

STRATEGIA ROZWOJU
MIASTA HAJNÓWKA
NA LATA 2016-2025

STRATEGIA MARKI HAJNÓWKA
- PRZEBIEG PRAC

Hajnówka, 17.05.2016 r.



Strategia Rozwoju
Miasta Hajnówka
na lata 2016-2025

▶ Wieloletni Program Rozwoju Miasta Hajnówka
na lata 2016-2025:

- Strategia Rozwoju Miasta Hajnówka na lata 2016-2025 wraz z załącznikami
- Wykaz priorytetowych zadań inwestycyjnych w zakresie Strategii Rozwoju Miasta Hajnówka na lata 2016-2025

Model pracy

Strategia Rozwoju Miasta Hajnówka na lata 2016-2025 opracowana została w oparciu o **metodę partycypacyjno-ekspertką**, który polegał na zaproszeniu do procesu planowania przedstawicieli branż społeczno-gospodarczych, Radnych Rady Miasta Hajnówka, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pozarządowych funkcjonujących na terenie miasta. Wykorzystane zostały również narzędzia partycypacji społecznej w postaci konsultacji.

Nad pracami czuwał **zespół ekspertów** - konsultantów firmy Synergia Sp. z o.o.

Harmonogram prac – Strategia rozwoju:

- Początek prac: II połowa września 2015 r.
- Powołanie Zespołu ds. opracowania Strategii (Załącznik 1 do Strategii)
- Badania społeczne – ankiety: październik 2015 r.
- Spotkania warsztatowe, konsultacyjne:
 - 29 października 2015 r. - podczas spotkania przeprowadzona została analiza SWOT;
 - 3 listopada 2015 r. – warsztat strategiczny, podczas którego określone zostały wizja miasta Hajnówka na lata obowiązywania *Strategii*;
 - 10 listopada 2015 r. – podczas spotkania wypracowane zostały cele strategiczne;
 - 24 listopada 2015 r. – prezentacja wypracowanych założeń do *Strategii*.
- Konsultacje Strategii wchodzącej w skład Wieloletniego Programu Rozwoju:
15 stycznia 2016 r. - 19 lutego 2016 r.
- Procedura związana ze strategiczną oceną oddziaływania na środowisko: styczeń 2016 r. – do chwili obecnej.

Skład osobowy stałego Zespołu ds. opracowania *Strategii*

Ze strony Urzędu Miasta Hajnówka powstanie dokumentu koordynował **Zespół ds. opracowania *Strategii Rozwoju Miasta Hajnówka na lata 2016-2025*** w składzie:

- Jerzy Sirak – Burmistrz Miasta Hajnówka
- Dr hab. inż. Sławomir Bakier prof. PB – Dziekan Zamiejscowego Wydziału Leśnego Politechniki Białostockiej w Hajnówce, Przewodniczący Zespołu
- Magdalena Chirko - Zastępca kierownika Referatu Polityki Gospodarczej Urzędu Miasta Hajnówka, Koordynator Zespołu
- Walentyna Gorbacz – Naczelnik Wydziału Promocji i Rozwoju Starostwa Powiatowego w Hajnówce
- Jarosław Grygoruk – Sekretarz Gminy Miejskiej Hajnówka
- Jarosław Kot – Prezes Przedsiębiorstwa Usług Komunalnych Sp. z o.o. w Hajnówce
- Witold Kondratiuk - Zakład Stolarstwa Ogólnego - Kon-Stol, reprezentant Cechu Rzemiosł Różnych w Hajnówce
- Eugeniusz Kowalski – Prezes Lokalnej Grupy Działania Puszcza Białowieska
- Alicja Orzechowska – Centrum Wspierania Biznesu w Hajnówce
- Jakub Ostapczuk – Przewodniczący Rady Miasta Hajnówka
- Mirosława Pawłowska – Prezes Stowarzyszenia Uniwersytet Trzeciego Wieku w Hajnówce

Skład zespołu konsultantów firmy Synergia Sp. z o.o. zaangażowanych w prace nad powstaniem dokumentu stanowili:

- Michał Basiński – kierownik projektu
- Agnieszka Caryk – konsultant
- Anna Fedyk – konsultant

Przebieg prac (relacje na www.hainowka.pl)



Przebieg prac c.d.



Przebieg prac c.d.



Czym jest Strategia Rozwoju?

- ▶ *Strategia Rozwoju Miasta Hajnówka na lata 2016-2025* będzie najważniejszym dokumentem samorządowym, który jasno definiuje **cele, obszary i kierunki** polityki rozwojowej miasta w założonym czasie.

Kluczowe pytania:

➔ gdzie jest miasto na ścieżce rozwoju?

➔ **DIAGNOZA**

➔ gdzie miasto powinno być za 10 lat?

➔ **WIZJA**

➔ jak osiągnąć pożądaną stan?

➔ **CELE, ŚRODKI,
METODY, INSTRUMENTY**

Zasadnicze elementy Strategii

- ✓ SYNTETYCZNA DIAGNOZA
- ✓ ANALIZA SWOT
- ✓ MISJA I WIZJA MIASTA
- ✓ CELE STRATEGICZNE (3)
- ✓ CELE OPERACYJNE
- ✓ KIERUNKI DZIAŁAŃ DO CELÓW
- ✓ REKOMENDACJE DZIAŁAŃ NA
NAJBLIŻSZE 3 LATA
- ✓ SYSTEM MONITOROWANIA I
EWALUACJI

Wdrażanie Strategii:

- ❑ Powołanie Zespołu ds. Wdrażania i Monitorowania Strategii
- ❑ Włączenie zadań wdrożeniowych do obowiązków komórek Urzędu Miasta
- ❑ Harmonogram działań w perspektywie 3 letniej
- ❑ Uwzględnienie ww. harmonogramu i przyjętych Celów przy planowaniu budżetu na dany rok i w bieżącej działalności
- ❑ Raporty z realizacji Strategii po zakończeniu każdego okresu 3-letniego wdrażania

Harmonogram prac – Strategia Marki

Hajnówka:

- Początek ścisłych prac: styczeń 2016 r.
- Spotkania warsztatowe:
 - 22-23 lutego 2016 r.
 - 31 marca 2016 r.
- Spotkanie prezentujące efekty prac: 17 maja 2016 r.

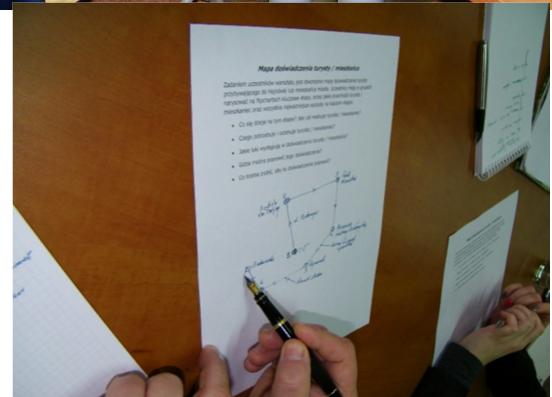
Model pracy

- ▶ Metoda partycypacyjno-ekspercka.
- ✓ Zespół Synergii Sp. z o.o. zaprosił do współpracy - Jacka Pogorzelskiego, uznanego konsultanta w zakresie strategii marketingowej oraz zarządzania marką i doświadczeniem klienta.
- ✓ Ze strony samorządu miasta w warsztatach wzięła udział wąska grupa osób, m.in. organizatorów imprez, osób związanych z turystyką, aktywnie działających ze społecznością i na rzecz miasta.

Przebieg prac warsztatowych, I spotkanie:



c.d.



c.d.



c.d.



Przebieg prac warsztatowych, II spotkanie



c.d.



Cel – pobudzenie rozwoju Hajnówki i regionu

- ▶ Wypracowanie dokumentu: Strategia Marki Hajnówka.
- ▶ Wdrożenie powyższego dokumentu w życie – proces.

Strategia Marki będzie podstawą budowania spójnego, trwałego wizerunku Hajnówki. Strategia Marki Hajnówka będzie obejmować narzędzia służące **budowie przewagi konkurencyjnej miasta i regionu** względem innych miast i regionów oraz **bazujący na najmocniejszych atutach, przemyślany system jego promocji**, w tym kluczowe atrybuty miasta czy system identyfikacji wizualnej, zarówno w długim jak i krótkim okresie czasu.

Strategia Marki Hajnówka – wdrożenie (ważniejsze elementy)

- ▶ Cele i priorytety komunikacyjne i promocyjne
- ▶ Wskazaniu grup docelowych komunikacji marki
- ▶ Koncepcja promocji marki, klimat przekazu
- ▶ Wskazanie narzędzi i technik komunikacji, m.in nowe logo i hasło promocyjne
- ▶ Rekomendacje mediowe
- ▶ Flagowe wydarzenia
- ▶ Zespół ds. wdrożenia Strategii Marki Hajnówka; zakres odpowiedzialności i kompetencji
- ▶ Systematyczny monitoring procesu wdrażania

Strategia Marki Hajnówka - wdrożenie

- ▶ Zapewnienie procesu wdrożenia marki za pomocą odpowiednich narzędzi i instrumentów, w tym promocja Marki – zadanie **samorządu**
- ▶ Zapewnienie odpowiedniego doświadczenia przekazu zawartego w Marce Hajnówka – zadanie pozostałych interesariuszy Marki, w tym w szczególności **sektora biznesu**.



Dziękuję za uwagę.

*Magdalena Chirko
Referat Polityki Gospodarczej
Urząd Miasta Hajnówka*

