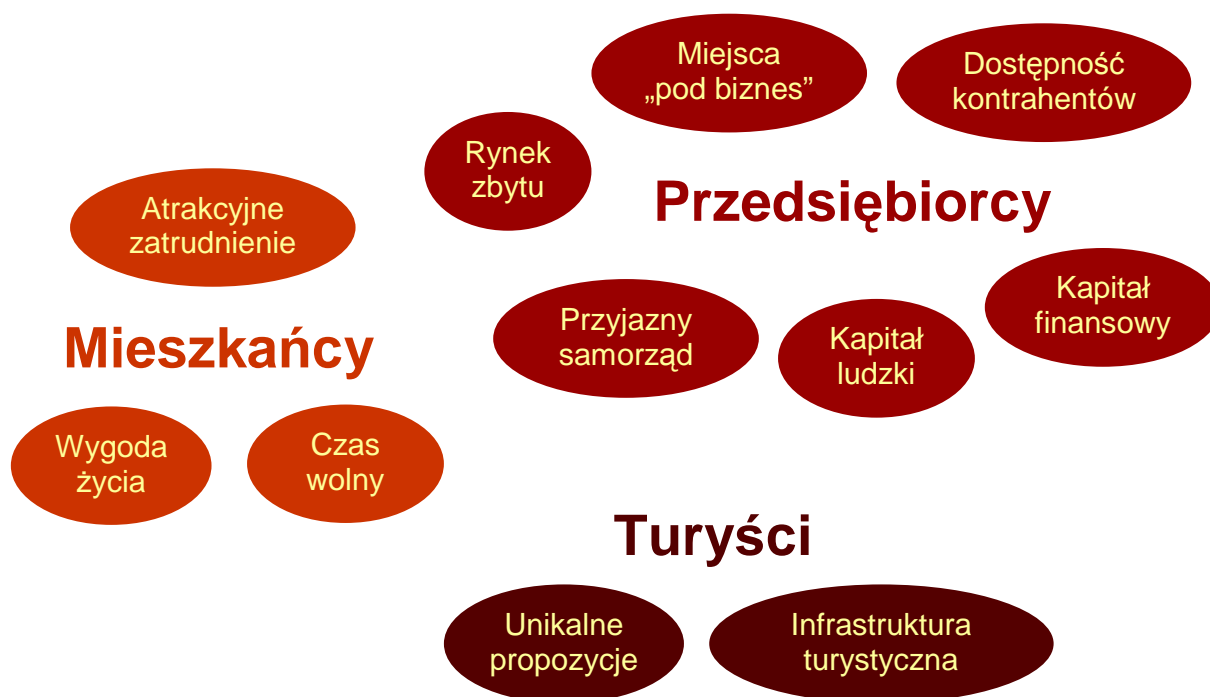
Adresaci działań strategicznych

By skutecznie wzmacniać pozycję miasta w jego otoczeniu, niezbędne jest ciągle poszukiwanie nowych możliwości rozwoju, nowatorskich w stosunku do doświadczeń dotychczasowych, a zarazem wyprzedzających konkurentów.

Współczesne miasta „konkurują” między sobą o trzy grupy odbiorców: mieszkańców, przedsiębiorców i turystów. Każda z tych grup ma różne oczekiwania co do standardu i zakresu usług, jakie w danym miejscu spodziewa się otrzymać. Stopień zaspokojenia tych oczekiwań stanowi

podstawę dla decyzji o wyborze: miejsca życiowego (w przypadku mieszkańców), lokalizacji biznesu (przedsiębiorcy), czy też miejsca czasowej wizyty (turyści).

Na rysunku poniżej przedstawiono poglądowo obszary zainteresowań poszczególnych grup.



Rys. Obszary szczególnego zainteresowania poszczególnych grup - adresatów działań strategicznych.

a) mieszkańcy

Współcześnie o rozwoju danego ośrodka decydują już nie tyle posiadane przez niego zasoby w sensie tradycyjnym (tj. zasoby materialne, tania siła robocza, itp.), co zdolność do przyciągania osób kreatywnych, bogatych w idee i talent, które w obecnym świecie są również magnesem dla lokalizacji biznesu.

Za najważniejszy czynnik przyciągający (lub zatrzymujący) mieszkańców do danego miejsca należy uznać zdolność do uzyskiwania w nim satysfakcjonującego dochodu. Należy jednak zauważyć, że mieszkańcy (obecni i potencjalni) nie są wyłącznie zainteresowani możliwością zatrudnienia jako taką, ale możliwością podjęcia pracy rzucającej wyzwania, gwarantującej osobisty rozwój i relatywnie wysoko płatnej.

Mając gwarancję zaspokojenia oczekiwań finansowych, mieszkańcy zwracają swoją uwagę na grupę czynników, które roboczo można określić jako „wygoda życia”. W sferze tej znajdują się wszelkiego rodzaju usługi gwarantujące komfort przebywania w danym miejscu, jak możliwość kupna/wynajmu mieszkania, dostępność i ceny usług komunalnych, usługi edukacyjne, bezpieczeństwo

i ochrona zdrowia, infrastruktura. W dalszej kolejności w obszarze zainteresowania tej grupy pojawia się atrakcyjność oferty „czasu wolnego”. Jej odpowiednie zróżnicowanie i dopasowanie do potrzeb mieszkańców pozytywnie wyróżnia gminę na tle okolicznych ośrodków.

Jak można zauważyć w chwili obecnej, jak i w najbliższej przyszłości, najsilniejszą „konkurencję o mieszkańca” miasto napotyka i napotykać będzie ze strony okolicznych gmin i ośrodków wojewódzkich takich jak Kraków czy Rzeszów.

W ciągu minionego dziesięciolecia liczba ludności Tarnowa zmniejszyła się o blisko 5000 osób (4,6% populacji). W tym samym okresie łączna liczba ludności w okolicznych gminach uległa zwiększeniu o podobną wartość. Za główny trend spadkowy liczby ludności w Tarnowie od drugiej połowy lat 90-tych odpowiadają:

- migracja do okolicznych gmin (migracja o charakterze osiedleńczym),
- migracja do dużych ośrodków (migracja o charakterze zarobkowym).

Należy zakładać, że zjawiska te mogą utrzymać się do 2020 r. o ile nie zostaną podjęte działania, przewidziane m.in. w proponowanej strategii. Należy uznać je za wysoce niekorzystne, gdyż w pierwszym przypadku migrują z Tarnowa osoby o stopie dochodów większej niż przeciętna, w drugim natomiast ludzie młodzi i przedsiębiorczy, skłonni do podejmowania ryzyka.

Dalsze utrzymanie tego trendu w ciągu najbliższych 10-20 lat skutkowałoby regresem rozwoju Tarnowa, spowodowanym nie tylko mniejszą liczbą mieszkańców, ale też relatywnie szybko i niekorzystną zmianą struktury wiekowej ludności i jej ubożeniem.

Planując cele strategiczne założono, że w efekcie podjętych działań, Tarnów będzie atrakcyjnym miejscem do zamieszkania w południowo-wschodniej Polsce. Ponadto, wzięto pod uwagę fakt, że zakres funkcjonalny Tarnowa w dużej mierze dotyczy także mieszkańców okolicznych gmin. Tym samym, proponowane założenia strategiczne powinny w jak największym stopniu uwzględniać oczekiwania również i tej grupy odbiorców.

b) przedsiębiorcy

Analizując czynniki leżące w obszarach zainteresowania przedsiębiorców, można dostrzec, że nie wszystkie z nich zależne są od działań samorządu. Najbardziej skuteczną interwencją gminy możliwą jest w takich obszarach, jak: „kapitał ludzki”, „przyjazny samorząd” i „miejsca pod biznes”.

W praktyce oznacza to, że samorząd powinien stworzyć warunki do kształcenia wykwalifikowanej siły roboczej, tworzyć warunki wspomagające i upraszczające proces inwestycji lub rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Niezwykle ważnym czynnikiem jest dysponowanie przez gminę odpowiednim miejscem na lokalizację biznesu – pod hasłem „miejsca pod biznes” rozumiane są nie tylko obszary typu greenfield, hale, itp., a więc obszary pod działalność produkcyjną, ale również dostępność atrakcyjnej powierzchni biurowej, gwarantującej lokalizację nowoczesnych usług.

Tworząc aktywne formy wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw (takie jak: fundusze typu strat-up, fundusze poręczeń kredytowych) w pewnym stopniu gmina może także oddziaływać w obszarze określonym jako „kapitał finansowy”.

Należy zaznaczyć, że o „przedsiębiorców” Tarnów konkuruje nie tylko z dużymi okolicznymi ośrodkami, takimi jak Kraków, Rzeszów, Nowy Sącz czy Kielce, ale również z mniejszymi samorządami. W ciągu ostatnich 10 lat dało się bardzo wyraźnie zauważyć rosnącą konkurencję ze strony tych ośrodków, a które w 2000 r. podczas tworzenia strategii rozwoju, w ogóle nie zostały dostrzeżone jako konkurent (np. Niepołomice, Mielec). Należy sądzić, że w najbliższej przyszłości „konkurencja o przedsiębiorcę” ze strony tego typu samorządów zwiększy się.

c) turyści

Grupa ta odgrywa coraz większą rolę w rozwoju gospodarczym poszczególnych obszarów. By o nią jednak skutecznie konkurować, dany obszar musi przede wszystkim dysponować atrakcyjną „unikalną propozycją turystyczną”, zachęcającą do wizyty w danym miejscu.

Propozycja taka może zostać stworzona zarówno przez sektor publiczny, jak i prywatny. Ofercie tej towarzyszyć musi odpowiednio rozwinięta „infrastruktura turystyczna”.

Strategia Rozwoju Miasta – Tarnów 2020 - założenia

W proponowanych założeniach do „Strategii Rozwoju Miasta - Tarnów 2020” przyjęto podejście, zgodnie z którym celem polityki miejskiej będzie z jednej strony wykreowanie miasta, które jest w stanie zapewnić szanse rozwojowe dla współczesnej gospodarki, z drugiej zaś, miasta, które zapewnia swoim mieszkańcom wysoki komfort życia.

Jednocześnie, proponując cele operacyjne i przedsięwzięcia wzięto pod uwagę istniejące możliwości i potencjały rozwojowe, pozwalające skutecznie konkurować z innymi ośrodkami samorządowymi.

Realizacja tych założeń powinna skutkować wzrostem pozycji konkurencyjnej miasta i wypracowaniem jego „unikalnej propozycji ofertowej” dla mieszkańców (obecnych i przyszłych), przedsiębiorców i turystów.

Współcześnie o rozwoju miasta, jego poziomie i tempie decydują ludzie – ich talenty, wiedza, przedsiębiorczość, inicjatywy i własny wysiłek na rzecz poziomu życia. Odnosząc obecnie proponowane założenia do zapisów dokumentu strategicznego przyjętego w 2000 r., można wskazać następujące wyróżniki „Strategii Rozwoju Miasta – Tarnów 2020”:

- ukierunkowanie działań na kapitał ludzki (mieszkańca Tarnowa) i wspieranie aktywności obywatelskiej,
- wykorzystanie naturalnych walorów i wypracowanych cech miasta do osiągnięcia komfortu zamieszkania, funkcjonowania i bezpieczeństwa, czy wreszcie lokowania biznesu,
- efektywne wykorzystanie nowoczesnych technologii i rozwiązań w zakresie: usług ogólnomiejskich, sprawnego zarządzania miastem, programowania rozwoju,
- otwarcie się miasta na oczekiwania i współpracę z mieszkańcami i samorządami sąsiadujących gmin oraz proeuropejską współpracę międzynarodową
- budowanie silnej, subregionalnej, ogólnopolskiej i międzynarodowej marki miasta.

Wizja przyjęta w proponowanej „Strategii Rozwoju Miasta – Tarnów 2020” brzmi:

Tarnów - miasto komfortu i rozwoju, pomnażające bogactwa

Realizacja tak określonej wizji, będzie przebiegała zgodnie z działaniami skoncentrowanymi w trzech obszarach polityki rozwoju:

- 1. Rozwój Gospodarczy**
- 2. Komfort Życia**
- 3. Stolica Subregionu**

Rozwój Gospodarczy

Cel Strategiczny: ***Tarnów - atrakcyjny inwestycyjnie, innowacyjny, wspierający przedsiębiorczość***

Do głównych działań służących realizacji przyjętego celu strategicznego w tym obszarze należy zaliczyć przygotowanie terenów inwestycyjnych. Planowana aktywność dotyczyć będzie przede wszystkim rozbudowy stref aktywności gospodarczej, przygotowania planistycznego nowych terenów inwestycyjnych oraz ich udostępnienie komunikacyjne i infrastrukturalne. Ponadto, w celu poprawy zewnętrznej dostępności miasta, przewidziano aktywność na rzecz wsparcia realizacji krajowych i regionalnych zamierzeń, prowadzących do poprawy standardów oraz rozbudowy infrastruktury drogowej, kolejowej i lotniczej.

Jednym z warunków rozwoju gospodarki jest jej innowacyjność, zdolność wdrażania nowych technologii, transfer wiedzy. Niezwykle istotnym z punktu rozwoju miasta w ciągu najbliższych dziesięciu lat będzie zapewnienie odpowiednich warunków dla rozwoju sektora wysokich technologii, rozwijanie powiązań nauki z biznesem oraz posiadanie wykwalifikowanej i zawodowo mobilnej kadry.

Uwzględniając obecne trendy gospodarcze, priorytetem jest także wspieranie rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, a w szczególności podmiotów kształtujących innowacyjność. Działania przewidziane w zaktualizowanej strategii ukierunkowane zostały na wzmocnienie siły rynkowej podmiotów rodzimych i stworzenie warunków do wzrostu przedsiębiorczości mieszkańców. Za jeden z priorytetów uznano wspieranie i promowanie inicjatyw pobudzających przedsiębiorczość, głównie wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych i wyższych.

Jednym z celów przewidzianych do realizacji w tym obszarze, jest także wypracowywanie wspólnej oferty inwestycyjnej dla całego obszaru aglomeracji tarnowskiej, która byłaby w stanie zaspokoić bardzo zróżnicowane oczekiwania inwestorów, zarówno pod względem dostępu do terenów, jak i kadry oraz infrastruktury. Dlatego też, podejmowane działania ukierunkowane będą na pozyskiwanie inwestorów na podstawie szerokiej, wspólnej oferty aglomeracji tarnowskiej oraz zapewnienie kompleksowej obsługi inwestorów w ramach „Indywidualnego Opiekuna Inwestora”.

Komfort Życia

Cel Strategiczny: **Tarnów - komfortowy, przyjazny dla mieszkańca**

Miasto, które chce odnieść długookresowy sukces gospodarczy, musi umieć stworzyć swoim mieszkańcom dobre warunki życia, pracy, funkcjonowania czy pobytu.

W odróżnieniu od poziomu życia, będącego pojęciem obiektywnym, możliwym do określenia na podstawie niezależnych danych i wskaźników statystycznych, komfort i jakość życia są pojęciami subiektywnymi, bazującymi na osobistych odczuciach mieszkańców. Wysoka jakość życia w mieście powoduje, że ludzie chętnie decydują się w nim mieszkać i pracować, a inwestorzy chętniej podejmują decyzję o ulokowaniu swojej działalności. Wysoka jakość życia oznacza również dumę i zadowolenie ze swojego miasta.

Do najważniejszych wyznaczników jakości życia można zaliczyć m.in. zróżnicowaną ofertę usług, dostępność wysokiej jakości oferty edukacyjnej, bezpieczeństwo, stan środowiska naturalnego, a także atrakcyjną ofertę „czasu wolnego”.

Działania realizowane w ramach tego obszaru zmierzać będą w pierwszej kolejności do stworzenia warunków do aktywizacji społeczności miasta i osobistego rozwoju mieszkańców Tarnowa. Dostrzegając rolę znaczenia tzw. trzeciego sektora (organizacji społecznych, pozarządowych, non-profit) w kształtowaniu życia miejskiego, przyjęty kierunek działań zakłada między innymi wsparcie wzrostu aktywności różnych środowisk, przede wszystkim twórczych oraz wykorzystanie ich różnorodności i potencjału dla budowy silnego wizerunku miasta. W szczególności przewidziano działania promujące osiągnięcia utalentowanych mieszkańców, kreujące postawy twórcze.

W planach rozwoju Tarnowa, oprócz różnorodnych działań w sferze niematerialnej, ważne miejsce zajmuje budowa nowoczesnej infrastruktury społecznej i technicznej, która nie tylko zapewni mieszkańcom wysoką jakość życia, ale i w istotny sposób zwiększa także atrakcyjność inwestycyjną miasta. Przewidziane zamierzenia dążyć będą do podnoszenia standardów bazy edukacyjnej, zwiększania możliwości i warunków spędzania wolnego czasu, podnoszenia estetyki przestrzeni miejskich, zwiększania atrakcyjnych możliwości zamieszkania oraz poprawy warunków poruszania się po mieście.

Bardzo ważnym czynnikiem rozwoju Tarnowa jest wykorzystanie nowoczesnych technologii i rozwój usług informatycznych oraz stworzenie odpowiednich warunków do rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Postępująca „cyfryzacja życia” stawia nowe wyzwania, również te związane z równością szans i powszechną dostępnością nowoczesnych usług. W dużym uproszczeniu, proces budowy społeczeństwa informacyjnego można podzielić na trzy elementy składowe: rozwój infrastruktury, rozwój treści i usług udostępnianych poprzez tę infrastrukturę oraz wiedzę i umiejętności pozwalające na tworzenie, udostępnianie oraz wykorzystywanie informacji i usług elektronicznych.

Założona w strategii aktywność koncentrować się będzie na upowszechnianiu i rozszerzaniu katalogu spraw załatwianych drogą elektroniczną oraz usprawnianiu funkcjonowania administracji publicznej poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii. Przewidziano także działania dążące do eliminacji wykluczenia cyfrowego, spowodowanego brakiem umiejętności posługiwania się komputerem i korzystania z Internetu. W tym celu przewiduje się dalszą informatyzację placówek oświatowych, informatyzację administracji, prowadzenie szkoleń adresowanych do mieszkańców, obejmujących zagadnienia z zakresu podstawowej obsługi komputera i korzystania z Internetu oraz praktycznego wykorzystania Internetu i ICT (technologie informacyjno-komunikacyjne) w pracy i życiu prywatnym.

Kolejny kierunek rozwoju zaplanowany w tym obszarze to przyjazna i bezpieczna komunikacja publiczna. Dla sprawnego funkcjonowania miasta niezbędne są wydajne systemy, umożliwiające przemieszczanie się mieszkańcom. Realizacja tego kierunku polegać będzie na remoncie i rozbudowie sieci drogowej, doskonaleniu systemu zarządzania i sterowania ruchem, usprawnianiu systemu parkingowego poprzez kontynuację programu zwiększenia liczby miejsc postojowych w mieście, w tym również w osiedlach mieszkaniowych.

Działania te, nie są jednak w stanie rozwiązać wszystkich problemów komunikacyjnych miasta dlatego też, uwzględniono aktywność w zakresie podnoszenia atrakcyjności transportu zbiorowego, aby uczynić go bardziej konkurencyjnym wobec samochodów prywatnych, przyczyniając się tym samym do ograniczenia obciążenia układu ulicznego.

W odróżnieniu od strategii uchwalonej w 2000 r. „ekologia” nie stanowi już odrębnego obszaru strategicznego, z racji, że większość zadań i celów została już osiągnięta. Niemniej, ze względu na jej wpływ na warunki życia w mieście, jest ona jednym z głównych kierunków polityki rozwoju ujętych w obszarze „Komfort Życia”.

Kierunki rozwoju w zakresie ochrony środowiska koncentrują się przede wszystkim na działaniach, które sprawią, że miasto będzie bardziej ekologiczne. Ponieważ podstawą ochrony środowiska jest świadomość ekologiczna, poszanowanie i troska o środowisko, prowadzona będzie szeroko rozumiana edukacja ekologiczna. Ponadto, działania skierowane zostaną na promowanie i popularyzację odnawialnych źródeł energii, współpracę międzygminną w zakresie prawidłowej gospodarki odpadami, renowację i powiększenie parków oraz terenów zielonych, a także na podniesienie parametrów energetycznych miejskich budynków.

Ostatnim strategicznym zagadnieniem w obszarze „Komfort Życia” jest podnoszenie poziomu bezpieczeństwa mieszkańców. Poczucie bezpieczeństwa ma ogromne znaczenie, gdyż w mieście, w którym go brakuje, nawet najlepsze usługi czy najwspanialsze centra rozrywkowe nie są w stanie spowodować, by mieszkańcy i goście czuli się naprawdę dobrze. Ten kierunek będzie realizowany przede wszystkim poprzez wspieranie służb odpowiedzialnych za bezpieczeństwo, a także zwiększanie ochrony miasta przed powodzią.

Jednym z priorytetów jest także bezpieczeństwo społeczne, czyli sprawny system opieki społecznej, stwarzanie warunków dla rozwoju rodziny oraz integracji w społeczeństwie osób niepełnosprawnych, a także stwarzanie warunków do rozwoju form opieki długoterminowej.

Stolica Subregionu

Cel Strategiczny: ***Tarnów – centrum usług ponadlokalnych***

Tarnów pełni ważną funkcję regionalną, wynikającą z jego potencjału społecznego i ekonomicznego. Pozycja ta kształtuje określone relacje z otoczeniem w strefie oddziaływania Tarnowa i wpływa bezpośrednio na kierunki jego rozwoju.

Rezultatem występującej w ostatnich latach migracji jest coraz wyraźniej kształtująca się strefa podmiejska z wszystkimi charakterystycznymi dla niej cechami. W związku z tym strategia rozwoju miasta uwzględnia również potrzeby społeczno-ekonomiczne mieszkańców strefy oddziaływania Tarnowa.

Należy zaznaczyć, że kierunki polityki i cele operacyjne zaproponowane w tym obszarze są komplementarne do analogicznych, zaproponowanych we wcześniejszych obszarach i wynikają one w większości z trendów zidentyfikowanych wcześniej i mają na celu wzmocnienie ponadlokalnej pozycji miasta.

Bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na funkcjonowanie i zasięg strefy oddziaływania miasta jest jego oferta edukacyjna, w szczególności szkolnictwo wyższe i ponadgimnazjalne. Należy zaznaczyć, że tarnowskie szkoły cieszą się dużym zainteresowaniem uczniów spoza miasta. Dlatego też, jednym z priorytetów proponowanej strategii jest dalsze podnoszenie jakości kształcenia oraz poszerzanie zakresu usług edukacyjnych. Kontynuowane będą także działania zmierzające do zwiększenia atrakcyjności szkolnictwa wyższego, w szczególności przy wykorzystaniu istniejącego już potencjału szkolnictwa artystycznego.

Równolegle, za istotną uznano także efektywną współpracę ze szkołami i uczelniami wyższymi oraz instytucjami rynku pracy w kierunku dostosowania działalności edukacyjnej pod kątem potrzeb inwestorów. Niezbędne staje się więc wyzwolenie inicjatywy służącej poprawie posiadanych lub uzyskaniu nowych kwalifikacji zawodowych, a także uelastycznieniu systemu kształcenia na wyższych uczelniach.

Starzenie się społeczeństwa oraz dłuższa przeciętna długość życia będzie skutkowało wzrostem zapotrzebowania na usługi profilaktyczne oraz medyczne i opiekuńcze.

Znajdujące się w Tarnowie dwa szpitale oraz zakłady opieki zdrowotnej, świadczące usługi medyczne dla ludności miasta i obszarów otaczających, stanowią ponadlokalne centrum opieki zdrowotnej. Rozwinięciem i uzupełnieniem ich oferty, jest funkcjonowanie podmiotów niepublicznych, zajmujących się opieką zdrowotną, z usług których korzystają licznie mieszkańcy okolicznych gmin i powiatów.

W zaktualizowanej strategii przewidziano rozbudowę dostępnej w mieście oferty medycznej. Ponadto, założono kontynuację działań prozdrowotnych, profilaktycznych oraz promowanie zdrowego stylu życia. Zwrócono szczególną uwagę na pojawiające się zagrożenia cywilizacyjne, a w ich wyniku – spadek odporności na stres oraz brak umiejętności radzenia sobie z problemami życiowymi.

Miarą ponadlokalnej pozycji miasta jest także ranga i ilość odbywających się w nim wydarzeń kulturalnych i sportowych. Z oferty kulturalnej Tarnowa korzystają nie tylko tarnowianie, ponadto występuje silne zainteresowanie tą ofertą ze strony młodego odbiorcy. W projekcie strategii przewiduje się zwiększenie ilości imprez kulturalnych i sportowych, zdolnych przyciągać do Tarnowa zewnętrznego klienta.

Powyższe czynniki wpływają także na atrakcyjność turystyczną miasta, stanowiącą kolejny priorytetowy kierunek działań w tym obszarze. Jednym z głównych zaplanowanych w tym zakresie działań jest podniesienie rozpoznawalności Tarnowa, jako miejsca atrakcyjnego turystycznie. Stąd też wynika konieczność tworzenia koszyka markowych produktów turystycznych, charakterystycznych dla miasta i czyniących je niepowtarzalną atrakcją turystyczną.

Jednocześnie dążyć należy do stałego podnoszenia standardów dostępnej w mieście infrastruktury turystycznej, zarówno prywatnej (w szczególności bazy noclegowej i gastronomicznej), jak i publicznej. W efekcie realizacji założeń strategii przestrzeń miejska powinna być lepiej dostosowana

do potrzeb turystyki – m.in. przewidziano działania mające na celu zapewnienie lepszej informacji turystycznej, lepsze oznakowanie tras turystycznych oraz większe urozmaicenie funkcji centrum miasta.

Niezmiernie ważnym aspektem budującym pozycję miasta i subregionu jest współpraca władz samorządowych i innych podmiotów w zakresie promocji obszaru aglomeracji tarnowskiej, wykorzystania jego potencjału i stworzenia klimatu oraz warunków sprzyjających rozwojowi.

Proponowane w strategii działania zakładają zdecydowane wzmocnienie istniejących powiązań w obszarze aglomeracyjnym. Możliwe to będzie w szczególności poprzez dopasowanie szeroko rozumianych usług społecznych Tarnowa do oczekiwań mieszkańców jego otoczenia, a także lepsze współdziałanie z okolicznymi samorządami.