


Efektom powyższego rozproszenia kompetencji może być istotnie niższa od potencjalnej efektywność podejmowanych działań w wyniku m.in.:

- Braku kompleksowej wiedzy na temat oferty inwestycyjnej obszaru w jednym miejscu.
- Rozproszenia kapitału ludzkiego pomiędzy instytucjami;
- Konieczności odsyłania interesariuszy pomiędzy instytucjami
- Braku możliwości efektywnego promowania jednego, proinwestycyjnego stanowiska w toku kształtowania programów inwestycyjnych i strategicznych obszaru.

Poniżej zaprezentowane zostały przykłady działających w skali aglomeracyjnej jednostek odnoszących sukcesy w zakresie pozyskiwania inwestycji.

Tabela 7. Przykład dobrych praktyk w pozyskiwaniu inwestycji zagranicznych – Marketing Birmingham

Miasto	Birmingham
Nazwa agencji 	Marketing Birmingham
Geograficzny obszar odpowiedzialności	Miasto Birmingham oraz otaczające miasto regiony Black Country oraz Solihull
Charakterystyka agencji	<ul style="list-style-type: none"> • Działalność w formie partnerstwa publiczno-prywatnego • Fundatorami są miasto Birmingham, Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego oraz ok. 400 przedsiębiorstw działających na lokalnym rynku
Kluczowe kompetencje	<ul style="list-style-type: none"> • Kompleksowy rozwój wizerunku i marketing regionu • Obsługa i pomoc przedsiębiorstwom lokalnym i zagranicznym • Promocja miasta wśród inwestorów i turystów • Organizacja targów, konferencji oraz imprez tematycznych • Szczególny nacisk położony został na promocję regionu kierowaną do wybranych branż: inżynierii, usług dla biznesu, mediów cyfrowych, „life science”, przemysłu spożywczego oraz IT • Kompetencje w zakresie obsługi inwestorów przekazane zostały UK Trade & Investment – brytyjskiemu urzędowi centralnemu
Rezultaty	<ul style="list-style-type: none"> • Podwojenie liczby lokowanych w Birmingham bezpośrednich inwestycji zagranicznych w ciągu 2 lat • 27 inwestycji bezpośrednich przyciągniętych w sezonie 2011/12, 41 inwestycji przyciągniętych w sezonie 2012/13 • Ponad 4 tys. miejsc pracy utworzonych lub uchronionych przed likwidacją w sezonie 2012/13 • Firmy z 15 krajów zainwestowały w Birmingham w sezonie 2012/13 • 33,8 miliona zwiedzających w ciągu roku
Kluczowe czynniki sukcesu miasta - „lessons learned”	<ul style="list-style-type: none"> • Konsolidacja funkcji w zakresie promocji marketingowej oraz inwestycyjnej całego regionu w rękach jednej jednostki • Efektywne zaangażowanie prywatnych przedsiębiorstw • Partnerska współpraca z JST regionu w zakresie działań na rzecz tworzenia oferty inwestycyjnej oraz dogodnych warunków do prowadzenia działalności biznesowej.

Źródło: Opracowanie własne