

z dnia 31 lipca 2017 r.

w sprawie przyjęcia Aktualizacji Strategii Promocji Gminy Koluszki na lata 2017-2023

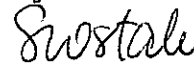
Na podstawie art. 7 ust. 1 pkt 18 oraz art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2016 roku, poz. 446, poz. 1579, poz. 1948; z 2017 roku, poz. 730, poz. 935) Rada Miejska w Koluszkach uchwala co następuje:

§ 1. Przyjmuje się Aktualizację Strategii Promocji Gminy Koluszki na lata 2017-2023 stanowiącą załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Koluszek.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodnicząca Rady
Miejskiej w Koluszkach



Anna Szostak

Aktualizacja strategii promocji gminy Koluszki

*Opracowanie przygotowane na zlecenie
gminy Koluszki
Rzeszów 2017*

Metryka dokumentu

Przygotowane dla: Urząd Miejski w Koluszkach
ul. 11 Listopada 65
95-040 Koluszki
um@koluszki.pl

Dane spółki: Exacto Sp. z o.o.
ul. Siemieńskiego 20/38
35-234 Rzeszów
NIP: 813-360-25-58
REGON: 180484610
KRS: 0000337961
Organ rejestrujący:
Sąd Rejonowy w Rzeszowie XII Wydział Gospodarczy KRS
Kapitał zakładowy 100.000,00 zł.

Opracowanie: dr hab. Dariusz Tworzydło – kierownik zespołu
Marek Zajic
Zdzisława Ziolo
Przemysław Szuba

Zatwierdził: Dariusz Tworzydło
Prezes Zarządu Exacto sp. z o.o.
602 44 55 96

Wersja: robocza
Data przygotowania: 10.07.2017
Data zatwierdzenia: 18.07.2017

Spis treści

Wstęp.....	5
1. Sytuacja wyjściowa – kluczowe informacje o gminie Koluszki.....	6
2. Podstawa badawcza dokumentu strategicznego.....	8
2.1. Zarys i metodologia procesu badawczego.....	8
2.2. Wyniki badań ilościowych.....	8
2.2.1. Charakterystyka badanych.....	9
2.2.2. Gmina Koluszki jako miejsce do życia.....	13
2.3. Wyniki badań jakościowych.....	30
2.3.1. Wizerunek.....	30
2.3.2. Infrastruktura.....	30
2.3.3. Relacje Urzędu Miejskiego Koluszki z interesariuszami.....	31
2.3.4. Rynek pracy i jakość życia.....	31
2.3.5. Dziedzictwo kulturowe i wydarzenia kulturalne.....	32
2.4. Analiza obecnego wizerunku Koluszek w mediach tj. prasa lokalna, regionalna i ponadregionalna oraz audyt dotychczasowych materiałów promocyjnych miasta przekazanych przez Zamawiającego.....	33
2.4.1. Analiza Google Trends.....	33
2.4.2. Analiza wizerunku Koluszek w mediach.....	36
2.4.3. Analiza materiałów promocyjnych Koluszek.....	36
2.5. Wyniki analiza desk research – analiza materiałów związanych z Koluszkami, w tym dokumentów strategicznych, ogólnodostępnych badań i analiz przekazanych przez Zamawiającego.....	37
2.5.1. Cechy demograficzne gminy Koluszki.....	37
2.5.2. Cechy gospodarcze gminy Koluszki.....	39
2.5.3. Statystyki z zakresu kultury, sztuki i turystyki.....	41
2.5.4. Gmina Koluszki w Strategii Rozwoju woj. Łódzkiego.....	44
2.5.5. Koluszki w kontekście Nowego Szlaku Jedwabnego.....	45
2.5.6. Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna.....	45
2.5.7. Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki.....	46
2.5.8. Studium wykonalności dla projektu: „Koluszki Zawsze w Centrum. Promocja Gospodarcza Regionu Łódzkiego poprzez działania zwiększające międzynarodową współpracę przedsiębiorców województwa łódzkiego”.....	47
2.6. Analiza konkurencji (określenie pozycji Koluszek na tle gmin o podobnym potencjale i wielkości).....	48
2.7. Aktualna analiza SWOT, w tym analiza uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych promocji miasta oraz określenie głównych przewag konkurencyjnych.....	57
3. Analiza i rekomendacje strategiczne.....	60

3.1.	Grupy docelowe działań strategicznych.....	60
3.2.	Aktualizacja celu głównego.....	60
3.3.	Dotychczasowe cele strategiczne a realne działania.....	60
3.3.1.	Pozyskanie nowych inwestorów, promocja terenów inwestycyjnych i promocja przedsiębiorczości	61
3.3.2.	Promocja Koluszek jako atrakcyjnego miejsca do życia	66
3.3.3.	Promocja marki „Koluszki zawsze w centrum”	67
3.3.4.	Wzrost identyfikacji i tożsamości mieszkańców z gminą.....	69
3.3.5.	Promocja oferty turystycznej, sportowej i kulturalnej oferty gminy	71
4.	Pozostałe rekomendowane działania	73
4.1.	Monitoring wdrażania strategii	74
4.2.	Raportowanie procesu wdrażania	75

Wstęp

Według założeń marketingu terytorialnego jednostki osadnicze funkcjonują w warunkach rynkowych, w pewnym stopniu analogicznych do tradycyjnych rynków gospodarczych. Województwa, miasta, powiaty czy gminy działają w tym ujęciu jako marki, dążące do osiągnięcia przewagi nad podmiotami konkurencyjnymi. Niniejszy dokument stanowi aktualizację strategii promocji marki gminy Koluszki. Celem zasadniczym opracowania jest prezentacja działań marketingowych rekomendowanych jako potencjalnie skuteczne w procesie podnoszenia poziomu konkurencyjności gminy, który w konsekwencji ma doprowadzić do efektywniejszego pozyskiwania różnorodnych zasobów, przyczyniających się do rozwoju i bogacenia się jednostki. Dokument przyjął formę kompleksowej prezentacji etapów budowania strategii, tak by wyraźnie zostały uwydatnione związki przyczynowo-skutkowe, uzasadniające proponowanie konkretnych rozwiązań.

Celem uzyskania wiedzy o obecnej sytuacji gminy Koluszki w różnych kontekstach jej funkcjonowania, a także o źródłach potencjału mogących stanowić czynniki rozwojowe jednostki, przeprowadzono złożony, wykorzystujący różne metodologie, proces badawczy.

Wnioski badawcze stały się elementem konstytutywnym dalszych etapów opracowania strategicznego i podstawą dla tworzenia kreatywnych koncepcji marketingowych. W dokumencie treści zasadnicze zostają zasilone szeregiem uzupełnień, przez co strategia przyjęła formę kompleksową.

1. Sytuacja wyjściowa – kluczowe informacje o gminie Koluszki

Gmina Koluszki zlokalizowana jest w centralnej części województwa łódzkiego w powiecie łódzkim wschodnim. Obecnie zamieszkuje ją niespełna 24 tys. mieszkańców. Siedziba władz samorządowych znajduje się w mieście Koluszki, które stanowią ważny ośrodek powiatu, głównie przez wzgląd na dogodne położenie komunikacyjne (drogowe, np. skrzyżowanie autostrad A1 i A2 i kolejowe). Miasto przecinają kluczowe szlaki transportowe w kierunku Łodzi, Warszawy i Katowic (informacje w tym zakresie obrazuje poniższa mapka lokalizacyjna). Koluszki dzieli zaledwie 30 km do stolicy województwa łódzkiego, co korzystnie wpływa na potencjał całej gminy.

Analizę sytuacji wyjściowej przeprowadzono w celu wyselekcjonowania informacji dotyczących gminy Koluszki, które można uznać za podstawę dla stworzenia ogólnej charakterystyki gminy. Główne źródło danych stanowiły: Strategia promocji gminy Koluszki na lata 2013-2020 oraz strona internetowa Urzędu Miejskiego. Przedmiotem analizy stały się również dane Głównego Urzędu Statystycznego umieszczane w Banku Danych Lokalnych oraz materiały promocyjne gminy, w tym przede wszystkim Informator Turystyczny. Uzupełnieniem analizy były konsultacje bezpośrednie z przedstawicielem Urzędu. Na tej podstawie uzyskano informacje o specyfice terenów inwestycyjnych. Poniżej prezentowane wnioski przedstawiają w sposób syntetyczny kluczowe aspekty dotyczące analizowanej jednostki.

Tabela 1. Gmina Koluszki – podstawowe informacja płynące z procesu badawczego

Potencjał	Wskaźnik badanie CAWI	Opinie – badanie TD Dane GUS – desk research
Spoleczny	58,7%	<ul style="list-style-type: none"> • Wysokie zaangażowanie mieszkańców w lokalne inicjatywy kulturalne oraz inicjatywy prowadzone przez Urząd Miejski. • Stabilne wskaźniki ludnościowe. • Duża liczba inicjatyw społeczno-kulturalnych skierowanych do mieszkańców.
Gospodarczy	57,3%	<ul style="list-style-type: none"> • Pozytywny wpływ Specjalnej Strefy Ekonomicznej. • Niskie bezrobocie. • Bardzo wysoki w skali gmin miejsko-wiejskich w Polsce wskaźnik wydatkowania środków pochodzących z funduszy Unii Europejskiej. • Wysoka w skali gmin miejsko-wiejskich w Polsce liczba pomiotów gospodarczych. • Dogodne położenie geograficzne. • Wysoki poziom obsługi przedsiębiorców.
Promocyjny	54,9%	<ul style="list-style-type: none"> • Strona koluszki.pl, spójna z identyfikacją wizualną gminy, nowoczesny układ graficzny, wysoka jakość prowadzenia witryny. • Brak rozpoznawalnych eventów o charakterze ponadlokalnym.
Wizerunkowy	53,7%	<ul style="list-style-type: none"> • Gmina ciągle rozwijająca się. • Nieformalna stolica powiatu łódzkiego wschodniego. • Ciągle coś się dzieje.
Turystyczny	52,8%	<ul style="list-style-type: none"> • Brak ponadlokalnych atrakcji turystycznych pod względem infrastrukturalnym. • Dogodne warunki naturalne do rozwoju turystyki weekendowej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonego procesu badawczego

2. Podstawa badawcza dokumentu strategicznego

Analiza sytuacji wyjściowej w ramach pomiaru potencjału wizerunkowego gminy Koluszki bazuje na mechanizmie triangulacji, który wskazuje na zasadność łączenia technik jakościowych z ilościowymi. W związku z tym obie powyższe płaszczyzny współtworzą podstawę badawczą niniejszego dokumentu o charakterze strategicznym.

2.1. Zarys i metodologia procesu badawczego

Podejmowanie decyzji operacyjnych i strategicznych wymaga danych, których analiza pozwala opisać i zrozumieć kontekst funkcjonowania i potencjał podmiotu, jak również ustalić, które ich elementy można traktować jako neutralne, które z nich można traktować jako potencjał, a które zaś jako przeszkodę dla funkcjonowania jednostki. Istotnym aspektem działania gminy są ludzie: mieszkańcy, urzędnicy, przedsiębiorcy.

Badanie zostało przeprowadzone na dwóch odrębnych grupach. Pierwszą z nich byli liderzy opinii gminy Koluszki: przedstawiciele instytucji, organizacji pozarządowych oraz przedsiębiorcy, których firmy funkcjonują na terenie gminy Koluszki. Z tymi uczestnikami przeprowadzono cztery telefoniczne wywiady indywidualne. Badanie z wykorzystaniem tej techniki opiera się na rozmowie, której przebieg ukierunkowuje scenariusz badań, czyli ogólna lista obszarów istotnych ze względu na cel projektu. Moderator wywiadu używając wylicznych w scenariuszu zadaje pytania i uzyskuje konieczne informacje. Istotną zaletą wywiadów pogłębionych jest umiarkowana swobodna atmosfera pozwalająca budować zaufanie między moderatorem a rozmówcą. Taka forma badania pozwala na zgromadzenie szczegółowych informacji pozwalających „zrozumieć” strategię respondentów stosowane przy doborze miejsca zamieszkania lub otwierania działalności gospodarczej.

Drugą grupę uczestników badań w kontekście aktualizacji dokumentu strategicznego dla Urzędu Miejskiego Koluszki stanowią w głównej mierze mieszkańcy, osoby pracujące w Koluszkach i okolicach lub związane z gminą Koluszki. Miały one możliwość udziału w badaniu aspektów życia za pomocą ankiety internetowej, która była dostępna na serwisie <http://koluszki.pl> w zakładce z aktualnościami oraz w mediach społecznościowych urzędu.

2.2. Wyniki badań ilościowych

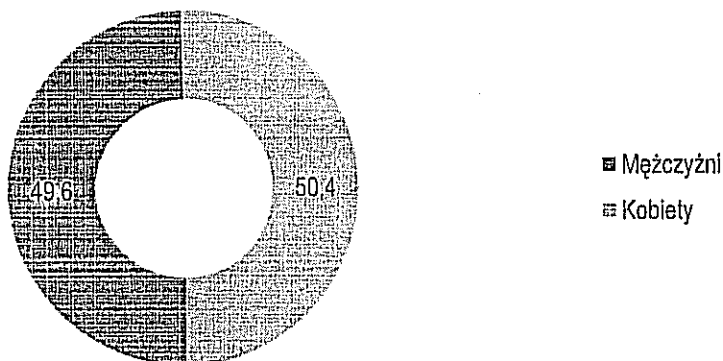
W przeprowadzonym badaniu kluczową rolę odgrywały zagadnienia wizerunkowe w ramach wymiaru społecznego, gospodarczego i turystycznego. W kampanii informacyjnej zachęcającej do uczestnictwa wykorzystano także działania z zakresu marketingu szeptanego. Z uwagi na krótki czas gromadzenia materiału empirycznego – od 28 czerwca do 4 lipca 2017 roku – uzyskaną liczbę 122 efektywnie uzupełnionych ankiet należy oceniać w kategoriach pozytywnych. Mieszkańcy wykazali się wysokim poziomem partycypacji, co świadczy o zaangażowaniu na rzecz opracowywanej aktualizacji do *Strategii promocji gminy Koluszki*.

Kwestionariusz ankiety pn. „Gmina Koluszki jako miejsce do życia” składał się z dwóch rozbudowanych pytań, za pomocą których możliwe było zaprojektowanie istotnych modeli indeksowych, które mierzyły

potencjał wizerunkowy oraz promocyjny Koruszek. Ich zadaniem była identyfikacja pozycji wizerunkowej, jaką aktualnie zajmuje gmina Koruszki z perspektywy jej mieszkańców. W ankiecie znalazła się także rozbudowana metryczka, która pozwoliła uchwycić różnice w sposobie postrzegania poszczególnych wymiarów w ramach kluczowych kategorii badanych. Respondenci wypełniali ankiety w formie elektronicznej CAWI (Computer Assisted Web Interview).

2.2.1. Charakterystyka badanych

Wykres 1. Płeć badanych, N=121 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koruszkach

W badaniu brał udział niemal identyczny odsetek kobiet i mężczyzn. Proporcjonalny rozkład pozwoli wykorzystać zmienną płeć do analiz różnicujących przy zachowaniu kryterium liczebnościowego.

Tabela 2. Przedział wiekowy badanych

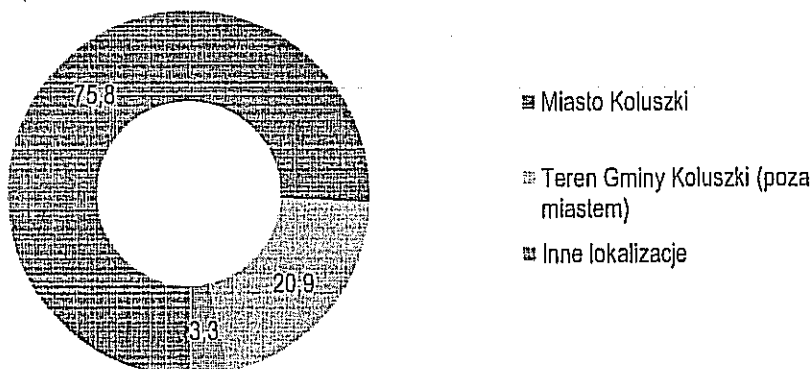
Kategorie wieku	Liczba wskazań	%
17-24 lata	29	24,6
25-44 lata	73	61,9
45 i więcej	16	13,5
Ogółem	118	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koruszkach

Na potrzeby dalszych analiz wyodrębniono trzy przedziały wiekowe, w oparciu o które będą prowadzone różnicowania warstwowe. Wśród ankietowanych dominowały osoby w wieku od 25 do 44 lat (61,9%). Jedna czwarta odpowiadających na pytania ankietowe była między 17-tym a 24-tym rokiem

życia. Przynajmniej 45 lat miał co siódmy respondent (13,5%). Średnia wiekowa dla badanych wynosiła 32 lata, zaś rozstęp między wartością najwyższą (67 lat) a najniższą (17 lat) wynosił 50. Dominanta w podziale wiekowym wynosiła 27 lat (taką odpowiedź zaznaczyło najwięcej osób).

Wykres 2. Miejscowość zamieszkania, N=120 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

W próbie dominowali mieszkańcy miasta Koluszki, którzy stanowili trzy czwarte ogółu. Natomiast odsetek osób mieszkających poza siedzibą gminy, aczkolwiek na jej obszarze terytorialnym wynosił 20,9%. Byli to przedstawiciele okolicznych wsi. Cztery osoby podały inne lokalizacje (Warszawa, Łódź, Rogów oraz powiat skierniewicki).

Wykres 3. Wykształcenie badanych, N=121 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Niemal dwie trzecie badanych (64,5%) legitymowało się wykształceniem wyższym. Osoby z wykształceniem średnim stanowiły 27,3% ankietowanych, 3,3% posiadało wykształcenie zawodowe, zaś 4,9% wybrało z dostępnej kafeterii opcję „Podstawowe”. W analizach średnich zredukowano

powyższe dane do dwóch kategorii, tj. osoby z wykształceniem wyższym (wyższy poziom) – 64,5% oraz ze średnim lub niższym (niższy poziom) – 35,5%.

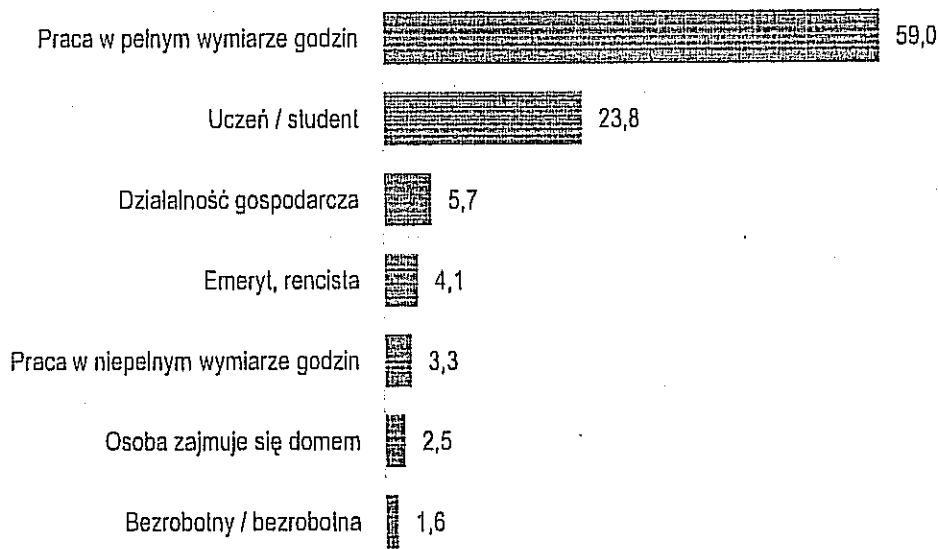
Tabela 3. Okres zamieszkania na terenie gminy Koluszki

Jaki długo mieszkają na terenie gminy Koluszki?	Liczba wskazań	%
Do 2 lat	1	0,8
Od 2 do 5 lat	3	2,5
Od 6 do 10 lat	5	4,1
Od 11 do 15 lat	4	3,3
16 lat i więcej	104	86,0
Nie mieszkam w gminie Koluszki	4	3,3
Ogółem	122	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Zdecydowana większość badanych (86%) to osoby mieszkające na terenie gminy Koluszki od przynajmniej 16 lat. Pozostałe kategorie lat były stosunkowo rzadziej wybierane, dlatego w analizach porównawczych rekodowano powyższy rozkład do dwóch warstw, tj. „1-15” (11,1%) oraz „16 i więcej” (88,9%) z pominięciem osób nie mieszkających na terenie gminy Koluszki. Dane jednoznacznie wskazują na wyższy poziom zaangażowania w badanie osób, które przez dłuższy okres czasu związane są z Koluszkami.

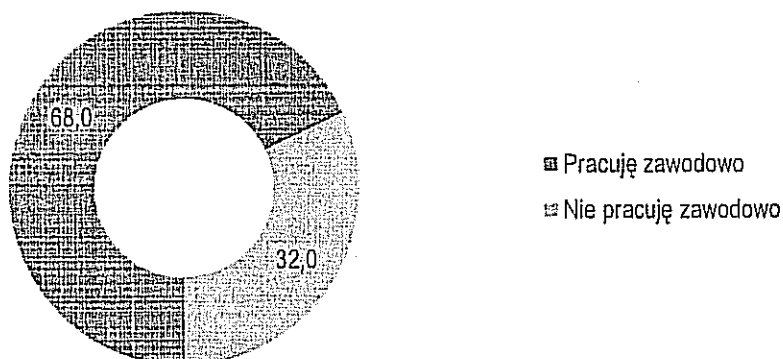
Wykres 4. Sytuacja zawodowa badanych, N=122 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Niemal jedna trzecia badanych nie pracuje zawodowo. Wśród tej grupy dominowali uczniowie i studenci (23,8%), dalej reprezentowani byli emeryci i renciści (4,1%), osoby zajmujące się prowadzeniem domu (2,5%), kończąc na bezrobotnych (1,6%). Natomiast wśród respondentów czynnych zawodowo dominowali pracownicy zatrudnieni na pełny etat (59%). W próbie było 5,7% prywatnych przedsiębiorców, zaś opcję „Praca w niepełnym wymiarze godzin” zaznaczał tylko jeden na trzydziestu ankietowanych.

Wykres 5. Sytuacja zawodowa w podziale dychotomicznym, N=122 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

W próbie znajdowało się przeszło dwa razy więcej osób aktywnych zawodowo niż respondentów, którzy na co dzień nie pracują z różnych przyczyn. Powyższy rozkład pełni rolę istotnego predyktora w analizach.

Wykorzystano również czynnik różnicujący sposób postrzegania gminy Koluszki przez jej mieszkańców w podziale na trzy stanowiska:

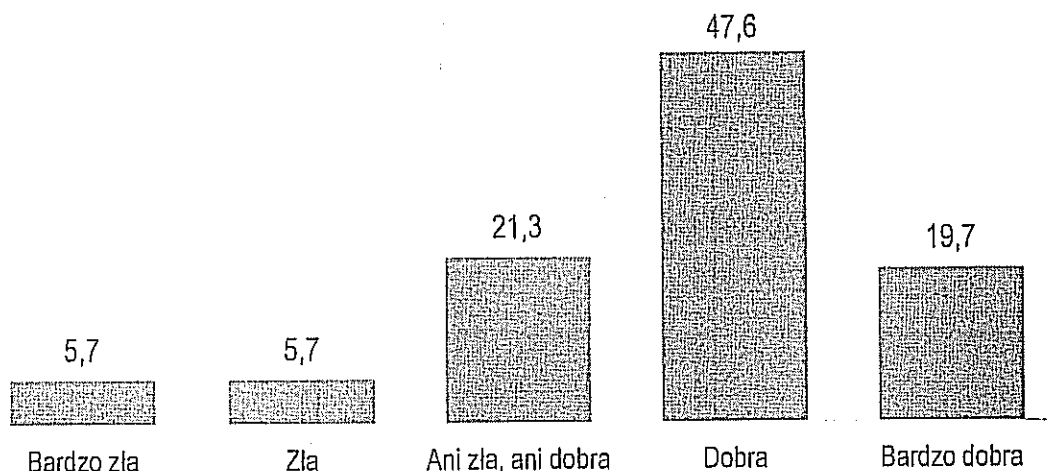
- Negatywne postrzeganie gminy – 11,4%;
- Neutralne postrzeganie gminy – 21,3%;
- Pozytywne postrzeganie gminy – 67,3%¹.

Co prawda jest to zmienna zależna, aczkolwiek jej funkcjonalność wykorzystano w formie egzogenicznego czynnika przy wykazie poziomu zmienności w zaprojektowanych indeksach.

2.2.2. Gmina Koluszki jako miejsce do życia

W pierwszej kolejności przy pytaniach merytorycznych poproszono ankietowanych o wystawienie ocen w ramach kluczowych aspektów wizerunkowych dotyczących gminy Koluszki. To zadanie polegało na ustosunkowaniu się do opracowanego konglomeratu twierdzeń odnoszących się do sposobu postrzegania gminy Koluszki przez jej mieszkańców.

Wykres 6. Jaka jest Pana/i ogólna opinia na temat gminy Koluszki (skala porządkowa od 1 do 5, gdzie 1 to ocena skrajnie negatywna a 5 skrajnie pozytywna), N=122 (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Podczas udzielania odpowiedzi na powyższe pytanie ankietowani najczęściej wybierali opcję umiarkowanie pozytywną – 47,6%. Bezwzględną aprobatę w stosunku do swojego miejsca

¹ Połączone kategorie z pierwotnego rozkładu odpowiedzi na pytanie „Jaka jest Pana/i ogólna opinia na temat gminy Koluszki?”

zamieszkania wyraziło 19,7% respondentów. Przeszło jeden na pięciu badanych (21,3%) nie potrafił jednoznacznie wypowiedzieć się na temat oceny gminy Koluszki. Natomiast umiarkowane i całkowicie negatywne nastroje występowały średnio u jednego na dziewięciu odpowiadających (w obu przypadkach odsetek wskazań na poziomie 5,7%).

Tabela 4. Ogólna opinia dotycząca gminy Koluszki – statystyki tendencji centralnej, rozproszenia i rozkładu

Kategoria	Ważne obserwacje	Średnia	Odchylenie stand.	Dominanta	Zmienność	Skosność	Kurtóza
Indeks	122	3,70	1,036	4	28%	-0,949	0,730
Interpretacja	cała próba udzieliła odpowiedzi	przeciętny poziom zadowolenia	umiarkowany rozrzut wyników	najczęściej zaznaczana wartość	umiarkowane zróżnicowanie wartości zmiennej	asymetria lewostronna	rozkład leptokurtyczny

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Ze względu na kluczową rolę zmiennej, która odzwierciedla sposób postrzegania gminy Koluszki przez mieszkańców, przedstawiono jej pogłębioną eksplorację. Pulał średniej przemawia za stabilną oceną, jednakże nie powinien do końca satysfakcjonować władz szczebla lokalnego. Średnia wyniosła 3,70, co może wskazywać na pewne problemy mieszkańców w ramach niektórych aspektów życia w Koluszkach. Dalsze analizy pozwolą zidentyfikować obszary ryzyka.

Współczynnik zmienności będący ilorazem odchylenia standardowego od średniej wskazuje na adekwatność wykorzystywania średniej w procesie interpretacyjnym, gdyż jest on niższy niż 35%.

Tabela 5. Ogólna opinia na temat gminy Koluszki w oparciu o główne charakterystyki mieszkańców (skala od 1 do 5, gdzie 1 to bardzo źle, a 5 to bardzo dobrze)

Charakterystyki badanych		Ocena gminy Koluszki	
		N	Średnia
Płeć $p > 0,05$	Mężczyźni	60	3,65
	Kobiety	61	3,72
Wiek $p = 0,024$	17-24 lata	29	4,10
	25-44 lat	73	3,51
	45-67 lat	16	3,88
Miejsce zamieszkania $p > 0,05$	Koluszki	91	3,77
	Teren gminy Koluszki	25	3,48
Wykształcenie $p > 0,05$	Średnie lub niższe	43	3,93
	Wyższe (I lub II stopnia)	78	3,59
Okres zamieszkiwania gminy Koluszki $p > 0,05$	Do 15 lat	13	3,38
	16 lat i więcej	104	3,74
Sytuacja zawodowa $p > 0,05$	Pracuję zawodowo	83	3,60
	Nie pracuję zawodowo	39	3,90

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Pomimo braku różnic statystycznych między większością zestawionych zmiennych, wartych odnotowania jest kilka trendów, które można zauważyć podczas analizy samego rozkładu średnich grupowych. Mieszkańcy Koluszek wystawiali bardziej przychylnie opinie w porównaniu z osobami, które zamieszkują okoliczne wsie gminy Koluszki (odchylenie na poziomie [0,29] od średniej). Ponadto wyższy poziom zadowolenia z życia w analizowanej jednostce administracyjnej występował wśród osób z niższym wykształceniem – różnica [0,34], zamieszkujących tereny gminy Koluszki przynajmniej od 16 lat – różnica [0,36] oraz w grupie biernej zawodowo – różnica [0,30].

Jedynie wiek w sposób istotny statystycznie warunkuje opinie badanych. Najmłodsza grupa respondentów (17-24 lata) była w największym stopniu zadowolona z życia w gminie Koluszki – średnia 4,10. Dodatkowo była to jedyna kategoria, gdzie poziom średniej przekroczył optymalny prób 4,00. Krytyczne opinie dotyczące życia w Koluszkach najczęściej zgłaszały osoby w wieku od 25 do 44 lat –

średnia 3,51. Dlatego grupa ta powinna stanowić jednostkę analizy w procesie monitorowania potrzeb mieszkańców przez samorządowców².

Główny trzon analiz stanowi przygotowany model diagnostyczny, przedstawiający przekrój przez kluczowe wymiary wizerunkowe gminy Koluszkki, które zostały uwzględnione w docelowej ankiecie. Model pełni funkcję szablonu identyfikacyjnego w zakresie punktów rozwojowych oraz destabilizujących. Wytyczne konstrukcyjne przewidują oszacowanie wartości średniej ważonej i jej odpowiednie modelowanie przedziałowe, które przeprowadzono w poniższym zestawieniu tabelarycznym.

Tabela 6. Schemat klasyfikacji wymiarów w zakresie aspektów życia w gminie Koluszkki na podstawie odchylenia od średniej ważonej

Sytuacja niekorzystna	Zagrożenie destabilizacji	Sytuacja stabilna	Szansa rozwoju	Sytuacja korzystna
przedział 25%	przedział 15%	przedział 20% od $x=3,15$ 10% odchylenie w prawo 10% odchylenie w lewo	przedział 15%	przedział 25%
poniżej 2,37	zakres od 2,37 do 2,83	zakres od 2,84 do 3,47	zakres od 3,48 do 3,94	3,95 i więcej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Przyjęto, że za sytuacją stabilną przemawiają wyniki średnich mieszczących się w przedziale od 2,84 do 3,47. Poniżej dolnej granicy stabilności znajduje się obszar oddziaływania niekorzystnych trendów ($x \leq 2,83$), zaś aspekty, których średnia przekracza 3,94 zostały uznane za szczególnie perspektywiczne. W ten sposób powstała diagnoza poziomu zadowolenia mieszkańców gminy Koluszkki, która wskazuje na obecność trzynastu wymiarów stabilnych, sześciu z potencjałem rozwojowym oraz trzech destabilizujących.

² Porównanie średnich z trzech niezależnych grup przy zmiennej grupującej przedział wiekowy: test H Kruskala Wallisa, gdzie $\chi^2=7,484$; $df=2$; $p=0,024$ (istotność statystyczna)

Tabela 7. Diagnoza poziomu zadowolenia mieszkańców gminy Koluszki z poszczególnych aspektów życia w ich otoczeniu (N=122 przy każdym wymiarze)

Lp.	Wymiar wizerunkowe gminy Koluszki	Średnia	Diagnoza	Interpretacja
1	Koluszki mają dogodne położenie geograficzne	4,30	Trend korzystny	Sytuacja pożądana
2	Jestem dumny z tego, że mieszkam w Koluszkach	3,76	Szansa rozwoju	
3	Obserwuję dynamiczny rozwój Koluszek	3,62		
4	Koluszki są godne polecenia, jako miejsce do życia	3,55		
5	Gmina Koluszki jest dobrze promowana	3,50		
6	Życie na terenie gminy Koluszki jest godne polecenia	3,50		
7	Kampania Koluszki. Zawsze w centrum jest w mojej opinii widoczna	3,39	Stabilizacja	Sytuacja stabilna
8	Koluszki są znane w Polsce	3,30		
9	Koluszki są dobrze zarządzaną gminą	3,27		
10	Mieszkańcy Koluszek są z reguły wysoko wykwalifikowani	3,12		
11	Kampania Koluszki. Zawsze w centrum jest w mojej opinii skuteczna	3,11		
12	W Koluszkach jest dużo wydarzeń kulturalnych	3,05		
13	Koluszki są dobrym miejscem do prowadzenia biznesu	3,04		
14	Koluszki pozytywnie wyróżniają się na tle innych gmin Polski	2,97		
15	Koluszki są estetyczne	2,96		
16	Koluszki dbają o swoich mieszkańców	2,92		
17	Koluszki mają rozwiniętą infrastrukturę	2,89		
18	Mieszkańcy innych rejonów Polski bardzo dobrze postrzegają Koluszki	2,89		
19	W Koluszkach jest dużo wydarzeń sportowych	2,89		
20	Koluszki są bardziej nowoczesne niż tradycyjne	2,78		
21	Koluszki mają ciekawą architekturę	2,39	Kryzys	
22	Koluszki są chętnie odwiedzane przez turystów	2,06		
Ogółem			Średnia ważona 3,15	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Relatywnie najczęściej respondenci byli skłonni zgodzić się z tym, że lokalizacja terytorialna Koluszek jest korzystna – średnia 4,30. Mieszkańcy podkreślali także dumę z faktu zamieszkiwania gminy Koluszki – średnia 3,76 oraz akcentowali jej dynamiczny rozwój – średnia 3,62. Względnie wysokie noty dotyczyły także potencjalnej rekomendacji miejsca oraz prowadzonej przez władze lokalne promocji

gminy Koluszki. Najslabiej oceniono natężenie ruchu turystycznego – średnia 2,06, architekturę miasta – średnia 2,39 oraz stopień wdrażania nowoczesnych rozwiązań na poziomie gminy – średnia 2,78.

Na skutek pogłębionych analiz w kontekście ocenianych przez mieszkańców aspektów życia w gminie Koluszki zidentyfikowano interesujące zależności statystyczne.

- Wiek respondentów istotnie warunkował sposób oceny następujących wymiarów:
 - wraz z wiekiem maleje aproba w stosunku do twierdzenia zakładającego, że Koluszki są miejscem do życia, które można rekomendować innym³;
 - im starsza grupa wiekowa, tym częstsze deklaracje o wyższym stopniu rozpoznawalności Koluszek w kraju⁴;
 - starsi mieszkańcy gminy Koluszki (45-67 lat) byli bardziej stonowani w swoich ocenach dotyczących wymiaru estetyki panującej w ich mieście, aniżeli najmłodsza grupa wiekowa (17-24 lata)⁵.
- Poziom posiadanego wykształcenia różnicował pięć wymiarów życia na terenie gminy Koluszki:
 - wraz z wyższym poziomem wyedukowania rósł odsetek osób, które akcentowały, że Koluszki są znanym miejscem w Polsce⁶;
 - z drugiej strony osoby posiadające niższy poziom wykształcenia istotnie częściej zwracały uwagę na nowoczesność gminy⁷ oraz znaczne zainteresowanie ze strony ruchu turystycznego⁸. Mocniej podkreślały także dumę z faktu zamieszkiwania w Koluszkach⁹ oraz deklarowały, że życie w Koluszkach jest godne polecenia¹⁰.
- Na poziomie zmiennych nominalnych płeć warunkowała poziom rekomendacji dla gminy Koluszki, jako miejsca wartego do osiedlenia. Ponad trzy piąte mężczyzn (61,6%) w sposób umiarkowany lub całkowity zgodziło się z twierdzeniem mówiącym o tym, że życie w Koluszkach jest godne polecenia. Natomiast w grupie kobiet odsetek oscylował na poziomie 50,9%. Zależność była wyraźna¹¹.

³ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = [-0,190]$; $p = 0,039$; $N = 118$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

⁴ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = 0,279$; $p = 0,002$; $N = 118$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,01$)

⁵ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = [-0,188]$; $p = 0,042$; $N = 118$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

⁶ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = 0,195$; $p = 0,032$; $N = 121$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

⁷ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = [-0,227]$; $p = 0,012$; $N = 121$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

⁸ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = [-0,221]$; $p = 0,015$; $N = 121$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

⁹ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = [-0,184]$; $p = 0,043$; $N = 121$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

¹⁰ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s = [-0,201]$; $p = 0,027$; $N = 121$ (korelacja istotna na poziomie $p < 0,05$)

¹¹ chi-kwadrat=9,879; $df=4$; $p=0,043$ (istotność statystyczna), V Cramera=0,286 (sila zależności)

- Ocena efektywnego sposobu promocji gminy Koluszki była lepsza w grupie mieszkańców miasta (63,8%) w stosunku do osób, które żyją poza Koluszkami, aczkolwiek w obszarze gminnym (44%)¹².
- Mieszkańcy gminy Koluszki pracujący zawodowo wystawiali bardziej stonowane oceny dotyczące widoczności kampanii promocyjnej „Koluszki zawsze w centrum” – 48,2% łącznych wskazań na odpowiedzi pozytywne. W grupie biernej zawodowo powyższy odsetek oscylował na zdecydowanie wyższym pułapie – 71,8%¹³.
- Wśród osób aktywnych zawodowo występowało silniejsze przekonanie o rozpoznawalności Koluszek w kraju (56,7%), aniżeli wśród grupy agregującej osoby nie pracujące (30,8%)¹⁴.

Indeks globalny

Na podstawie 22 omówionych wcześniej wymiarów, które dotyczą kwestii wizerunkowych gminy Koluszki, zaprojektowano model procentowy obrazujący sposób, w jaki mieszkańcy postrzegają swoje miejsce zamieszkania w kontekście kompleksowego podejścia do problematyki wizerunku miasta. Walidacja wewnętrzna indeksu oraz analiza rzetelności pozwoliły na konstrukcję miernika, gdzie współczynnik sprawdzający jego spójność oscylował na więcej niż zadowalającym poziomie – wartość 0,952¹⁵. Finalna forma indeksu bazuje na skali porządkowej od 1 do 5. Jednak z uwagi na większą czytelność danych i możliwości interpretacyjne, rekomendowane jest stosowanie konwertowania procentowego w zakresie uzyskanego wyniku przy wykorzystaniu standardowej proporcji matematycznej¹⁶:

$$\frac{(\mu - 1)}{x} = \frac{4}{100\%}$$

Taki mechanizm pozwoli w sposób bardziej elastyczny monitorować nasycenie wskaźnika w przedziale od 0 do 100% z uwzględnieniem wartości grupowych przy różnicowaniu czynnikowym. Podkreślenia wymaga, że na etapie koncepcyjnym przyjęto postulat o braku nadawania hierarchicznych rang wizerunkowych poszczególnym wymiarom. W związku z tym każdy z uwzględnionych 22 aspektów miał taką samą siłę oddziaływania na indeks wizerunkowy gminy Koluszki.

¹² chi-kwadrat=9,851; df=4; p=0,043 (istość statystyczna), V Cramera=0,291 (siła zależności)

¹³ chi-kwadrat=9,666; df=4; p=0,046 (istość statystyczna), V Cramera=0,281 (siła zależności)

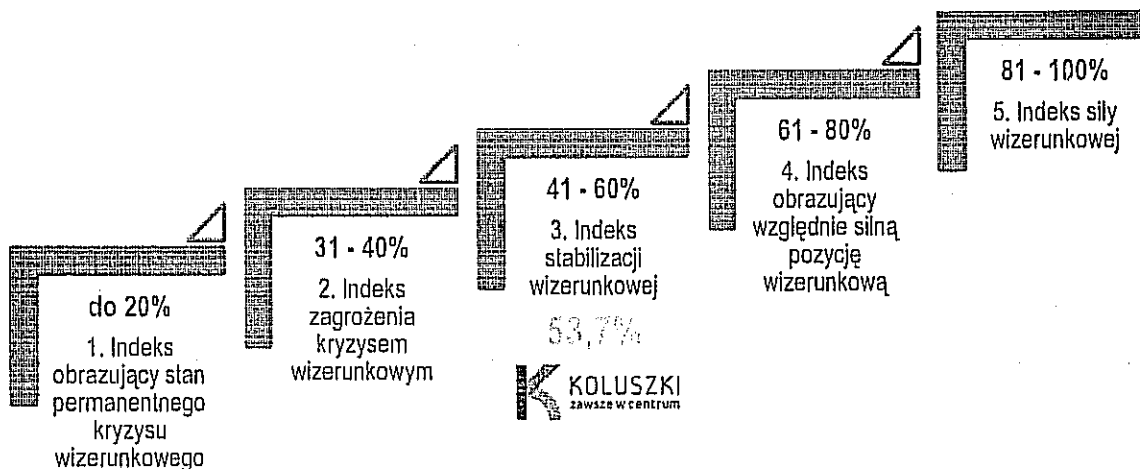
¹⁴ chi-kwadrat=9,741; df=4; p=0,045 (istość statystyczna), V Cramera=0,283 (siła zależności)

¹⁵ Analiza przeprowadzona w programie statystycznym określająca, czy opracowana bateria wskaźników bada to samo zjawisko z uwzględnieniem spójności skali. Przyjmuje wartość od 0 do 1. Uzyskanie wyniku powyżej 0,7 oznacza, że zaprojektowana skala jest rzetelna (poszczególne pozycje są spójne i badają to samo zjawisko). Bateria wskaźników agregowała pytania kwestionariuszowe od Q2.1 do Q 2.22.

¹⁶ Wartość bezwzględna indeksu wyniosła: $\mu=3,149$

Po odpowiednich przekształceniach liczbowych w programie statystycznym wyliczono poziom wskaźnika wizerunkowego gminy Koluszki, który oscylował na pułapie 53,7%. Pomocnym narzędziem w interpretacji wyników będzie poniższa proporcjonalna klasyfikacja sytuacyjna, stworzona na potrzeby niniejszego badania.

Rysunek 1. Pozycja wizerunkowa gminy Koluszki



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Poszczególne odpowiedzi mieszkańców gminy Koluszki tworzą pewnego rodzaju bilans wizerunkowy, który wskazuje na stabilną sytuację wyjściową (trzeci z pięciu możliwych poziomów). Jednakże konieczne jest systematyczne monitorowanie punktów newralgicznych, a zwłaszcza problematycznych kwestii związanych z turystyką i stopniem wdrażania nowoczesnych rozwiązań w Koluszkach. Komplikacje wizerunkowe powinny być stopniowo eliminowane, co pozwoli na awans w zakres siły oddziaływania korzystnych trendów wizerunkowych.

Wyodrębnione kryteria mogą stanowić także pomocne narzędzie przy efektywnym wdrażaniu strategii promocji, gdyż m.in. pozwolą w oparciu o mechanizm ewaluacji ex-post przeprowadzić analizę sytuacji wyjściowej wzbogaconą o ekspertyzę kierunkowości zmian w poszczególnych aspektach życia mieszkańców. Analiza porównawcza stanu obecnego (53,7%) z wynikami przyszłościowych badań wizerunkowych może stanowić ważny punkt wsparcia dla procesów decyzyjnych władz samorządowych gminy Koluszki.

Wyartykułowane podczas badania aspektów życia w Koluszkach charakterystyki dla poszczególnych grup mieszkańców pozwoliły wykazać interesujące różnice dotyczące stopnia nasycenia wskaźnika wizerunkowego. Niemniej jednak niezależnie od cech społeczno-demograficznych wartości indeksu utrzymywały się na porównywalnym poziomie, co świadczy o względnej jedności poglądów wśród ankietowanych.

Tabela 8. Procentowy poziom indeksu wizerunkowego dla poszczególnych kategorii mieszkańców gminy Koluszki

Charakterystyki badanych		Indeks wizerunkowy		Interpretacja
		N	Norma %	
Płeć p>0,05	Mężczyźni	60	52,5	Brak zróżnicowania w nasyceniu wskaźnika, co świadczy o podobnym sposobie postrzegania wizerunku gminy Koluszki przez jej mieszkańców
	Kobiety	61	54,8	
Wiek p>0,05	17-24 lata	29	59,0	
	25-44 lat	73	50,9	
	45-67 lat	16	57,5	
Miejsce zamieszkania p>0,05	Koluszki	91	53,7	
	Teren gminy Koluszki	25	55,1	
Wykształcenie p>0,05	Średnie lub niższe	43	56,2	
	Wyższe (I lub II stopnia)	78	52,7	
Okres zamieszkiwania gminy Koluszki p>0,05	Do 15 lat	13	49,9	
	16 lat i więcej	104	54,3	
Sytuacja zawodowa p>0,05	Pracują zawodowo	83	52,5	
	Nie pracują zawodowo	39	56,4	

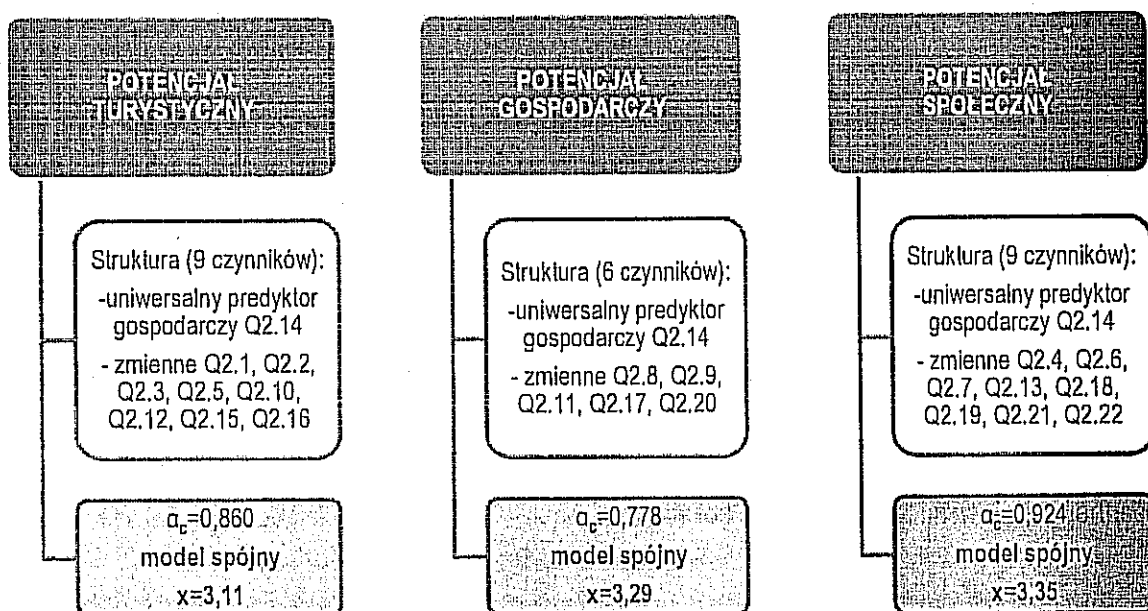
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Niezależnie od charakterystyk badanych indeks wizerunkowy utrzymuje się na porównywalnym poziomie (stabilizacja wizerunkowa). W obrębie płci, miejscowości zamieszkania, wykształcenia, okresu zamieszkiwania gminy Koluszki oraz sytuacji zawodowej wahania poziomu wskaźnika nie przekraczały nawet pięciu punktów procentowych. Przy podziale badanych względem trzech warstw wiekowych widać nieco większe zróżnicowanie, gdyż osoby najmłodsze (17-24 lata) najsilniej podkreślały potencjał wizerunkowy gminy Koluszki (59% nasycenie wskaźnika), zaś wśród ankietowanych w wieku od 25 do 44 lat indeks nie przekroczył progu 51%. Jednak w kolejnej grupie wiekowej (45 lat i więcej) podniósł się do poziomu 57,5%. Pomimo braku zależności statystycznych, kolejny raz środkowa grupa wiekowa wystawiała najbardziej stonowane oceny w kontekście swojego miejsca zamieszkania.

Uwzględnione w kwestionariuszu ankiety aspekty życia można także podzielić pod kątem turystycznym, gospodarczym oraz związanym z jakością życia mieszkańców. Analiza kontekstu wszystkich twierdzeń pozwoliła stworzyć trzy rozłączne typologie z zastrzeżeniem, że jedynie opcja „Koluszki mają dogodne

położenie geograficzne" została uwzględniona w ramach każdej z trzech płaszczyzn jako predyktor wspólny o charakterze geograficznym. Wynika to zarówno z podobieństwa tematycznego, jak i faktu, że to twierdzenie cieszyło się zdecydowaną największą aprobatą wśród mieszkańców i ryzykowne byłoby wyłączenie przyporządkowanie indywidualne. W procesie obliczeniowym zastosowano analogiczne kryteria jak podczas konstrukcji globalnego indeksu wizerunkowego. Wyniki zostały zaprezentowane na poziomie wartości średnich mieszczących się w zakresie od 1 do 5, gdzie im wyższa wartość, tym większy potencjał gminy Koluszki.

Rysunek 2. Potencjał gminy Koluszki – konstrukcja modeli cząstkowych na podstawie twierdzeń z kwestionariusza ankiety (zestaw pytań Q2)

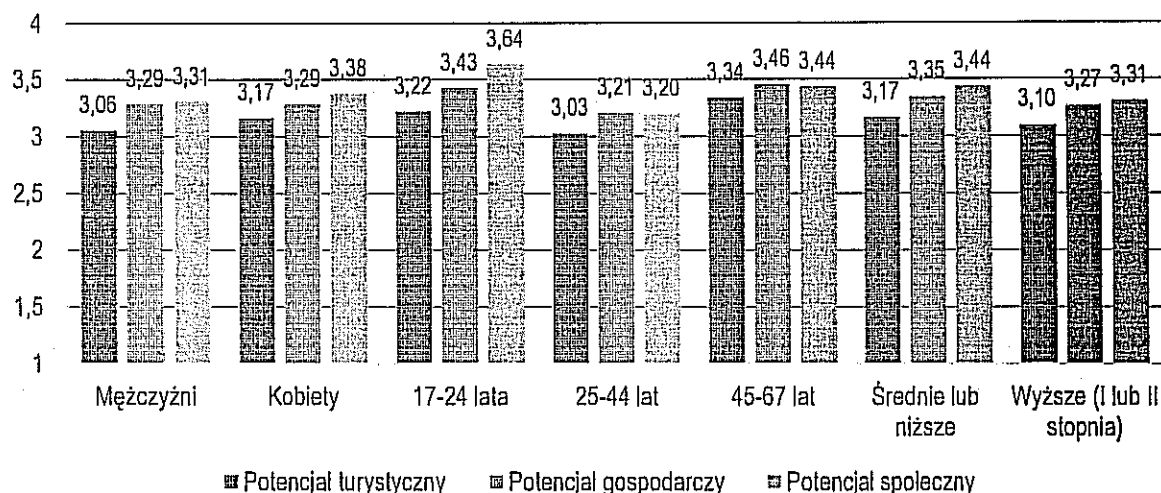


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Zasadność koncepcji projekcji modeli cząstkowych potwierdziła analiza rzetelności za pomocą współczynnika Alfa Cronbacha i prognozy skali po wykluczeniu pozycji. W każdym przypadku $\alpha_c > 0,75$, co można uznać za wyniki zadowalające dla powyższych wymiarów¹⁷. Relatywnie najwyższą rzetelność wykazywał indeks mierzący jakość życia mieszkańców gminy Koluszki (płaszczyzna społeczna). Dodatkowo samo nasycenie tego wskaźnika również było najwyższe – 3,35. Potencjał gospodarczy tylko nieznacznie ustępował społecznemu, gdyż średnia przyjęła wartość 3,29. Najslabiej mieszkańcy ocenili możliwości turystyczne gminy Koluszki – 3,11.

¹⁷ Analiza przeprowadzona w programie statystycznym wskazująca, czy opracowana bateria wskaźników bada to samo zjawisko z uwzględnieniem spójności skali. Przyjmuje wartość od 0 do 1. Uzyskanie wyniku powyżej 0,7 oznacza, że zaprojektowana skala jest rzetelna (poszczególne pozycje są spójne i badają to samo zjawisko)

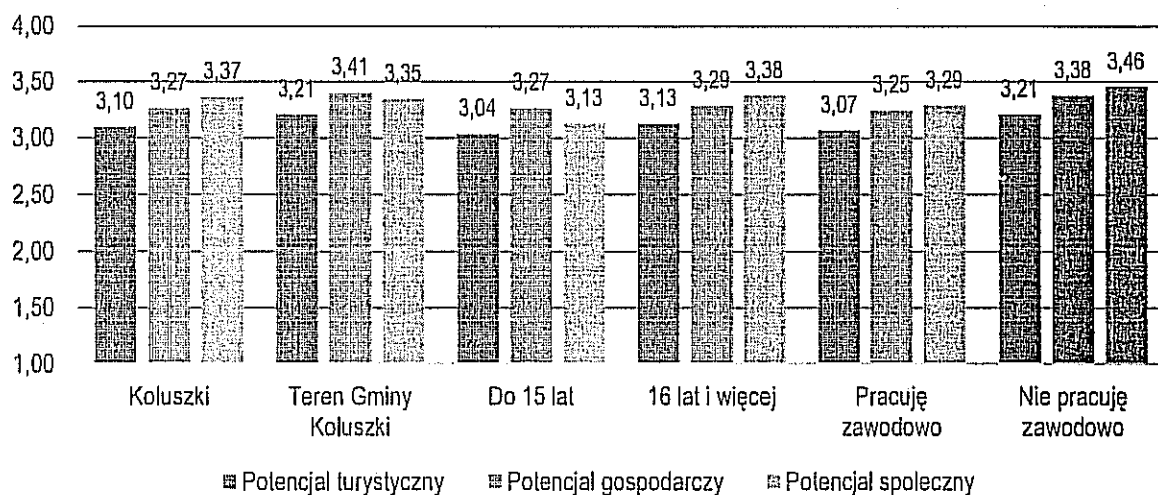
Wykres 7. Potencjał turystyczny, gospodarczy i społeczny gminy Koluszki w opinii jej mieszkańców w podziale na płeć, wiek i wykształcenie (skala od 1 do 5)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Żadna z poddanych analizie zmiennych niezależnych nie różnicuje opinii mieszkańców w zakresie potencjału gminy Koluszki. Odnotowania wymaga, że osoby w przedziale wiekowym 25-44 w mniejszym stopniu były skłonne przypisać poszczególne atuty swojej gminie zamieszkania (najniższe średnie w ramach aspektu turystyki, gospodarki i jakości życia). Podobna prawidłowość charakteryzowała osoby lepiej wykształcone w odniesieniu do respondentów, którzy deklarowali wykształcenie podstawowe, zasadnicze zawodowe lub średnie.

Wykres 8. Potencjał turystyczny, gospodarczy i społeczny gminy Koluszki w opinii jej mieszkańców względem miejscowości, czasu pobytu i sytuacji zawodowej (skala od 1 do 5)

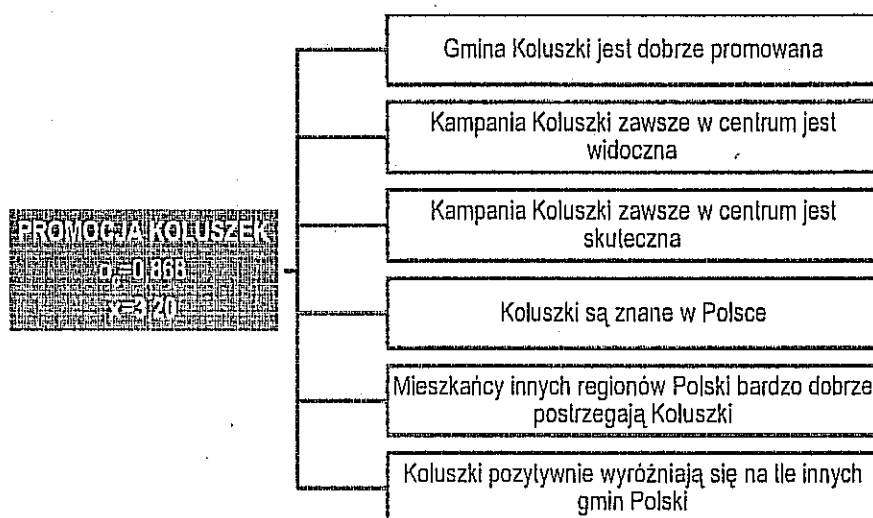


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Mieszkańcy Koluszek słabiej od społeczności z okolicznych wsi gminy oceniali potencjał turystyczny i gospodarczy. Osoby mieszkające w gminie Koluszki przynajmniej 16 lat zwracały uwagę na wyższy poziom każdego z trzech wymiarów. Podobna prawidłowość występowała w przekroju zawodowym, gdzie osoby niepracujące lepiej oceniali potencjał gminy Koluszki. Jednak zaobserwowane różnice nie były istotne na poziomie statystycznym.

Z uwagi na charakter dokumentu strategicznego przeprowadzono także na bazie dedykowanych aspektów życia ocenę jakości działań promocyjnych gminy Koluszki. Strukturę wskaźnika promocyjnego współtworzyło sześć wymiarów.

Rysunek 3. Indeks promocyjny gminy Koluszki – konstrukcja wskaźnika na podstawie twierdzeń z kwestionariusza ankiety (zestaw pytań Q2)¹⁸



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Sfera promocji gminy Koluszki wymaga intensyfikacji działań, na co wskazuje przeciętna wartość wyliczonego indeksu – punkt 3,20 na 5 możliwych. Poglębiona analiza wykazała, że na poziomie lokalnym działania promocyjne są wystarczające, jednak w kontekście szerszego zasięgu oddziaływania jest jeszcze wiele do poprawienia.

¹⁸ Alfa Cronbacha na poziomie zadowalającym do projekcji miernika

Tabela 9. Indeks promocyjny gminy Koluszki względem poszczególnych kategorii mieszkańców (skala od 1 do 5)

Charakterystyki badanych		Indeks promocyjny		Interpretacja
		N	Wartość	
Płeć p>0,05	Mężczyźni	60	3,11	Brak różnicowania w nasyceniu wskaźnika, co świadczy o podobnym sposobie postrzegania sfery promocyjnej gminy Koluszki przez jej mieszkańców
	Kobiety	61	3,28	
Wiek p>0,05	17-24 lata	29	3,32	
	25-44 lat	73	3,09	
	45-67 lat	16	3,47	
Miejsce zamieszkania p>0,05	Koluszki	91	3,21	
	Teren gminy Koluszki	25	3,20	
Wykształcenie p>0,05	Średnie lub niższe	43	3,21	
	Wyższe (I lub II stopnia)	78	3,21	
Okres zamieszkiwania gminy Koluszki p>0,05	Do 15 lat	13	3,01	
	16 lat i więcej	104	3,23	
Sytuacja zawodowa p>0,05	Pracuję zawodowo	83	3,19	
	Nie pracuję zawodowo	39	3,21	

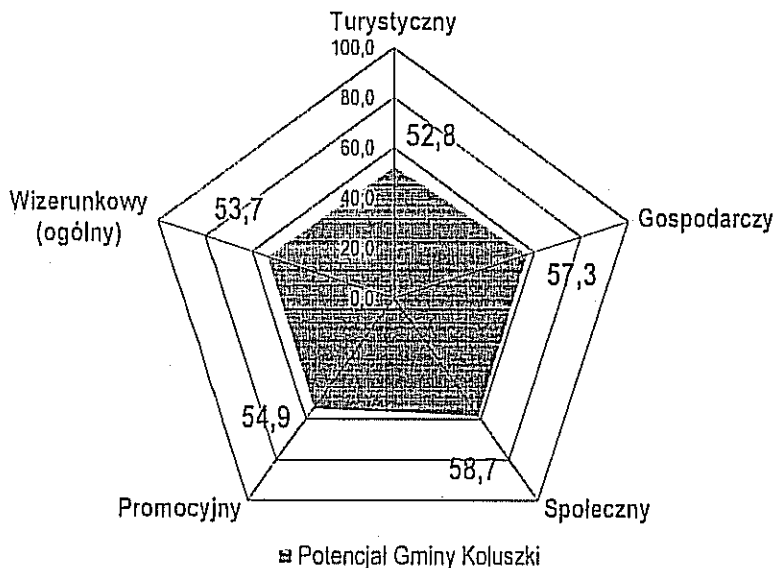
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

W kwestii oceny promocji gminy Koluszki występowało w formie dominującej takie samo stanowisko niezależnie od charakterystyki badanych. Taki stan rzeczy miał miejsce w ramach różnicowania na miejscowość zamieszkania, wykształcenie, sytuację zawodową – odchylenie poniżej [0,03] na poziomie średnich oraz przy podziale względem płci – odchylenie [0,17].

Wśród dłużej zamieszkujących tereny gminy Koluszki wartość indeksu promocyjnego była nieco wyższa niż w grupie z maksymalnie 15-letnim okresem zamieszkiwania (wartość średniej to 3,23 względem 3,01). Interesującym było to, że najstarsi uczestnicy badania relatywnie najlepiej ocenili aspekt promocyjny swojej gminy (najwyższa średnia w zestawieniu – 3,47). Może to wskazywać na pewne niezrozumienie uwarunkowań promocyjno-marketingowych albo na swoistą gloryfikację własnego miejsca zamieszkania, gdyż w tym konkretnym przypadku odchylenie od średniej ogólnej jest relatywnie wysokie [+0,27].

Podsumowanie przeprowadzonego postępowania badawczego stanowi wykaz wartości zaprojektowanych indeksów i ich ulokowanie na wykresie radarowym. Interpretacja danych bazuje na założeniu, że im większy obszar wypełnienia, tym większy potencjał gminy Koluszki.

Wykres 9. Wskaźniki aspektów życia w gminie Koluszki – podsumowanie analizy (dane prezentują nasycenie procentowe poszczególnych indeksów)



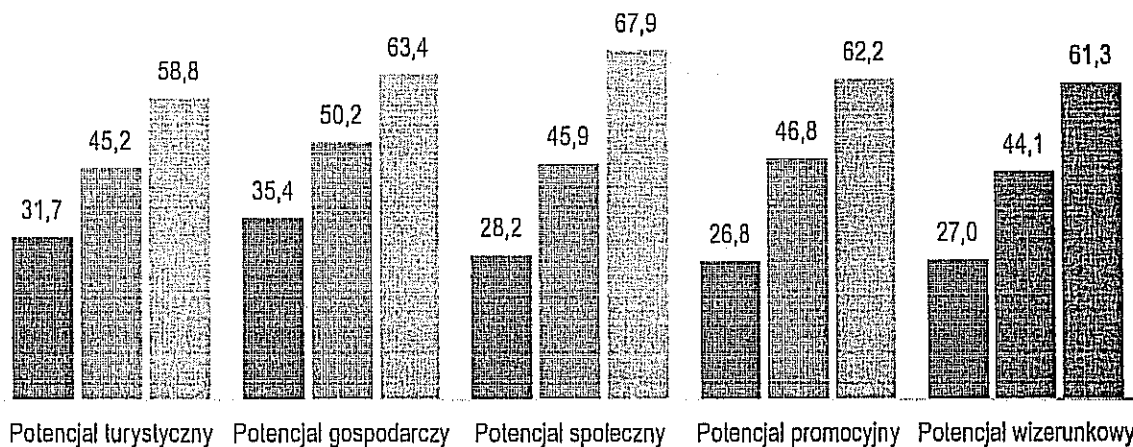
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Spośród głównych aspektów życia w gminie Koluszki mieszkańcy najlepiej ocenili jakość życia (wypełnienie wskaźnika na poziomie 58,7%) przed potencjałem gospodarczym, promocyjnym, wizerunkowym i turystycznym, który został oceniony relatywnie najsłabiej – 52,8% nasycenie. Władze lokalne gminy Koluszki powinny dążyć do tego, aby w przyszłości zintensyfikować działania w ten sposób, aby każdy z wymiarów przekroczył normę 60%, co pozwoli diagnozować sytuacje wyjściową w kategoriach wysokiej pozycji wizerunkowej.

Podkreślenia wymaga, że poszczególne indeksy mają zbliżone do siebie wartości (rozstęp 5,9 punktu procentowego), co świadczy o korzystnym zbalansowaniu wizerunkowym w ramach głównych aspektów życia na terenie gminy Koluszki. Co więcej, wszystkie indeksy mieszczą się w górnym przedziale stabilnej pozycji wizerunkowej (41-60%), co relatywnie zwiększa prawdopodobieństwo progresu kosztem degradacji na podstawie wyodrębnionej wcześniej klasyfikacji pozycji wizerunkowej.

Na koniec sprawdzono, czy i ewentualnie w jakim stopniu czynnik różnicujący sposób postrzegania gminy Koluszki (negatywny, neutralny, pozytywny) wpływa na opinie z zakresu potencjału docelowej jednostki administracyjnej z powiatu łódzkiego wschodniego.

Wykres 10. Poziom nasycenia mierników potencjału gminy Koluszki względem opinii jej mieszkańców biorących udział w badaniu (norma %)



■ Negatywne postrzeżenie Gminy Koluszki ■ Neutralne postrzeżenie Gminy Koluszki ■ Pozytywne postrzeżenie Gminy Koluszki

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania aspektów życia w Koluszkach

Powyższe dane są jednoznacznym potwierdzeniem tego, że sposób percepcji kwestii związanych z wielowymiarowym potencjałem gminy Koluszki jest determinowany ogólnym nastawieniem mieszkańców do swojego miejsca zamieszkania. Im korzystniejsza opinia, tym wyższe wartości docelowych wskaźników. Niezależnie od wymiaru zaobserwowano znaczące korelacje pomiędzy testowanymi zmiennymi (analiza obejmuje pięć zaprojektowanych uprzednio wskaźników oraz pierwotną formę pytania o ogólną opinię mieszkańców na temat gminy Koluszki – skala kierunkowa od 1 do 5). Relatywnie najsilniejsze powiązania statystyczne występowały w ramach potencjału społecznego¹⁹, ogólnego wizerunku²⁰ oraz przy sferze promocyjnej²¹. W tych trzech przypadkach zasadne jest twierdzenie o występowaniu korelacji wysokich. Natomiast przy indeksie gospodarczym²² oraz turystycznym korelacja miała charakter umiarkowany²³.

Co ciekawe, z ogólną opinią na temat gminy Koluszki korelowały wszystkie 22 pojedyncze aspekty życia. Relatywnie najmocniejsza relacja dotyczyła twierdzenia „Życie na terenie gminy Koluszki jest godne polecenia” [$r_s=0,640$; $p<0,01$] oraz „Koluszki dbają o swoich mieszkańców” [$r_s=0,606$; $p<0,01$]. Natomiast najsłabszy związek na poziomie statystycznym charakteryzował twierdzenia „Koluszki mają

¹⁹ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s=0,643$; $p=0,000$; $N=122$ (korelacja istotna na poziomie $p<0,01$)

²⁰ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s=0,634$; $p=0,000$; $N=122$ (korelacja istotna na poziomie $p<0,01$)

²¹ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s=0,603$; $p=0,000$; $N=122$ (korelacja istotna na poziomie $p<0,01$)

²² Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s=0,576$; $p=0,000$; $N=122$ (korelacja istotna na poziomie $p<0,01$)

²³ Współczynnik korelacji rang Spearmana: $r_s=0,544$; $p=0,000$; $N=122$ (korelacja istotna na poziomie $p<0,01$)

dogodne położenie geograficzne" [$r_s=0,215$; $p<0,05$] oraz „Mieszkańcy Koluszek są z reguły wysoko wykwalifikowani" [$r_s=0,242$; $p<0,01$].

Wnioski z zakresu badania ilościowego aspektów życia w gminie Koluszki

- Ponad dwie trzecie badanych mieszkańców gminy Koluszki (67,3%) wyraziło pozytywną opinię na temat swojego miejsca zamieszkania, co świadczy o wysokim poziomie zadowolenia społeczności lokalnej. Średnio jeden na dziewięciu ankietowanych (11,4%) opowiadał się za stanowiskiem opozycyjnym.
- Osoby w wieku od 17 do 24 lat oraz legitymujące się co najwyżej średnim wykształceniem to dwie kategorie ankietowanych, w obrębie których odnotowano relatywnie największe zadowolenie z faktu zamieszkiwania gminy Koluszki. Najbardziej krytyczna w tym względzie była grupa osób ze stosunkowo krótszą historią pobytu w gminie.
- Respondenci w ramach oceny wizerunkowej silnie podkreślali dogodne położenie geograficzne Koluszek – średnia 4,30. Natomiast szczególnie niewralgicznym punktem w opinii mieszkańców okazała się siła natężenia ruchu turystycznego – średnia 2,06. Na domiar tego, niekorzystną ocenę potęguje także fakt, że położenie gminy Koluszki zostało ocenione relatywnie najlepiej.
- Zaprojektowany indeks wizerunkowy gminy Koluszki osiągnął poziom niespełna 54%, co pozwala sklasyfikować Koluszki w górnym przedziale sfery obrazującej stabilizację wizerunkową. Niemniej jednak wymagane jest podjęcie działań naprawczych wraz z cyklicznym monitorowaniem obecnej sytuacji m.in. za pomocą narzędzi analityczno-ewaluacyjnych.
- Na znaczny potencjał wizerunkowy gminy Koluszki wskazywali w badaniu głównie jej najmłodszy mieszkańcy między 17-tym a 24-tym rokiem życia – nasycenie wskaźnika na poziomie 59% oraz osoby bierne zawodowo – indeks w tej grupie oscylował na pułapie 56,4%. Zaledwie w jednej kategorii – osoby zamieszkujące na terenie gminy maksymalnie 15 lat – norma wskaźnika spadła poniżej połowy przedziału klasyfikacyjnego.
- W toku analiz zaprojektowano jeszcze cztery częściowe mierniki w ramach kluczowych aspektów funkcjonowania gminy Koluszki. Ich nasycenie w przedziale od 0 do 100% wyglądało następująco:
 - potencjał społeczny – 58,7%,
 - potencjał gospodarczy – 57,3%,
 - potencjał promocyjny – 54,9%,
 - potencjał turystyczny – 52,8%.
- Zbliżone wartości indeksów częściowych potwierdzają korzystne zbalansowanie wizerunkowe gminy Koluszki. Ponadto każdy z nich wpisuje się w zakres oddziaływania stabilnej pozycji wizerunkowej. Jednakże rekomendowane jest podjęcie działań strategicznych, które pozwolą w przyszłości przekroczyć 60% normę wskaźnika – względnie wysoka pozycja wizerunkowa.

- Analizy wykazały, że wraz z wyższym zadowoleniem mieszkańców z życia w gminie Koluszki systematycznie wzrasta poziom nasycenia wszystkich zaprojektowanych na potrzeby badań wskaźników ilościowych. Największy progres charakteryzuje model z indeksem społecznym (negatywne postrzeganie – 28,2%, neutralne postrzeganie – 45,9%, pozytywne postrzeganie – 67,9%) oraz promocyjnym (kolejno 26,8%, 46,8% i 62,2%).
- Konkludując, uzyskane wyniki badań przeprowadzonych wśród mieszkańców gminy Koluszki pozwoliły zgromadzić zasób wiedzy, który władze samorządowe będą mogły wykorzystać przy wyznaczaniu kierunków rozwoju oraz podczas podejmowania wiążących decyzji w ramach hierarchii wdrażanych działań. Celem tego typu przedsięwzięć może być poprawa jakości życia społeczności lokalnej lub ogólna sanacja wizerunku ze szczególnym uwzględnieniem potencjału turystycznego.
- Wartością dodaną przedsięwzięcia badawczego wśród mieszkańców jest również zauważalny fakt chęci podzielenia się opinią właśnie w tej formie. Szybki odzew w społeczności oraz wysoki odsetek partycypacji świadczą o dużym potencjale zaangażowania mieszkańców w życie społeczności lokalnej. Dodatkowym atutem jest również promocyjny charakter samego badania, które daje możliwość wypowiedzi, samym mieszkańcom:

Ja też ankietę wypełniłam i cieszę się że tym mogę przyczynić się do rozwoju Miasteczka. Marzy mi się rozwinięta turystyka i rekreacja deptak na Brzezińskiej, ścieżki rowerowe kwiaty, rośliny na ulicy, fontanna, jakieś centrum kulturalno-rozrywkowe, a ładne miejsce jest w dworku na Lisowicach, są tam też fajnie ceglaste budynki dookoła, wszystko na dużym placu, było by fajnie no i więcej miejsc pracy²⁴

²⁴ Komentarze na profilu <https://www.facebook.com/gmina.Koluszki>, dostęp 04.07.2017

2.3. Wyniki badań jakościowych

Badanie jakościowe zostało przeprowadzone z liderami opinii gminy Koluszek: działaczami lokalnymi, pracownikami instytucji gminnych, przedsiębiorcami. Zebrany materiał pozwolił na uzyskanie informacji o funkcjonowaniu gminy oraz o jej postrzeganiu.

2.3.1. Wizerunek

Wszyscy badani liderzy opinii pytani ogólnie o wizerunek Koluszek podkreślali, że obecnie w Koluszkach dużo się dzieje i widoczny jest dynamiczny rozwój związany przede wszystkim z różnego typu pracami budowlanymi. Zwrócono uwagę na kontrast pomiędzy gminami ościennymi, w których nie realizuje się inwestycji lub są one mało widoczne – w przeciwieństwie do Koluszek, gdzie prowadzone są prace nad drogami, kanalizacją czy nawet placami zabaw. Na uwagę zasługuje fakt, że działaniami objęte jest nie tylko miasto Koluszek, ale i obszar wiejski oraz działania te są planowane w dłuższej perspektywie.

W kontekście realizowanych inwestycji niektórzy respondenci podkreślali, że hasło „Koluszek zawsze w centrum” ma nie tylko konotację odnośnie położenia geograficznego, ale może być także rozumiane jako Koluszek w centrum wydarzeń. Wśród ciekawych określeń miasta pojawiła się „Nieformalna Stolica powiatu Łódzkiego Wschodniego”, co też może świadczyć o ambicjach i aspiracjach mieszkańców.

Aspekt centralnego położenia geograficznego jest bardzo widoczny w rozmowach z liderami opinii z gminy Koluszek. Zawracana jest uwaga na dogodne położenie względem sieci dróg (skrzyżowanie autostrad A1 i A2), sieci kolejowej (największy węzeł kolejowy w Polsce), a także bliskość dużych ośrodków Łodzi i Warszawy. W przypadku Łodzi ta bliskość (ok. 15 min jazdy pociągiem do stacji Fabryczna lub Widzew) wiąże się również z tym, że część mieszkańców Koluszek pracuje w stolicy województwa.

Kampania promocyjna „Koluszek zawsze w centrum”, została zdaniem rozmówców dostrzeżona. Koncepcja, logo, materiały marketingowe oraz strona internetowa są ich zdaniem na wysokim poziomie i odnoszą skutek na rynku wewnętrznym. Rozmówcy przyznają, że pamiętają spoty radiowe i telewizyjne czy też materiały w prasie, a także elementy wizualizacji zawierające logo, którymi można łatwo zetknąć się będąc w gminie.

Zdaniem badanych najlepszym kanałem promocji wśród inwestorów są celowane kontakty bezpośrednie, udział w targach, organizacja wydarzeń i spotkań dla biznesu, utrzymywanie dobrych relacji z obecnymi przedsiębiorcami, a także tworzenie sieci powiązań formalnych i nieformalnych poprzez pomoc w nawiązywaniu relacji pomiędzy firmami działającymi w gminie i potencjalnymi inwestorami.

2.3.2. Infrastruktura

Badani zwrócili uwagę na ciągły rozwój infrastrukturalny. Jest on na tyle silny, że rzutuje na wizerunek miasta opisany powyżej. Inwestycje infrastrukturalne związane są również z powstawaniem zakładów na zlokalizowanej w koluszkowskiej podstrefie łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Do silnych

aspektów infrastrukturalnych należy zaliczyć istnienie węzła kolejowego, a także związanej z nim historycznej zabudowy. Ankietowani wskazali, że na ożywienie gospodarcze, zwłaszcza dotyczące drobnej przedsiębiorczości na rynku lokalnym, może wpłynąć powstanie nowego targowiska.

Podczas prowadzonych wywiadów zwrócono również uwagę, że pierwszym krokiem, jaki powinien być wykonany odnośnie promocji turystyki w gminie, jest powstanie atrakcji turystycznych o zasięgu przynajmniej lokalnym. Zauważono, że rewitalizacja centrum Koluszek oraz budynków kolejowych może przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności miasta. Największe nadzieje związane są z zagospodarowaniem zbiornika wodnego w Lisowicach, a także z powstaniem ścieżek rowerowych. Zdaniem części badanych może być to bodziec do rozwoju obiektów związanych np. z noclegami czy innymi atrakcjami. Obecny stan bazy noclegowej jest oceniany na niskim poziomie, ale jest to zdaniem liderów opinii pochodna popytu.

Kontekst infrastrukturalny dopełniają opinie na temat dużych walorów przyrodniczych, czystego powietrza, zielni i dużej liczby lasów na terenie gminy. Zdaniem badanych stwarza to możliwości do rozwijania i promowania turystyki weekendowej zwłaszcza w kontekście istnienia w bliskim sąsiedztwie dużych ośrodków miejskich, jakim są Łódź i Warszawa. Zdaniem badanych promocję należy jednak prowadzić w sposób wyważony tak, aby nie rozbudzić zbyt wielu oczekiwań, których z racji braków infrastruktury i atrakcji nie będzie dało się spełnić.

2.3.3. Relacje Urzędu Miejskiego Koluszek z interesariuszami

Zdaniem badanych Urząd Miejski jest postrzegany jako sprawny i przyjazny. W ich opinii przede wszystkim należy rozwijać obsługę inwestorów i przedsiębiorców, bo przedstawiciele tej grupy zdecydowanie częściej niż mieszkańcy są interesantami w gminie, a charakter spraw z jakimi się zgłaszają jest często niestandardowy. Zdaniem części badanych obsługą przedsiębiorców powinna być wzorowana na usługach sektora bankowego lub ubezpieczeniowego, łącznie z dopasowywaniem usług do dużych oraz małych i mikro przedsiębiorców.

Pojawiły się głosy, że powyższe działania pozwolą stworzyć przewagę konkurencyjną. Może mieć to wpływ na rozwój działalności gospodarczej w gminie, ponieważ przedsiębiorcy oczekują sprawnego uzyskiwania rozmaitej dokumentacji. Ponadto część badanych wyraziła pogląd, że łatwiej dużym inwestorom porozumieć się z władzami mniejszej gminy, co również może stanowić atut.

Zdaniem badanych działania związane z obsługą przedsiębiorców są istotne również z uwagi na fakt, że część strategicznych dla przedsiębiorców instytucji i urzędów ulokowanych jest poza Koluszkami.

W kontekście działalności Urzędu Miejskiego zwrócono również uwagę na widoczne i spójne oznaczanie dokumentów i materiałów nowym logotypem, co też nie jest bez znaczenia w kontekście pozyskiwania inwestorów i współpracy z przedsiębiorcami.

2.3.4. Rynek pracy i jakość życia

Zdaniem badanych widoczny jest dynamiczny wzrost jakości życia w Koluszkach. W ich opinii miejscowość spełnia większość oczekiwań pod względem społecznym. Dzieje się to głównie z racji

dynamicznego rozwoju infrastrukturalnego. Zwrócono uwagę, że dużym atutem jest spokój, czyste powietrze oraz bliskość terenów zielonych.

Część badanych uważa, że obecnie rynek pracy w Koluszkach jest bardziej rynkiem pracownika. W praktyce wśród niepracujących znajdują się nie tylko osoby, które nie chcą lub z różnych przyczyn nie mogą podjąć zatrudnienia. Uwarunkowań takiej sytuacji należy upatrywać także w zmianach na krajowym rynku pracy, w działaniu i rozwoju przedsiębiorstw ze Strefy Ekonomicznej oraz w wysokim poziomie edukacji w Koluszkach, w tym klas zamawianych.

Z drugiej strony widoczny jest odpływ ludzi młodych, zwłaszcza tych, którzy po okresie studiów nie wracają do Koluszek, ponieważ nie ma tam przedsiębiorstw odpowiadających ich wykształceniu i ambicjom. Część badanych zwróciła uwagę na fakt, że cyklicznie w Koluszkach pojawiają się roczniki młodych osób, które angażują się w różne działania i chętnie realizują rozmaite projekty. Obecnie część respondentów obserwuje działania takiej grupy osób i obawia się, że po skończeniu nauki i podjęciu pracy część z nich wyjedzie i inicjatywy prowadzone przez nich osłabną.

Zdaniem badanych dość powszechne jest zjawisko, w którym osoby pracują w Łodzi, a mieszkają w Koluszkach, co też świadczy o wysokim potencjale społecznym Koluszek jako miejsca do życia. Czynnikiem hamującym napływ ludności jest brak osiedli mieszkaniowych i oferty od deweloperów.

2.3.5. Dziedzictwo kulturowe i wydarzenia kulturalne

Rozmówcy zwrócili uwagę na fakt dużego potencjału drzemącego w wydarzeniach z okresu I Wojny Światowej, które miały miejsce na terenach Koluszek. Zdaniem części rozmówców odpowiednie opracowanie tych wydarzeń w postaci np. inscenizacji odbywających się corocznie, może w przyszłości zaowocować wydarzeniem o charakterze ponadlokalnym.

Właśnie w utworzeniu takiego wydarzenia organizowanego cyklicznie, niekoniecznie z dziedziny kultury czy historii, ale np. z obszaru gospodarki, część badanych upatruje możliwości wpływu na rozwój i promocję gminy. Obecnie prowadzone wydarzenia (np. Dni Koluszek, Tydzień Kultury Chrześcijańskiej czy organizowane przez bibliotekę miejską spotkania ze znanymi osobami w formie podwieczorków) oceniane są jako zbilansowane i wychodzące naprzeciw potrzebom mieszkańców. Jednak zdaniem rozmówców są one skierowane do mieszkańców i choć przyciągają osoby z zewnątrz, to mają małe szanse, by stać się wydarzeniami o randze w skali ponadregionalnej.

W ocenie badanych ważnym krokiem jest też powstanie Muzeum w Koluszkach oraz rewitalizacja Centrum i dawnego osiedla pracowników kolei, a także promowanie historii związanej z postacią Władysława Strzemińskiego i Katarzyny Kobro.

2.4. Analiza obecnego wizerunku Koluszek w mediach tj. prasa lokalna, regionalna i ponadregionalna oraz audyt dotychczasowych materiałów promocyjnych miasta przekazanych przez Zamawiającego.

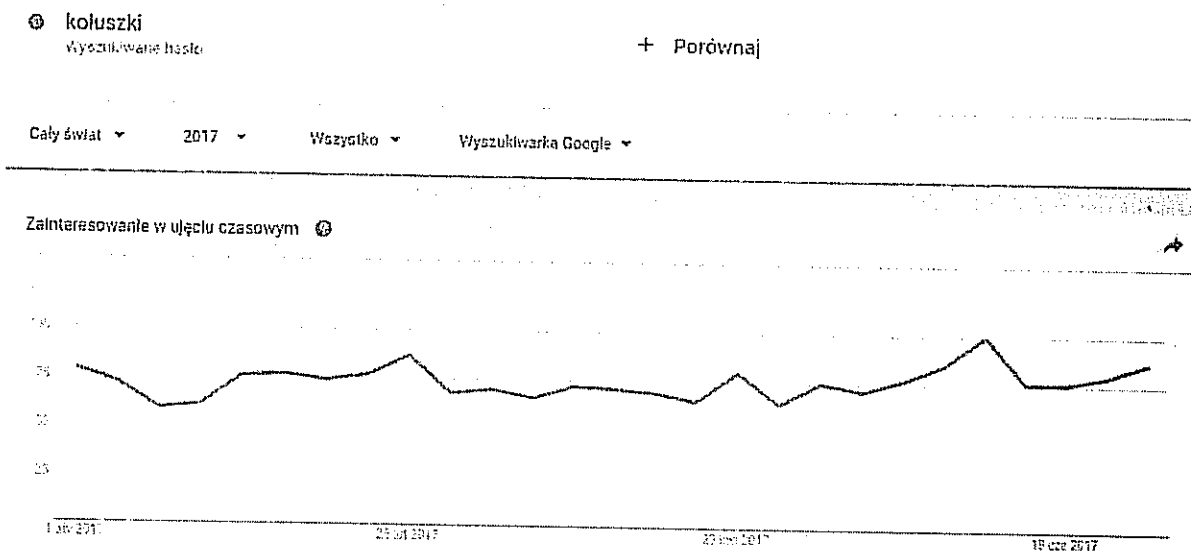
Media pełną istotną rolę w budowaniu wizerunku organizacji. Konieczność podejmowania szeregu działań public relations z zakresu budowania i utrzymywania relacji z dziennikarzami dostrzegają już nie tylko przedsiębiorstwa, ale również jednostki samorządowe. Urzędy wykorzystują współpracę z mediami szczególnie w kontekście ich szerokiego oddziaływania na społeczeństwo oraz szybkości przekazu. Jednocześnie działania te są często wzmacniane poprzez prowadzenie własnych serwisów internetowych czy wydawanie prasy samorządowej. Wszystko to ma na celu dotarcie z informacją do mieszkańców oraz kształtowanie i wzmacnianie wizerunku urzędu.

2.4.1. Analiza Google Trends

Serwis Google Trends udostępnia informacje m.in. na częstotliwości zapytań kierowanych do wyszukiwarki Google w określonym przedziale czasowym. W przypadku analizy obecnego wizerunku Koluszek w mediach wykorzystanie tego narzędzia pozwoliło na określenie popularności i pochodzenia hasel związanych z gminą w tym roku oraz na przestrzeni ostatnich lat.

Liczby zaprezentowane na poniższych wykresach pochodzących z Google Trends oznaczają częstotliwość wyszukiwań samego hasła w odniesieniu do najwyższego punktu wykresu, czyli wartości [100] – największej popularności hasła. Analogicznie przedstawiają się niższe wartości – przy liczbie [50] liczba wyszukań była o połowę mniejsza niż wartość najwyższa.

Wykres 11. Liczba zapytań dla hasła „Koluszki” w wyszukiwarce Google (2017 rok)

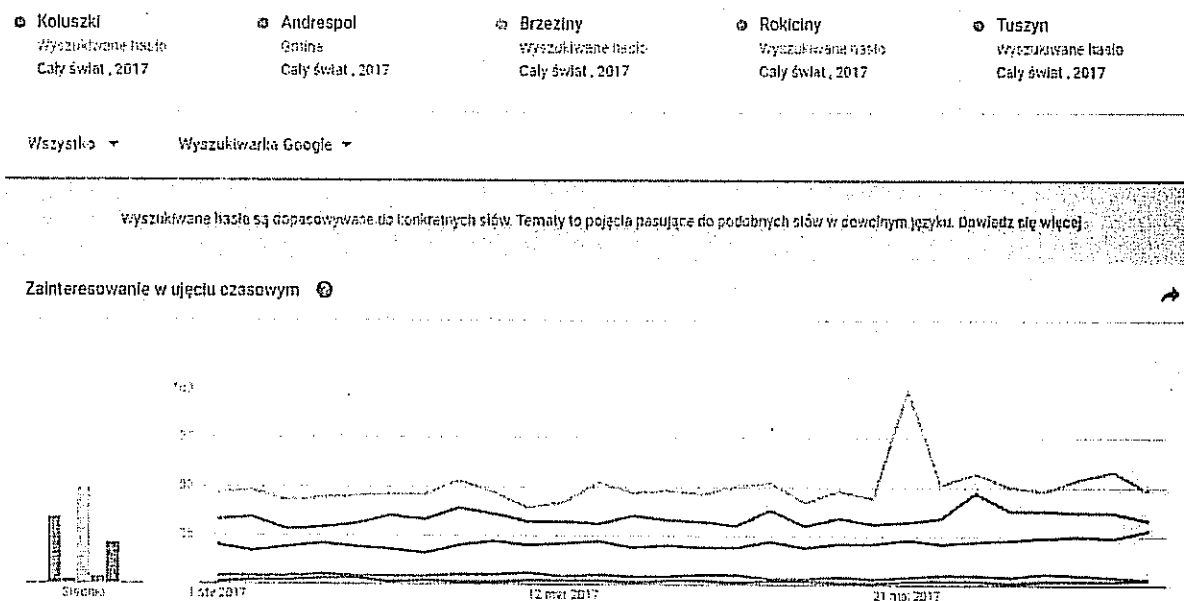


Źródło: Opracowanie własne na podstawie desk research w Google Trends z dnia 07.07.2017 r.

W pierwszej kolejności za pomocą Google Trends analizie poddano bieżący rok – 2017. Największa popularność hasła „Koluszki” przypada w tym okresie na koniec maja oraz początek czerwca (odpowiednio wartości [91] i [100]).

Aby w większym stopniu zobrazować popularność analizowanego hasła częstotliwość jego wyszukiwań zestawiona została z innymi gminami, które sąsiadują z Koluszkami, tj. Andrespołem, Brzezinią, Rokicinami i Tusznem.

Wykres 12. Liczba wyszukiwań dla hasła „Koluszki” oraz sąsiadujących gmin (2017 rok)

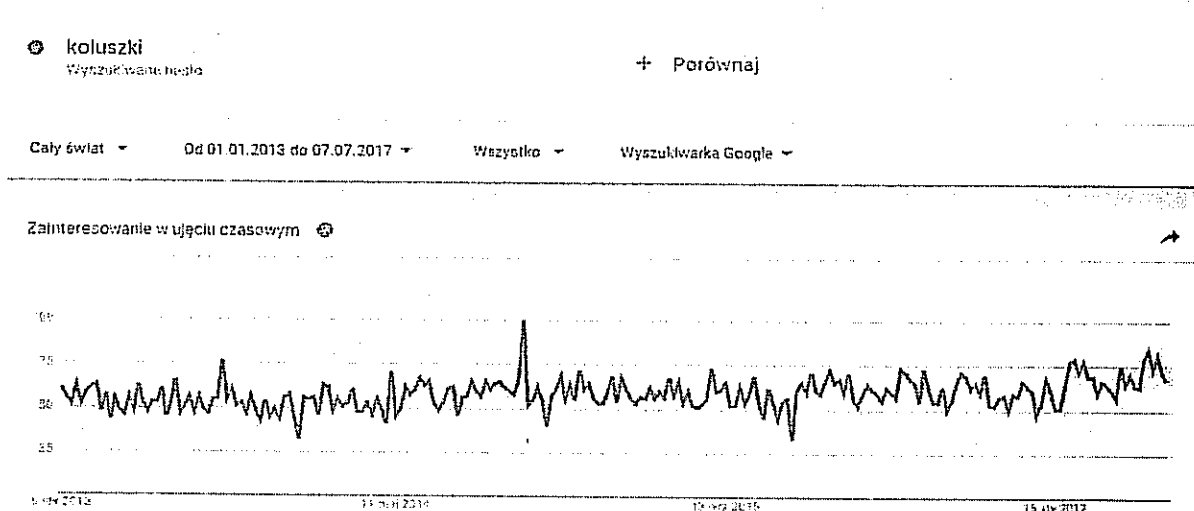


Źródło: Opracowanie własne na podstawie desk research w Google Trends z dnia 07.07.2017 r.

Hasło „Koluszki” było drugim co do popularności wyszukiwanym hasłem spośród pozostałych fraz związanych z okolicznymi gminami. Najbardziej zbliżony wynik osiągnęło trzecie w kolejności hasło „Tusznem”. Najwyżej znalazła się natomiast fraza „Brzeziny”, która w okresie 21-27.05.2017 r. odnotowała największą popularność w stosunku do analizowanych hasel. Na podstawie monitoringu mediów z tego okresu można stwierdzić, że bardzo duże zainteresowanie frazą „Brzeziny” w tym czasie najprawdopodobniej było spowodowane emisją programu telewizyjnego z udziałem jednego z lokali gastronomicznych w tej gminie oraz przyjazdem i warsztatami prowadzonymi przez japońskich lekarzy. Najgorzej uplasowały się hasła „Andrespol” i „Rokiciny”, które internauci wpisywali zdecydowanie rzadziej w stosunku do średnich wartości wyszukiwań dla hasła „Koluszki”.

W kolejnym kroku wykonano analogiczne porównania powyższych fraz na dłuższym okresie, tj. styczeń 2013 – lipiec 2017.

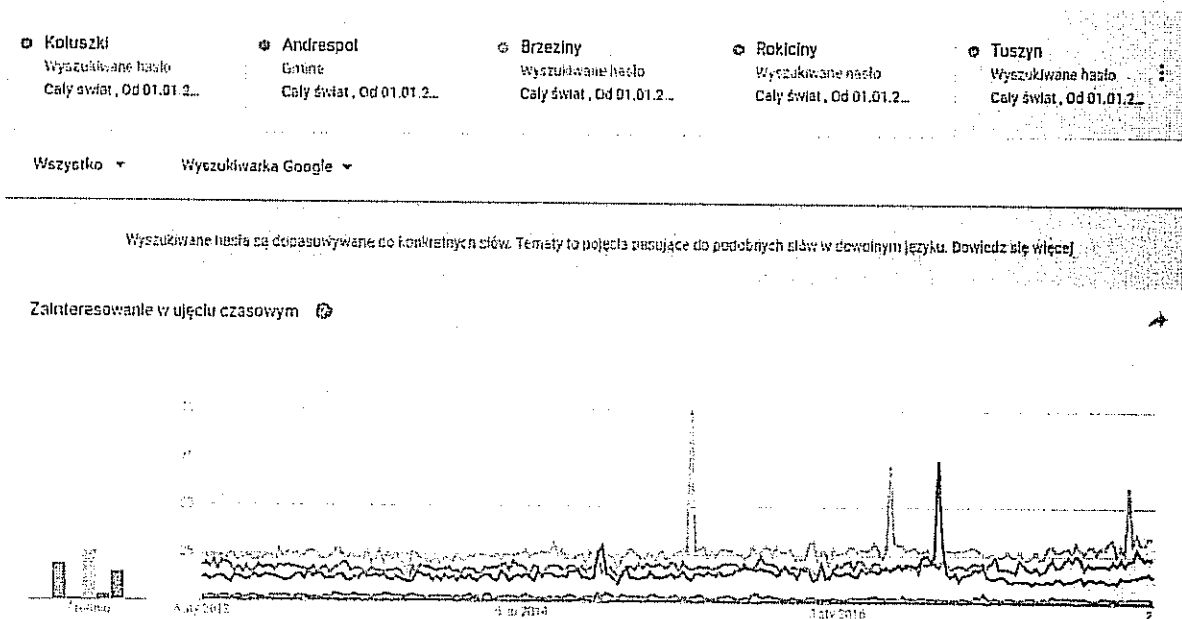
Wykres 13. Liczba zapytań dla hasła „Koluszki” w wyszukiwarce Google (2013-2017 rok)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie desk research w Google Trends z dnia 07.07.2017 r.

Największa liczba zapytań dla frazy „Koluszki” przypada na 16-22.11.2016 roku. Najprawdopodobniej jest ona związana z trwającymi w tym czasie wyborami samorządowymi i tym samym wzmożoną aktywnością internautów. Ogólny obraz analizowanego hasła wskazuje, że ma ono tendencję wzrostową w wyszukiwarce Google.

Wykres 14. Liczba wyszukiwań dla hasła „Koluszki” oraz sąsiadujących gmin (2013-2017 rok)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie desk research w Google Trends z dnia 07.07.2017 r.

Przy zestawieniu sąsiednich gmin w dłuższym okresie nadal zauważalna jest dominacja hasła „Brzeziny” oraz zbliżona względem Koluszek pozycja frazy „Tuszyn”. Przewaga hasła wyjściowego nie jest już jednak tak znacząca, szczególnie między 26 czerwca a 2 lipca 2016 roku, kiedy fraza „Tuszyn” osiągnęła najwyższą wartość. Po bardziej zaawansowanej analizie Google Trends oraz dzięki monitoringowi mediów z tego okresu można stwierdzić, że wzrost ten był podyktowany otwarciem nowego odcinka Autostrady A1 od Strykowa do Tuszyńska. Warto zauważyć, że bez uwzględnienia maksymalnej wartości dla frazy „Tuszyn” hasło „Koluszki” plasowało się wyżej w stosunku do pozostałych fraz, a od października 2016 roku różnica ta była już znacznie widoczna. Ponadto ogólna tendencja frazy „Koluszki” jest wzrostowa w całym analizowanym przedziale czasowym.

2.4.2. Analiza wizerunku Koluszek w mediach

Materiały pojawiające się w mediach na temat Koluszek tak jak w przypadku większości urzędów mają charakter informacyjny, a ich wydźwięk jest neutralny. Wyjątek stanowi jeden z lokalnych portali informacyjno-społecznościowych, który jednocześnie jest miesięcznikiem wydawanym w wersji tradycyjnej (papierowej), w którym oprócz treści informacyjnych pojawiają się również felietony oraz materiały dziennikarskie oceniające działalność urzędu oraz poszczególnych jego pracowników. Niemniej jednak większość przeanalizowanych publikacji nawiązuje przede wszystkim do tematów bliskich mieszkańcom – wydarzeń sportowych, kulturalnych i okolicznościowych organizowanych na terenie gminy, efektów interwencji lokalnej Policji czy zmian komunikacyjnych obejmujących Koluszki. W ramach analizy tego typu materiały wyselekcjonowano w mediach lokalnych i regionalnych, w szczególności mediach łódzkich.

Ze względu na liczne działania władz Koluszek w zakresie pozyskiwania kolejnych inwestorów oraz utrzymywania współpracy z dotychczasowymi przedsiębiorcami informacje pojawiające się w mediach związane są także z tym obszarem. Publikacje o tematyce inwestycyjnej stanowią głównie materiały neutralne, informujące o nowych i dotychczasowych firmach sprowadzających się do Koluszek. Tu jednak również pojawiają się pojedyncze wzmianki o charakterze negatywnym – dotyczą one obaw mieszkańców co do zakresu działalności nowych inwestorów. Analiza wybranych materiałów z prasy lokalnej i ogólnopolskiej z tego tematu wykazała, że gmina wraz z jednym z inwestorów podejmowała rozmowy z mieszkańcami celem rozwiania ich wątpliwości co do charakteru zakładu. W ostatnich miesiącach temat inwestycji przedstawiany jest w mediach lokalnych i ogólnopolskich w sposób neutralny, informując jedynie o planach inwestora. W tym zakresie wyselekcjonowano m.in. publikacje w branżowych mediach ponadregionalnych.

W przypadku Koluszek jednym z kanałów informowania społeczeństwa jest własna publikacja samorządowa w postaci gazety „Tydzień w Koluszkach”. Materiał jest wydawany również w wersji elektronicznej dostępnej na stronie internetowej Urzędu.

2.4.3. Analiza materiałów promocyjnych Koluszek

Koluszki prowadzą szereg działań promocyjnych, na potrzeby których powstały różnego typu materiały promocyjne. Wśród nich znajdują się okazjonalne gadżety, materiały użytkowe oraz materiały

drukowane w postaci broszur informacyjnych i filmy wideo. Większość z nich powstała w ramach kampanii „Koluszki zawsze w Centrum”, stąd są spójne pod kątem identyfikacji wizualnej gminy.

Dystrybucja materiałów promocyjnych, w tym w szczególności gadżetów Koluszek odbywa się różnymi kanałami. Najbardziej powszechnym z nich są wydarzenia organizowane na terenie gminy bezpośrednio przez urząd i podmioty zewnętrzne. Materiały towarzyszą różnego rodzaju spotkaniom, podczas których Koluszki reprezentowane są poza swoimi granicami (targi, konferencje itp.). Władze gminy wykorzystują je także jako upominki dla dzieci i młodzieży, nagrody w konkursach i akcjach organizowanych za pośrednictwem strony internetowej i mediów społecznościowych.

Broszury informacyjne oraz filmy wideo Koluszek powstały na potrzeby kampanii promocyjnej „Koluszki zawsze w Centrum”. Materiały drukowane są bogate pod względem merytorycznym, jednocześnie zostały napisane lekkim i zrozumiałym językiem. Ich wielkość z jednej strony jest standardowa, ponieważ mieści się w popularnym formacie A4, jednak oryginalna kwadratowa forma zwraca uwagę odbiorców. Filmy wideo mają wiele wspólnych elementów, są jednak różnej długości – od krótkich kilkunastosekundowych spotów, po nawet 15-minutowe materiały.

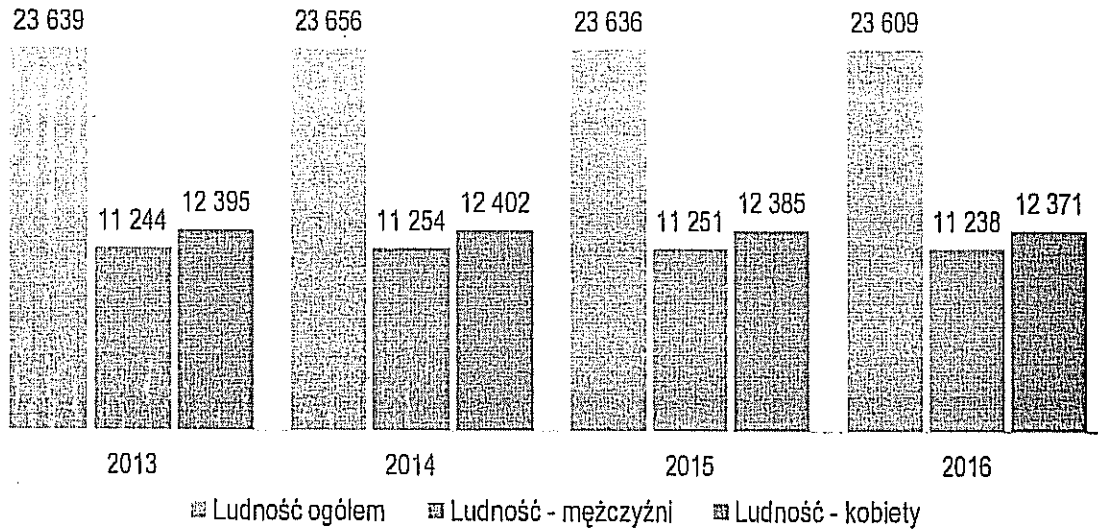
2.5. Wyniki analiza desk research – analiza materiałów związanych z Koluszkami, w tym dokumentów strategicznych, ogólnodostępnych badań i analiz przekazanych przez Zamawiającego

Badanie źródeł zastanych przeprowadzono w ramach głównych statystyk dedykowanych pod analizowaną jednostkę administracyjną, które są dostępne w formie informacji publicznej.

2.5.1. Cechy demograficzne gminy Koluszki

Demograficzna charakterystyka pozwala na dokładne przyjrzenie się sytuacji ludnościowej w gminie. Obraz ten jest nie tylko informacją na temat obecnego potencjału, ale również zachodzących zmian, które mogą być pochodną podejmowanych przez gminę Koluszki działań.

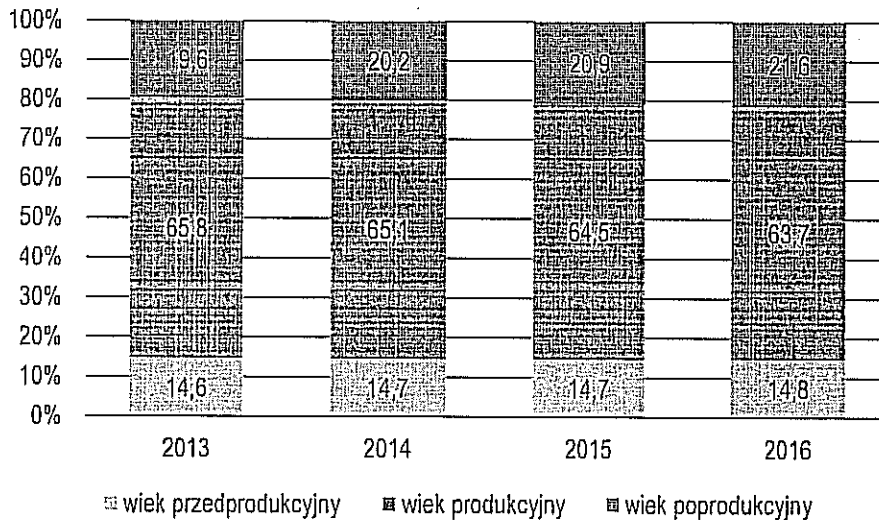
Wykres 15. Ludność w gminie Koluszki w latach 2013-2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Zgodnie ze stanem na 31.12.2016 roku w gminie Koluszki mieszka 23 609 osób i na przestrzeni lat 2013-2016 liczba ludności ma charakter stabilny.

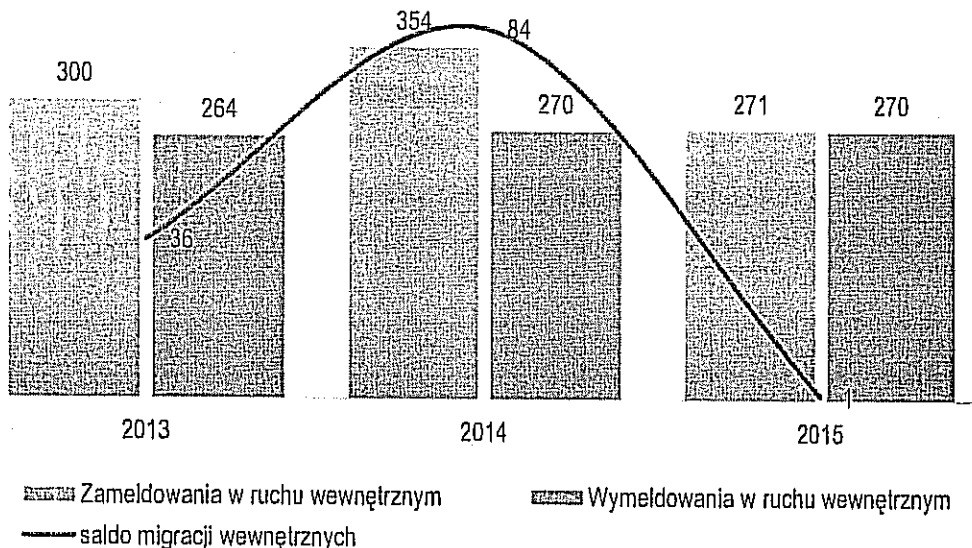
Wykres 16. Struktura wieku ludności w gminie Koluszki w latach 2013-2016 (dane w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

W zakresie struktury wieku mieszkańców również widoczna jest tendencja do zwiększania liczby osób w wieku poprodukcyjnym.

Wykres 17. Migracje wewnętrzne w gminie Koluszki w latach 2013-2015; saldo migracji



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

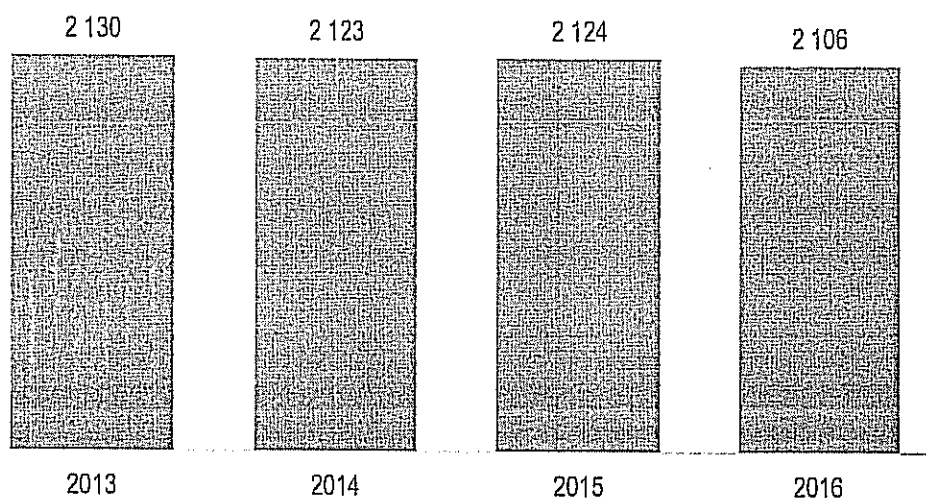
Powyższy wykres przedstawia migracje wewnętrzne (krajowe). W latach 2013-2014 widoczna była dodatnia wartość salda migracji, która wyhamowała w 2015 roku.

Główne charakterystyki demograficzne ukazują gminę Koluszki jako stabilną pod względem ludnościowym. Widoczna jest tendencja „starzenia się” gminy, jednak jest ona odzwierciedleniem trendów krajowych. Na uwagę zasługuje saldo migracji, które na przestrzeni ostatnich lat pokazywało kilkudziesięciosobowy przyływ migracyjny mieszkańców. W 2015 roku saldo było dodatnie, ale przyływ był jednoosobowy. Wskaźnik ten wymaga obserwacji, ponieważ jego wzrost może świadczyć o napływie ludności spowodowanej atrakcyjnością gospodarczą i skutecznością działań promocyjnych gminy Koluszki.

2.5.2. Cechy gospodarcze gminy Koluszki

Podobnie jak w przypadku cech demograficznych charakterystyki gospodarcze również powalają na obserwację sytuacji w gminie. Dodatkowo są one bardziej niż wskaźniki demograficzne „wrażliwe” i szybciej reagują na zmiany w koniunkturze.

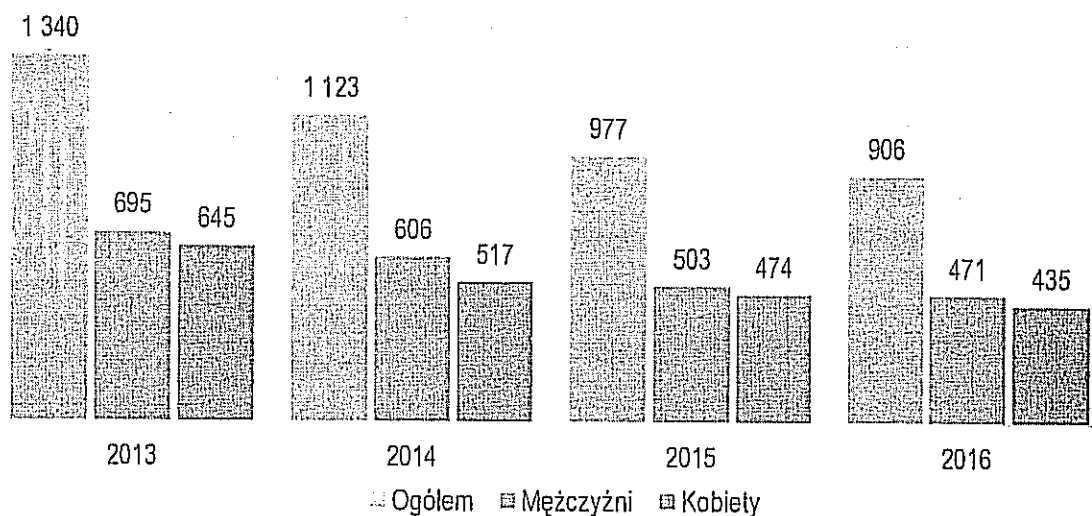
Wykres 18. Podmioty gospodarki narodowej wg rejestru REGON w latach 2013-2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Na przestrzeni lat 2013-2016 liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w gminie Koluszki zmniejszyła się o 24, co stanowi zmianę rzędu 1%.

Wykres 19. Bezrobotni zarejestrowani w latach 2013-2016

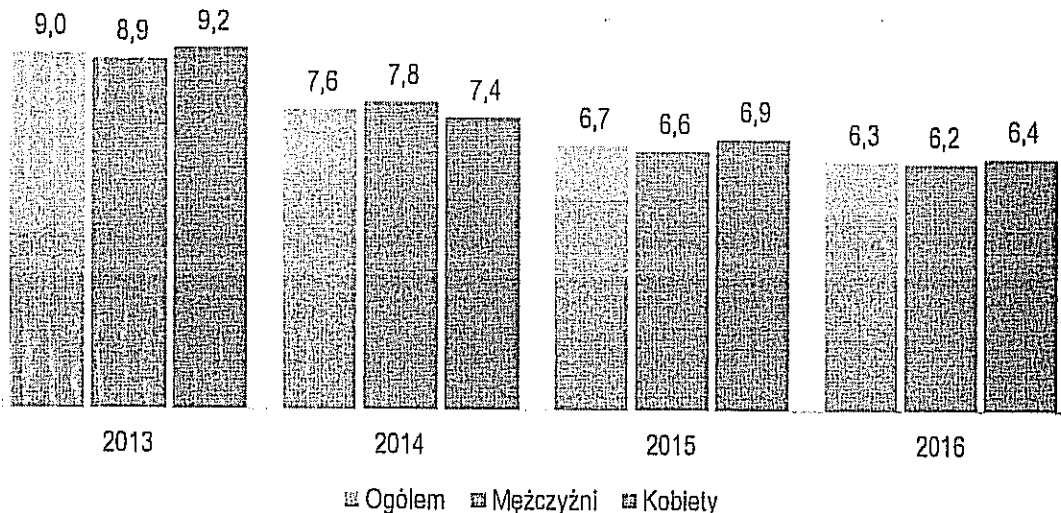


Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Jednocześnie widoczna jest duża zmiana w liczbie zarejestrowanych bezrobotnych. W latach 2013-2016 liczba bezrobotnych sukcesywnie zmniejszała się z 1340 do 906, co stanowi spadek o 32%.

Spadek liczby bezrobotnych obrazuje również klasyczny wskaźnik udziału bezrobotnych zarejestrowanych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym. W analizowanym okresie wskaźnik ten zmniejszył się z 9% do 6,3%.

Wykres 20. Udział bezrobotnych zarejestrowanych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym w latach 2013-2016



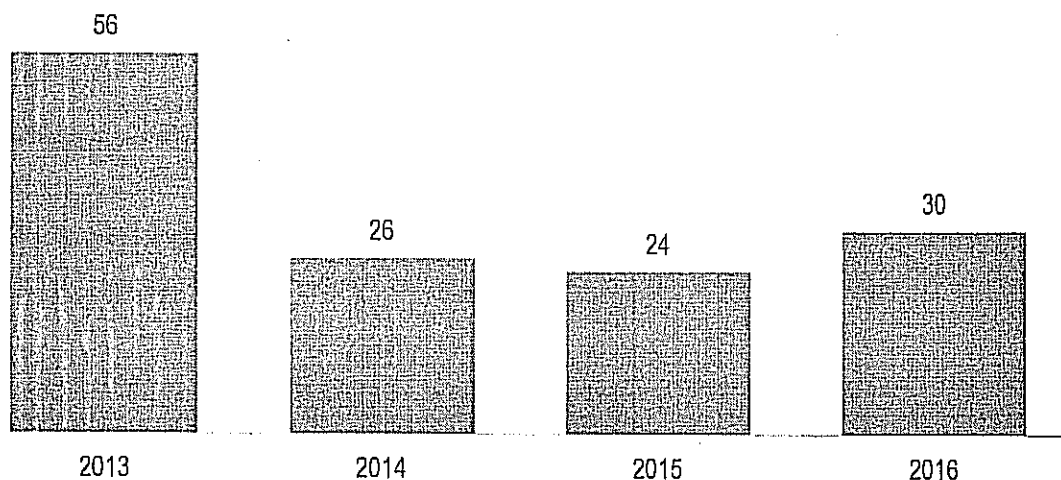
Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Podobnie jak w przypadku wskaźników demograficznych, także główne wskaźniki gospodarcze charakteryzują się wysoką stabilnością. Mimo niewielkiego spadku liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie Koluszki wyraźnie zmalało bezrobocie.

2.5.3. Statystyki z zakresu kultury, sztuki i turystyki

Statystyki społeczno-gospodarcze uzupełniają dane odnoszące się do działalności domów i ośrodków kultury. Na przestrzeni lat 2013-2016 widać zmniejszenie liczby imprez organizowanych przez te ośrodki. Największy spadek nastąpił między rokiem 2013 i 2014 (z 56 do 26), a w kolejnych latach liczba imprez utrzymywała się na poziomie 24-30 rocznie.

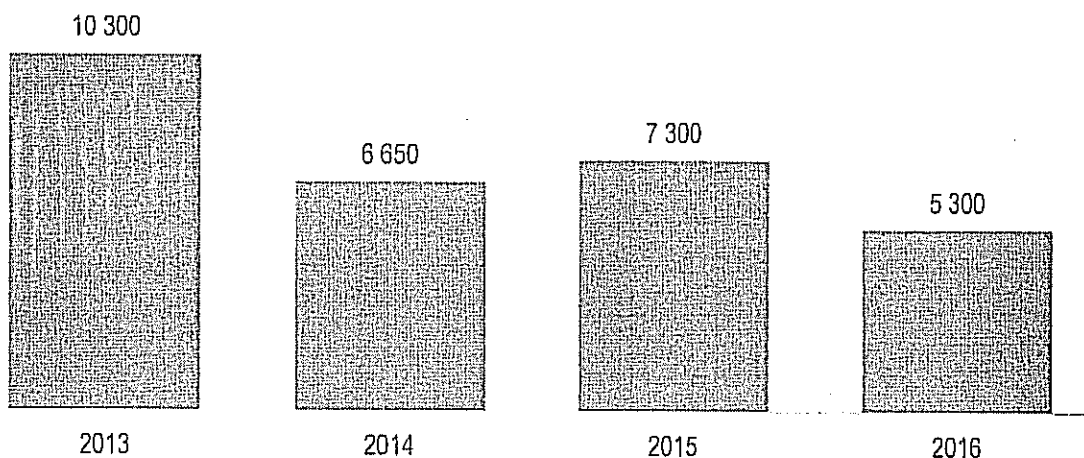
Wykres 21. Imprezy organizowane przez domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice 2013-2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Spadek liczby imprez kulturalnych wiąże się ze spadkiem liczby uczestników w 2013. Liczba ta wynosiła 10300, a w 2016 roku osiągnęła wartość 5300 uczestników

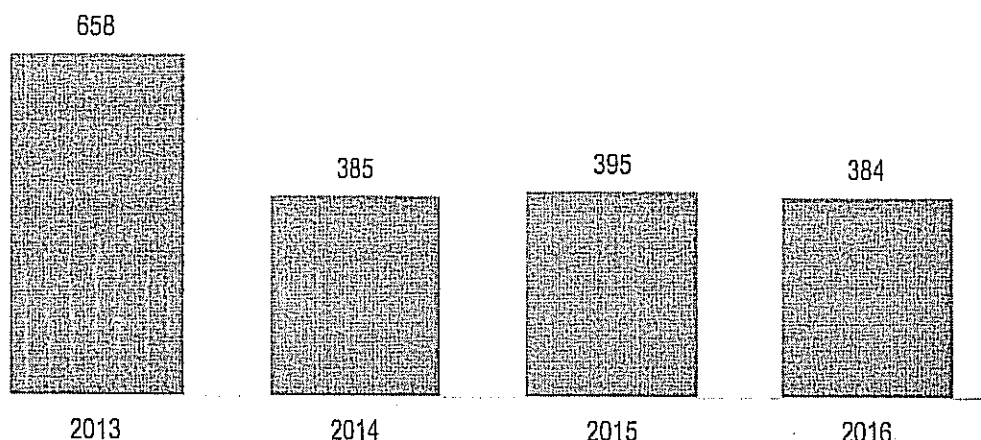
Wykres 22. Liczba uczestników imprez organizowanych przez domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice 2013-2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Na przestrzeni analizowanego okresu liczba seansów w kinie w gminie Koluszki uległa wyraźnemu zmniejszeniu o 42%. Niemniej jednak od 2014 roku utrzymuje się na porównywalnym poziomie (średnio 388 seansów kinowych).

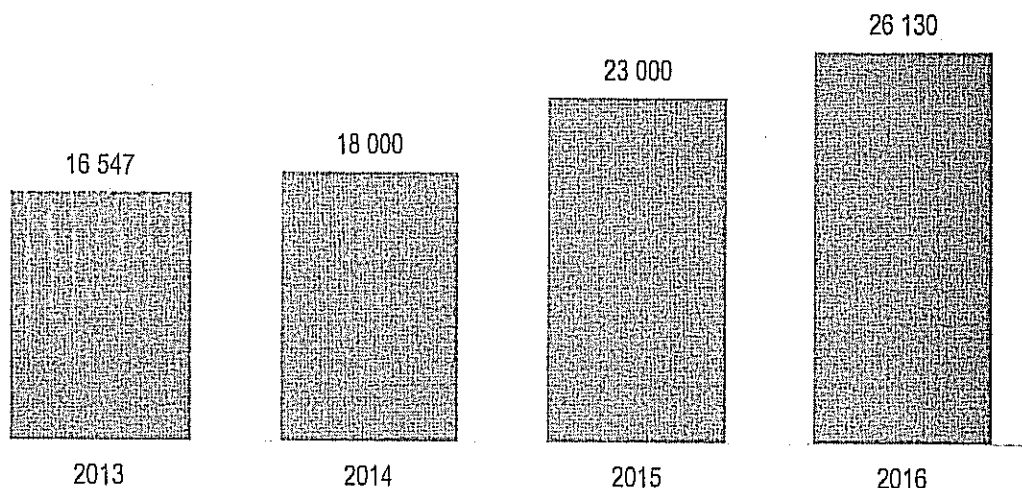
Wykres 23. Liczba seansów w kinach 2013-2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

Co ciekawe zmniejszająca się liczba seansów filmowych w kinie nie jest powiązana z liczbą widzów, która w okresie 2013-2016 wzrosła o 58%.

Wykres 24. Liczba widzów w kinach 2013-2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS

W analizowanym okresie wyraźnie zmniejszyła się liczba rejestrowanych przez GUS wydarzeń kulturalnych, pociągając za sobą zmniejszenie liczby uczestników imprez. Trzeba mieć jednak na uwadze, że duża część imprez nie jest objęta sprawozdawczością do GUS. Ponadto zmienia się również sposób uczestnictwa w kulturze, co jest widoczne we wzrastającej liczbie widzów w kinie w analizowanym okresie.

Zgodnie z danymi GUS w Koluszkach jest jeden obiekt hotelowy posiadający 12 miejsc noclegowych. Sprawozdawczość z liczby osób i noclegów była prowadzona tylko w latach 2013-2014. W 2013 liczba turystów w obiektach hotelowych wyniosła 577 osób, a w 2014 nieco więcej – 605 turystów.

2.5.4. Gmina Koluszki w Strategii Rozwoju woj. Łódzkiego

W dokumencie Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020, wizję rozwoju regionu określono, jako:

Region spójny terytorialnie i wizerunkowo, kreatywny i konkurencyjny w skali kraju i Europy, o najlepszej dostępności komunikacyjnej, wyróżniający się atrakcyjnością inwestycyjną i wysoką jakością życia²⁵.

Cele określone w Aktualizacji Strategii promocji gminy Koluszki na lata 2017-2020 korespondują z wizją rozwoju określaną w Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020. Dotyczy to takich aspektów jak:

1. Pozyskanie nowych inwestorów – atrakcyjność inwestycyjna.
2. Promocja Koluszek jako atrakcyjnego miejsca do życia; wzrost jakości i poprawa poziomu życia mieszkańców, w szczególności zapewnienie nowych miejsc pracy – wysoka jakość życia.
3. Promocja marki „Koluszki zawsze w centrum”. Promocja oferty turystycznej, sportowej i kulturalnej oferty gminy – konkurencyjność w skali kraju i Europy.

W Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020 gmina Koluszki wymieniana jest dwukrotnie:

1. W kontekście bezpieczeństwa energetycznego o charakterze strategicznym dla województwa, gdzie Koluszki jako posiadające bazę rozdzielczą paliw płynnych wymieniane są jako zabezpieczanie w dziedzinie produktów naftowych:

Województwo charakteryzuje się niedostatecznie rozwiniętym systemem sieci gazowej, szczególnie sieci wysokiego ciśnienia. Gazyfikacja koncentruje się głównie w miastach i przyległych do nich terenach wiejskich. Problemem pozostaje mała opłacalności gazyfikacji wsi i stagnacja w rozwoju systemów gazowniczych w miastach. Obecnie trwa budowa i modernizacja sieci gazowej wysokiego ciśnienia w regionie, co zapewni bezpieczeństwo i wzrost dostaw gazu. Natomiast bezpieczeństwo energetyczne w dziedzinie produktów naftowych zapewniane jest poprzez bazę rozdzielczą paliw płynnych w Koluszkach²⁶.

2. W kontekście związanym z transportem, gdzie Koluszki wymienia się jak istotne ze względu na rozwój transportu multimodalnego:

Obecnie realizowany strategiczny układ drogowy włączy Łódź i obszar metropolitalny w system sprawnych połączenie krajowych i międzynarodowych. Barię w rozwoju ŁOM jest brak zintegrowanych systemów transportu publicznego w obszarze metropolitalnym, niemniej jednak w obszarze zlokalizowane są istotne węzły

²⁵ Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020, str. 73.

²⁶ Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020, str. 34.

stanowiące potencjał dla rozwoju transportu multimodalnego (Łódź, Koluszki, Stryków)²⁷.

Odniesienia do Koluszek związane są ze strategicznym położeniem gminy i umiejscowionym w niej jednym z największych węzłów komunikacji kolejowej w Polsce oraz istniejącymi uwarunkowaniami geograficzno-infrastrukturalnymi do utworzenia portu multimodalnego. Te uwarunkowania, a także planowane działania władz gminy inicjujące powstanie portu nie tylko wpisują się w Strategię Rozwoju Województwa Łódzkiego, ale mogą w istotny sposób przyczynić się do podniesienia prestiżu gminy i jej atrakcyjności dla inwestorów.

2.5.5. Koluszki w kontekście Nowego Szlaku Jedwabnego

Jedną ze strategicznych determinant rozwojowych dla Koluszek może być przedstawiona przez lidera Chińskiej Republiki Ludowej Xi Jinpinga 2013 roku koncepcja Nowego Szlaku Jedwabnego – Połączenia lądowego łączącego Chinę i Europę:

W grudniu 2012 r. wyruszył pierwszy pociąg, który przywiózł na stację Łódź Olechów produkty branży elektronicznej i tekstylia. Potem nastąpiła trzymiesięczna przerwa, wykorzystana na prace nad zapewnieniem regularności połączenia i skróceniem czasu do 14 dni). W roku 2013 odprawiono 42 pociągów, w 2014 – 100, w 2015 – 460 (po raz pierwszy w obu kierunkach), a w 2016 – 960²⁸.

Wzrastająca liczba połączeń kolejowych z Chinami koresponduje z naturalnym kierunkiem rozwoju gminy Koluszek posiadającej na swoim terytorium jeden z największych węzłów kolejowych w Polsce. Takie uwarunkowania implikują podjęcie szeregu działań, w tym działań promocyjnych odnoszących się do tworzenia platformy współpracy dla inwestorów głównie z Polski i Chin. „W 2015 roku Miasto Koluszki podpisało umowę partnerską z miastem Dujingyan z prowincji Siczuan, której stolicą jest miasto Chengdu, partner miasta Łódź. Umowa ma charakter rozwojowy i oprócz wymiany kulturalnej planowana jest współpraca miast w zakresie gospodarczym”²⁹.

2.5.6. Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna

Na terenie gminy Koluszki znajduje się jedna z „44 podstref należących do Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej i obejmuje swoją powierzchnią łącznie ponad 21 ha. Podstrefa jest wyodrębnionym obszarem na terenie miasta lub gminy, gdzie przedsiębiorcy mogą rozpocząć działalność na preferencyjnych warunkach i korzystać z pomocy publicznej”³⁰.

²⁷ Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020, str. 50

²⁸ Roman Czubiński, *Nowy Jedwabny Szlak: Łódzkie w Awangardzie*, <http://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/nowy-jedwabny-szlak-lodzkie-w-awangardzie-80983.html>, z dnia 28.03.2017, dostęp 04.07.2017.

²⁹ *Studium wykonalności dla projektu pn. „Koluszki zawsze w centrum. Promocja gospodarcza Regionu Łódzkiego poprzez działania zwiększające międzynarodową współpracę przedsiębiorców województwa łódzkiego.”* str. 23

³⁰ <http://koluszki.pl/lodzka-specjalna-strefa-ekonomiczna>, dostęp 04.07.2017.

Obecnie pod względem gruntów wykorzystywane jest ponad 14 ha, co stanowi 66% powierzchni podstrefy, jednak ze względu na ograniczenia budowlane związane z przebiegiem linii elektroenergetycznej 110kV na wolnej działce o powierzchni 7 ha można stwierdzić, że limit terenów inwestycyjnych odpowiadającej potrzebom inwestorów został wyczerpany³¹. Już w 2015 roku podjęto działania mające na celu rozszerzenie strefy z 21 ha o kolejne 36 ha.

2.5.7. Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki

Jednym celów aktualizowanej strategii rozwoju gminy była promocja oferty turystycznej, sportowej i kulturalnej. W uchwalonej w 2017 roku Strategii rozwoju turystyki dla gminy Koluszki w podsumowaniu obecnych zasobów turystycznych gminę Koluszki określono jako zbyt małą do osiągnięcia miana miejsca rozpoznawalnego w kontekście atrakcji turystycznych, jak np. Uniejów, Tomaszów Mazowiecki czy Sulejów³². Do głównych słabych stron zaliczono „brak uznanej atrakcji turystycznej, brak bazy noclegowej, niewielki rozwój infrastruktury turystycznej i brak lidera odpowiedzialnego za rozwój turystyki”³³, po stronie atutów wymieniono „bardzo korzystne położenie i skomunikowanie z dużymi ośrodkami miejskimi, duże zasoby przyrodnicze i historyczne, umiejętność pozyskiwania środków zewnętrznych, współpraca z innymi JST pozwalająca wykorzystać efekt synergiczny”³⁴.

W Dokumencie Strategii rozwoju turystyki planowane działania związane z utworzeniem ośrodka wypoczynkowo-rekreacyjnego określano jako „duży krok w dobrym kierunku”³⁵. Ponadto jako mocne strony turystyki w gminie Koluszki wymieniono:

- o Tereny rekreacyjne, szlaki rowerowe, konne i piesze.
- o Sąsiedztwo Parku Krajobrazowego Wzniesień Łódzkich, Obszary Chronionego Krajobrazu oraz czystą rzekę Mroga.
- o Rozległe tereny leśne, liczne źródelka i pomniki przyrody. Dobrze zachowane stare budynki, kościoły, pomniki, cmentarze, mogiły i kapliczki.
- o Unikalne w skali województwa osiedle kolejowe z wieżą ciśnień.
- o Walory historyczne, takie jak Bitwa Łódzka czy postacie Wł. Strzebińskiego i K. Kobro.
- o Dużą liczbę zidentyfikowanych i wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnego potraw kuchni regionalnej³⁶.

³¹ Zob. *Studium wykonalności dla projektu pn. „Koluszki zawsze w centrum. Promocja gospodarcza Regionu Łódzkiego poprzez działania zwiększające międzynarodową współpracę przedsiębiorców województwa łódzkiego.”* Str. 26

³² *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki*, str. 27

³³ *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki*, str. 29

³⁴ *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki*, str. 29

³⁵ *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki*, str. 27

³⁶ *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki*, str. 28

Autorzy Strategii rozwoju turystyki zwrócili uwagę na słabą promocję gminy jako atrakcji turystycznej oraz niedostateczną ofertę mającą wpływ na rozwój życia kulturalnego³⁷. Wyznaczone w strategii kierunki działań, takie jak aktywna turystyka rekreacyjna, kulturowa, historyczna oraz przyrodnicza będą wymagały odpowiednio zaplanowanych działań promocyjnych. Wymienione w strategii działania promocyjne to:

1. uruchomienie punktu informacji turystycznej przy jednej z instytucji miejskich;
2. kontynuacja działania strony Internetowej www.lodz1914.pl poświęconej Bitwie Łódzkiej;
3. uruchomienie aktywnej strony poświęconej tematyce turystyki, sportu, rekreacji i kultury do strony www.koluszki.pl;
4. wydanie przewodnika i mapy turystycznej obejmujących min. obszar gminy Koluszki;
5. włączenie się w działania promocyjne o zasięgu ponadlokalnym np. inicjowane w skali LGD, powiatu lub województwa;
6. współpraca w zakresie realizacji działań promocyjnych i wspólnych wydarzeń z Nadleśnictwem Brzeziny, kołami wiejskimi i Parkiem Krajobrazowym Wzniesień Łódzkich.

2.5.8. Studium wykonalności dla projektu: „Koluszki Zawsze w Centrum. Promocja Gospodarcza Regionu Łódzkiego poprzez działania zwiększające międzynarodową współpracę przedsiębiorców województwa łódzkiego”

W ramach działań promocyjnych realizowanych przez gminę Koluszki prowadzony jest projekt „Koluszki Zawsze w Centrum. Promocja Gospodarcza Regionu Łódzkiego poprzez działania zwiększające międzynarodową współpracę przedsiębiorców województwa łódzkiego”. W dokumencie studium wykonalności tego projektu uwzględniono następujące działania promocyjne:

1. Aktualizacja Strategii Promocji dla miasta Koluszki.
2. Działania promocyjne za granicą. Zadanie to obejmuje: 2 wyjazdy do prowincji Syczuan na targi celem rozpoczęcia wymiany handlowej między regionem łódzkim a prowincją Syczuan, zorganizowanie tam wystawy produktowej dostępnej 12 miesięcy, a także 2 wyjazdy na targi UE celem promocji regionu poza granicami kraju.
3. Stworzenie platformy www i jej promocja. Działania związane z stworzeniem platformy www do promocji produktów oraz terenów inwestycyjnych miasta Koluszki, a także jej promocja poprzez content marketing w UE oraz w Chinach.
4. Uruchomienie Biura Oddziału Izby Przemysłowo-Handlowej w mieście Koluszki oraz pilotaż jego działalności. Zadanie obejmuje wynajęcie biura, wyposażenie biura, pilotaż działalności biura w tym koszty wynagrodzenia pracownika biura, oraz zakupu koniecznych materiałów biurowych.
5. Działania promocyjne skierowane do odbiorców krajowych. Zadanie obejmuje projektowanie, produkcję i dystrybucję materiałów informacyjnych dla przedsiębiorców z miasta Koluszki oraz regionu, a także dla przedsiębiorców z Chin oraz UE wraz z tłumaczeniem, a także

³⁷ Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki, str. 28

organizowanie szkoleń dla przedsiębiorców z narzędzi promocji międzynarodowych oraz organizacja konferencji prasowych skierowanych do tytułów ogólnopolskich – po każdym wyjeździe oraz na początku i na końcu działań.

2.6. Analiza konkurencji (określenie pozycji Koluszek na tle gmin o podobnym potencjale i wielkości)

Niniejsza część analizy ma na celu zaprezentowanie portretu statystycznego gminy Koluszki wraz z analizą porównawczą jej gmin ościennych tj. Andrespol, Brzeziny, Rokiciny i Tuszyn. Uwzględnione wskaźniki statystyczne podzielono na kilka grup, które odnoszą się do zagadnień administracyjnych, społeczno-demograficznych, finansowych, zasobów mieszkaniowych i struktury rynku pracy. Inne istotne wskaźniki współtworzące portret statystyczny gminy Koluszki zostały omówione we wcześniejszej części strategii.

Tabela 10. Charakterystyka wybranych gmin pod kątem kluczowych wskaźników administracyjnych

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Województwo	łódzkie				
Powiat	łódzki wschodni	łódzki wschodni	brzeziński	tomaszowski	łódzki wschodni
Rodzaj gminy	miejsko-wiejska	wiejska	miejska	wiejska	miejsko-wiejska
Adres Urzędu gminy	95-040 11 Listopada 65	95-020 Rokicińska 126	95-060 Sienkiewicza 16A	97-221 Tomaszowska 9	95-080 Piotrkowska 2/4
Powierzchnia (km ²)	157	23	22	91	130
Liczba miejscowości	31	10	1	24	29
Liczba sołectw	25	9	-	22	30
Lesistość (%)	40,9	25,2	3,7	14,4	24,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, Statystyczne Vademecum Samorządowca 2016

Gmina Koluszki podobnie jak jej gminy ościenne znajduje się na obszarze województwa łódzkiego. Trzy gminy (Koluszki, Andrespol i Tuszyn) położone są w powiecie łódzkim wschodnim, natomiast gmina Brzeziny leży w powiecie brzezińskim, a gmina Rokiciny w powiecie tomaszowskim. Gmina Koluszki jest klasyfikowana jako gmina miejsko-wiejska, podobnie jak gmina z siedzibą w Tuszynie. Dwie z analizowanych gmin ościennych (gmina Andrespol i gmina Rokiciny) klasyfikowane są jako gminy wiejskie, ponieważ na ich terytorium nie znajdują się miasta. Gminę Brzeziny zalicza się do gmin miejskich.

W skład gminy Koluszki wchodzi 31 miejscowości, a ich łączna powierzchnia zajmuje obszar 157 km². Porównując wskaźnik powierzchni gminy widać, że jest on relatywnie największy w kontekście gmin ościennych. Największa z gmin ościennych, gmina Tuszyn, ma o 27 km² mniejsze terytorium. Kolejna jest gmina Rokiciny, której powierzchnia jest mniejsza o 66 km². Z kolei dwie najmniejsze gminy (Andrespol i Brzeziny) mają o ponad 130 km² mniejsze terytorium.

Analizując wskaźnik odnoszący się do stopnia pokrycia lasem powierzchni poszczególnych gmin widać, że gmina Koluszki ma największą lesistość (40,9%) w porównaniu z gminami ościennymi. Drugi najwyższy współczynnik występuje w gminie Andrespol, gdzie lasami porośnięta jest około jedna czwarta całkowitego obszaru gminy.

Tabela 11. Charakterystyka wybranych gmin pod kątem kluczowych wskaźników społeczno-demograficznych (dane z 2015 r.)

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Ludność	23636	13422	12542	6167	12233
Gęstość zaludnienia (os./km ²)	150	575	581	68	94
Ludność w wieku przedprodukcyjnym	4119	2522	2172	1090	2174
Ludność w wieku produkcyjnym	14580	8317	7881	3759	7783
Ludność w wieku poprodukcyjnym	4937	2583	2489	1318	2276
Współczynnik feminizacji	110	111	112	106	107
Urodzenia żywe	230	135	85	61	114
Współczynnik urodzeń	9,7	10,1	6,8	9,9	9,3
Zgony	249	129	126	73	136
Współczynnik zgonów	10,56	9,61	10,05	11,84	11,1
Przyrost naturalny	-19	6	-41	-12	-22
Saldo migracji	1	123	10	15	26

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria ludność

Z danych GUS wynika, że gminę Koluszki zamieszkuje nieco ponad 23 tys. osób, co stanowi ok. 34% ludności całego powiatu łódzkiego wschodniego. Jest to największa liczba mieszkańców w porównaniu do gmin ościennych. Natomiast gmina Andrespol i gmina Brzeziny mają wyższy wskaźnik gęstości zaludnienia (odpowiednio 575 osób na km² i 581 osób na km²), niż gmina Koluszki, gdzie 150 osób przypada na obszar jednego km².

Jak wynika z danych, współczynnik feminizacji dla gminy Koluszki wynosi 110. Większa liczba kobiet przypadająca na 100 mężczyzn występuje w gminie Andrespol – 111 i gminie Brzeziny – 112. Pod względem współczynnika urodzeń gmina Koluszki zajmuje także trzecie miejsce, ustępując gminom w Andrespolu i Rokicinach. Jednocześnie gmina Rokiciny ma najwyższy współczynnik zgonów – 11,84.

Innym istotnym wskaźnikiem demograficznym składającym się na portret statystyczny jest przyrost naturalny w poszczególnych gminach. Gmina Koluszki podobnie jak gminy w Brzezinach, Rokicinach i Tuszynie charakteryzuje się ujemnym przyrostem naturalnym, co oznacza, że liczba urodzeń żywych jest mniejsza niż liczba zgonów. Jedynie w gminie Andrespol występuje odwrotny trend (wartość dodatnia współczynnika).

Podobnie jak w gminach ościennych, na terenie gminy Koluszki występuje także dodatnia wartość współczynnika salda migracji. Oznacza to, iż więcej ludzi decyduje się przyjechać na jej terytorium i zamieszkać tam na stałe, niż opuścić tereny gminy. Jednakże sama wartość współczynnika jest niższa niż w przypadku gmin ościennych.

Tabela 12. Struktura ludności pod względem wieku w poszczególnych gminach (dane z 2015) (w %)

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Mieszkańcy w wieku przedprodukcyjnym	17	19	17	18	18
Mieszkańcy w wieku produkcyjnym	62	62	63	61	64
Mieszkańcy w wieku poprodukcyjnym	21	19	20	21	18

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria ludność

Struktura ludności w poszczególnych stadiach wiekowych jest mocno do siebie zbliżona we wszystkich analizowanych gminach. Dominują osoby w wieku produkcyjnym, które stanowią ponad trzy piąte ogółu we wszystkich kategoriach (zakres 61-64%). Jednakże największy ich odsetek odnotowano w gminie Tuszyn. Dodatkowo widać utrzymującą się tendencję, zgodnie z którą w każdej z gmin występuje większy lub zbliżony odsetek osób w wieku poprodukcyjnym, aniżeli przedprodukcyjnym.

Tabela 13. Porównanie budżetu wybranych gmin w latach 2013-2015 (w mln zł)

	Koluszki			Andrespol			Brzeziny			Rokiciny			Tuszyn		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Ogólny dochód	55,7	69,2	71,9	35,2	37,8	37,9	36,9	38,8	37,2	19,9	19,9	21,0	37,1	40,1	40,7
Ogólne wydatki	56,5	63,7	72,7	35,7	38,7	36,2	37,0	37,4	39,8	19,9	19,8	20,7	37,1	38,8	41,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria finanse publiczne

Wskaźnikiem uzupełniającym portret statystyczny gminy Koluszki jest ogół uzyskiwanych dochodów i ponoszonych wydatków oraz zestawienie ich z funkcjonowaniem budżetu w gminach ościennych. Pod względem uzyskanego ogólnego dochodu gmina Koluszki plasuje się na pierwszym miejscu z 71,9 mln zł pod koniec 2015 roku, znacznie wyprzedzając kolejną w zestawieniu gminę o ponad 31 mln zł. W latach 2013-2014 odnotowano dynamiczny wzrost dochodu gminy Koluszki, który do 2015 roku utrzymywał się na podobnym poziomie. Jest to najbardziej widoczna tendencja wzrostowa jeśli chodzi o dochód spośród wszystkich gmin ościennych. Z kolei gmina Brzeziny jest jedyną z gmin w zestawieniu, w której ogólny dochód z 2014 roku był wyższy, aniżeli ten uzyskany w 2015.

W latach 2013-2015 utrzymywał się trend wzrostowy w ogólnych wydatkach gminy Koluszki, którego kulminacja miała miejsce w 2015 roku, kiedy gmina wydała 72,7 ml zł, co jest najwyższą wartością spośród wszystkich analizowanych kategorii w bezpośrednim otoczeniu rynkowym. Druga pod tym względem jest gmina Tuszyn, która w 2015 roku wydała około 31 mln zł mniej.

Tabela 14. Porównanie wydatków i dochodów gmin przypadających na jednego mieszkańca w latach 2013-2015 (w zł)

	Koluszki			Andrespol			Brzeziny			Rokiciny			Tuszyn		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Dochód na jednego mieszkańca	2352	2925	3038	2687	2848	2830	2931	3083	2962	3232	3153	3409	3055	3284	3328
Wydatki na jednego mieszkańca	2386	2695	3073	2730	2915	2705	2939	2970	3167	3227	3194	3356	3058	3172	3410

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria finanse publiczne

Obecny dochód gminy Koluszki przypadający na jednego mieszkańca jest wyższy niż w latach 2013-2014. Podobna zależność widoczna jest także w gminach z siedzibami w Rokicinach i Tuszynie.

W gminie Andrespol i gminie Brzeziny odnotowano spadek ogólnego dochodu przypadającego na jednego mieszkańca w porównaniu z rokiem 2013. Na terenie gminy Koluszki dochód na jednego mieszkańca jest trzecim największym wynikiem w porównaniu do pozostałych gmin – ponad 3000 zł, ustępując miejsca gminom z siedzibami w Rokicinach – ponad 3400 zł, oraz Tuszynie – ponad 3300 zł. Jednocześnie jest on porównywalny z gminą w Brzezinach – 2962 zł.

Analiza wskaźnika wydatków na jednego mieszkańca obrazuje, że największe nakłady ponoszone są przez gminę z siedzibą w Tuszynie, dodatkowo przekraczają one dochód na jednego mieszkańca. Dodatkowo w gminie tej występuje ciągła tendencja wzrostowa jeśli idzie o kwestie wydatków. Podobna tendencja występuje w gminach Koluszki, Brzeziny oraz Rokiciny. W latach 2013-2014 gmina Koluszki ponosiła najmniejsze nakłady finansowe na jednego mieszkańca w porównaniu z jej najbliższym otoczeniem. Podkreślenia wymaga, iż jedynie w gminie Andrespol wskaźnik wydatków na jednego mieszkańca obniżył się w 2015 roku w porównaniu z rokiem 2014 – z 2915 zł na 2705 zł.

Tabela 15. Porównanie wydatków poniesionych przez gminy w głównych działach klasyfikacji budżetowej w 2015 (w mln zł)

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Rolnictwo i łowiectwo	0,5	0,2	0,03	0,3	0,9
Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę	0	0	0	3,8	0
Transport i łączność	9,8	3,7	4,3	1,7	3,7
Gospodarka mieszkaniowa	1,3	0,2	3,6	0,2	0,6
Administracja publiczna	7,1	3,5	3,5	2,1	5,2
Informatyka	0,4	0	0	0	0
Działalność usługowa	0,1	1,5	0,2	-	0,9
Bezpieczeństwo publiczne i ochrona przeciwpożarowa	0,6	0,4	0,6	0,2	0,8
Obsługa długu publicznego	0,6	0,1	0,4	0,2	0,4
Oświata i wychowanie	24,5	14,3	10,4	6,5	13,1
Ochrona zdrowia	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1
Pomoc społeczna	8,5	4,3	7,4	2,5	8,0
Gospodarka komunalna i ochrona środowiska	15,5	5,3	4,2	1,4	3,2
Kultura i ochrona dziedzictwa narodowego	1,4	0,7	1,6	0,6	1,4
Kultura fizyczna	0,6	0,4	2,0	0,1	2,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria finanse publiczne

Gmina Koluszki najczęściej wydatków przeznacza na wsparcie działań z zakresu oświaty i wychowania – 24,5 mln zł, gospodarki komunalnej i ochrony środowiska – 15,5 mln zł oraz na transport i łączność – 9,8 mln zł. Podkreślić należy, że wszystkie gminy ościenne inwestują najczęściej w oświatę. Dodatkowo gmina Rokiciny jako jedyna wśród wybranych gmin przeznacza duże nakłady finansowe na wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz i wodę – 3,8 mln zł. W porównaniu z gminami ościennymi, gmina Koluszki przeznacza najczęściej środków na rolnictwo i leśnictwo, transport i łączność, administrację publiczną, informatykę, obsługę długu publicznego, oświatę i wychowanie, ochronę zdrowia, pomoc społeczną oraz gospodarkę komunalną i ochronę środowiska. Natomiast na sektor gospodarki mieszkaniowej, bezpieczeństwa publicznego i ochrony przeciwpożarowej, działalności usługowej, kultury i ochrony środowiska oraz kultury fizycznej gmina z siedzibą w Koluszkach wydaje stosunkowo mniej, aniżeli jej sąsiedzi z Andrespola, Brzezín, Rokicin i Tuszyna.

Tabela 16. Porównanie kluczowych wskaźników budżetowych w gminach (dane z 2015)

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Środki w dochodach budżetu na finansowanie programów i projektów unijnych (mln zł)	8,2	1,8	0,5	2,5	0,4
Udział dochodu własnego w ogólnym budżecie gminy (%)	56,3	52,9	53,9	45,4	61,5
Udział wpływu z podatku dochodowego od osób fizycznych do budżetu gmin (%)	42,8	56,4	39,1	34,4	30,3
Ogólne dotacje dla gminy (mln zł)	18,5	7,9	8,0	5,5	8,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, Statystyczne Vademecum Samorządowca 2016

Wskaźniki budżetowe Statystycznego Vademecum Samorządowca 2016 wskazują, że gmina Koluszki znajduje się na pierwszym miejscu w swoim otoczeniu rynkowym w zakresie dysponowania środkami na finansowanie lub współfinansowanie programów i projektów unijnych, gdzie w 2015 roku wyniosły one 8,2 mln zł. Kolejna w zestawieniu jest gmina Rokiciny mając do dyspozycji o 5,7 mln zł mniej.

Jak wynika z danych, gmina Koluszki dysponuje dochodem własnym, który stanowi ponad połowę (56,3%) ogólnego budżetu całej gminy. Jest to drugi najlepszy wynik w swoim otoczeniu rynkowym, lepszy uzyskała jedynie gmina Tuszyn (61,5%). Nieznacznie gorszy współczynnik odnotowano w gminie Brzeziny – 53,9% oraz Andrespol – 52,9%. Jeszcze mniejszy wynik osiągnęła gmina z siedzibą w Rokicinach – 45,4%. Natomiast z podatku dochodowego od osób fizycznych najsilniej zasilany jest budżet gminy Andrespol.

gmina Koluszki uzyskała największą dotację w porównaniu do czterech pozostałych gmin – 18,5 mln zł. W przypadku gmin z siedzibami w Brzezinach i Tuszynie, kwota była mniejsza o około 10,5 mln zł, natomiast ogólna dotacja dla gminy Rokiciny była ponad trzy razy mniejsza niż w przypadku gminy z siedzibą w Koluszkach.

Zgodnie z informacjami zawartymi w Banku Danych Lokalnych GUS środki w dochodach budżetu gminy Koluszki na finansowanie i współfinansowanie programów i projektów unijnych 2015 wyniosły 8,2 mln złotych, co w zestawieniu wszystkich 616 gmin miejsko-wiejskich w Polsce daje Koluszkom 26 pozycję stanowiącą niewątpliwą przewagę konkurencyjną.

Tabela 17. Porównanie głównych zasobów mieszkaniowych gmin w latach 2013-2015

	Koluszki			Andrespol			Brzeziny			Rokiciny			Tuszyn		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Zasoby mieszkaniowe	8321	8368	8408	3747	3799	3836	4556	4571	4625	2068	2090	2110	4501	4574	4593
Przeciętna powierzchnia użytkowa 1 mieszkania (m ²)	79,7	80,0	80,3	95,6	96,3	96,9	72,0	72,3	72,4	92,8	93,2	93,4	89,1	89,9	90,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria gospodarka mieszkaniowa i komunalna

W obrębie zasobów mieszkaniowych w latach 2013-2015 odnotowano sukcesywny, aczkolwiek niewielki wzrost liczby mieszkań zarówno w gminie Koluszki, jak i wśród wszystkich gmin ościennych. Podkreślenia wymaga fakt, iż gmina Koluszki dysponuje największą liczbą zasobów mieszkalnych – 8408, zaś najmniejszą gmina Rokiciny – 2110.

W gminie Koluszki sukcesywnie zwiększa się powierzchnia mieszkaniowa, a trend wzrostowy utrzymywał się przez okres 2013-2015, osiągając pod koniec 2015 roku 80,3 m². Jedynie gmina z siedzibą w Brzezinach ma mniejszy wskaźnik określający metraż mieszkaniowy – 72,4 m². Natomiast trzy pozostałe gminy z najbliższego otoczenia rynkowego mają zdecydowanie większą powierzchnię użytkową przypadającą na jedno mieszkanie.

Tabela 18. Inne zasoby mieszkaniowe gmin (dane z 2015)

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Liczba oddanych do użytkowania mieszkań	48	41	54	27	48
Liczba lokali socjalnych	74	1	32	-	27
Liczba wypłaconych dodatków mieszkaniowych	1 181	497	2 079	-	1 454
Turystyczne obiekty noclegowe	1	3	1	1	10

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, Statystyczne Vademecum Samorządowca 2016

W 2013 roku gmina Koluszki oddała 48 mieszkań do użytkowania, co stanowi drugi wynik w najbliższym otoczeniu rynkowym, ustępując jedynie gminie Brzeziny – 54 nowe lokale użytkowe. Tyle samo mieszkań co gmina z siedzibą w Koluszkach oddała gmina Tuszyn. Warto podkreślić, iż w gminie Koluszki występuje największa liczba lokali socjalnych w porównaniu do gmin znajdujących się w jej najbliższym otoczeniu rynkowym – 74.

Tabela 19. Porównanie struktury rynku pracy w wybranych gminach (dane z 2015)

	Koluszki	Andrespol	Brzeziny	Rokiciny	Tuszyn
Pracujący**	4135	1375	2152	749	2288
Liczba pracujących przypadająca na 1000 mieszkańców**	175	102	172	121	187
Liczba podmiotów gospodarki narodowej	2124	1332	339	448	1475
Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 10 tys. ludności	754	816	406	603	920

**bez podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób oraz gospodarstw indywidualnych w rolnictwie

Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, Statystyczne Vademecum Samorządowca 2016

Gmina Koluszki znajduje się na pierwszym miejscu pod względem liczby pracujących osób w placówkach, zatrudniających przynajmniej 9 pracowników etatowych. Na jej terenie pracuje 4135 takich osób. Druga w kolejności jest gmina Tuszyn z 2288 zatrudnionymi, trzecia gmina Brzeziny – 2152, a stawkę uzupełniają gmina Andrespol – 1375 i gmina Rokiciny – 749 pracowników. Omawiane

wartości wskaźnika – stworzonego przez GUS – nie uwzględniają osób pracujących w indywidualnych gospodarstwach rolnych i dotyczą 2015 roku.

Gmina Koluszki jest na drugim miejscu pod względem wskaźnika określającego liczbę pracujących, która przypada na tysiąc mieszkańców. W 2015 roku w Koluszkach było ich 175, co jest nieznacznie mniejszym wynikiem, niż ten który osiągnęła gmina Tuszyn – 187. Najmniejszy za to wskaźnik występuje w gminie Andrespol – zaledwie 102.

Gmina Koluszki przewodzi pod względem liczny podmiotów gospodarki narodowej, na obszarze której działa aż 2124 przedsiębiorstw w różnych sektorach rynkowych, zaś w każdej z czterech pozostałych gmin zlokalizowanych jest poniżej 1500 podmiotów gospodarczych figurujących w rejestrze GUS. Wynik 2124 podmiotów gospodarczych plasuje gminę Koluszki na 104 pozycji wśród 616 gmin miejsko-wiejskich w Polsce.

Wskaźnik przedstawiający liczbę osób prowadzących własną działalność gospodarczą w przeliczeniu na 10 tys. ludności wskazuje, że gmina Koluszki ma trzeci z najlepszych wyników – 754 osób, ustępując gminie z siedzibą w Tuszynie – 920 osób oraz gminie z siedzibą w Andrespolu – 816 osób.

Tabela 20. Porównanie wskaźników odnoszących się do bezrobocia rejestrowanego w latach 2013-2015

	Koluszki			Andrespol		Brzeziny			Rokiciny		Tuszyn				
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015			
Bezrobotni zarejestrowani	1340	1123	977	716	645	576	919	707	731	267	200	203	608	598	516
Stopa bezrobocia w grupie osób w wieku produkcyjnym (%)	9,0	7,6	6,7	8,6	7,7	6,9	11,3	8,8	9,3	7,1	5,3	5,4	7,8	7,6	6,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie Bank Danych Lokalnych – kategoria rynek pracy

Innym istotnym wskaźnikiem jest ten, określający stopę bezrobocia wśród osób w wieku produkcyjnym. Pod tym względem gmina Koluszki ma trzeci z najniższych odsetków (6,7%), nieznacznie ustępując pola kolejno gminie z siedzibą w Rokicinach (5,4%) i gminie z siedzibą w Tuszynie (6,6%). Dodatkowo w gminie występuje widoczny trend spadkowy na przestrzeni 2013-2015, który najsilniej widoczny jest w przypadku gminy Koluszki. Najwyższa stopa bezrobocia wśród osób w wieku produkcyjnym występuje w gminie Brzeziny (9,3%).

Gmina Koluszki jest w swoim bezpośrednim otoczeniu konkurencyjnym wyróżniająca się pod względem potencjału ludzkiego oraz możliwości budżetowych. Wskaźnikami odznaczającymi gminę nie tylko na tle bezpośredniej konkurencji, ale również ogółu gmin miejsko-wiejskich w Polsce jest kwota środków

w dochodach budżetu przeznaczonych na finansowanie projektów unijnych 8,2 mln zł plasująca gminę na 26 pozycji wśród wszystkich 616 gmin miejsko-wiejskich w Polsce, a także liczba zarejestrowanych podmiotów Gospodarczych (104 pozycja na 616 gmin).

2.7. Aktualna analiza SWOT, w tym analiza uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych promocji miasta oraz określenie głównych przewag konkurencyjnych.

Analiza SWOT pozwala określić charakter, pozycję oraz możliwości w zakresie potencjału promocyjnego gminy Koluszki. Analiza SWOT to zestawienie mocnych i słabych stron gminy w kontekście działań promocyjnych oraz szans i zagrożeń istotnych z punktu widzenia przyszłych działań. W wyniku przeprowadzonych analiz zidentyfikowano grupę czynników na które składają się: mocne strony – czynniki pozytywne wewnętrzne, słabe strony – uwarunkowania wewnętrzne o charakterze negatywnym, szanse – czynniki egzogeniczne o charakterze pozytywnym oraz zagrożenia – uwarunkowania zewnętrzne o charakterze negatywnym, ograniczające możliwości promocyjne gminy.

Mocne strony zidentyfikowane w trakcie badań i analiz, które mogą stanowić o przewadze gminy, również w kontekście działań promocyjnych i w zakresie budowy marki są następujące:

- Działania promocyjne:
 - Strona koluszki.pl, spójna z identyfikacją wizualną gminy, nowoczesny układ graficzny, wysoka jakość prowadzenia witryny.
 - Prowadzenie szeregu działań aktywizujących mieszkańców kulturalnie.
- Warunki demograficzne:
 - Stabilny potencjał ludnościowy.
 - Zaangażowanie mieszkańców inicjatywy społeczne.
- Warunki gospodarcze:
 - Dynamiczny rozwój infrastrukturalny miasta.
 - Wykorzystywanie środków z Unii Europejskiej.
 - Potencjał liczby podmiotów gospodarczych.
 - Istnienie ŁSSE.
 - Istnienie dogodnych uwarunkowań infrastrukturalnych (węzeł kolejowy, baza paliw OLPP).
 - Dobrze oceniana jakość obsługi inwestora i przedsiębiorcy. Realizacja planu rozwoju obsługi inwestora.

W grupie słabych stron zidentyfikowanych w trakcie przeprowadzonych analiz znajdują się:

- Warunki naturalne i infrastrukturalne:
 - Potrzeba remontu i rozwoju sieci drogowych i kanalizacyjnych.
 - Brak rozbudowanej infrastruktury turystycznej:
 - Brak atrakcji turystycznej o renomie ponadlokalnej.

- Brak miejsc noclegowych.
- Działania promocyjne:
 - Brak materiałów informacyjnych odnośnie obecnych atrakcji turystycznych.
- Warunki ludnościowe:
 - Odplyw młodych ludzi do większych miast po okresie kształcenia.

Oprócz mocnych i słabych stron, jakie przypisano gminie Koluszki, dokonano także wyodrębnienia szans i zagrożeń, które mają wpływ na jej funkcjonowanie, włącznie z obszarem promocji. Zatem wśród szans znajdują się:

- Warunki naturalne i infrastrukturalne:
 - Lokalizacja geograficzna:
 - Położenie w centrum Polski.
 - Dobre skomunikowanie:
 - Bliskość lotniska im. F. Chopina.
 - Bliskość skrzyżowania autostrad A1 i A2.
 - Jeden z największych węzłów kolejowych w Polsce.
 - Bliskość dużych ośrodków Łodzi i Warszawy.
 - Położenie na Nowym Jedwabnym Szlaku.
 - Sprzyjające warunki do powstania portu multimodalnego.
 - Atrakcje turystyczne:
 - Tereny rekreacyjne, szlaki rowerowe, konne i piesze.
 - W sąsiedztwie Park Krajobrazowy Wzniesień Łódzkich, Obszary Chronionego Krajobrazu oraz czysta rzeka Mroga.
 - Rozległe tereny leśne, liczne źródelka i pomniki przyrody. Dobrze zachowane stare budynki, kościoły, pomniki, cmentarze, mogiły i kapliczki.
 - Unikalne w skali województwa osiedle kolejowe z wieżą ciśniową.
 - Walory historyczne jak Bitwa Łódzka czy postacie Wł. Strzebińskiego i K. Kobro.
 - Duża liczba zidentyfikowanych i wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnego potraw kuchni regionalnej.³⁸
 - Warunki gospodarcze:
 - Dostęp do środków z Unii Europejskiej.
 - Określenie w Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego 2020 Koluszek jako węzła transportu multimodalnego i strategicznego zabezpieczenia energetyczne w dziedzinie produktów naftowych dla województwa.

³⁸ *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki, str. 28*

Oprócz szans zidentyfikowano również zagrożenia, które mogą wpłynąć na funkcjonowanie gminy Koluszki, ale również utrudnić jej realizację celów, w tym celów o charakterze promocyjnym. Zatem wśród zagrożeń, które przy realizowanych zadaniach należy mieć na uwadze, znajdują się:

- Uwarunkowania polityczne:
 - Zmiany w koncepcji Nowego Jedwabnego Szlaku, np. zmiana trasy, zablokowanie projektu przez jeden z krajów tranzytowych.
 - Działania konkurencji odnośnie transportu multimodalnego lub brak funduszy na rozwój tej koncepcji.
- Warunki gospodarcze i infrastrukturalne:
 - Brak rozbudowy podstrefy Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.
 - Brak nowych osiedli mieszkaniowych.
 - Opór części mieszkańców, instytucji lub organizacji związany z inwestycjami i utrudnieniami z nimi związanymi:
 - Rewitalizacja Koluszek.
 - Powstanie targowiska miejskiego.
 - Remont wiaduktu nad linią kolejową.

Analizując powyższe zestawienie koniecznym jest podjęcie działań zmierzających w pierwszej kolejności do ograniczania siły wpływu słabych stron na gminę i wykorzystania istniejących mocnych stron i szans w budowaniu jej pozycji w otoczeniu rynkowym.

3. Analiza i rekomendacje strategiczne

3.1. Grupy docelowe działań strategicznych

Poprzez grupy docelowe działań strategicznych należy rozumieć przede wszystkim obecnych oraz potencjalnych inwestorów, a w szczególności:

- firmy już inwestujące w Koluszkach, które mogą podjąć się dodatkowych działań
- firmy potencjalnie mogące zainwestować w Koluszkach:
 - funkcjonujące na terenie Rzeczypospolitej Polskiej
 - funkcjonujące na terenie Unii Europejskiej
 - funkcjonujące na terenie prowincji Syczuan
- podmioty z otoczenia okolobiznesowego

Odbiorcami działań strategicznych są również:

- mieszkańcy gminy Koluszki (potencjalni i obecni)
- turyści (potencjalni).

Główną grupą docelową działań komunikacyjno-promocyjnych powinni być reprezentanci środowisk biznesowych oraz okolobiznesowych (w tym stowarzyszeń czy izb handlowych). W efekcie prowadzone działania mają przynieść wzrost świadomości w zakresie możliwości inwestowania w Koluszkach poprzez rozwój przedsiębiorczości i zwiększenie liczby projektów inwestycyjnych.

3.2. Aktualizacja celu głównego

Celem głównym działań promocyjnych i komunikacyjnych jest zbudowanie wizerunku Koluszek jako miejsca o wysokim potencjale inwestycyjnym i możliwościach w tym zakresie, a co za tym idzie pozyskanie nowych inwestorów, prezentacja terenów mających cechy sprzyjające inwestowaniu, wsparcie komunikacji w zakresie dogodnych warunków dla inwestorów. Celem bezpośrednim jest także stworzenie odpowiednich warunków dla rozwoju inwestycji w mieście oraz uzyskanie pozytywnych zmian w tym zakresie, co ma przełożyć się na tworzenie i rozwój nowych firm, tworzenie nowych miejsc pracy, rozwój branży turystycznej czy w końcu wymiany doświadczeń.

3.3. Dotychczasowe cele strategiczne a realne działania

W niniejszej części dokumentu dokonano analizy dotychczasowych działań marketingowych i wizerunkowych realizowanych przez Koluszki w ramach założonych celów strategicznych. Do każdego z celów przypisano również dodatkowe rekomendacje strategiczne będące uzupełnieniem, a zarazem wzmocnieniem jak dotąd podejmowanych działań.

3.3.1. Pozyskanie nowych inwestorów, promocja terenów inwestycyjnych i promocja przedsiębiorczości

3.3.1.1. Dotychczasowe działania

W ramach pierwszego z wyznaczonych celów strategicznych podejmowany był szereg działań marketingowych służących promocji terenów inwestycyjnych gminy Koluszki w kontekście potencjalnych inwestorów oraz promocja szeroko rozumianej przedsiębiorczości. Wśród nich znalazły się m.in. działania reklamowe z wykorzystaniem Internetu, prasy, telewizji i radia, uczestnictwo oraz organizacja wydarzeń związanych z przedsiębiorczością, współpraca i wsparcie lokalnych przedsiębiorców i inwestorów, a także szereg innych działań obejmujących wsparcie i współpracę z inwestorami czy lokalnymi przedsiębiorcami.

- Emisje i publikacje materiałów informacyjno-promocyjnych w mediach (2013-2017) – m.in. w programie „Strefa Biznesu” w TVP Łódź, w Radiu ZET czy Fakty magazyn gospodarczy. Materiały informacyjno-promocyjne w całości poświęcone były gminie Koluszki, w szczególności w kontekście terenów inwestycyjnych.

STREFA BIZNESU: 29.04.2015

Publikacja: 30 kwietnia 2016, 16:09



Źródło: <http://lodz.tvp.pl/19877563/29042015>

- Udział w targach i imprezach branżowych (2013-2016) – gmina Koluszki uczestniczyła m.in. w Targach Expo Real Monachium, czyli jednym z największych wydarzeń branży nieruchomości w Europie. Udział gminy miał na celu prezentację terenów inwestycyjnych i nawiązanie nowych kontaktów biznesowych. Gmina Koluszki była jedną z kilkunastu gmin, która reprezentowała województwo łódzkie. Ponadto Koluszki pojawiły się także na VII Europejskim Forum Gospodarczym organizowanym cyklicznie przez Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego. Podczas siódmej edycji w 2014 roku przedstawiciele gminy

Koluszki dokonali prezentacji miasta na Forum. Gmina brała udział również w Targach Logistyki Magazynowej INTRALOMAG, gdzie była jednym z wystawców.

- Organizacja wydarzeń promujących lokalnych przedsiębiorców (2013, 2014) – celem tego typu wydarzeń była aktywizacja i promocja koluszkowskich przedsiębiorców poprzez umożliwienie im prezentacji oferty szerokiemu gronu lokalnych odbiorców. Przykładem tego typu inicjatyw są targi „Koluszki dla domu” (2013, 2014) oraz „Festiwal pizzy” (listopad 2014) skierowany do lokali gastronomicznych z terenu gminy.
- Dołączenie do grupy Łódzkiego Obszaru Metropolitalnego (2013) – nawiązane partnerstwo pozwoliło gminie Koluszki na pozyskanie wraz z innymi członkami grupy dodatkowych środków unijnych oraz realizację wspólnych projektów.
- Strefa Ekonomiczna dla inwestorów (2013-2017) – gmina Koluszki posiada strefę ekonomiczną od 2009 roku, z czego w 2015 roku większość terenów przeznaczonych pod inwestycje została już wykorzystana. Gminie udało się nawiązać współpracę z kilkoma dużymi firmami, które zdecydowały się na zainwestowanie w swój biznes właśnie w Koluszkach. W tym samym roku podjęto działania mające na celu rozszerzenie strefy z 21 ha o kolejne 36 ha.
- Punkt Informacji o Funduszach Europejskich w Województwie Łódzkim w gminie Koluszki (2015) – działanie to było jednocześnie przykładem współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Łódzkiego. W siedzibie Urzędu Miejskiego w Koluszkach uruchomiony został Punkt Informacji o Funduszach Europejskich w Województwie Łódzkim, który stanowił wsparcie w zakresie pozyskiwania informacji o dotacjach, przepisach i kwestiach formalnych związanych z dofinansowaniami ze środków unijnych. Punkt był dostępny dla wszystkich chętnych mieszkańców, w tym osób fizycznych i lokalnych przedsiębiorców.
- Ścisła współpraca i wsparcie koluszkowskich inwestorów (2015-2017) – gmina Koluszki realizowała szereg działań mających na celu pomoc nowym i dotychczasowym inwestorom w różnych obszarach. Pracownicy gminy Koluszki zajmowali się m.in. wsparciem w procesie rekrutacji i selekcji pracowników oraz koordynacją nawiązywania współpracy pomiędzy inwestorami a lokalnymi szkołami, czego efektem było przede wszystkim powstanie kilku klas patronackich o specjalnościach związanych z obszarem działalności firm oraz organizacja wycieczek edukacyjnych o charakterze zawodowym.
- Współpraca chińskim miastem Dujiangyan (2014-2017) – w ramach nawiązania współpracy przeprowadzone zostało badanie, które miało wskazać powiązania oraz obszary współpracy z miastem Dujiangyan, które jest pewnego rodzaju chińskim odpowiednikiem Koluszek. Oprócz badania gmina podejmowała szereg działań mających na celu nawiązanie stosunków partnerskich z miastem Dujiangyan. Efektem tych działań było podpisanie umowy partnerskiej z władzami miasta (2015).



Źródło: <http://koluszki.pl/koluszki-nawiazuja-wspolprace-z-chinami/>

- Współpraca z Łódzką Izbą Przemysłowo-Handlową w ramach Tarów Logistyki Magazynowej INTRALOMAG (listopad 2016, 2017) – działania obejmowały m.in. podpisanie porozumienia dotyczącego współpracy na rzecz wsparcia lokalnej przedsiębiorczości, co w efekcie doprowadzić ma do powołania oddziału Łódzkiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Koluszkach. Ponadto gmina Koluszki było jednym z wystawców podczas Targów organizowanych przez Izbę. Zorganizowane zostało również spotkanie blisko trzydziestu koluszkowskich przedsiębiorców z przedstawicielami Łódzkiej Izby Przemysłowo-Handlowej.

3.3.1.2. Rekomendowane działania

Działania promocyjne w zakresie promowania lokalnych przedsiębiorców, nawiązywania kontaktów oraz tworzenia platformy dla przedsiębiorców są przedmiotem studium wykonalności projektu pn. „Koluszki zawsze w centrum. Promocja gospodarcza Regionu Łódzkiego poprzez działania zwiększające międzynarodową współpracę przedsiębiorców województwa łódzkiego.”. Działania zostały zaplanowane w następujący sposób:

1. Działania promocyjne za granicą. Udział w targach oraz wystawach, które stanowią istotny element komunikacji z grupami docelowymi, w tym z inwestorami. Są one także doskonałym sposobem na gromadzenie informacji na temat zainteresowania inwestycjami, a nawet prowadzenia dialogu z takimi podmiotami. Udział w targach daje efekt w postaci networkingu, ale to także metoda promocji konkretnych miejsc z możliwością wykorzystania pod realizację inwestycji. Dlatego też rekomenduje się działania bezpośrednio poza granicami kraju, a w tym:

- a. promocja za granicą, z uwzględnieniem 2 wyjazdów do prowincji Syczuan, na imprezy targowe w celu podjęcia wymiany handlowej między regionem łódzkim a prowincją Syczuan,
 - b. zorganizowanie na terenie powyższej prowincji wystawy produktowej przez okres 12 miesięcy,
 - c. organizacja 2 wyjazdów na targi na terenie Unii Europejskiej dla potrzeb realizacji założonych celów związanych z promocją i budowaniem relacji.
2. Uruchomienie Biura Oddziału Izby Przemysłowo-Handlowej w Koluszkach oraz koordynacja jego działalności. Działanie to jest niejako efektem współpracy z Łódzką Izbą Przemysłowo-Handlową w celu promocji przedsiębiorczości w gminie i zwiększenia jej konkurencyjności inwestycyjnej.
 3. Działania promocyjne skierowane do odbiorców krajowych. Zadanie obejmuje projektowanie, produkcję i dystrybucję materiałów informacyjnych dla przedsiębiorców z miasta Koluszki oraz regionu, a także dla przedsiębiorców z Chin oraz UE wraz z tłumaczeniem, a także organizowanie szkoleń dla przedsiębiorców z narzędzi promocji międzynarodowych oraz organizacja 6 konferencji prasowych skierowanych do tytułów ogólnopolskich – po każdym wyjeździe oraz na początku i na końcu działań.³⁹

³⁹ *Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki*, str. 28

Kwalifikowane koszty działań przedstawia tabela poniżej:

Tabela 21. Harmonogram rzeczowo-finansowy – koszty kwalifikowalne

	2016	2017	ŁĄCZNIE
KOSZTY KWALIFIKOWANE	20 000,00	1 626 200,00	1 646 200,00
Wynalazki na przygotowanie projektu	20 000,00		20 000,00
Studia wykonalności - netto	20 000,00	0,00	20 000,00
Wynalazki związane z rozpoczęciem zrealizacji projektu		1 524 600,00	1 524 600,00
Aktualizacja Strategii Promocji dla miasta Koluszki	0,00	60 000,00	60 000,00
Wyjazd I do Prowincji Śląskan - netto	0,00	74 000,00	74 000,00
Wyjazd II do Prowincji Śląskan - netto	0,00	74 000,00	74 000,00
Wyjazd III na targi do UE	0,00	94 000,00	94 000,00
Wyjazd IV na targi do UE	0,00	94 000,00	94 000,00
Organizacja wyjazdu promocyjnego w prowincji Śląskan - dostępne 12 miesięcy	0,00	227 400,00	227 400,00
Stworzenie platformy www do promocji produktów oraz terminów inwestycyjnych dla miasta Koluszki	0,00	122 000,00	122 000,00
Promocja platformy www poprzez content marketing w UE	0,00	90 000,00	90 000,00
Promocja platformy www poprzez content marketing w Głuchach	0,00	130 000,00	130 000,00
Uruchomienie Biura Odzieżnictwa Przemysłowo-Handlowego w Mieście Koluszki i pilotaż działalności wyłączenie biura	0,00	8 000,00	8 000,00
Uruchomienie Biura Odzieżnictwa Przemysłowo-Handlowego w Mieście Koluszki i pilotaż działalności wyłączenie pracowników biura	0,00	30 000,00	30 000,00
Uruchomienie Biura Odzieżnictwa Przemysłowo-Handlowego w Mieście Koluszki i pilotaż działalności wyposażenie biura	0,00	20 000,00	20 000,00
Uruchomienie Biura Odzieżnictwa Przemysłowo-Handlowego w Mieście Koluszki i pilotaż działalności materiały	0,00	2 000,00	2 000,00
Projektowanie produktów i wystroju materiałów informacyjnych dla przedsiębiorców z miasta Koluszki oraz regionu	0,00	156 000,00	156 000,00
Projektowanie produktów i wystroju materiałów informacyjnych dla przedsiębiorców z Głuch oraz UE wraz z tłumaczeniem	0,00	180 000,00	180 000,00
Organizacja szkoleń dla przedsiębiorców z narzędzi promocji międzynarodowych	0,00	7 200,00	7 200,00
Organizacja i konferencje prasowych i studium przypadku w tym celu	0,00	176 000,00	176 000,00
Wynalazki na zarządzanie i obsługę projektu		81 600,00	81 600,00
Obsługa projektu - wynagrodzenie osób zaangażowanych w projekt	0,00	81 600,00	81 600,00

Źródło: Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki, str. 28

3.3.2. Promocja Koluшек jako atrakcyjnego miejsca do życia

3.3.2.1. Dotychczasowe działania

- Program działań na rzecz rodzin wielodzietnych (2015) – program pn. „Koluszkowska Karta Dużej Rodziny” ma na celu wsparcie rodzin wychowujących troje lub więcej dzieci. Jest elementem lokalnej polityki prorodzinnej, jednocześnie kształtuje pozytywny wizerunek rodzin wielodzietnych, a także kreuje gminę Koluшек jako miejsce sprzyjające osiedlaniu się i zakładaniu rodziny. Osoby, które posiadają „Koluszkowską Kartę Dużej Rodziny” mogą korzystać ze stałych i okazjnych ulg czy zwolnień udzielanych przez podmioty funkcjonujące na terenie gminy, m.in. instytucje kultury, obiekty sportowe, lokalne firmy czy placówki medyczne.



Źródło: <http://koluszki.pl/karta-duzej-rodziny/>

Program pośrednio wspiera również firmy z terenu gminy Koluшек zwiększając ich rozpoznawalność wśród lokalnej społeczności i rozszerzając grono ich potencjalnych klientów wśród rodzin, które często bez karty nie mogłyby sobie pozwolić na skorzystanie z wielu usług i produktów.

- Włączenie się w pilotażowy program Mieszkanie plus (2016) – gmina Koluшек była jedną z pierwszych 30 gmin, które podpisały list intencyjny w ramach programu Mieszkanie Plus. Program zakładał budowę dodatkowych mieszkań na terenie gminy Koluшек. Uczestnictwo w tego typu przedsięwzięciu umożliwi zakup własnego mieszkania przez osoby chcące pozostać w gminie lub osiedlić się na jej terenie.
- Program na rzecz osób starszych (2016) – program pn. „Koluszkowska Karta Seniora” skierowany jest do mieszkańców gminy Koluшек, którzy ukończyli 65-ty rok życia. Podobnie jak w przypadku „Koluszkowskiej Karty Dużej Rodziny” uczestnicy programu mają

możliwość korzystania ze stałych i okazjnych zniżek czy zwolnień udzielanych przez firmy i placówki działające na terenie gminy, które zgłaszają się do udziału w przedsięwzięciu.

3.3.2.2. Rekomendowane działania

W tym zakresie rekomenduje się utrzymanie dotychczas prowadzonych działań dostosowanych do obecnych i potencjalnych mieszkańców, a także sugeruje się poszerzenie tychże działań o zmodyfikowaną strukturę informacyjną:

1. Mieszkańcy muszą mieć możliwość partycypacji w kreowaniu pomysłów, które dotyczą ich samych i mają wpływ na jakość życia w gminie.
2. Dla potrzeb promocji oraz zmian w jakości życia wartym rozważenia jest kierunek rewitalizacji centrum miasta, co przełoży się na zwiększenie jego atrakcyjności zarówno wewnątrz, jak i zewnątrz.
3. Kolejnym ważnym aspektem w kontekście zmian społecznych jest powiększenie targowiska miejskiego, które może stać się swoistym otwartym centrum, pozwalającym na rozszerzenie dostępności usług dla mieszkańców. Ponadto w ramach targowiska można zaplanować powstanie ponadlokalnych wydarzeń sprofilowanych na mieszkańców oraz biznes w postaci np. targów antykwarycznych, numizmatycznych, rękodzieła, motoryzacyjnych itd. Tym samym budowa wartości dodanej wokół targowiska będzie wzmocniać wizerunek Koluszek jako miasta przyjaznego np. drobnej przedsiębiorczości.

3.3.3. Promocja marki „Koluszki zawsze w centrum”

3.3.3.1. Dotychczasowe działania

Działania z zakresu promocji marki „Koluszki zawsze w centrum” miały na celu stworzenie silnej i rozpoznawalnej marki, która charakteryzowałaby gminę Koluszki jako gminę położoną w strategicznej lokalizacji, będącą zawsze w centrum kultury i turystyki oraz stanowiącą miejsce dobre do zamieszkania i inwestowania. Realizacja tego celu strategicznego rozpoczęła się od opracowania identyfikacji wizualnej Koluszek, po jej wykorzystanie w różnych działaniach promocyjnych.

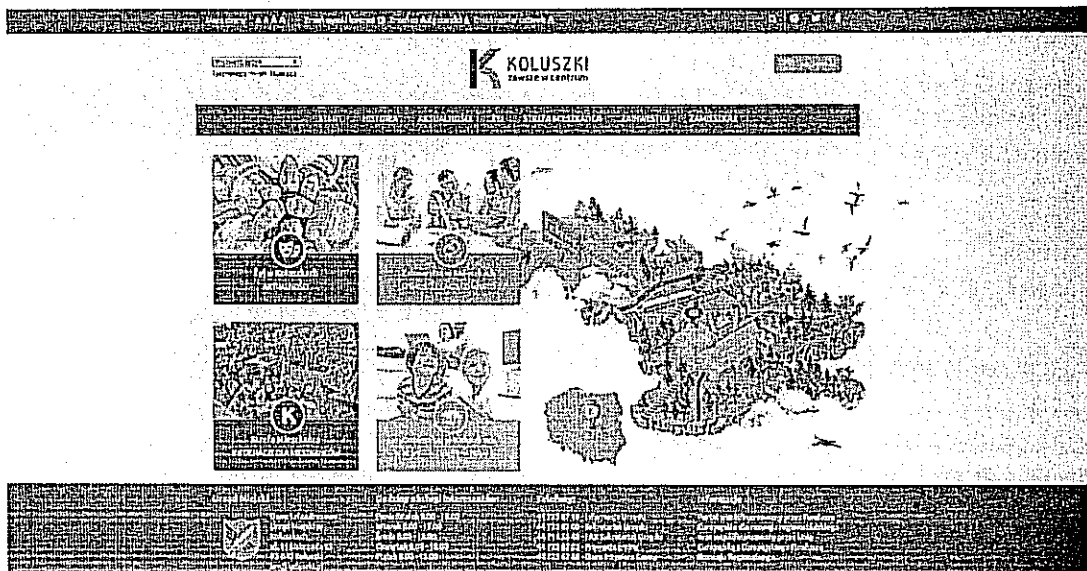
- Nowa identyfikacja wizualna (2014) – najważniejszym działaniem w ramach niniejszego celu strategicznego było opracowanie nowego logotypu oraz hasła „Koluszki zawsze w centrum”. Na bazie logo odświeżone zostały również szablony dokumentów, teczki ofertowe, wizytówki i inne materiały gminne. Nowa identyfikacja wizualna posłużyła również do opracowania lub odświeżenia drobnych gadżetów promocyjnych, m.in. kubków, smyczy czy długopisów. Wykonane zostały również nowe witacze miejskie zlokalizowane na granicy gminy Koluszki.



KOLUSZKI zawsze w centrum

Źródło: <http://koluszki.pl>

- Nowa strona internetowa www.koluszki.pl (2015) – działanie to wpisuje się po części w każdy cel strategiczny założony przez gminę Koluszki, stąd umiejscowienie tu powstania nowego portalu gminy można potraktować jako wybór subiektywny. Niemniej jednak podstawą nowej strony [www](http://www.koluszki.pl) była opracowana identyfikacja wizualna, na której opiera się szata graficzna serwisu.



Źródło: <http://koluszki.pl>

- Organizacja Dni Koluszek (2013-2017) – wydarzenie organizowane jest w gminie każdego roku. Poprzez realizację projektu opracowania marki „Koluszki zawsze w centrum” impreza została wzbogacona o dodatkowe atrakcje dla uczestników dzięki dodatkowym środkom finansowym.
- Konkursy związane z promocją marki „Koluszki zawsze w centrum” – (2014, 2015) gmina Koluszki organizowała konkursy mające na celu zaangażowanie mieszkańców i promowanie wśród nich nowego wizerunku gminy. Wśród nich znalazły się konkurs na

slogan reklamowy dla gminy Koluszki czy konkurs „Wakacje na fotografii”, w których nagrodami były m.in. gadzety promocyjne z nowym logotypem i hasłem „Koluszki zawsze w centrum”.

3.3.3.2. Rekomendowane działania

Rekomenduje się utrzymanie wykorzystania systemu identyfikacji wizualnej w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. Prawidłowo i skutecznie przygotowany system identyfikacji przyniesie długofalowe korzyści, jeśli będzie wykorzystywany spójnie i konsekwentnie, co już jest widoczne. Ponadto wśród rekomendowanych działań znajduje się wzmocnienie promocji dobrze prowadzonej strony internetowej. Zaleca się także kontynuowanie konkursów oraz działań integrujących mieszkańców.

Sugeruje się prowadzenie systematycznych działań medialnych, w oparciu o zaplanowane kreatywne media relations, które powinny być realizowane poprzez:

- o przygotowanie, wdrożenie i prowadzenie biura prasowego, na którym będą publikowane wszystkie informacje dotyczące działań proinwestycyjnych, dostępne nie tylko dla dziennikarzy,
- o opracowanie baz danych mediów kluczowych,
- o tworzenie i dystrybucję informacji prasowych dotyczących możliwości inwestycyjnych Koluszek, zmian w tym zakresie, rozwoju potencjału i infrastruktury, w tym komunikacyjnej, która takim inwestycjom mogłaby sprzyjać
- o monitoring mediów włącznie z przygotowaniem raportów na temat liczby materiałów ukazujących się w mediach w związku z realizacją strategii
- o materiały sponsorowane przygotowywane i dystrybuowane odpłatnie
- o propozycja obejmuje także prowadzenie działań z wykorzystaniem mediów społecznościowych, a w tym portalu społecznościowego Facebook czy Twitter (lub innego wiodącego w chwili prowadzenia działań komunikacyjnych)
- o organizacja konferencji prasowych poświęconych realizowanym działaniom w zakresie podnoszenia możliwości inwestycyjnych, co pozwoli na dotarcie do szerszego grona inwestorów z informacjami o podejmowanych działaniach.

3.3.4. Wzrost identyfikacji i tożsamości mieszkańców z gminą

3.3.4.1. Dotychczasowe działania

Kolejnym z założonych celów strategicznych jest budowa i wzmocnienie dobrego wizerunku gminy Koluszki wśród jej mieszkańców.

- Spotkania z dziećmi i młodzieżą szkolną (2013) – przykładem działań edukacyjnych wśród uczniów z udziałem przedstawicieli gminy Koluszki są lekcje Wiedzy o Społeczeństwie z udziałem burmistrza Koluszek. Spotkania w szkołach dotyczyły m.in. zasad działania administracji samorządowej i codziennych problemów mieszkańców.

- Wprowadzenie systemu powiadomień SMS dla mieszkańców (2014) – jednym z działań mających na celu stworzenie dodatkowych usług usprawniających mieszkańcom załatwianie spraw w urzędzie było wprowadzenie powiadomień w formie SMS, które informowały mieszkańców składających np. wniosek o wydanie dowodu osobistego o terminie jego odbioru w urzędzie. Z perspektywy mieszkańców wprowadzenie tego typu usługi stanowi spore udogodnienie pozwalające zaoszczędzić czas związany z kwestiami formalnymi w urzędzie.
- Nagradzanie koluszkowskich sportowców (2016) – działanie to polegało na wsparciu i wyróżnieniu najlepszych sportowców mieszkających na terenie gminy Koluszki osiągających sukcesy na arenie krajowej i międzynarodowej. Działania na rzecz młodych osób są dobrze odbierane i pozytywnie wpływają na budowanie relacji z mieszkańcami. Ponadto nagrodzenie najlepszych sportowców może wspierać i motywować do podejmowania aktywności fizycznej.



Źródło: <http://koluszki.pl/uhonorowali-koluszkowskich-sportowcow/>

- Organizacja konkursów dla mieszkańców (2015-2016) – w ramach działań angażujących mieszkańców organizowane były konkursy związane z gminą Koluszki. Często obok strony internetowej innym kanałem komunikacyjnym podczas ich promocji był portal Facebook, który jest prowadzony przez gminę od kilku lat. Przykładem tego typu działań są m.in. konkursy „Pocztówka z wakacji”, „Zima w obiektywie” i „Wiosna w obiektywie”. Laureaci konkursów byli nagradzani różnymi gadżetami związanymi z bieżącą porą roku, a także materiałami promocyjnymi „Koluszki zawsze w centrum”.
- Akcja „Maluszek z Koluszek” (2016) – działanie to miało na celu dotarcie do najmłodszych mieszkańców gminy Koluszki i ich rodziców, którzy z okazji przyjścia na świat nowego członka rodziny otrzymywali od władz gminnych pamiątkowe body z hasłem „Maluszek z Koluszek”. Upominki wręczone zostały 200 rodzinom, które ubiegały się i tzw.

„becikowe”. Dodatkowo rodzice mogli przysyłać zdjęcia dzieci przebranych w koluszkowskie body z możliwością publikacji fotografii w gminnej gazecie.

- Dystrybucja pluszaków ofiarom wypadków (2016) – działanie to realizowane było wspólnie z Komendą Powiatową Państwowej Straży Pożarnej w Koluszkach. Strażacy przekazywali dzieciom poszkodowanym w różnego rodzaju wypadkach pluszowe misie z logotypem gminy Koluszki. Ten drobny upominek miał być symbolicznym wsparciem dla najmłodszych ofiar nieszczęśliwych wypadków.

3.3.4.2. Rekomendowane działania

Rekomenduje się utrzymanie działań dotychczas prowadzonych w zakresie obszaru dotyczącego mieszkańców. Sugerowanym kierunkiem działań jest także:

1. Skupienie się na promocji sukcesów oraz potencjału mieszkańców.
2. Większy nacisk powinien zostać położony na animacje wśród grup młodzieży aktywnie działającej w obszarach np. kultury, tak aby zachować ciągłość w trwaniu inicjatyw i aktywnych grup społecznych.
3. Uzasadnione jest także prowadzenie działań będących specyficznym rodzajem konsultacji społecznych w postaci ankietyzacji wśród mieszkańców – tym samym możliwe będzie generowanie pomysłów oraz ocen ważnych z punktu widzenia samych mieszkańców i gminy Koluszki.

3.3.5. Promocja oferty turystycznej, sportowej i kulturalnej oferty gminy

3.3.5.1. Dotychczasowe działania

Koluszki obok terenów inwestycyjnych charakteryzują się również rozbudowaną bazą turystyczną, bogatą infrastrukturą sportową i ofertą kulturalną. Działania z tego zakresu obejmują także zwiększenie dostępności do oferty kulturalnej i sportowej oraz poszerzenie jej o nowe elementy.

- Udział w Jarmarku Wojewódzkim w Łodzi (2013-2016) – Jarmark stanowi jedno z ważniejszych wydarzeń tego typu w województwie. Gmina Koluszki była co roku reprezentowana w Łodzi przez przedstawicieli urzędu oraz lokalnych przedsiębiorców, którzy aktywnie promowali Koluszki.
- Wsparcie w organizacji Ogólnopolskich Warsztatów Muzyki Rozrywkowej w Koluszkach (2013-2017) – wydarzenie składało się na występy, koncerty i warsztaty muzyczne. W ciągu ostatnich lat inicjatywa stała się rozpoznawalna i każdego roku gromadzi artystów z całej Polski. Gmina Koluszki wspiera organizatorów, a same warsztaty stanowią formę promocji gminy oraz jej oferty kulturalnej.
- Rozdawanie bezpłatnych zaproszeń dla uczniów z gminy Koluszki (2013-2017) – inicjatywa ma na celu promocję elementów oferty kulturalnej i sportowej wśród dzieci. Jedną z akcji jest nagrodzenie najzdolniejszych uczniów z terenu gminy Koluszki poprzez

przekazanie im biletów na dowolny seans filmowy. W ramach akcji „Bilet do kina za czerwony pasek” laureaci otrzymywali również gadżety promocyjne związane z gminą Koluszki. Akcja prowadzona jest od kilku lat i cieszy się dużym zainteresowaniem wśród uczniów – w urzędzie rozdawanych jest każdego roku blisko 300 biletów. Kolejną inicjatywą jest finansowanie przez urząd, 3 tysięcy bezpłatnych zaproszeń na lodowisko podczas ferii zimowych. Zaproszenia przekazywane są przede wszystkim do placówek oświatowych z gminy Koluszki, docierając do dzieci uczących się zarówno na terenie gminy, jak i poza jej granicami.

- Organizacja kina plenerowego i samochodowego (2013-2015) – w ramach promocji i udostępniania kultury gmina Koluszki organizowała w sezonie letnim seanse kina plenerowego. Seansom towarzyszyły również atrakcje dla dzieci.
- Organizacja 65-lecia nadania praw miejskich dla Kołuszek (2014) – w ramach uroczystości rocznicowych odbyły się m.in. emisja filmu prezentującego historię Kołuszek od 1399 roku, rozstrzygnięcie konkursu na najpiękniejsze wiersze o Kołuszkach i turniej siatkarski. Wydany został również folder opisujący historię Kołuszek.
- Inwestycje poszerzające ofertę kulturalną i sportową gminy Koluszki (2014-2017) – oprócz promocji dotychczasowych zasobów kultury i obiektów sportowych Koluszki podejmowały działania zmierzające do ich rozszerzenia. Wśród najbardziej znaczących inwestycji znalazły się budowa szkolnego boiska w Różycy, zagospodarowanie terenu wokół zalewu w Lisowicach oraz budowa skateparku i ścieżki rowerowej.
- Wsparcie konkursów skierowanych do dzieci i młodzieży (2016) – obok biletów i zaproszeń na różne wydarzenia kulturalne czy sportowe gmina Koluszki wspierała konkursy angażujące uczniów ze szkół podstawowych, np. poprzez konkurs „Wiosenne przebudzenie”.

3.3.5.2. Rekomendowane działania

W badaniach pozyskano wiedzę, która daje sygnał w zakresie konieczności podjęcia działań infrastrukturalnych, bez których promocja gminy Koluszki jako gminy turystycznej jest nieuzasadniona. Bardzo ważnym zadaniem strategicznym wydaje się zatem być wypromowanie wydarzenia, które będzie kojarzone tylko z tym miastem i będzie mieć charakter ponadlokalny. Dlatego też konieczne staje się zbudowanie zespołu kreatywnego, złożonego ze specjalistów różnych dziedzin i obszarów, takich jak kultura, sport czy turystyka, którzy wypracują rozwiązanie dające podstawy budowy takiego właśnie wydarzenia. Wśród najbardziej rokujących kierunków należy uwzględnić wydarzenia z okresu Pierwszej Wojny Światowej, np. w formie rekonstrukcji historycznych.

Z uwagi na konieczność zachowania spójności pomiędzy strategią promocji a strategią turystyki, rekomenduje się prowadzenie działań tam zapisanych, czyli:

1. uruchomienie punktu informacji turystycznej przy jednej z instytucji miejskich;

2. kontynuacja działania strony Internetowej www.lodz1914.pl poświęconej Bitwie Łódzkiej;
3. uruchomienie aktywnej strony poświęconej tematyce turystyki, sportu, rekreacji i kultury do strony www.koluszki.pl;
4. wydanie przewodnika i mapy turystycznej obejmujących min. obszar gminy Koluszki;
5. włączenie się w działania promocyjne o zasięgu ponadlokalnym np. inicjowane w skali LGD, powiatu lub województwa;
6. współpraca w zakresie realizacji działań promocyjnych i wspólnych wydarzeń z Nadleśnictwem Brzeziny, kolami łowieckimi i Parkiem Krajobrazowym Wzniesień Łódzkich⁴⁰.

4. Pozostałe rekomendowane działania

Mając na uwadze powyższe, dotychczas prowadzone działania, rekomendacje w tym zakresie, a także konieczność aktualizacji dokumentu strategii zaleca się wdrożenie szeregu innych działań promocyjnych oraz z zakresu public relations ujętych w kategorii komunikacji pośredniej i bezpośredniej, wśród których będą:

1. Przygotowanie dodatkowych materiałów filmowych prezentujących walory inwestycyjne Koluszek. Mają one za zadanie zaprezentować walory inwestycyjne miejscowości Koluszki. Materiały mają pozwolić dotrzeć z informacjami na temat możliwości realizacji działań inwestycyjnych do potencjalnych inwestorów. Filmy powinny być przygotowane w co najmniej dwóch wersjach, skróconej i rozszerzonej, zaś ich dystrybucja powinna odbywać się kanałami tradycyjnymi oraz za pośrednictwem sieci. Zamieszczenie materiałów na kanale YouTube może wzmocnić przekaz. Propozycja może obejmować także szerszy zakres w postaci tworzenia wywiadów ze znanymi osobami ze świata biznesu, dotychczasowymi inwestorami, informacje o działaniach na rzecz rozwoju infrastruktury, zaplecza inwestycyjnego, co może przyczynić się do wsparcia komunikacji inwestycji. Przy tego typu działaniach promocyjnych konieczne jest zatem zbudowanie spójnego wizerunkowo konta na portalu YouTube.
2. Przygotowanie portalu informacyjnego dla potrzeb promocji działań inwestycyjnych. Portal pozwoli na poszerzenie wiedzy wszystkich, którzy będą poszukiwali informacji na temat możliwości inwestycyjnych w Koluszkach, wiedzy na temat barier oraz podjęcia koniecznych działań zmierzających do ich niwelowania. Portal będzie także wsparciem dla poszukiwania partnerów do realizacji inwestycji. Promocja portalu powinna się odbywać za pośrednictwem następujących narzędzi:
 - o pozycjonowanie w sieci,
 - o kampanie GOOGLE AdWords,
 - o remarketing,
 - o informacje o adresie strony www na materiałach informacyjnych.

W szczególności strona www mogłaby zawierać takie kluczowe obszary jak: aktualności, biuletyn (newsletter do subskrypcji), katalogi firm, instytucji, informacje o organizowanych

⁴⁰ Strategia rozwoju turystyki dla gminy Koluszki, str. 28

konferencjach, seminariach, charakterystyki społeczno-gospodarcze miasta, analizy społeczne miasta, analizy rynku pracy, opis kwestii związanych z dotacjami unijnymi czy tematy związane z ulgami i preferencjami dla inwestorów.

3. Opracowanie, przygotowanie graficzne, tekstowe, a następnie dystrybucja materiałów mailingowych oraz innych materiałów do wykorzystania w działaniach internetowych, adresowane do przedsiębiorców będących potencjalnymi inwestorami.
4. Opracowanie koncepcji oraz prowadzenie raz do roku badań w zakresie świadomości potencjalnych inwestorów – badanie powinno zostać zrealizowane techniką CAWI ze wsparciem CATI (ankiety prowadzonej drogą telefoniczną).
5. W ramach działań promocyjnych sugeruje się także przygotowanie konferencji biznesowej, z opcją organizacji cyklicznej, która ma zachęcić potencjalnych inwestorów do lokowania kapitału w Kolużkach. Konferencja powinna mieć za zadanie pokazać potencjał Kolużek w zakresie realizacji inwestycji z nastawieniem głównie na inwestorów krajowych, z prezentacją możliwości oraz kluczowych obszarów ważnych z punktu widzenia inwestowania.
6. Organizacja misji studyjnych w poszukiwaniu potencjalnych inwestorów, w których mogą brać udział przedstawiciele urzędu, ale także lokalni przedsiębiorcy będący na etapie poszukiwania wsparcia inwestycyjnego. Misje rekomendowane mogą mieć charakter zarówno wyjazdowy jak i przyjazdowy.
7. Działania promocyjne skierowane do odbiorców krajowych, a w tym:
 - o zaprojektowanie, produkcja i dystrybucja materiałów informacyjnych w języku polskim dla przedsiębiorców z miasta Kolużki oraz regionu,
 - o opracowanie szerokich i obszernych materiałów informacyjnych w języku angielskim, które będą wykorzystywane do działań informacyjnych, a także informacji prasowych, prezentacji i innych materiałów, które następnie będą dystrybuowane do inwestorów i potencjalnych inwestorów, w tym także dla przedsiębiorców z Chin oraz UE,
 - o organizowanie szkoleń dla przedsiębiorców z narzędzi promocji międzynarodowych oraz organizacja konferencji prasowych skierowanych do tytułów ogólnopolskich.

4.1. *Monitoring wdrażania strategii*

Wdrożenie założeń dokumentu strategicznego niesie za sobą konieczność prowadzenia systematycznego monitoringu efektów przeprowadzonych działań. Takie podejście pozwoli na sprawowanie kontroli nad realnym procesem wdrożeniowym w zakresie ustalonych celów i kierunków strategicznych. To z kolei zwykle przekłada się na wzmocnienie skuteczności oraz efektywności rekomendowanych rozwiązań, wsparcie przy wyznaczaniu nowych kierunków, jak również analizie doświadczeń. Monitoring powinien odbywać się w oparciu o wskaźniki, które będą stanowiły podstawę planu operacyjnego przy wdrażaniu strategii.

4.2. Raportowanie procesu wdrażania

Koniecznym elementem dokumentu strategii jest proces raportowania w zakresie jej wdrożenia. Sugeruje się zatem tworzenie raportów prezentujących stopień realizacji założeń i zaplanowanych działań. Zaleca się aby tworzone one były z częstotliwością raz na kwartał oraz w przypadku raportu podsumowującego – raz na rok. Raport powinien zawierać dane odnoszące się bezpośrednio do zapisanych celów oraz poszczególnych rekomendowanych narzędzi. Powinien on służyć określeniu, na ile to, co zostało zaplanowane, zostało wdrożone i ewentualnie wprowadzeniu koniecznych działań korygujących.

