

Raport z badań społecznych zrealizowanych dla Gminy Miejskiej Mielec na potrzeby opracowania Planu Rozwoju Lokalnego i Planu Rozwoju Instytucjonalnego

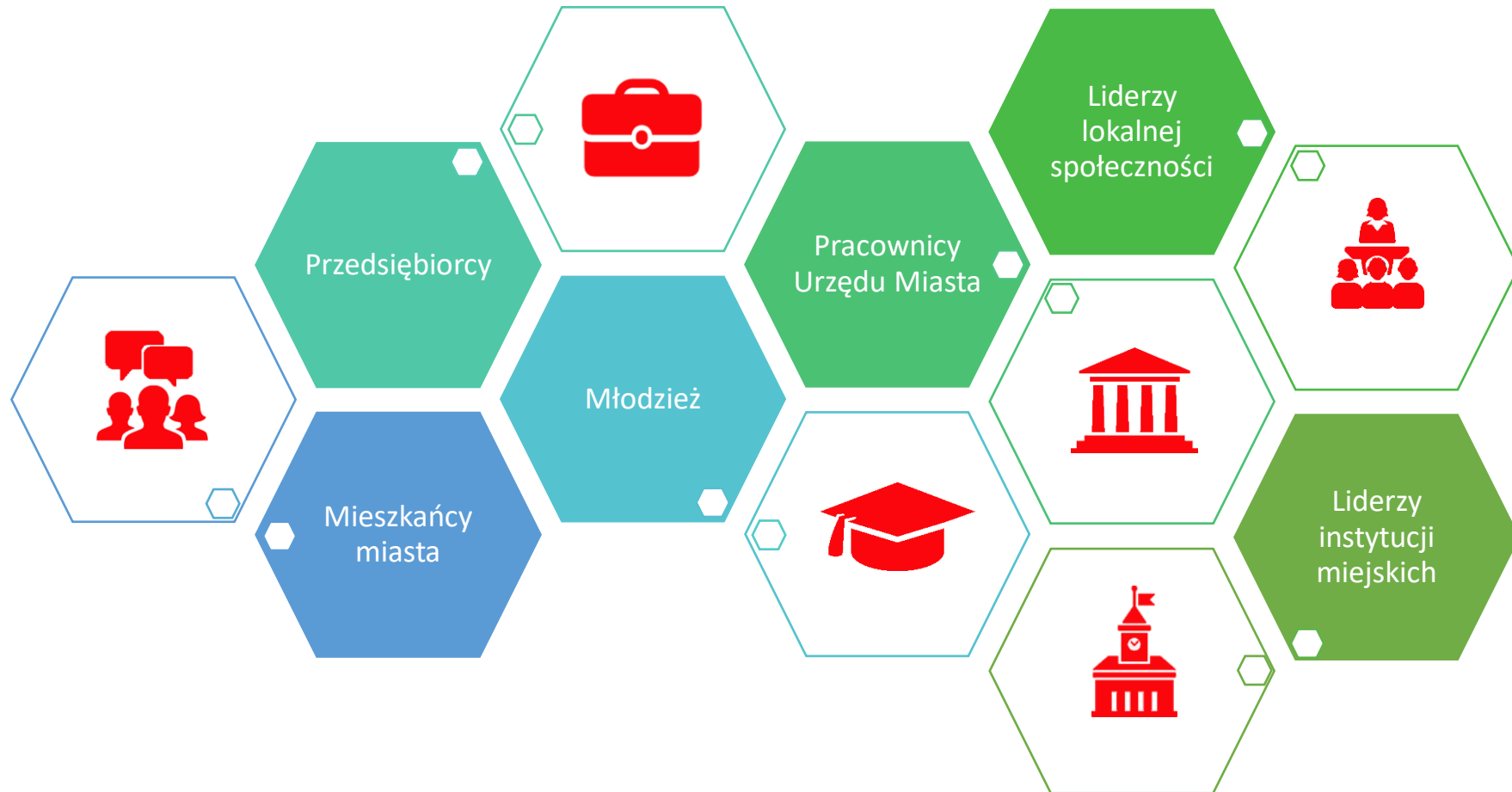


Opracowanie:

Agata Chmielarczyk

Natalia Chmielewska

Kluczowe grupy interesariuszy uczestniczących w procesie badawczym



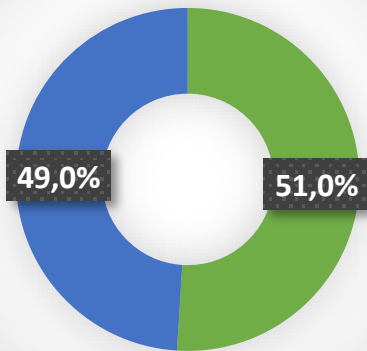
Sposoby angażowania interesariuszy w proces diagnozy

- Badania społeczne wśród dorosłych mieszkańców miasta:
 - ankieta PAPI: 400 respondentów
- Badania społeczne i warsztaty diagnostyczne wśród młodzieży:
 - ankieta CAWI wśród maturzystów: 681 respondentów
 - warsztat diagnostyczny z udziałem uczniów szkół średnich (26.02.2020): 16 uczestników
- Badania społeczne wśród przedsiębiorców:
 - ankieta CAWI: 81 respondentów
- Badania społeczne wśród pracowników Urzędu Miasta:
 - ankieta CAWI: 99 respondentów
 - zogniskowany wywiad grupowy FGI (03.03.2020): 12 uczestników

Kluczowe wnioski z badań wśród mieszkańców

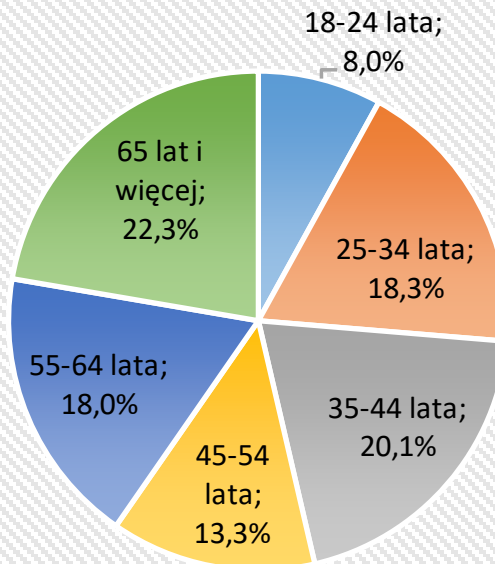
Charakterystyka próby badawczej

Płeć



■ Kobieta ■ Mężczyzna

Wiek



Sytuacja zawodowa:	
Jestem przedsiębiorcą	9,8%
Pracuję na etacie	52,9%
Pracuję bez etatu, dorywczo (wolny zawód, freelancer, umowa zlecenie, o dzieło)	4,3%
Prowadzę gospodarstwo rolne	0,8%
Prowadzę gospodarstwo domowe	1,0%
Jestem bezrobotny/a	2,3%
Jestem rencistą/rencistką	3,0%
Jestem emerytem/emerytką	21,7%
Uczę się/studiuję	3,3%
Inne	1,0%

Sytuacja finansowa:	
Możemy pozwolić sobie na pewien luksus	4,3%
Starcza nam na wiele bez specjalnego oszczędzania	21,3%
Starcza nam na co dzień, ale musimy oszczędzać na poważniejsze wydatki	48,3%
Musimy na co dzień oszczędnie gospodarować pieniędzmi	18,8%
Nie starcza nam na podstawowe potrzeby	2,3%
Odmowa odpowiedzi	5,3%

Mielec dobrym miejscem do życia i rozwoju

- Dwóch na trzech respondentów uważa, że **Mielec jest dla nich dobrym miejscem do życia i rozwoju**.
- Jednocześnie prawie 60% badanych, mając możliwość wyboru miejsca zamieszkania, pozostałoby w Mielcu (37%) lub przeprowadziłoby się do bliskiej okolicy „pod miasto” (22%), zostawiając w Mielcu większość swoich życiowych spraw.
- Ponad połowa respondentów jest zdania, że Mielec jest dobrym miejscem do życia dla osób starszych. Na uwagę zasługuje również to, że **niemal 2/5 uważa Mielec za miasto dobre dla osób z wykształceniem technicznym (39%) oraz dla rodzin z małymi dziećmi (37%)**.
- Jednocześnie tylko co dziesiąty mielczanin wskazuje na młodzież i studentów oraz osoby z wyższym wykształceniem jako grupy, którym w Mielcu dobrze się żyje.

Gdyby miał(a) Pan(i) możliwość wyboru, to gdzie chciał(a)by Pan(i) mieszkać?	Liczba	Udział
W Mielcu	148	37,2%
W bliskiej okolicy („pod miastem”)	87	21,9%
W regionie (województwie)	50	12,6%
Za granicą	47	11,8%
W innym regionie/mieście w Polsce	55	13,8%
Nie wiem	11	2,8%

Dla kogo, Pana/i zdaniem, Mielec jest dobrym miejscem do życia i rozwoju? (Proszę wskazać WSZYSTKIE właściwe odpowiedzi)	Liczba	Udział
Dla dzieci	103	25,8%
Dla młodzieży, studentów	39	9,8%
Dla osób starszych	206	51,5%
Dla rodzin z małymi dziećmi	149	37,3%
Dla osób przedsiębiorczych	108	27,0%
Dla osób z wyższym wykształceniem	41	10,3%
Dla osób z wykształceniem technicznym, branżowym, mających fach w ręku	157	39,3%
Dla obcokrajowców	31	7,8%
Dla nikogo	44	11,0%
Inne, jakie?	10	2,5%

Mielec jest miastem bezpiecznym, ale ze złą jakością powietrza

- Dla 81% badanych **bezpieczeństwo w mieście jest czynnikiem zachęcającym do zamieszkania w Mielcu**. Na przeciwległym biegunie znalazła się **jakość powietrza** – zdaniem 9 na 10 osób **skłania ona do opuszczenia Mielca**.
- **Zdecydowanie pozytywnie** przez mieszkańców oceniane są również: **estetyka miasta i jakość przestrzeni publicznych (69%*)** oraz **dostępność żłobków i przedszkoli (54%*)**, co potwierdza atrakcyjność Mielca dla rodzin z dziećmi. Do zamieszkania w mieście zachęcać mogą również relacje z sąsiadami (55%*).
- **Zdecydowanie negatywnie** mieszkańcy oceniają natomiast **wysokość zarobków (68%**)**, a także **dostępność i przystępność cenową mieszkań** zarówno na sprzedaż (65%**), jak i na wynajem (64%**). Aspekty te mogą istotnie obniżyć atrakcyjność miasta dla młodych rodzin.

Co Pana/i zdaniem zachęca do mieszkania w Mielcu, a co skłania do jego opuszczenia?	Zachęca do zamieszkania	Skłania do opuszczenia	Czynnik nie ma znaczenia
Atrakcyjność ofert pracy	33,3%	47,0%	19,5%
Wysokość zarobków	16,0%	68,0%	15,8%
Oferta kulturalna i sportowa	38,3%	40,8%	20,8%
Oferta rozrywkowa, komercyjna	30,0%	43,5%	26,0%
Możliwości kształcenia, jakość edukacji	27,3%	47,3%	24,8%
Dostępność żłobków i przedszkoli	53,5%	21,3%	25,0%
Warunki otwarcia i prowadzenia własnej firmy	38,3%	21,5%	39,3%
Estetyka miasta i jakość przestrzeni publicznych	68,5%	15,0%	15,8%
Atrakcyjność terenów rekreacyjnych	48,3%	29,0%	22,0%
Bezpieczeństwo w mieście	80,8%	11,0%	8,0%
Jakość powietrza	5,0%	90,0%	4,8%
Komunikacja w mieście	46,8%	26,3%	26,5%
Skomunikowanie z większymi miastami	31,5%	40,0%	28,0%
Dostępność i przystępność cenowa mieszkań na wynajem	8,8%	63,8%	27,3%
Dostępność i przystępność cenowa mieszkań na sprzedaż	8,8%	64,5%	26,8%
Relacje z sąsiadami	54,8%	8,8%	36,3%
Aktywność społeczna i współdziałanie mieszkańców	37,8%	19,5%	42,3%
Bliskość atrakcyjnych terenów/miejsc	37,3%	26,5%	35,3%

* Odsetek odpowiedzi „zachęca do zamieszkania” / ** Odsetek odpowiedzi „skłania do opuszczenia” na pytanie *Co Pana/i zdaniem zachęca do mieszkania w Mielcu, a co skłania do jego opuszczenia?*

O zamieszkananiu w Mielcu decydują głównie czynniki osobiste

- „Mieszka tu moja najbliższa rodzina” (72%) oraz „Pochodzę z Mielca” (65%) to dwie główne przyczyny, dla których badani mieszkają w Mielcu. Wiążącym z miejscem zamieszkania aspektem jest również **posiadanie własnego mieszkania (61%)**.
- Co ciekawe, dla połowy respondentów o zamieszkananiu w Mielcu decyduje **stała praca**, ale już atrakcyjne warunki zatrudnienia/dobre zarobki tylko dla 13%. Jednocześnie prawie co trzeci badany wskazuje **bliskość większych ośrodków miejskich**. Może to świadczyć o tym, że mielczanie, choć związani ze swoim miastem za sprawą innych czynników, jako miejsce pracy wybierają większe miasta. Jednocześnie Mielec pozostaje centrum życiowych spraw dla ich dzieci (szkoła, czas wolny).

Co decyduje o tym, że mieszka Pan(i) w Mielcu? (Proszę wskazać WSZYSTKIE właściwe odpowiedzi)	Liczba	Udział
Mam tutaj stałą pracę	203	50,8%
Mam atrakcyjne warunki pracy/dobrze zarabiam	52	13,0%
Mam w Mielcu własne mieszkanie	243	60,8%
Podoba mi się klimat miasta, jego atmosfera	82	20,5%
Pochodzę z Mielca	260	65,0%
Stąd pochodzi mój współmałżonek/partner(ka)	176	44,0%
Mieszka tu moja najbliższa rodzina	289	72,3%
Miasto jest położone w atrakcyjnej okolicy	56	14,0%
Jest tu bezpiecznie	236	59,0%
Miasto jest kompaktowe (ani za duże ani za małe, wszędzie jest blisko)	193	48,3%
Mam dobre relacje z sąsiadami	166	41,5%
Jest tu dobra oferta edukacyjna	63	15,8%
Wynajem mieszkania jest tu tani	8	2,0%
Miasto jest dobrze skomunikowane z innymi miastami	56	14,0%
Mam blisko do większych ośrodków miejskich (np. do Rzeszowa, Tarnowa)	124	31,0%
Inne	14	3,5%

Miejsca spędzania czasu wolnego dla dzieci i młodzieży to, zdaniem mieszkańców, priorytet

- **Co trzeci badany**, mając możliwość decydowania o przeznaczeniu środków z kasy miejskiej, wydałby je na **tworzenie miejsc spędzania czasu wolnego dla dzieci i młodzieży**. Niemal taki sam odsetek mieszkańców uważa, że środki należy przeznaczyć na **wsparcie osób starszych (30%)** oraz **zagospodarowanie terenów zielonych (30%)**.
- Ponad ¼ osób jest zdania, że miasto powinno przeznaczyć środki na **poprawę stanu dróg, chodników i ścieżek rowerowych (28%)**, **poprawę dostępu do kultury**, w tym imprez i wydarzeń organizowanych w mieście (28%), a także **poprawę dostępności i jakości mieszkań (26%)**.

Mieszkańcy uważają, że z doświadczeniem zawodowym i dobrym wykształceniem można znaleźć w Mielcu atrakcyjną pracę

Badanie PAPI, n=215***

- Ponad połowa respondentów (54%*) uważa, że w Mielcu można znaleźć atrakcyjną pracę. Przeciwnego zdania jest 38%** badanych.
- W opinii mielczan szansę na znalezienie atrakcyjnej pracy w mieście w największym stopniu daje doświadczenie zawodowe oraz dobre wykształcenie.
- Większość badanych wskazuje ponadto na duże przedsiębiorstwa (zatrudniające co najmniej 250 osób) i korporacje jako miejsca, w których o pracę najłatwiej.

Jakie czynniki Pana/i zdaniem w największym stopniu decydują o tym, że w Mielcu można znaleźć atrakcyjną pracę? (Proszę wskazać MAKSYMALNIE 3 ODPOWIEDZI)	Liczba	Udział
Dobre wykształcenie	122	56,7%
Doświadczenie zawodowe	158	73,5%
Inteligencja, spryt	105	48,8%
Powiązania rodzinne, znajomości	93	43,3%
Przypadek, szczęście	44	20,5%
Determinacja, czas poświęcony na szukanie pracy	51	23,7%
Inne, jakie?	4	1,9%
Nie wiem	1	0,5%

Gdzie Pana/i zdaniem najłatwiej w Mielcu znaleźć pracę?	Liczba	Udział
W administracji, instytucjach publicznych	22	5,5%
W małej lub średniej firmie	70	17,5%
W dużej firmie (powyżej 250 pracowników), korporacji	208	52,0%
W firmie lokalnej	23	5,8%
W firmie międzynarodowej	34	8,5%
Zakładając własną działalność gospodarczą	45	11,3%
W sektorze pozarządowym	8	2,0%
W szarej strefie	28	7,0%
W innym miejscu, jakim?	8	2,0%
Nie wiem	22	5,5%

Badanie PAPI, n=400

* Suma odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak” na pytanie *Czy Pana/i zdaniem w Mielcu można znaleźć atrakcyjną pracę?*

** Suma odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie” na pytanie *Czy Pana/i zdaniem w Mielcu można znaleźć atrakcyjną pracę?*

*** Liczba respondentów, którzy udzielili odpowiedzi „zdecydowanie tak” lub „raczej tak” na pytanie *Czy Pana/i zdaniem w Mielcu można znaleźć atrakcyjną pracę?*

Mieszkańcy nie wiedzą, czy i w jaki sposób mogą wpływać na rozwój miasta

- Trzech na czterech badanych (74%*) uważa, że nie ma realnego wpływu na rozwój miasta.
- Znaczna część respondentów nie wie, w jaki sposób mieszkańcy mogą współdecydować o sprawach Mielca, a niektórzy wskazują nawet, że ich zdaniem „nie mogą”.

Czy uważa Pan(i), że ma Pan(i) realny wpływ na rozwój miasta?	Liczba	Udział
Zdecydowanie tak	19	4,8%
Raczej tak	71	17,8%
Raczej nie	203	50,8%
Zdecydowanie nie	93	23,3%
Nie wiem	14	3,5%

* Suma odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie” na pytanie *Czy uważa Pan(i), że ma Pan(i) realny wpływ na rozwój miasta?*

Wybory lokalne to podstawowa forma zaangażowania społecznego mielczan

- Wielu badanych jako możliwą formę zaangażowania wskazuje **udział w wyborach lokalnych**. Jest to jednocześnie główny sposób osobistej aktywności społecznej mielczan (65%).
- 29% badanych **regularnie pomaga innym lub angażuje się w działania charytatywne**, zaś 23% **głosuje w budżecie obywatelskim**.
- Co czwarty respondent w ogóle nie angażuje się społecznie (26%).

Czy i w jaki sposób angażuje się Pan(i) społecznie w Mielcu?	Liczba	Udział
Uczestniczę w organizacjach społecznych, jestem wolontariuszem	55	13,8%
Jestem członkiem nieformalnej grupy działającej na rzecz Mielca/lokalnej społeczności	29	7,3%
Biorę udział w konsultacjach społecznych	29	7,3%
Uczestniczę w/organizuję inicjatywy na rzecz lokalnej społeczności (np. piknik rodzinny, festyn osiedlowy)	53	13,3%
Zgłaszam projekt/y do budżetu obywatelskiego	20	5,0%
Głosuję w budżecie obywatelskim	91	22,8%
Biorę udział w wyborach lokalnych	261	65,3%
Jestem radnym/radną Rady Miasta	1	0,3%
Jestem radnym/radną rady osiedla	7	1,8%
Uczestniczę w posiedzeniach Rady Miasta	5	1,3%
Regularnie pomagam innym (np. nieodpłatna pomoc sąsiedzka), angażuję się w działania charytatywne (np. Przy parafii, biorąc udział różnego rodzaju akcjach społecznych)	116	29,0%
Nie angażuję się	103	25,8%
Inne, jakie?	9	2,3%

Badanie PAPI, n=400

Mieszkańcy raczej pozytywnie oceniają Urząd Miasta

- Wszystkie badane aspekty funkcjonowania urzędu przez większość mieszkańców oceniane są pozytywnie, ale nieco **słabsze noty odnotowano w zakresie:**
 - **otwartości na pomysły i potrzeby mieszkańców (32%*),**
 - **dostępności dla osób starszych i niepełnosprawnych (31%*),**
 - **szybkości i sprawności załatwiania spraw (29%*),**
 - **standardów komunikacji z mieszkańcami (25%*).**

Jak ocenia Pan(i) Urząd Miejski w Mielcu pod względem:	Zdecydowanie negatywnie	Raczej negatywnie	Raczej pozytywnie	Zdecydowanie pozytywnie	Nie mam zdania
standardów komunikacji z mieszkańcami	5,3%	19,3%	51,0%	10,5%	14,0%
otwartości na pomysły i potrzeby	7,8%	24,0%	45,8%	8,0%	14,5%
dostępności dla osób starszych i niepełnosprawnych	6,5%	24,5%	41,0%	15,8%	12,3%
możliwości załatwienia spraw drogą elektroniczną	3,8%	13,8%	42,5%	22,3%	17,8%
kompetencji pracowników	4,3%	13,5%	51,3%	17,8%	13,3%
szybkości i sprawności załatwiania spraw	7,8%	20,8%	46,5%	13,5%	11,5%
życzliwości urzędników	6,8%	14,3%	47,8%	22,0%	9,3%
pomocności urzędników	6,5%	13,5%	47,5%	19,5%	13,0%
skuteczności załatwiania spraw	5,8%	16,0%	51,5%	13,3%	13,5%

* Suma odpowiedzi „zdecydowanie negatywnie” i „raczej negatywnie” na pytanie *Jak ocenia Pan(i) Urząd Miejski w Mielcu pod względem?*

Badanie PAPI, n=400

Lokalna społeczność jest raczej bierna i zdecydowanie powinna w większym stopniu angażować się w sprawy miasta

- **Aż 80%*** respondentów uważa, że lokalna społeczność powinna w większym stopniu angażować się w sprawy miasta, zaś dwóch na trzech badanych jest zdania, że milczanie rzadko podejmuje działania w zakresie zaangażowania w rozwój miasta.
- **Potencjał** w tym zakresie mogą stanowić **nieformalne grupy** działające na rzecz Mielca i jego mieszkańców oraz **organizacje pozarządowe**, mogące dać impuls do działania biernej części społeczeństwa.

Proszę ocenić, w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami:	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam	Nie wiem
Mieszkańcy Mielca chętnie uczestniczą w konsultacjach społecznych i innych formach zaangażowania.	7,8%	29,8%	33,8%	9,0%	19,8%
Uważam, że lokalna społeczność powinna w większym stopniu angażować się w sprawy miasta.	3,8%	5,8%	46,5%	33,8%	10,0%
Lokalna społeczność jest raczej bierna, rzadko podejmuje działania w zakresie zaangażowania w rozwój miasta.	2,5%	20,8%	45,5%	19,8%	11,5%
Sektor pozarządowy w Mielcu jest dobrze rozwinięty i prężnie działa na rzecz lokalnej społeczności.	5,8%	27,8%	30,0%	9,5%	26,8%
W Mielcu funkcjonuje wiele nieformalnych grup działających na rzecz miasta i jego mieszkańców.	4,3%	20,0%	41,3%	8,5%	26,0%

* Suma odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”

Aktywne w Mielcu są tylko wybrane grupy

- Blisko 70%* respondentów podziela pogląd, że w działaniach sprzyjających rozwojowi miasta aktywnie uczestniczą tylko wybrane jednostki/grupy/środowiska. Jest to jednak cecha typowa dla bardziej licznych społeczności, które cechuje większa anonimowość.
- **Blisko 2/3 badanych uważa, że mielecka młodzież jest aktywna i podejmuje wiele ciekawych inicjatyw.** Warto ten potencjał wykorzystywać, uwzględniając młodych w planowaniu i realizacji działań rozwojowych.
- Z kolei **ponad połowa respondentów za najaktywniejszą grupę społeczną w Mielcu uważa seniorów (55%*).**

Proszę ocenić, w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami:	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam	Nie wiem
Mielecka młodzież jest aktywna, realizuje wiele ciekawych inicjatyw.	5,5%	16,8%	38,3%	25,3%	14,3%
Najbardziej aktywną grupą społeczną w Mielcu są seniorzy.	6,3%	20,3%	29,8%	25,3%	18,5%
W działaniach sprzyjających rozwojowi miasta aktywnie uczestniczą tylko wybrane jednostki/grupy/środowiska.	4,8%	11,3%	48,3%	21,0%	14,5%

* Suma odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”

W Mielcu potrzeba więcej współpracy

- **Blisko 4/5** badanych podziela opinię, że **różne środowiska powinny bardziej współdziałać na rzecz miasta i lokalnej społeczności**. Przeciwnego zdania jest co 10 respondent i tyle samo miało trudności z udzieleniem odpowiedzi.
- Jednocześnie 72%* respondentów uważa, że w mieście **brakuje spotkań** przedstawicieli różnych środowisk **poświęconych sprawom dotyczącym rozwoju miasta**, zaś niemal 62%* twierdzi, że **formy angażowania mieszkańców w rozwój miasta wykorzystywane w Mielcu są niewystarczające**.
- Niemal 44%* mielczan jest zdania, że przedsiębiorcy aktywnie wspierają lokalne inicjatywy. Może to stanowić pewien potencjał w kontekście wzmocnienia współdziałania na rzecz Mielca oraz wspierania inicjatyw lokalnych grup, np. młodzieży. Jednocześnie niemal tyle samo respondentów (38%***) wyraża opinię przeciwną, zaś co piąty badany miał trudności z jednoznacznym odniesieniem się do stwierdzenia. Może to świadczyć o tym, że choć **wsparcie lokalnych inicjatyw przez przedsiębiorców ma miejsce, to jest ono niewystarczające, bądź po prostu niedostrzegane**.

Proszę ocenić, w jakim stopniu zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami:	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam	Nie wiem
Przedsiębiorcy aktywnie wspierają lokalne inicjatywy.	6,0%	32,0%	35,5%	8,3%	18,3%
Uważam, że różne środowiska (mieszkańcy, przedsiębiorcy, urzędnicy itp.) powinny bardziej współdziałać na rzecz miasta i lokalnej społeczności.	4,5%	6,3%	44,3%	34,8%	10,3%
W mieście brakuje spotkań przedstawicieli różnych środowisk poświęconych sprawom dotyczącym rozwoju miasta.	2,5%	11,8%	41,3%	30,3%	14,3%
Uważam, że wykorzystywane przez Urząd Miejski formy angażowania mieszkańców w rozwój miasta są niewystarczające.	4,8%	17,5%	39,5%	22,0%	16,3%

* Suma odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”

** Suma odpowiedzi „zdecydowanie się nie zgadzam” i „raczej się nie zgadzam”

Kluczowe wnioski z badań wśród uczniów

Charakterystyka badań



Badanie CAWI wśród uczniów ostatnich klas szkół ponadpodstawowych

- liczebność próby badawczej n=682*



Warsztat diagnostyczny

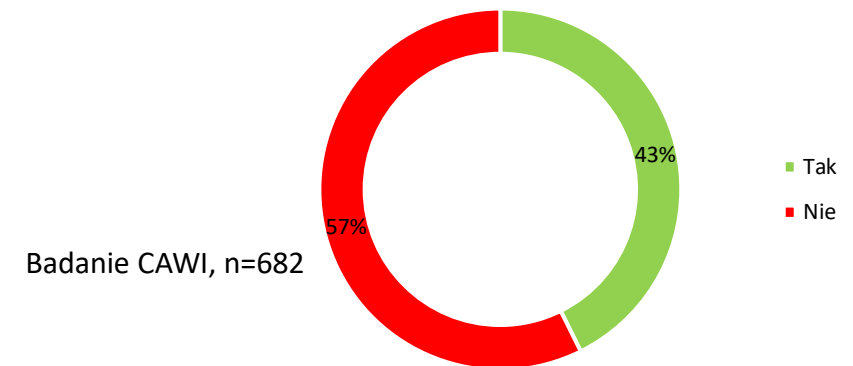
- liczba uczestników: 16

* Liczba osób, które rozpoczęły wypełnianie ankiety, odpowiadając na pierwsze pytanie. Z uwagi na fakt, że nie wszyscy badani odpowiedzieli na wszystkie pytania (ankieta została zamknięta przez respondenta przed jej zakończeniem), analizując wyniki, brano pod uwagę jedynie liczbę osób, które udzieliły odpowiedzi na poszczególne pytania.

Zdaniem młodych Mielec nie jest dla nich dobrym miejscem do życia i rozwoju

- Uważa tak **niemal 3/5** badanych. Jednocześnie tylko co czwarta osoba jest zdania, że Mielec jest dobrym miejscem do życia i rozwoju dla młodzieży i studentów.
- Niemal połowa twierdzi również, że w Mielcu dobrze żyje się **osobom starszym**.
- Co ciekawe, prawie 40% respondentów jest zdania, że Mielec jest dobrym miejscem również dla **osób z wykształceniem technicznym, branżowym, mających fach w ręku** oraz dla **rodzin z dziećmi**. Potwierdzają to opinie zgromadzone w toku badań wśród dorosłych mieszkańców miasta.

Czy Mielec jest dla Ciebie dobrym miejscem do życia i rozwoju?



Dla kogo Mielec jest dobrym miejscem do życia i rozwoju?	Liczba	Udział
Dla dzieci	222	32,6%
Dla młodzieży, studentów	179	26,3%
Dla osób starszych	315	46,3%
Dla rodzin z dziećmi	263	38,6%
Dla osób przedsiębiorczych	154	22,6%
Dla osób z wyższym wykształceniem	44	6,5%
Dla osób z wykształceniem technicznym, branżowym, mających fach w ręku	266	39,1%
Dla obcokrajowców	95	14,0%
Inne, jakie?	27	4,0%

Badanie CAWI, n=681

Mieleccy uczniowie kojarzą miasto przede wszystkim z przemysłem i sportem

- Aż 1/3 uczniów mieleckich szkół ponadpodstawowych jako skojarzenie z Mielcem wskazała przemysł lub przemysł lotniczy, zaś kolejne 15% - specjalną strefę ekonomiczną. Świadczyć to może o tym, że bogata historia gospodarki miasta jest głęboko zakorzeniona w jego tożsamości i znana nie tylko starszym mieszkańcom, ale również młodszemu pokoleniu.
- Niemal co piąty badany, kojarzy Mielec natomiast ze sportem i klubem sportowym Stal Mielec, który w czasach swojej świetności mierzył się z najlepszymi i osiągał liczne sukcesy. Jednocześnie zapytani o życzenia/marzenia związane z miastem najczęściej (17%) wskazywali rozwój sportu i infrastruktury sportowej, a także większe wsparcie ze strony miasta na ten cel.

Młodzi mielczanie raczej nie wiążą swojej przyszłości z miastem

- **Tylko co 10. badany chciałby w Mielcu mieszkać. Tyle samo chciałoby w Mielcu pracować.**
- Co 4. osoba chciałaby pracować za granicą, ale „tylko” co 5. respondent za granicą chce mieszkać. Niemal 30% badanych w razie trudności ze znalezieniem atrakcyjnej pracy, wyjechałaby za granicę*.
- Na uwagę zasługuje fakt, że 1/4 mieleckich uczniów w przyszłości chce pozostać w województwie podkarpackim i tu mieszkać. Z kolei 1/5 respondentów chciałoby tu pracować. Biorąc pod uwagę fakt, że prawie połowa badanych byłaby gotowa poświęcić do 30. minut, a kolejne 28% do 60. minut, by dojeżdżać do atrakcyjnej pracy**, można przypuszczać, że poprawa warunków życia w mieście zachęciłaby młodych, zamierzających podjąć zatrudnienie na terenie Podkarpacia, do zamieszkania w Mielcu w przyszłości.

* Odsetek wskazań „Wyjechał(a)bym za granicę, by szukać/podjąć pracę” w odpowiedzi na pytanie *Gdybyś miał(a) problemy ze znalezieniem odpowiedniej pracy po ukończeniu nauki, to:*

** Odpowiedzi na pytanie *Ile czasu jesteś w stanie poświęcić, aby codziennie dojeżdżać do atrakcyjnej pracy?*, badanie CAWI, n=666

Gdzie chciał(a)byś...	...mieszkać?	...pracować?
W Mielcu	9,5%	9,5%
W regionie (województwie)	27,9%	21,3%
Za granicą	20,0%	26,1%
Jest mi to obojętne	11,5%	14,2%
Nie wiem	13,3%	14,0%
W innym regionie/ mieście w Polsce	17,9%	14,9%

Badanie CAWI, n=671

Do mieszkania w Mielcu w największym stopniu zachęcają czynniki osobiste, zniechęca – zła jakość powietrza

- Do zamieszkania w Mielcu w największym stopniu zachęcają młodych relacje z przyjaciółmi, znajomymi (76%), więzi rodzinne (66%) oraz bezpieczeństwo w mieście (58%).
- Czynniki zdecydowanie skłaniające młodzież do opuszczenia Mielca stanowią natomiast: zła jakość powietrza (85%), niskie zarobki (72%) oraz ograniczone możliwości kontynuowania nauki (71%), co ma związek z brakiem uczelni tak w samym Mielcu, jak i w jego bliskiej okolicy. Ma tym większe znaczenie, że 2/3* uczniów kończących edukację na poziomie ponadpodstawowym planuje kontynuować naukę, z czego prawie 70%** zamierza iść na studia.
- Co ciekawe, atrakcyjność ofert pracy oceniana jest negatywnie „tylko” przez niespełną połowę badanych, co w zestawieniu z oceną wysokości zarobków może wskazywać na to, że zdaniem młodych praca w Mielcu jest atrakcyjna pod względami innymi niż poziom wynagrodzeń.

Co zachęca Ciebie do mieszkania w Mielcu, a co do jego opuszczenia?	zachęca do mieszkania	zachęca do opuszczenia	nie biorę tego pod uwagę
Atrakcyjność ofert pracy	30,5%	49,2%	20,3%
Wysokość zarobków	13,4%	71,6%	15,0%
Oferta kulturalna i sportowa	49,6%	33,0%	17,4%
Oferta rozrywkowa, komercyjna	37,6%	47,3%	15,2%
Możliwości do kontynuowania nauki	18,3%	71,4%	10,3%
Warunki do otwarcia i prowadzenia własnej firmy	32,5%	41,2%	26,2%
Estetyka miasta i jakość przestrzeni publicznych	46,7%	38,0%	15,3%
Atrakcyjność terenów rekreacyjnych	43,3%	41,2%	15,5%
Bezpieczeństwo w mieście	58,0%	24,4%	17,5%
Jakość powietrza	8,2%	84,5%	7,2%
Komunikacja w mieście	54,3%	32,1%	13,5%
Skomunikowanie z większymi miastami	43,2%	39,0%	17,8%
Dostępność i jakość mieszkań	31,1%	42,1%	26,8%
Relacje z przyjaciółmi, znajomymi	76,4%	13,8%	9,7%
Więzi rodzinne	66,1%	16,1%	17,8%
Relacje z sąsiadami	35,1%	29,6%	35,3%
Aktywność społeczna i współdziałanie mieszkańców	34,0%	30,2%	35,8%

Badanie CAWI, n=679

* Suma odpowiedzi „kontynuować naukę” oraz „kontynuować naukę i pracować” na pytanie *Co zamierzasz po ukończeniu nauki w szkole średniej?*, badanie CAWI, n=671

** Suma odpowiedzi „na studiach licencjackich/inżynierskich” oraz „na studiach licencjackich/ inżynierskich a później magisterskich lub na studiach magisterskich” na pytanie *Gdzie chcesz kontynuować naukę?*, badanie CAWI, n=473

Choć ogólne warunki zamieszkania w Mielcu oceniane są przez młodych ludzi pozytywnie, to w pewnych aspektach mogłoby być lepiej

- Mielecka młodzież raczej **pozytywnie** ocenia **ofertę kulturalną i sportową** (dla połowy respondentów jest to czynnik zachęcający do zamieszkania), ale już **o ofercie rozrywkowej i komercyjnej wyraża odmienną opinię** (zdaniem 47% badanych jest to czynnik skłaniający do opuszczenia miasta). Podzielają ją uczestnicy warsztatu, którzy wskazują, że w mieście brakuje miejsca, gdzie młodzież mogłaby się bawić („istniejące kluby nie cieszą się dobrą sławą, nie jest w nich bezpiecznie”, „przydałoby miejsce rozrywki dla młodych z tańcem, karaoke”^{*}). Ich zdaniem w Mielcu **brakuje ponadto różnego rodzaju miejsc aktywności dla młodzieży**, umożliwiających zarówno rozwój sportowy czy kulturalny (przebudowa domu kultury, hala sportowa, basen, lodowisko itp.^{**}), jak i zwykłe spotkania z rówieśnikami (miejsca spotkań dla młodych).
- Dla znacznej części młodych mielczan **estetyka miasta i jakość przestrzeni publicznych oraz atrakcyjność terenów rekreacyjnych** to czynniki zachęcające do zamieszkania (odpowiednio: 47% i 43%). Jednak odsetek osób wyrażających zdanie przeciwne również jest dość wysoki (odpowiednio: 38% i 41%). Aspekty te pozytywnie oceniane są również przez uczestników warsztatów („jest ładnie, czysto, zielono”, „dużo jest różnych miejsc wypoczynku: bulwary, Górka Cyranowska itp.”^{*}), jednak ich zdaniem **miasto powinno inwestować w rozwój terenów zielonych^{**}**.

* Wypowiedzi uczestników warsztatu diagnostycznego

** „Wymarzone inwestycje” – Propozycje działań/przedsięwzięć na rzecz Mielca i jego mieszkańców. Warsztat diagnostyczny z udziałem młodzieży

Wiele aktywności młodzi podejmują poza Mielcem

- Choć młodzi korzystają z oferty spędzania czasu wolnego w Mielcu, to często również z Mielca w tym celu wyjeżdżają.
- Poza Mielcem zazwyczaj **korzystają z oferty rozrywkowej**, spędzając czas w kinie/pubie/restauracji itp. (46%), a także **chodzą na zakupy, odwiedzają galerie handlowe** (42%). Znaczny odsetek respondentów czas wolny poza Mielcem spędza **na wycieczkach** (30%), **spacerując** (27%), **uprawiając sport** (25%), **pracując zarobkowo** (23%) czy też **uczestnicząc w wydarzeniach sportowych lub kulturalnych** (23%). Może to wskazywać na ograniczone możliwości podejmowania tego rodzaju aktywności w samym Mielcu.
- Z drugiej strony jednak, na pytanie o sposób spędzenia czasu wolnego w Mielcu w weekend poprzedzający badanie, **1/3 badanych odwiedziła kino/pub/restaurację, zaś 1/4 była na zakupach, w galerii handlowej**. Najwięcej osób spędziło czas w domu.

W jaki sposób spędzasz czas wolny...	w Mielcu?*	poza Mielcem? **
Uczestnicząc w wydarzeniach sportowych lub kulturalnych	11,0%	22,7%
"Na podwórku", pod blokiem, na osiedlu	13,2%	-
Na nauce, lekcjach dodatkowych, kursach	26,8%	19,2%
Pracując zarobkowo	14,4%	23,3%
Odbywając staż	2,9%	4,4%
Udzielając się w organizacjach społecznych	2,7%	3,5%
Uczestnicząc w grupach zainteresowań	3,6%	8,1%
W kinie/pubie/restauracji itp.	34,9%	45,7%
Na zakupach, w galerii handlowej	23,9%	42,0%
Spacerując	16,1%	26,5%
Uprawiając sport	16,5%	25,3%
Na wycieczce	5,7%	30,2%
W domu	42,4%	-
Inne, jakie?	11,4%	7,5%

* Rozkład odpowiedzi na pytanie *Czy i w jaki sposób spędziłeś/aś czas wolny poza szkołą w ostatni weekend w Mielcu?*

** Rozkład odpowiedzi na pytanie *Jeżeli spędzasz czas wolny w ciągu roku szkolnego poza Mielcem, to najczęściej w jaki sposób?*
Badanie CAWI, n=665

Praktyki, staże, warsztaty to najmocniejsze strony mieleckich szkół, ale nie wszystkich

- **Praktyki, staże, warsztaty, aktywności pokazujące jak wykorzystać wiedzę w praktyce oraz współpraca z przedsiębiorcami** to zdecydowane atuty szkół technicznych (58%*) oraz branżowych I stopnia (48%*). Ich zaletę stanowi również **doradztwo zawodowe** (odpowiednio: 17%* i 27%*). Jednocześnie tylko niespełna 4%* uczniów liceów wskazało te aspekty jako mocne strony swojej szkoły.
- Aż co czwarty uczeń technikum jako jego atut wskazuje ponadto **stypendia i wyjazdy zagraniczne** dla uczniów.
- Do mocnych stron mieleckich liceów zaliczyć należy w szczególności **nauczanie przedmiotów ścisłych** (36%*), **humanistycznych** (30%*), **inicjatywy i aktywności pozalekcyjne** (23%*) oraz **sport i drużyny sportowe** (22%), stanowiące atut przede wszystkim Niepublicznego Liceum Mistrzostwa Sportowego.
- Na uwagę zasługuje fakt, że aż **co piąty badany miał trudności z odpowiedzią na to pytanie**. Z kolei wśród wskazań „inne, jakie?” zaznaczonych przez co 10. osobę najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami były wypowiedzi negatywne, w tym typu „brak mocnych stron”
- Uczestnicy warsztatu diagnostycznego ocenili poziom edukacji w Mielcu jako wysoki. Wskazali przy tym na dość wysoką zdawalność egzaminów zawodowych.
- Jako atuty miasta w zakresie edukacji wskazują ponadto możliwości elastycznego doboru rozszerzeń przedmiotów i dostosowywanie kierunków kształcenia do potrzeb młodzieży.

* % wskazań w odpowiedzi na pytanie *Co jest mocną stroną Twojej szkoły?*

Badanie CAWI, n=669

Co jest mocną stroną Twojej szkoły?	Liceum	Technikum	Szkoła Branżowa I stopnia	Razem
Praktyki, staże, warsztaty, aktywności pokazujące jak wykorzystać wiedzę w praktyce, współpraca z przedsiębiorcami	3,9%	57,8%	48,1%	31,2%
Współpraca z innymi szkołami, uczelniami	20,6%	14,5%	13,9%	17,2%
Stypendia, wyjazdy zagraniczne dla uczniów	19,0%	24,9%	13,0%	20,0%
Inicjatywy i aktywności pozalekcyjne	22,5%	10,0%	12,0%	16,1%
Nauczanie przedmiotów humanistycznych	30,1%	9,2%	9,3%	19,0%
Nauczanie przedmiotów ścisłych	35,6%	16,9%	7,4%	23,9%
Doradztwo zawodowe	3,6%	17,3%	26,9%	12,6%
Sport, drużyny sportowe	22,2%	8,8%	19,4%	16,7%
Nie wiem	18,6%	23,3%	25,0%	22,0%
Inne, jakie?	11,1%	12,4%	4,6%	10,5%

Kompetencje społeczne zdaniem młodych mielczan są najbardziej pożądane na rynku pracy

- W opinii mieleckich uczniów pracodawcy w największym stopniu oczekują od młodych kandydatów do pracy:
 - umiejętności praktycznych**, np. obsługa komputera, prawo jazdy (91%/52%*),
 - dyspozycyjności i zaangażowania** (90%/62%*),
 - dobrej prezencji i kultury osobistej** (89%/56%*),
 - samodzielności i zaradności** (89%/55%*),
 - komunikatywności i umiejętności pracy zespołowej** (88%/54%*).
- W powyższej grupie znalazły się wszystkie odpowiedzi z zakresu kompetencji społecznych. One też zyskały najwięcej odpowiedzi „zdecydowanie oczekują”.
- W nieco mniejszym stopniu, ale również raczej pożądane na rynku pracy w opinii młodych są **znajomość języków obcych** (84%/44%*) oraz **doświadczenie zawodowe** (80%/39%*).
- Co czwarty respondent uważa, że pracodawcy nie oczekują wyższego wykształcenia (28%**), kwalifikacji zdobytych w szkole (26%**) oraz ukończonych kursów, szkoleń, potwierdzonych certyfikatami i uprawnieniami (23%**).

Badanie CAWI, n=670

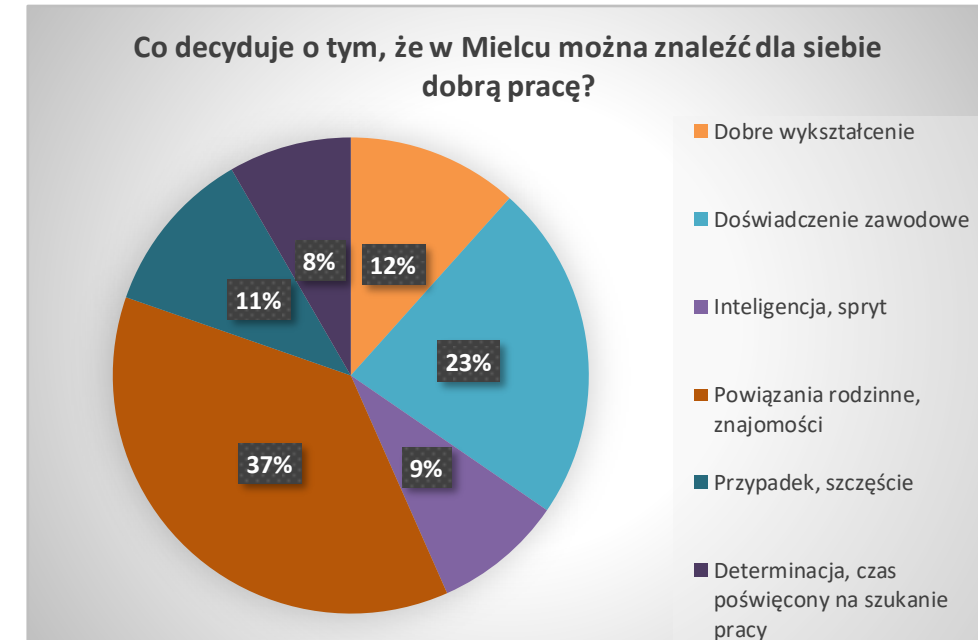
Czego oczekują pracodawcy od młodych pracowników starających się o pracę?	zdecydowanie oczekują	raczej oczekują	raczej nie oczekują	zdecydowanie nie oczekują	nie wiem
Znajomości języków obcych	43,9%	39,7%	7,3%	0,7%	8,4%
Umiejętności praktycznych, np. umiejętności obsługi komputera, prawo jazdy	51,9%	38,7%	3,7%	0,3%	5,4%
Wyższego wykształcenia	19,3%	43,7%	25,1%	2,5%	9,4%
Kwalifikacji zdobytych w szkole	23,9%	41,8%	21,6%	4,5%	8,2%
Ukończonych kursów, szkoleń, potwierdzonych certyfikatami, uprawnieniami (zdobytymi poza szkołą)	24,8%	42,7%	21,5%	1,2%	9,9%
Doświadczenia zawodowego	38,8%	41,3%	11,6%	1,8%	6,4%
Dyspozycyjności, zaangażowania	62,1%	28,1%	4,0%	0,9%	4,9%
Komunikatywności, umiejętności pracy zespołowej	54,0%	33,9%	4,3%	1,2%	6,6%
Dobrej prezencji, kultury osobistej	56,4%	32,7%	5,3%	1,7%	3,9%
Niskich wymagań finansowych	31,9%	27,5%	14,8%	4,0%	21,8%
Samodzielności, zaradności	55,4%	33,1%	3,4%	1,2%	6,9%

* Suma odpowiedzi „zdecydowanie oczekują” i „raczej oczekują” na pytanie *Czego oczekują pracodawcy od młodych pracowników starających się o pracę?* / w tym odpowiedzi „zdecydowanie oczekują”.

** Suma odpowiedzi „zdecydowanie nie oczekują” i „raczej nie oczekują”.

By znaleźć w Mielcu dobrą pracę, potrzebne są powiązania rodzinne, znajomości

- Opinię taką wyraziło 37% badanych. Zdaniem co czwartego respondenta pomóc może doświadczenie zawodowe, zaś dla jednej osoby na dziesięć kluczowe jest dobre wykształcenie oraz przypadek, szczęście.
- Taki rozkład odpowiedzi może świadczyć o tym, że mielecka młodzież w ogóle ma małą wiarę w to, że w Mielcu może znaleźć dla siebie dobrą pracę. Koresponduje to ponadto z oceną atrakcyjności miejsc pracy, zgodnie z którą za najbardziej atrakcyjną młodzi mielczanie uznają pracę w firmie międzynarodowej.



Badanie CAWI, n=671

Najbardziej atrakcyjne miejsca pracy zdaniem młodych mielczan to firmy międzynarodowe i praca „na swoim”

- Obie odpowiedzi uzyskały największą liczbę najwyższych ocen. Za atrakcyjne miejsca pracy młodzież uznaje ponadto małe i średnie firmy oraz firmy rodzinne. Na przeciwległym biegunie znalazła się praca w rolnictwie oraz prowadzenie gospodarstwa domowego.
- Rozkład odpowiedzi może sugerować, że młodzi chcą pracować w miejscu, w którym dobrze zarobią oraz, które umożliwi im rozwój i da poczucie stabilizacji. **Niemal 60%* młodych mielczan wskazuje na dobrobyt, stabilność finansową i niezależność ekonomiczną jako jedne z najważniejszych aspektów życia**, co stanowi potwierdzenie tej tezy.
- Jednocześnie, by znaleźć atrakcyjną pracę, 60% uczniów potrzebuje pogłębić swoje kompetencje językowe, zaś 53% - zdobyć praktyczne umiejętności związane z zawodem**.

Jak oceniasz atrakcyjność poniższych miejsc pracy?	bardzo atrakcyjne	atrakcyjne	mało atrakcyjne	nieatrakcyjne	nie wiem
Praca w administracji, instytucjach publicznych	17,1%	28,5%	28,5%	14,8%	11,1%
Praca w małej lub średniej firmie	14,8%	55,3%	17,7%	3,9%	8,2%
Praca w dużej firmie (powyżej 250 pracowników)	18,3%	38,7%	25,3%	9,0%	8,7%
Praca w firmie lokalnej	15,1%	42,9%	23,5%	7,8%	10,6%
Praca w firmie rodzinnej	30,3%	37,2%	15,1%	6,7%	10,6%
Praca w międzynarodowej firmie	44,1%	29,1%	12,4%	4,3%	10,0%
Własna działalność gospodarcza	41,2%	26,7%	14,8%	6,4%	10,8%
Telepraca, praca zdalna, wolny zawód (freelancer – praca bez etatu)	20,5%	25,3%	22,5%	18,9%	12,7%
Praca w sektorze pozarządowym (NGO)	8,5%	19,2%	26,2%	16,5%	29,5%
Praca w rolnictwie	7,8%	12,4%	22,8%	44,7%	12,3%
Prowadzenie gospodarstwa domowego	8,4%	13,3%	23,8%	41,1%	13,3%

* Odsetek wskazań odpowiedzi na pytanie *Które z poniższych aspektów życia są dla Ciebie najważniejsze?*, badanie CAWI, n=663

** Odsetek wskazań w odpowiedzi na pytanie *W czym potrzebujesz uzupełnić lub pogłębić wiedzę/kompetencje, aby znaleźć wymarzoną pracę?*, badanie CAWI, n=669

Badanie CAWI, n=667

Młodzi przedsiębiorczy

- **Młodzi mielczanie wykazują aktywność na rynku pracy.** Aż 4/5 badanych podjęło już kiedykolwiek pracę zarobkową. W zdecydowanej większości (67%) była to praca dorywcza w okresie wolnym od nauki. Co trzecia osoba pracowała dorywczo w trakcie roku szkolnego. Świadczyć to może o dążeniu młodych do jak największej samodzielności i niezależności.
- Jednocześnie **44% badanych już teraz rozważa prowadzenie własnej firmy**, zaś 28% nie jest jeszcze zdecydowanych.
- Do założenia własnej działalności gospodarczej przekonują lub mogłyby przekonać młodych ludzi w szczególności następujące czynniki:
 - dobry pomysł na biznes,
 - odpowiednie **predyspozycje, umiejętności**,
 - posiadanie środków finansowych „na start”,
 - odpowiednia wiedza i doświadczenie w zawodzie,
 - niskie podatki i koszty prowadzenia działalności gospodarczej,
 - dotacje na założenie firmy.
- Warto dodać, że prowadzenie własnej działalności gospodarczej jawi się młodym jako jedno z najbardziej atrakcyjnych miejsc pracy, zaś 1/3 badanych, by znaleźć dla siebie dobrą pracę, potrzebuje pogłębić swoją wiedzę w zakresie planowania i prowadzenia własnej firmy.

Największym zaufaniem młodzież darzy najbliższych

- Trzech na czterech badanych całkowitym zaufaniem darzy członków rodziny. Niemal tyle samo, planując swoją dalszą edukację i rozwój zawodowy, polega na ich opinii. Rodzina stanowi również największą wartość dla młodych (dla 3 na 4 respondentów najważniejszym aspektem życia jest rodzina, małżeństwo, dzieci*).
- Wszystkie pozostałe grupy cieszą się wśród młodych ograniczonym zaufaniem lub jego brakiem.
- Ponad połowa respondentów, planując swoją przyszłość, polega ponadto na opinii znajomych, zaś co trzeci badany informacji w tym zakresie szuka w mediach (Internet, TV, prasa). Świadczyć to może o tym, że zaufanie młodych budują również środki masowego przekazu i opinie tam zamieszczane.

* Wskazania odpowiedzi „rodzina, małżeństwo, dzieci” na pytanie *Które z poniższych aspektów życia są dla Ciebie najważniejsze?*

W jakim stopniu masz zaufanie do:	całkowite zaufanie	ograniczone zaufanie	nie mam zaufania	trudno powiedzieć
Rodziny	76,4%	19,5%	2,1%	2,0%
Sąsiadów i znajomych	8,9%	64,0%	19,2%	7,9%
Osób, z którymi pracujesz/uczysz się	10,0%	67,3%	17,1%	5,6%
Nauczycieli z Twojej szkoły	6,7%	47,8%	34,3%	11,2%
Kapłanów z Twojej parafii	7,7%	24,3%	52,4%	15,6%
Lokalnych społeczników	3,0%	29,7%	44,8%	22,5%
Pracowników instytucji, służb publicznych	6,2%	42,9%	34,5%	16,4%
Lokalnych przedsiębiorców	3,1%	38,6%	34,5%	23,8%
Przedsiębiorców z kapitałem zagranicznym	3,4%	36,3%	35,3%	25,0%
Burmistrza/Prezydenta Miasta	4,4%	30,7%	41,2%	23,6%
Radnych Miasta Mielec	4,4%	29,1%	42,5%	24,0%

Badanie CAWI, n=609

Z czyjej/czyich rad(y) najczęściej korzystasz planując dalszą edukację i rozwój zawodowy?	Liczba	Udział
Rodzina	495	73,9%
Koledzy, przyjaciele, sympatia	377	56,3%
Nauczyciele	140	20,9%
Doradcy zawodowi	94	14,0%
Media (Internet, TV, prasa)	226	33,7%
Ulotki, informatory, publikacje	116	17,3%
Pracodawcy/ potencjalni pracodawcy	127	19,0%
Kogoś innego, kogo?	56	8,4%

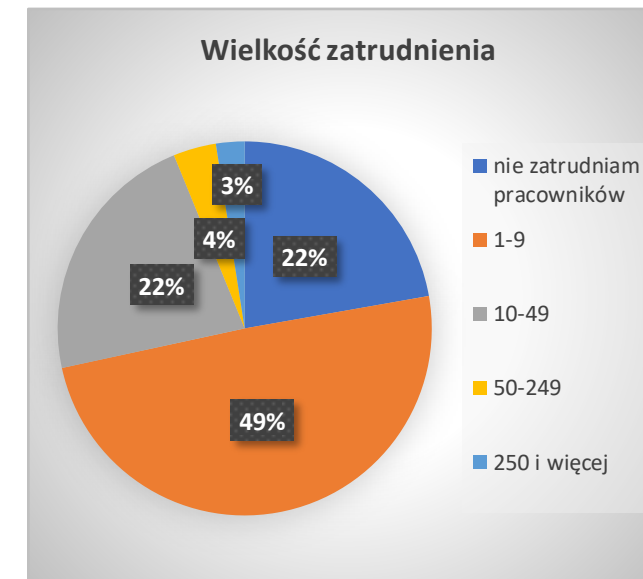
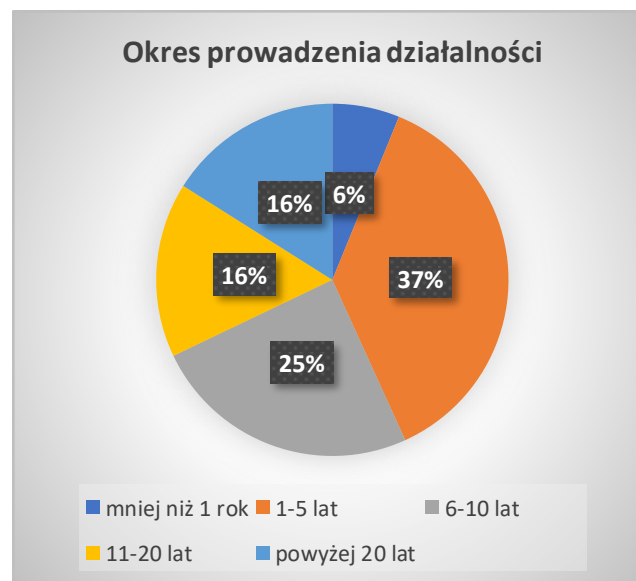
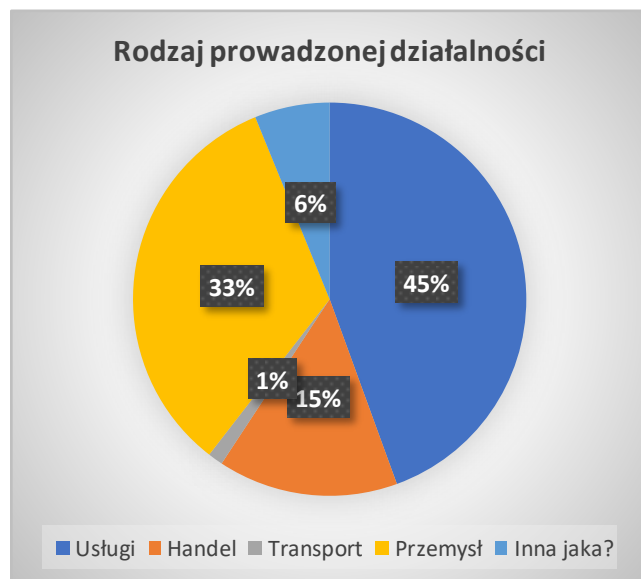
Badanie CAWI, n=670

Młodzi mielczanie – jacy są i czego potrzebują?

- **Wielu młodych mieszkańców Mielca jest raczej biernych**, nie podejmują ani nie uczestniczą w żadnych inicjatywach organizowanych w mieście. Na ich tle **wyróżniają się tacy, którym się chce i, którzy chcą wpływać na otaczającą ich rzeczywistość**. Czują się też do tego powołani, ale dorośli rzadko biorą pod uwagę ich głos. Młodzi potrzebują mieć swoją reprezentację (jak Młodzieżowa Rada Miasta), by móc realnie uczestniczyć w decydowaniu o przyszłości swojego miasta.
- Młodzi **chętnie pomagają**, jako wolontariusze uczestniczą w akcjach charytatywnych organizowanych w szkołach, parafiach. Jak wskazują uczestnicy warsztatu, w niektórych szkołach jednak nauczyciele nie zawsze wspierają zaangażowanie społeczne młodzieży.
- Dostrzegają potrzebę **dialogu międzypokoleniowego**, by się poznać i zrozumieć siebie nawzajem.
- Młodzi chcą się spotykać, chcą móc się bawić i rozwijać. Potrzebują do tego przestrzeni (miejsca spotkań i aktywności).

Kluczowe wnioski z badań wśród przedsiębiorców

Charakterystyka próby badawczej



Uwaga! Ze względu na małą liczebność próby badawczej (n=81) nieodzwierciedlającą struktury całej populacji, prezentowane wyniki należy traktować jakościowo.

Perspektywy rozwoju przedsiębiorców uczestniczących w badaniu są raczej dobre

- W ciągu ostatnich trzech lat wszystkie aspekty* prowadzenia działalności przez badanych przedsiębiorców nie zmieniły się lub nawet uległy poprawie/zwiększeniu. Niemal połowa respondentów (49%) odnotowała w tym czasie **wzrost liczby obsłużonych klientów**, co piąty (18%) wskazał przy tym na znaczny przyrost. 2/5 badanych wskazało, że w ostatnich latach **zwiększyli nakłady inwestycyjne**. Tyle samo zauważyło **poprawę** swojej **pozycji konkurencyjnej** na rynku.
- Z drugiej strony, co piąty przedsiębiorca uczestniczący w badaniu wskazał, że w jego firmie nakłady inwestycyjne uległy zmniejszeniu. Tyle samo odnotowało pogorszenie kondycji finansowej swojej firmy. Co czwarty badany wskazał, że w jego firmie nastąpił spadek wielkości zatrudnienia.
- Badani przedsiębiorcy **nie odczuwają zagrożenia utraty płynności finansowej**. Jako czynniki mogące je wywołać, najczęściej wskazują na problemy po stronie popytowej (pogorszenie kondycji finansowej klientów oraz załamanie popytu na produkty), a także problemy kadrowe.
- Przedsiębiorcy uczestniczący w badaniu planują dalszy rozwój swojej działalności. Niemal 2/3 respondentów (65%) przyznaje, że w ciągu najbliższych kilku lat rozważana jest w ich firmie **możliwość rozszerzenia rodzaju prowadzonych działalności**, przy zachowaniu dotychczasowego głównego profilu. Prawie połowa planuje z kolei **wejście na nowe rynki zbytu** (ekspansja geograficzna).
- **Zdecydowana większość nie rozważa likwidacji, zawieszenia ani ograniczenia działalności** w najbliższym czasie.

* Przedsiębiorców zapytano o zmiany w ich firmach, jakie odnotowali w ciągu ostatnich 3 lat w zakresie: liczby zatrudnionych pracowników, liczby obsłużonych klientów, liczby kooperantów, dostawców, kondycji finansowej, wartości aktywów obrotowych, wartości kapitału własnego, wartości nakładów inwestycyjnych, pozycji konkurencyjnej na rynku; badanie CAWI, n=77 (liczba osób, które odpowiedziały na to pytanie).

Największe zagrożenia działalności i problemy przedsiębiorców

- Największe zagrożenia utraty płynności finansowej to, zdaniem badanych przedsiębiorców, pogorszenie kondycji finansowej klientów skutkujące opóźnieniami w płatności (75%*) oraz załamanie popytu na produkty (70%*).
- Jako **największe zagrożenia** działalności firmy, uczestnicy badania wskazali:
 - wzrost kosztów działalności gospodarczej – energii, pracy i czynszu (75%**),
 - niedostateczną dostępność pracowników (55%**),
 - konkurencję globalnych korporacji (49%**),
 - uzależnienie od ograniczonego popytu i lokalnego rynku zbytu (49%**).

* Odsetek respondentów, którzy wskazali te czynniki w odpowiedzi na pytanie *Co może stanowić zagrożenie utraty płynności finansowej?*, badanie CAWI, n=75.

** Suma odpowiedzi „uniemożliwia rozwój i stanowi zagrożenie dla dalszego funkcjonowania” oraz „stanowi duże zagrożenie dla funkcjonowania i rozwoju” na pytanie *Jak oceniacie Państwo zagrożenia w działalności Państwa firmy?* w odniesieniu do wskazanych czynników; badanie CAWI, n=75.

Długookresowy rozwój firmy – podstawowy cel działalności badanych przedsiębiorców

- Jako bardzo ważne, a dla wielu kluczowe, cele działalności uczestnicy badania wskazywali przede wszystkim utrzymanie istnienia przedsiębiorstwa w długim okresie oraz długookresowy wzrost wartości przedsiębiorstwa, a także minimalizację ryzyka ekonomicznego i utrzymanie niezależności od podmiotów trzecich.
- Osiągnięciu sukcesu przez badane mieleckie firmy sprzyjać mają przede wszystkim następujące czynniki:
 - funkcjonowanie specjalnej strefy ekonomicznej,
 - dostępność i atrakcyjne ceny wynajmu nieruchomości,
 - odpowiedni poziom świadczonych usług telekomunikacyjnych,
 - przychylność społeczności lokalnej,
 - popyt na towary i usługi
- Dość duże znaczenie w kontekście rozwoju przedsiębiorstw mają również czynniki odnoszące się do otoczenia instytucjonalnego:
 - możliwość kontaktów i współpracy z innymi przedsiębiorcami w ramach zrzeszeń przedsiębiorców,
 - sprawnie funkcjonujące organy administracji publicznej i samorządowej,
 - możliwość korzystania z lokalnych firm doradczych w zakresie pozyskiwania środków unijnych i innych źródeł finansowania zewnętrznego.

Dla rozwoju przedsiębiorstw w Mielcu duże znaczenie ma wsparcie samorządu i IOB

- Wśród czynników obejmujących możliwości wsparcia działalności ze strony samorządu lub IOB, uczestnicy badania jako najważniejsze najczęściej wskazują:
 - możliwość korzystania z ulg i zwolnień w podatkach lokalnych,
 - możliwość otrzymania pomocy w ramach działalności IOB na rzecz wspierania przedsiębiorczości,
 - możliwość otrzymania wsparcia z instytucji pośrednictwa pracy i przeciwdziałania bezrobociu,
 - inicjowanie współpracy pomiędzy przedsiębiorcami,
 - promocję osiągnięć lokalnych przedsiębiorców oraz ich produktów/usług.

Warunki do prowadzenia działalności gospodarczej w Mielcu w ocenie badanych są raczej dobre, choć wiele wymaga poprawy (w tym w aspekcie instytucjonalnym)

- 55%* uczestników badania pozytywnie ocenia warunki prowadzenia działalności gospodarczej w mieście. Warto jednak zwrócić uwagę, że ocena co trzeciego badanego jest średnia („ani dobrze, ani źle”), co może wskazywać na to, że są pewne aspekty wymagające poprawy.
- **Najlepiej oceniane** przez respondentów aspekty funkcjonowania firmy obejmują:
 - jakość **infrastruktury technicznej** niezbędnej do prowadzenia działalności, tj. media, sieci, drogi, parkingi (48%**),
 - **dostępność komunikacyjną i transportową** w mieście (40%**),
 - **dostępność bazy lokalowej i terenów inwestycyjnych** (39%**).
- **Najbardziej** badani przedsiębiorcy oceniają natomiast:
 - **podatki lokalne** (55%***),
 - **wsparcie informacyjne w gminie** na temat warunków prowadzenia działalności gospodarczej w mieście (41%***),
 - **działania promujące lokalną gospodarkę** ze strony władz miasta oraz **dostępność wykwalifikowanych pracowników** (po 40%***).

Proszę ocenić warunki prowadzenia działalności gospodarczej w mieście	bardzo źle	dostatecznie	ani dobrze, ani źle	dobrze	bardzo dobrze
Dostępność wykwalifikowanych pracowników	9,3%	30,7%	34,7%	14,7%	10,7%
Dostępność bazy lokalowej, terenów inwestycyjnych	8,0%	20,0%	33,3%	26,7%	12,0%
Infrastruktura techniczna (media, sieci, drogi, parkingi)	4,0%	17,3%	30,7%	38,7%	9,3%
Niskie podatki lokalne	20,0%	34,7%	30,7%	12,0%	2,7%
Dostępność komunikacyjna i transportowa w mieście	4,0%	20,0%	36,0%	28,0%	12,0%
Mała konkurencja w postaci dużych zagranicznych koncernów/firm	8,0%	18,7%	49,3%	18,7%	5,3%
Gotowe plany zagospodarowania przestrzennego, przyjazne inwestorom	6,7%	21,3%	52,0%	17,3%	2,7%
Intensywne działania promujące lokalną gospodarkę ze strony władz miasta	13,3%	26,7%	44,0%	14,7%	1,3%
Wsparcie informacyjne w gminie na temat warunków prowadzenia działalności gospodarczej w mieście	18,7%	22,7%	37,3%	21,3%	0,0%
Łatwość w załatwianiu spraw w urzędzie miasta	5,3%	33,3%	30,7%	24,0%	6,7%
Możliwość wymiany doświadczeń, nawiązywania kontaktów, współpracy z innymi przedsiębiorcami	12,0%	18,7%	36,0%	30,7%	2,7%
Dostęp do wiedzy o innowacjach i nowych technologiach, niezbędnych o rozwoju firm	10,7%	21,3%	37,3%	28,0%	2,7%

Badanie CAWI, n=75

* Suma odpowiedzi „bardzo dobrze” i „dobrze” na pytanie *Proszę ocenić Mielec jako miejsce do prowadzenia działalności gospodarczej.*

/ Suma odpowiedzi „dobrze” i „bardzo dobrze” (***) „bardzo źle” i „dostatecznie”) na pytanie *Proszę ocenić warunki prowadzenia działalności gospodarczej w mieście*

Zdaniem uczestników badania lokalna społeczność jest pozytywnie nastawiona do przedsiębiorców

- Ponad połowa respondentów pozytywnie ocenia nastawienie lokalnej społeczności do przedsiębiorców (szacunek, docenienie).
- **Uwarunkowania związane z funkcjonowaniem lokalnej administracji oceniane są przez uczestników badania również pozytywnie.** 2/5 respondentów dobrze ocenia sprawność działania administracji lokalnej, dostęp do informacji o możliwym do uzyskania wsparciu ze strony władz publicznych i instytucji otoczenia biznesu, a także dostęp do informacji o zamówieniach publicznych.
- **Najślabiej** przez badanych **oceniony został poziom integracji/współpracy lokalnego środowiska przedsiębiorców.** 1/3 ocenia go pozytywnie, niemal tyle samo jest przeciwnego zdania, a kolejne 33% miało trudności ze wskazaniem jednoznacznej oceny („ani dobrze, ani źle”).
- Również nieco więcej wskazań ocen **negatywnych** („bardzo źle” i „dostatecznie”) odnotowano w przypadku **dostępności i otwartości na kontakt ze strony lokalnych władz w sprawach rozwoju firmy i miasta** (25%).

Proszę ocenić lokalne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości	bardzo źle	dostatecznie	ani dobrze, ani źle	dobrze	bardzo dobrze
sprawność (skuteczność i szybkość) działania administracji lokalnej przy załatwianiu spraw firmy	5,3%	12,0%	40,0%	37,3%	5,3%
nastawienie lokalnej społeczności do przedsiębiorców (szacunek, docenienie)	6,7%	10,7%	28,0%	50,7%	4,0%
dostęp do informacji o planach zagospodarowania terenu	4,0%	20,0%	41,3%	34,7%	0,0%
dostęp do informacji o zamówieniach publicznych (przetargach)	5,3%	12,0%	42,7%	40,0%	0,0%
dostęp do informacji dot. zasobów nieruchomości oraz zasad gospodarowania lokalami użytkowymi	6,7%	16,0%	38,7%	38,7%	0,0%
dostęp do informacji o możliwym do uzyskania wsparciu ze strony władz publicznych i instytucji otoczenia biznesu (środki pomocowe, doradztwo)	9,3%	13,3%	36,0%	37,3%	4,0%
poziom integracji/współpracy lokalnego środowiska przedsiębiorców	10,7%	21,3%	33,3%	30,7%	4,0%
dostępność i otwartość na kontakt ze strony lokalnych władz w sprawach rozwoju Państwa firmy i miasta	5,3%	20,0%	37,3%	32,0%	5,3%

Badanie CAWI, n=75

Mieleccy przedsiębiorcy (nie)odpowiedzialni społecznie?

- **Badani przedsiębiorcy rzadko biorą udział w lokalnych inicjatywach społecznych**, a co trzeci nie uczestniczy w nich w ogóle. **Rzadko wspierają również takie inicjatywy finansowo, organizacyjnie, lokalowo czy też sprzętowo**, zaś niemal 1/3 w ogóle nie wspiera takich inicjatyw.
- Ponad połowa badanych nie uczestniczy w lokalnych organizacjach społecznych. Tyle samo wskazuje, że nie jest członkiem organizacji skupiających lokalnych przedsiębiorców.
- Co ciekawe, wielu wskazuje jednocześnie „przychylność społeczności lokalnej wobec przedsiębiorstwa; dobre relacje ze społecznością lokalną, trwałą sieć kontaktów i więzi społecznych” jako jeden z istotnych, a nawet kluczowych czynników rozwoju firmy i osiągania sukcesu. Ważna w tym kontekście jest również „możliwość kontaktów i współpracy z innymi przedsiębiorcami w ramach zrzeszeń przedsiębiorców (stowarzyszeń zawodowych, izb gospodarczych, fundacji).
- Warto zatem dążyć do tego, by zaangażowanie lokalnych przedsiębiorców w rozwój miasta i działania na rzecz lokalnej społeczności było jak największe.

Czy wspieracie Państwo lokalne inicjatywy społeczne?	Nie	Sporadycznie /zdarzyło się	Często/regularnie się zdarza
Biorę udział w lokalnych inicjatywach społecznych	34,2%	44,7%	21,1%
Wspieram (finansowo, organizacyjnie, lokalowo, sprzętowo) lokalne inicjatywy społeczne	31,6%	55,3%	13,2%
Aktywnie uczestniczę w lokalnej organizacji społecznej i organizowanych z jej udziałem lokalnych inicjatywach społecznych	51,3%	34,2%	14,5%
Aktywnie uczestniczę w organizacji skupiającej lokalnych przedsiębiorców i organizowanych z jej udziałem lokalnych inicjatywach społecznych	55,3%	31,6%	13,2%

Badanie CAWI, n=75

Potencjalne obszary współpracy przedsiębiorców z lokalnymi instytucjami publicznymi

- **Badani przedsiębiorcy w największym stopniu zainteresowani są współpracą z lokalnymi instytucjami publicznymi w zakresie:**
 - **ochrony środowiska**, gospodarki odpadami i wdrażania rozwiązań energoefektywnych (niemal 1/3 badanych jest zainteresowana aktywnym udziałem, zaś co czwarty respondent – doradztwem; 12% w ogóle nie jest zainteresowanych współpracą w tym zakresie),
 - **wykorzystania środków Funduszu Pracy** m.in. na podnoszenie kwalifikacji pracowników, staże, tworzenie nowych miejsc pracy, doposażenie nowych stanowisk pracy (prawie 1/3 badanych chce aktywnie w tym uczestniczyć, 1/5 jest zainteresowana doradztwem, a tylko co 10 respondent w ogóle nie jest zainteresowany współpracą w tym obszarze),
 - **podnoszenia kompetencji właścicieli i kadry zarządczej oraz badań** wspólnie z podmiotami edukacyjnymi i uczelniami (28% badanych jest zainteresowanych doradztwem, tyle samo chciałoby w tym aktywnie uczestniczyć),
 - **prowadzenia badań oraz wdrażania nowych technologii** (prawie 27% chce w tym aktywnie uczestniczyć, zaś kolejne 23% jest zainteresowanych doradztwem w tym zakresie),
 - **wdrożenia w firmie rozwiązań e-business** oraz cyberbezpieczeństwa własności intelektualnej (28% badanych interesuje aktywny udział, zaś co 5. respondenta – doradztwo),
 - **pozyskania wykwalifikowanych pracowników** poprzez współdziałanie ze szkołami średnimi i instytucjami kształcenia ustawicznego (niemal 27% respondentów jest zainteresowanych aktywnym udziałem, zaś 20% - doradztwem).
- We wszystkich obszarach współpracy znaczna część uczestniczących w badaniu mieleckich przedsiębiorców chce mieć zapewniony dostęp do informacji.