

Mieczysław ADAMOWICZ*, Magdalena ZWOLIŃSKA-LIGAJ**

**ATRAKCYJNOŚĆ I POTENCJAŁ ROZWOJOWY MIASTA
BIAŁA PODLASKA W OPINII MŁODZIEŻY
STUDIUJĄCEJ KIERUNKI EKONOMICZNE
W PAŃSTWOWEJ SZKOLE WYŻSZEJ W BIAŁEJ PODLASKIEJ**

**THE ATTRACTIVENESS AND DEVELOPMENT POTENTIAL
OF THE CITY OF BIAŁA PODLASKA
IN THE OPINIONS OF STUDENTS OF ECONOMICS
AT POPE JOHN PAUL II STATE COLLEGE IN BIAŁA PODLASKA**

NR DOI: 10.25167/sm2018.032.07 s. 99–111

ABSTRAKT: Przedmiotem pracy jest ocena atrakcyjności i potencjału rozwojowego Białej Podlaskiej w świetle opinii studentów kierunków ekonomicznych Państwowej Szkoły Wyższej w Białej Podlaskiej. W części teoretycznej pracy przedstawiono zagadnienie atrakcyjności i potencjału rozwojowego. Część empiryczna jest wynikiem sondażu diagnostycznego przeprowadzonego na zbiorowości 316 studentów. Ocena potencjału rozwojowego i funkcjonowania miasta prowadzona była przez studentów z uwzględnieniem potrzeb młodzieży studiującej, mieszkańców, przedsiębiorców i turystów. Badania wykazały, że respondenci dobrze oceniają szanse dla miasta w rozwoju edukacji, handlu i sektora transportu, spedycji i logistyki. Miasto utraciło wcześniej dobrze rozwinięte funkcje przemysłowe.

SŁOWA KLUCZOWE: atrakcyjność miasta, funkcjonowanie miasta, potencjał rozwojowy miasta, Biała Podlaska

ABSTRACT: The study deals with evaluation of the attractiveness and development potential of the City of Biała Podlaska in the opinions of students of economics at the State College in Biała Podlaska. The work contains a theoretical part which presents issues of attractiveness and development potential, as well as an empirical part based on the results of a diagnostic survey carried out among 316 students of the economics major. The assessment of the development potential and functioning of the city was carried out by students, taking into account the needs of young people studying at the College, inhabitants, entrepreneurs and tourists. Research has shown that the respondents were able to rightly assess the chances for the city in the development of education, trade and transport, logistics and shipping. It has also confirmed the fact that the city has lost its well-developed industrial functions.

KEY WORDS: attractiveness of cities, functioning of cities, development potential of cities, Biała Podlaska

* Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Katedra Ekonomii i Zarządzania, e-mail: adamowicz.mieczyslaw@gmail.com

** Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Katedra Ekonomii i Zarządzania, e-mail: m.zwolinska-ligaj@dydaktyka.pswbp.pl

Wprowadzenie

Miasta są jednostkami osadniczymi, w których aktualnie zamieszkuje ponad połowa ludności świata. W krajach wysoko rozwiniętych miasta skupiają zdecydowanie większą część ludności, działalności gospodarczej i życia społecznego. W styczniu 2017 r. 923 miasta w Polsce zamieszkiwało ok. 62% ludności naszego kraju. Niespełna 40 miast polskich można było zaliczyć do miast dużych, liczących 100 tys. i więcej mieszkańców, 72 miasta miały od 40 do 100 tys. mieszkańców. W tej grupie znajduje się miasto Biała Podlaska, w której w styczniu 2017 r. zamieszkiwało 57,3 tys. ludności. W 2017 r. tylko siedem miast posiadało ponad 400 tys. mieszkańców, a miast o populacji nieprzekraczającej 10 tys. mieszkańców było 514.

W większości miast w Polsce obserwuje się zjawisko depopulacji, której skala jest silnie zróżnicowana. Ubytek ludności jest niekorzystny dla miast, ogranicza bowiem ich potencjał rozwojowy i wpływa na pogorszenie ich wizerunku. Jest to jeden z problemów, który miasta uwzględniają w prowadzonej działalności marketingowej. Chcąc utrzymać mieszkańców i przyciągnąć przedsiębiorców, turystów oraz młodzież studiującą, miasta podejmują działalność zwiększającą ich atrakcyjność dla różnych grup interesariuszy, zarówno lokalnych – mieszkańców i przedsiębiorców, jak i zewnętrznych, z otoczenia lokalnego, regionalnego, krajowego czy zagranicznego.

Miasta, w których funkcjonują uczelnie wyższe, w budowaniu swojego wizerunku powinny zwracać szczególną uwagę na studiującą w nich młodzież, gdyż jest to grupa, która dość szybko może rozpowszechnić wiedzę o mieście daleko poza jego granice, a także może stanowić wkrótce innowacyjny segment lokalnej społeczności kształtującej praktycznie procesy rozwojowe w mieście. Zamierzeniem autorów było zatem spojrzenie na stan i perspektywy rozwoju miasta Biała Podlaska z perspektywy studiującej młodzieży w jednej z dwóch publicznych uczelni funkcjonujących w tym mieście.

Celem pracy jest próba określenia potencjału rozwojowego miasta Biała Podlaska i jego elementów w świetle opinii studentów kierunków ekonomicznych studiujących w Państwowej Szkole Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej. W badaniu, na podstawie opinii studentów, podjęto próbę określenia atrakcyjności miasta w odniesieniu do czterech grup interesariuszy: studentów, przedsiębiorców, turystów i mieszkańców.

Rozwój gospodarczy polskich miast jest przedmiotem analizy i oceny przeprowadzanej przez Instytut Rozwoju Miast (IRM) w Krakowie. Obszerna ocena została przeprowadzona w latach 2016 i 2017. Raport o stanie polskich miast 2016 (Dej (red.) 2016) wskazuje na pięć głównych kierunków działań zawartych w *Krajowej Polityce Miejskiej 2023 (Krajowa Polityka... 2015, s. 7)*. Należą do nich:

1. wsparcie wykorzystania lokalnego potencjału i pozyskiwania inwestorów oraz promowania innowacyjności;
2. rozwój kapitału ludzkiego;
3. promowanie i wspieranie przedsiębiorczości;
4. ułatwienia na rzecz planowania i promowania inwestycji;
5. podnoszenie atrakcyjności miast.

Analiza tych działań została przeprowadzona dla czterech grup miast: miast wojewódzkich, miast regionalnych¹, miast subregionalnych i miast lokalnych. Obserwacja praktyki miejskiej w raporcie przebiegła dwutorowo. Z jednej strony monitorowano kondycję gospodarczą miast z uwzględnieniem ich rangi w systemie osadniczym i zrównoważenia regionalnego wybranych zjawisk. Z drugiej zaś strony dokonano szczegółowej analizy takich zagadnień jak: przedsiębiorczość i rynek pracy, funkcje i specjalizacja ośrodków miejskich, zaawansowanie technologiczne lokalnych przedsiębiorstw i stopień wsparcia lokalnych gospodarek opartych na wiedzy, a także działania proinwestycyjne władz lokalnych, w tym tworzenie stref inwestycyjnych. Krajowa Polityka Miejska skupia się na celu, jakim jest miasto sprawne, konkurencyjne i silne, akcentuje innowacyjność ośrodków miejskich, rolę lokalnych specjalizacji i potrzebę ich wzmocnienia. Zwraca się w niej uwagę na powiązanie przemysłu z nauką poprzez tworzenie parków technologicznych, podkreśla się potrzebę promowania postaw przedsiębiorczych i wspierania przedsiębiorców przy rozpoczynaniu działalności, a także planowania inwestycji przez władze lokalne i podnoszenia atrakcyjności miasta przez odpowiednią politykę proinwestycyjną (Dej (red.) 2016, s. 7). Za najważniejsze kategorie określające potencjał ekonomiczny miasta uznano: całkowitą liczbę pracujących w mieście, całkowitą liczbę firm, liczbę podmiotów *high-tech*, liczbę stref inwestycyjnych oraz całkowitą liczbę ludności poszczególnych miast.

W przypadku miast średniej wielkości, do których należy Biała Podlaska, jak zauważa P. Śleszyński (2018, s. 10–11), problemami są obniżanie się ich atrakcyjności jako miejsca do życia i masowy odpływ młodych ludzi. Przyczyną tej sytuacji jest, zdaniem autora, nie tylko ograniczony dostęp do dóbr i usług, ale także peryferyjna rola w mentalnej mapie Polaków.

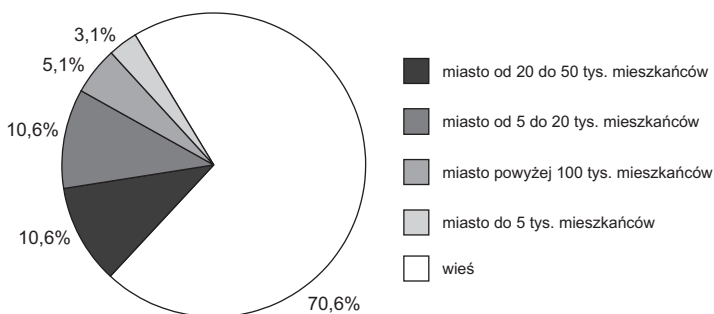
Materiał i metoda badań

W ramach realizacji celu pracy przeprowadzono badania empiryczne metodą sondażu diagnostycznego wśród młodzieży studiującej kierunku ekonomiczne: ekonomię, finanse i rachunkowość oraz zarządzanie na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Technicznych Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej. Badanie przeprowadzono przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety elektronicznej w okresie od 7 do 30 marca 2017 r. W badaniu wzięło udział 316 studentów, z czego 50,2% stanowili studenci kierunku finanse i rachunkowość, 28,8% studenci kierunku ekonomia i 21% studenci zarządzania. W badanej grupie dominowali studenci studiów pierwszego stopnia, którzy stanowili 81,7% całej próby badawczej. Pozostałą część stanowili słuchacze studiów drugiego stopnia kierunku Ekonomia. W próbie badawczej największy udział mieli studenci I i II roku studiów (w tym pierwszego i drugiego

¹ Niebędące stolicami województw i liczące przeważnie od 100 do 300 tys. mieszkańców: Częstochowa, Radom, Bielsko-Biała, Rybnik, Płock, Elbląg, Wałbrzych, Włocławek, Tarnów, Kalisz z Ostrowem Wielkopolskim, Koszalin, Legnica, Grudziądz, Słupsk (Uchwała nr 239 Rady Ministrów..., za: Dej (red.) 2016, s. 12).

stopnia) – odpowiednio – 34,0% i 37,5%. Studiujący na III roku studiów stanowili 28,6% badanych. W grupie studentów studiów drugiego stopnia 43,9% stanowili studiujący na pierwszym roku studiów. Próbę tworzyły w przeważającym udziale kobiety (70,7%). Studenci będący mieszkańcami miasta Biała Podlaska tworzyli jedynie 24,8% badanej grupy. Pozostali dojeżdżali codziennie na zajęcia (39,7%) lub zamieszkali na terenie miasta na czas studiów (35,6%).

Stale miejsce zamieszkania ponad połowy (55,3%) badanych w grupie dojeżdżających codziennie na zajęcia i przyjezdnych na czas studiów znajdowało się w odległości powyżej 25 km od Białej Podlaskiej. Największy udział w próbie mieli studenci mieszkający na wsi oraz w miastach liczących od 5 do 50 tys. mieszkańców (ryc. 1).



Ryc. 1. Struktura próby badawczej według stałego miejsca zamieszkania

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

Atrakcyjność i potencjał rozwojowy miasta

Atrakcyjność miasta można zdefiniować jako zespół jego cech i właściwości budzących zainteresowanie i uznanie jego użytkowników i interesariuszy. Kluczowe znaczenie dla rozwoju miasta ma atrakcyjność dla mieszkańców, dla przedsiębiorców i dla turystów. Specjalną grupę interesariuszy stanowi młodzież akademicka. Miasto atrakcyjne to miasto przyjazne ludziom, oferujące atrakcyjne warunki zatrudnienia, bezpieczne, oferujące możliwości rekreacji i rozrywki oraz zapewniające ogólny porządek i estetykę.

Atrakcyjność turystyczna to właściwość obszaru lub miejscowości wynikająca z zespołu cech przyrodniczych i antropogenicznych, która decyduje o zainteresowaniu turystów danym miejscem. O poziomie atrakcyjności turystycznej miasta decydują walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz dostępność komunikacyjna. Miasto jest atrakcyjne, jeśli posiada atrakcje turystyczne przyciągające turystów.

Atrakcyjność miasta dla biznesu zawiera zestaw warunków i czynników umożliwiających i ułatwiających działalność gospodarczą. Przedsiębiorcy poszukują w mieście: niskich kosztów prowadzenia działalności gospodarczej, niskich i stabilnych podatków i opłat, ograniczenia barier administracyjnych, zapewnienia dalekosiężnej perspektywy

działalności. Inwestorzy zewnętrzni (zagraniczni) oczekują od miast: dostępu do nowoczesnej infrastruktury, usług społecznych i kulturowych, ulg podatkowych, korzystnego otoczenia biznesowego itp.

Dla młodzieży akademickiej ważnym elementem atrakcyjności jest prestiż i warunki studiowania, jakie tworzą uczelnie, ale także oferta kulturalna, sportowa, rekreacyjna, dostępność usług komunikacji.

Budowanie potencjału rozwojowego miasta wymaga opracowania odpowiednich strategii wzmacniających tożsamość miasta i jego atrakcyjność dla poszczególnych grup interesariuszy. Ważne znaczenie w budowaniu takich strategii ma zwracanie uwagi nie tylko na tzw. twarde czynniki przyciągające nowy biznes, turystów i studentów, ale także na czynniki miękkie o charakterze niematerialnym, w tym: klimat dla biznesu, korzyści sąsiedztwa, współpraca z ośrodkami naukowo-badawczymi, poziom usług kulturalnych, warunki spędzania wolnego czasu.

Badania przeprowadzone nad czynnikami lokalizacji głównych przedsiębiorstw europejskich prowadzących działalność gospodarczą w Europie w latach 2001–2009 wskazują na istotność takich elementów jak: dostęp do rynków i klientów, dostępność wykwalifikowanych pracowników, jakość usług telekomunikacyjnych, krajowe i międzynarodowe połączenia transportowe. Istotne znaczenie przypisywano także kosztom pracy, kosztom wynajmu powierzchni biurowych i innym czynnikom, takim jak: klimat inwestycyjny, stosunek władz lokalnych, polityka podatkowa i efektywność komunikacji miejskiej, jakość życia oraz brak zanieczyszczeń w mieście (Rutkowska-Gurak 2011a, s. 123).

Miasta różnej wielkości zabiegają o wzmacnianie swojej konkurencyjności i budowanie potencjału rozwojowego. Porównania miast w tym zakresie powinny być dokonywane w obrębie poszczególnych klas wielkości, gdyż podstawowym czynnikiem konkurencyjności i potencjału rozwojowego jest wielkość miast. Metodyka badania pomiaru potencjału rozwojowego polskich miast przygotowana przez PricewaterhouseCoopers (PwC) dla okresu 2004–2010 zakłada, że dla harmonijnego rozwoju miasta niezbędne jest posiadanie siedmiu zasobów, umownie nazwanych kapitałami (Wach-Grzybowska 2014, s. 165–166):

- Kapitał źródeł finansowania (KZF) określa, w jakim stopniu miasto jest w stanie znaleźć środki pieniężne niezbędne do finansowania rozwoju;
- Kapitał atrakcyjności inwestycyjnej (KAI) mówi o tym, jak silnym magnesem jest miasto w zakresie przyciągania inwestorów, zarówno zagranicznych, jak i krajowych;
- Kapitał kultury i wizerunku (KKW) pokazuje, w jaki sposób miasto jest postrzegane – czy jako miejsce interesujące i atrakcyjne, czy jako kulturowa pustynia. Im lepszy wizerunek, tym łatwiej przyciągnąć do miasta inwestorów i pobudzić aktywność mieszkańców;
- Kapitał ludzki i społeczny (KLS) określa jakość zasobów ludzkich, którymi dysponuje miasto. Uwzględnia się tu wiedzę i kwalifikacje pracowników, strukturę demograficzną oraz aktywność społeczną mieszkańców;

– Kapitał jakości życia (KJŻ) mówi, jakie warunki życia i pracy oferuje miasto. Na ten kapitał składają się: stan środowiska naturalnego, poziom opieki zdrowotnej, jakość instytucji edukacyjnych oraz poczucie bezpieczeństwa;

– Kapitał techniczny i infrastrukturalny (KTI) określa szeroko rozumianą infrastrukturę, którą posiada miasto: zasoby mieszkaniowe, drogi, środki transportu, ale również centra handlowe, bankomaty i dostęp do Internetu;

– Kapitał instytucjonalno-demokratyczny (KID) pokazuje sprawność funkcjonowania instytucji miejskich oraz obserwowaną aktywność społeczeństwa obywatelskiego.

Dotychczas wydano trzy raporty przedstawiające szanse rozwojowe polskich metropolii (*Raport o polskich...* 2007; 2011; 2015). Wyniki badań wskazują jednoznacznie, że liderem w budowaniu wszystkich kapitałów rozwojowych jest Warszawa, a drugą pozycję w rankingu w każdym badaniu zajmował Wrocław. Metoda zastosowana do badania potencjału rozwojowego metropolii może być, chociaż z pewnymi ograniczeniami, zastosowana również do określenia potencjału rozwojowego mniejszych miast czy miast różnej klasy wielkości w układach regionalnych.

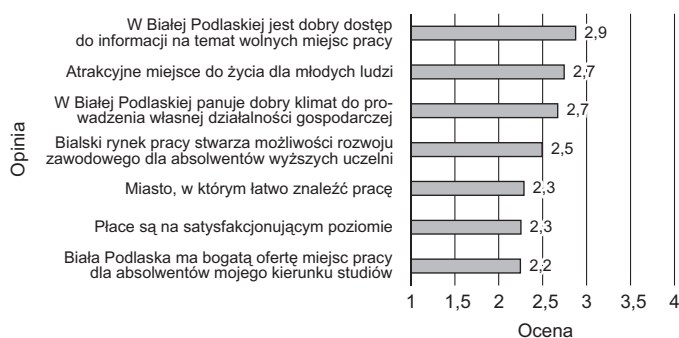
Potencjał rozwojowy miasta Biała Podlaska

Biała Podlaska jako jedno z miast subregionalnych była uwzględniona w raporcie z 2016 r. i lokowała się na ogół w środkowych przedziałach przyjmowanych w analizie wskaźników. Miasto było też uwzględnione w badaniu Forbesa przeprowadzonym w 2016 r. dotyczącym konkurencyjności polskich miast. W grupie miast od 50 do 100 tys. mieszkańców zajęła czwarte miejsce po takich miastach jak: Piaseczno i Pruszków – miastach położonych w sąsiedztwie Warszawy – oraz Przemyśl. Kryterium tego rankingu był wskaźnik liczby firm nowych² przypadających na 1000 mieszkańców. Białą Podlaską można zatem zaliczyć do miast wyróżniających się pod względem badanego kryterium. Bardziej precyzyjne rozeznanie potencjału rozwojowego miasta podjęto w badaniu, którego wyniki prezentuje niniejsza praca.

Respondenci dokonali oceny wybranych elementów składających się na ocenę potencjału ekonomicznego miasta z perspektywy absolwenta kierunku ekonomicznego poszukującego zatrudnienia po ukończeniu studiów. Analizowano sytuację na rynku pracy i warunki rozwoju przedsiębiorczości. Nieco powyżej średniej oceniono system informacji o rynku pracy oraz klimat do inwestowania i do prowadzenia działalności gospodarczej (zob. Bończak-Kucharczyk, Herbst, Chmura 1998). Aktualnie cechy rynku pracy nie są pomyślne, na co zwracają uwagę niskie wskaźniki pokazane na ryc. 2. Wskazują one, że studenci oceniają przeciętnie perspektywy znalezienia zatrudnienia, w szczególności zgodnego z profilem studiów i wiążącego się z satysfakcjonującym wynagrodzeniem. Stosunkowo lepiej oceniona została dostępność informacji na temat wolnych miejsc pracy. Ogólnie badani studenci postrzegali miasto jako raczej przecięt-

² Od liczby rejestracji nowych przedsiębiorstw w Rejestrze Przedsiębiorców KRS odjęto liczbę upadłości i wykreśleń z KRS w badanym okresie.

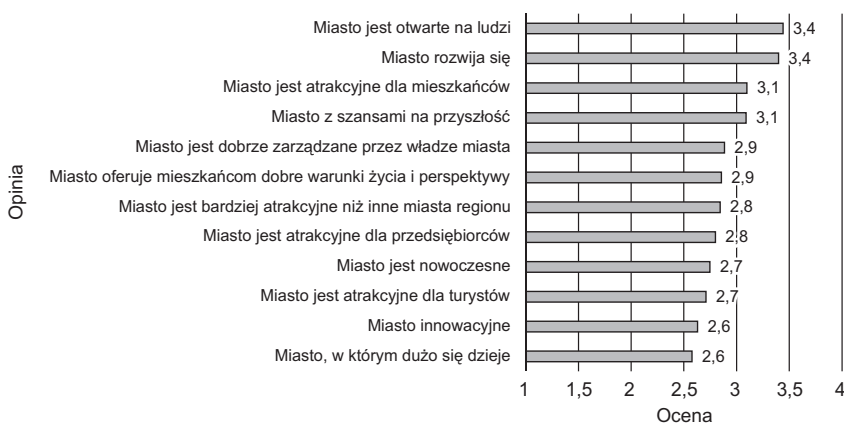
nie atrakcyjne miejsce życia dla młodych ludzi. Podobnie oceniali jego potencjał pod względem możliwości uruchomienia własnej działalności gospodarczej (ryc. 2).



Ryc. 2. Opinie studentów kierunków ekonomicznych na temat miasta Biała Podlaska. Ocena w skali 1–5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 – „zdecydowanie się zgadzam”.

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

Z perspektywy badanych miasto jest postrzegane raczej jako otwarte na ludzi i rozwijające się, stwarzające warunki rozwoju mieszkańcom (wskaźnik ocen powyżej 3). W opinii badanych Biała Podlaska nie należy jednak do miast innowacyjnych, nowoczesnych i tętniących życiem i nie wyróżnia się na tle innych miast regionu. Nie jest także szczególnie atrakcyjne dla przedsiębiorców i turystów. Wskaźniki oceny tych kryteriów kształtują się poniżej 3. Podobnie kształtuje się ocena sposobu zarządzania miastem i perspektywy na lepsze życie w mieście (ryc. 3).



Ryc. 3. Opinie studentów na temat wybranych cech Białej Podlaskiej. Ocena w skali 1–5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 – „zdecydowanie się zgadzam”

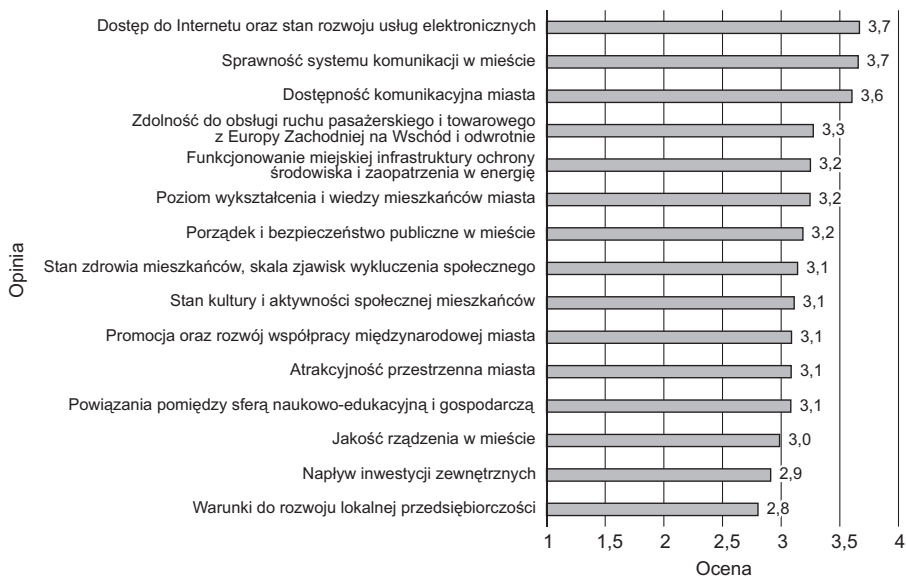
Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

Ocena funkcjonowania miasta

W ocenie funkcjonowania miasta zwracano uwagę na: usługi publiczne, układ przestrzenny, powiązania instytucjonalne wewnętrzne i zewnętrzne oraz jakość zarządzania. Większość ocen odnoszących się do wymienionych kryteriów kształtuje się powyżej 3 w skali od 1 do 5 punktów.

Biorąc pod uwagę wybrane, szczegółowe aspekty funkcjonowania miasta, badani studenci wyróżnili sprawność systemu komunikacji w mieście oraz dostępność Internetu i stan rozwoju usług elektronicznych. Spośród 15 ocenianych wymiarów funkcjonowania miasta najwyższe oceny zostały przyznane dla dostępności i sprawności komunikacyjnej miasta oraz dostępu do usług elektronicznych (wskaźnik 3,6–3,7). Słabe oceny formułowano w odniesieniu do usług społecznych w zakresie edukacji, zdrowia oraz porządku i bezpieczeństwa publicznego (oceny 3,2–3,3). Pozostałe sfery funkcjonowania miasta – dotyczące jego gospodarki, aspektów społeczno-kulturowych, przestrzennych i instytucjonalnych – oceniono nieznacznie ponadprzeciętnie. Odnotować należy przy tym, że najniżej oceniono warunki rozwoju lokalnej przedsiębiorczości i napływ inwestycji zagranicznych (ryc. 4).

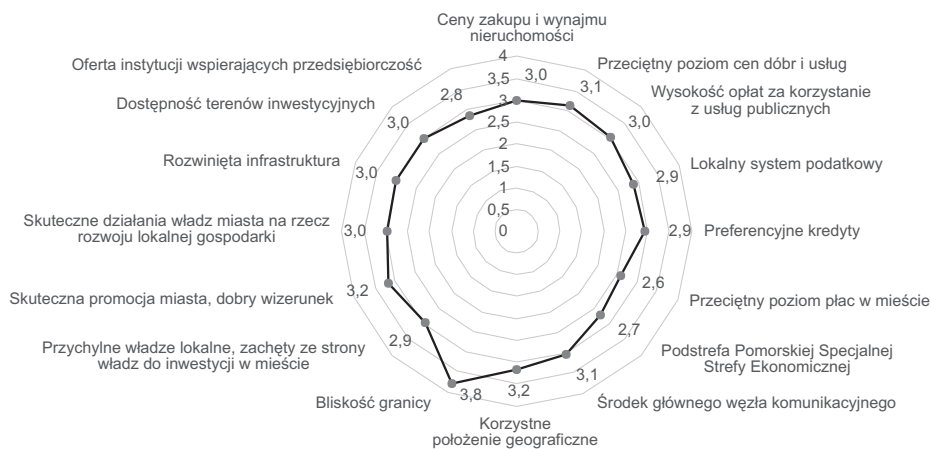
Ważnym elementem badania była ocena atrakcyjności miasta pod względem czynników rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Wyniki tego badania pokazuje ryc. 6. Respondenci za czynnik pozytywnie wpływający na możliwości rozwoju lokalnej przedsiębiorczości uznali szczególnie przygraniczne położenie miasta oraz dostępność



Ryc. 4. Opinie badanych studentów na temat funkcjonowania miasta Biała Podlaska. Ocena w skali 1–5, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, a 5 – bardzo wysoką

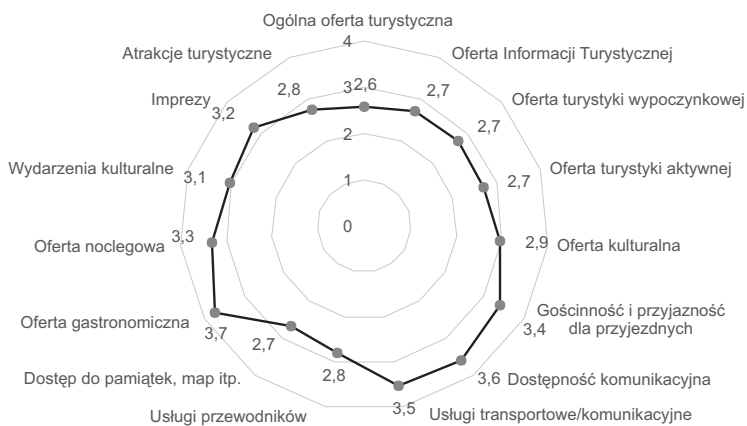
Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

ważnych szlaków komunikacyjnych. Pozostałe czynniki zostały ocenione jako przeciętnie atrakcyjne z punktu widzenia warunków rozwoju działalności gospodarczej. Na tle wszystkich ocenianych uwarunkowań najmniej atrakcyjne warunki związane były z niewielką siłą nabywczą mieszkańców, na co wpływa głównie niski poziom przeciętnych płac w mieście. Badani studenci nie dostrzegali też znaczenia istnienia Podstrefy Pomorskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej dla zwiększenia atrakcyjności prowadzenia działalności gospodarczej na terenie miasta (ryc. 5).



Ryc. 5. Ocena atrakcyjności miasta Biała Podlaska w zakresie wybranych uwarunkowań lokalnej przedsiębiorczości. Ocena w skali 1–5, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, a 5 – bardzo wysoką

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.



Ryc. 6. Ocena atrakcyjności miasta Biała Podlaska w zakresie wybranych elementów oferty turystycznej. Ocena w skali 1–5, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, a 5 – bardzo wysoką

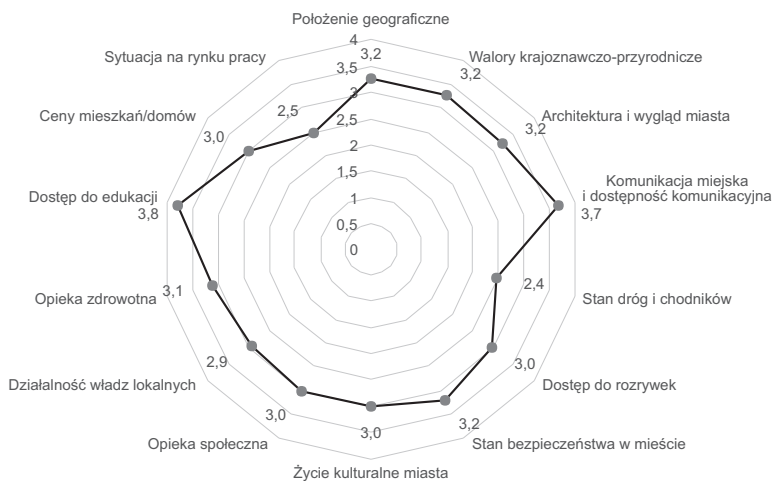
Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

Pod względem atrakcyjności oferty turystycznej miasto Biała Podlaska ocenione zostało raczej przeciętnie. Badani wyróżnili takie aspekty funkcjonowania miasta istotne z perspektywy turystów jak: oferta gastronomiczna, usługi transportowe, a także dostępność komunikacyjną miasta oraz gościnność mieszkańców i ich przyjazność dla przyjezdnych. Atrakcyjność turystyczną miasta obniżają ograniczony dostęp do pamiętek, map oraz do usług przewodników (ryc. 6).

Atrakcyjność miasta dla mieszkańców

Uwzględniając uwarunkowania określające atrakcyjność miasta Biała Podlaska z perspektywy studenta jako potencjalnego mieszkańca lub mieszkanki, do czynników pozytywnie wpływających na ogólną atrakcyjność miasta w badanym obszarze zaliczyć należy dostępność edukacji oraz funkcjonowanie komunikacji miejskiej, a także dostępność komunikacyjną miasta. Dla miasta ma to istotne znaczenie, gdyż posiada rozwinięty sektor transportu towarowego. Do obszarów najniżej ocenionych należały warunki ekonomiczne – sytuacja na lokalnym rynku pracy, oraz infrastrukturalne – stan dróg i chodników w mieście. Ogólnie atrakcyjność miasta z punktu widzenia warunków życia mieszkańców została oceniona przez badanych jako przeciętna (ryc. 7).

Wśród dziedzin stanowiących szanse rozwoju gospodarki miasta Biała Podlaska respondenci dostrzegali: edukację, handel, sektor transportu, spedycji i logistyki. Stosunkowo dobrze oceniono działalność w zakresie rozrywki i kultury. Niewielkie możliwości badani upatrywali w rozwoju turystyki, usług finansowych i mieszkalnych. Nisko ocenione są potencjały rozwoju przemysłowego, badań naukowych oraz usług

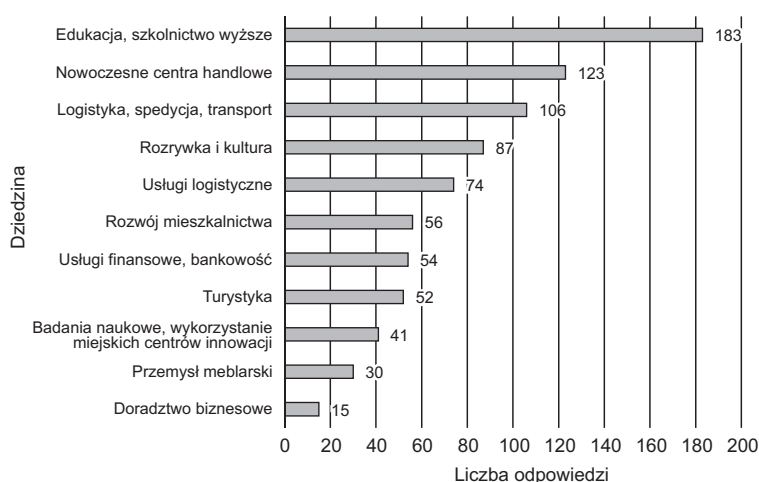


Ryc. 7. Ocena atrakcyjności miasta Biała Podlaska w zakresie wybranych czynników istotnych z punktu widzenia warunków życia mieszkańców. Ocena w skali 1–5, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, a 5 – bardzo wysoką

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

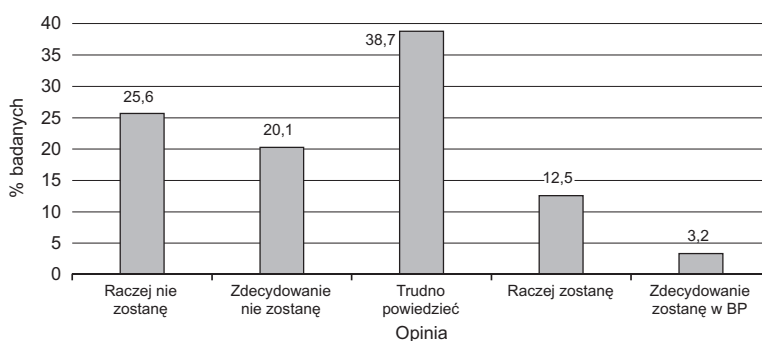
biznesowych. Wydaje się, że zarówno w zakresie mieszkalnictwa, jak i wykorzystania potencjału badawczego możliwości i szanse rozwoju są niedoceniane. W Białej Podlaskiej rozpoczęto realizację taniego budownictwa mieszkaniowego „Mieszkanie plus”. Dwie uczelnie wyższe ulokowane w mieście podejmują wysiłki związane z szerszym wykorzystaniem zbudowanych w ramach środków unijnych regionalnych centrów naukowo-badawczych (ryc. 8).

Niemal połowa badanych studentów zadeklarowała, że raczej nie osiedli się na terenie miasta Biała Podlaska po ukończeniu studiów. Zwraca uwagę znaczny odsetek osób niezdecydowanych oraz niespełna 15-procentowy udział osób planujących docelowo wybrać miasto Biała Podlaska na miejsce zamieszkania (ryc. 9).



Ryc. 8. Dziedziny stanowiące szanse rozwoju gospodarki miasta Biała Podlaska

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.



Ryc. 9. Struktura próby badawczej według deklaracji pozostania/osiedlenia się w mieście Biała Podlaska po ukończeniu studiów

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

Częściej deklarację pozostania w mieście składali studenci będący mieszkańcami miasta lub dojeżdżający codziennie na zajęcia. Wśród studiujących, którzy złożyli jednoznaczne deklaracje o braku planów osiedlenia się na terenie miasta, 50,8% stanowiły osoby, które przyjechały na czas studiów, 31,8% – dojeżdżający i 17,5% – mieszkańcy.

Wnioski

Atrakcyjność i potencjał rozwojowy miasta zależą od wielu czynników i winny być rozpatrywane z punktu widzenia głównych interesariuszy: mieszkańców, przedsiębiorców, turystów, działaczy samorządowych oraz w przypadku miast akademickich – młodzieży studiującej. Biała Podlaska należy do średniej wielkości miast subregionalnych, rozwijających funkcje akademickie. Poddana badaniu młodzież studiująca w Białej Podlaskiej postrzega miasto jako miejsce o korzystnym położeniu komunikacyjnym, o dobrze rozwiniętych sektorach usług komunikacyjnych, handlowych i społecznych. Z perspektywy badanych studentów główne słabości, obniżające atrakcyjność miasta, związane są z wymiarem gospodarczym jego funkcjonowania. Należą do nich cechy lokalnego rynku pracy oraz możliwości rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Respondenci postrzegają miasto jako oferujące przeciętnie atrakcyjne warunki życia.

Badania wykazały, że szansa rozwoju gospodarki Białej Podlaskiej badani studenci upatrują w rozwoju edukacji i kształcenia na poziomie wyższym i różnych usług społecznych oraz handlu i sektora transportu, logistyki i spedycji. Szanse ponownej reindustrializacji miasta aktualnie nie są dostrzegane.

Miasto akademickie, jakim jest Biała Podlaska, powinno czynić starania, aby szkolnictwo wyższe stało się istotnym elementem atrakcyjnego wizerunku i rozpoznawalnej marki. Właśnie dlatego stwarza młodzieży studiującej atrakcyjne warunki studiowania, czyni starania dla ułatwienia startu i pozostania na lokalnym rynku pracy.

Bibliografia

- Adamowicz M., Kładź M.P., 2016, *Role of investment in socio-economic development of the city Biała Podlaska / Rola inwestycji w społeczno-ekonomicznym rozwoju miasta Biała Podlaska*, "Economic and Regional Studies", vol. 9, No. 4.
- Adamowicz M., Siedlanowski P., 2017, *The structure of retail trade and interactions among retail network establishments (on the example of Biała Podlaska)*, "Economic and Regional Studies" vol. 10, No. 2.
- Bończak-Kucharczyk E., Herbst K., Chmura K., 1998, *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Polska Fundacja Promocji Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Warszawa.
- Dej M. (red.), 2016, *Rozwój gospodarczy. Raport o stanie polskich miast 2016*, Instytut Rozwoju Miast, Kraków.
- Dudek-Mańkowska S., 2011, *Koncepcja wizerunku miasta*, [w:] Grzegorzczuk A., Kochaniec A. (red.), *Kreowanie wizerunku miast*, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa.
- Jancz J., *Miasto atrakcyjne miastem konkurencyjnym*, <http://pressto.amu.edu.pl/index.php/r/article/viewFile/8132/8012> (dostęp 20 grudnia 2018).
- Kotus J., 2002, *Problemy i cele rozwojowe miast Polski*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” t. XIV, z. 1.
- Krajowa Polityka Miejska 2023*, 2015, Ministerstwo Rozwoju, Warszawa.

- Raport o polskich metropoliach 2015, 2016*, PwC Polska, Warszawa.
- Rurański M., Niemczyk J., 2015, *Współczesne instrumenty kształtowania wizerunku miasta na przykładzie Wrocławia*, „Studia Miejskie” t. 11.
- Rutkowska-Gurak A., 2011a, *Miasta jako produkty lokalizacyjne*, [w:] Kuciński K. (red.), *Glokalizacja*, Difin, Warszawa.
- Rutkowska-Gurak A., 2011b, *Miasto jako środowisko lokalizacyjne przedsiębiorstwa*, [w:] Kuciński K. (red.), *Miasto jako analog przedsiębiorstwa*, SGH, Warszawa.
- Rutkowska-Gurak A., 2013, *Lokalizacja działalności gospodarczej w wielkich miastach*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” nr 3/28.
- Stanowicka-Traczyk A., 2008, *Kształtowanie wizerunku miasta na przykładzie miast polskich*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Olsztyn.
- Szołtysek J., Trzpiot G., 2014, *Analiza preferencji ludzi młodych w ocenie atrakcyjności miast jako produktu turystycznego*, „Studia Ekonomiczne” 178.
- Szromnik A., 2010, *Marketing terytorialny – miasto i region na rynku*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Śleszyński P., 2018, *Polska średnich miast. Założenia i koncepcja deglomeracji w Polsce*, Klub Jagielloński, Warszawa.
- Uchwała nr 239 Rady Ministrów z dnia 13 grudnia 2011 r. w sprawie przyjęcia Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030, „Monitor Polski” 2012, poz. 252.
- Wach-Grzybowska K., 2014, *Potencjał rozwojowy miasta jako element konkurencyjności miast europejskich na przykładzie miasta powiatowego Łódź*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” t. XV, z. 3.