
Ewa Boryczka, Tomasz Sulikowski
Uniwersytet Łódzki

Wizerunek Łodzi w oczach studentów publicznych uczelni wyższych

raport z badań 2007

Opieka naukowa: dr Zbigniew Przygodzki, dr Mariusz Sokołowicz
Kierunek Gospodarka Przestrzenna, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny Uniwersytet Łódzki
Katedra Gospodarki Regionalnej i Środowiska; www.region.uni.lodz.pl

Plan prezentacji

- ◆ Wizerunek miasta – istota
- ◆ Metodologia badań
- ◆ System informacji o mieście
- ◆ Atuty i bariery rozwoju Łodzi
- ◆ Perspektywy życia i pracy w Łodzi
- ◆ Łódź – miasto rozrywki i kultury
- ◆ Podsumowanie

1. Wizerunek miasta

Wizerunek określa sumę poglądów, postaw i wrażeń, jakie osoba lub grupa ma w stosunku do danego obiektu, w tym przypadku miasta. Jest on subiektywną oceną, wyobrażeniem, które niejednokrotnie jest głównym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji.

1. Wizerunek miasta

- ◆ niematerialna wartość dodatkowa miasta
- ◆ zastępuje obiektywne informacje
- ◆ zewnętrzny i wewnętrzny
- ◆ cechuje się dużą stabilnością w czasie



Strategia rozwoju miasta
Strategia marketingowa

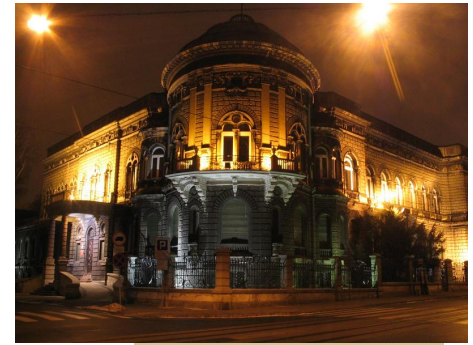


Etapy kreowania wizerunku:

- ◆ analiza stanu obecnego
- ◆ wyznaczenie celów dotyczących pożądanego wizerunku
- ◆ segmentacja adresatów
- ◆ pozycjonowanie
- ◆ wybór instrumentów marketingowych
- ◆ kontrola i pomiar wizerunku



Cele projektu:



- ◆ analiza obecnego wizerunku Łodzi
 - określenie zmian jakie zaszły w ostatnich latach w postrzeganiu Łodzi przez studentów
 - określenie różnicy pomiędzy wizerunkiem Łodzi w oczach studentów I i IV roku

2. Wizerunek Łodzi w oczach studentów publicznych uczelni wyższych

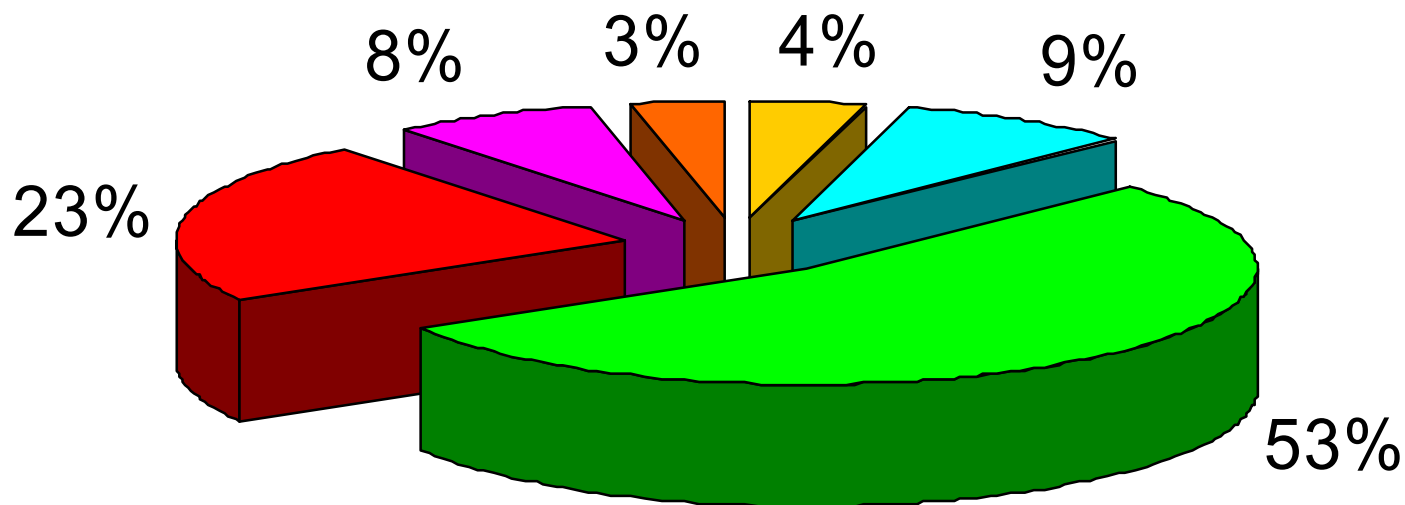
- ◆ próba – 3580 studentów
- ◆ wszystkie uczelnie publiczne w Łodzi
 - ◆ Uniwersytet Łódzki, Politechnika Łódzka, Uniwersytet Medyczny, Akademia Sztuk Pięknych, Akademia Muzyczna, PWSFTViT
- ◆ 21 kierunków studiów
- ◆ studenci I i IV roku



Łódź posiada duży potencjał rozwojowy, lecz zdolności jego wykorzystania i kierunek tego rozwoju, w znacznej części, uzależniony jest od wizerunku miasta, zarówno wśród członków jego społeczeństwa, jak i postrzegania miasta w otoczeniu zewnętrznym.

3. System informacji o mieście

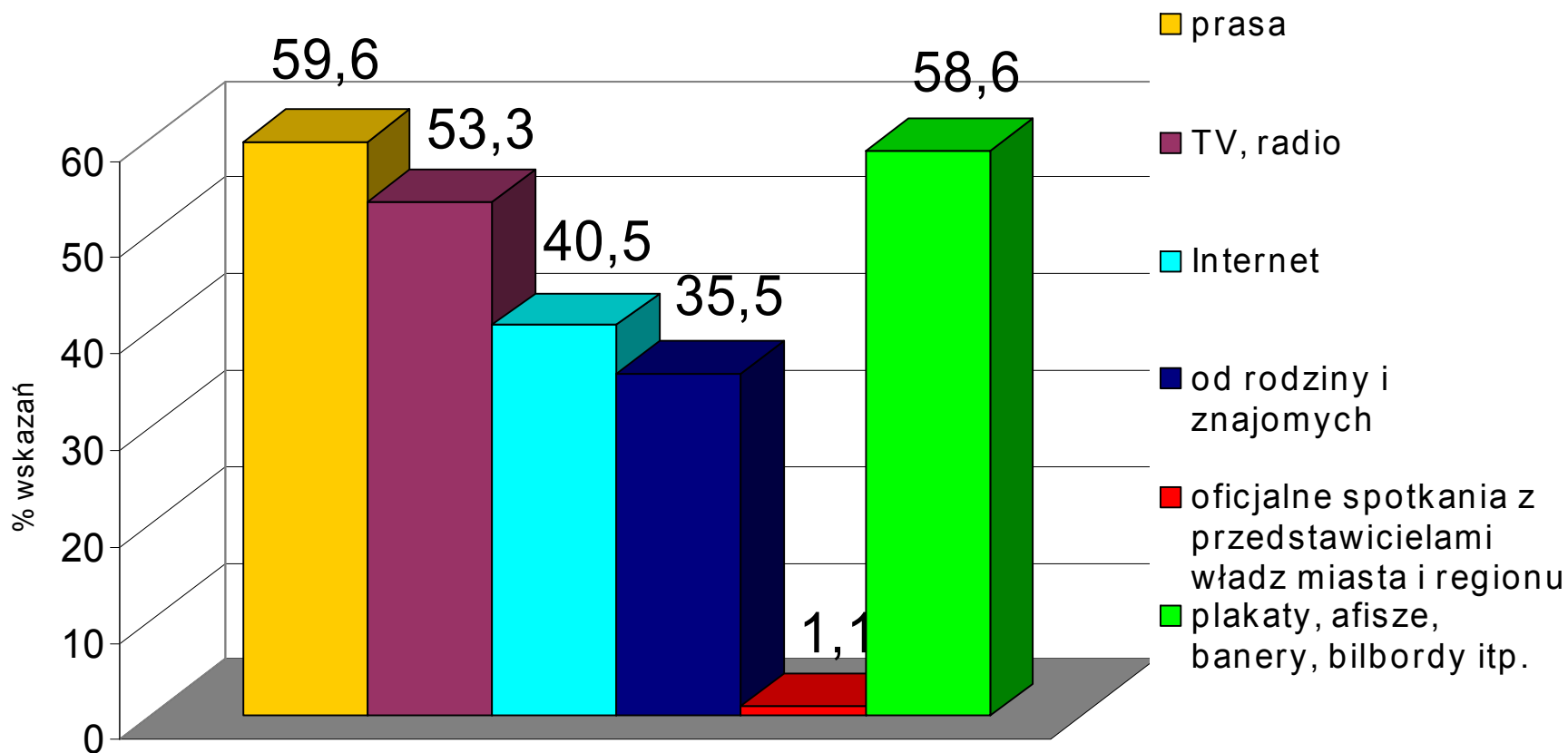
Ocena dostępu do informacji



- dociera do mnie nadmiar nie interesujących mnie wiadomości
- bardzo dobrze
- wystarczająco
- za mało
- są problemy z dostępem do informacji
- w ogóle nie jestem poinformowany

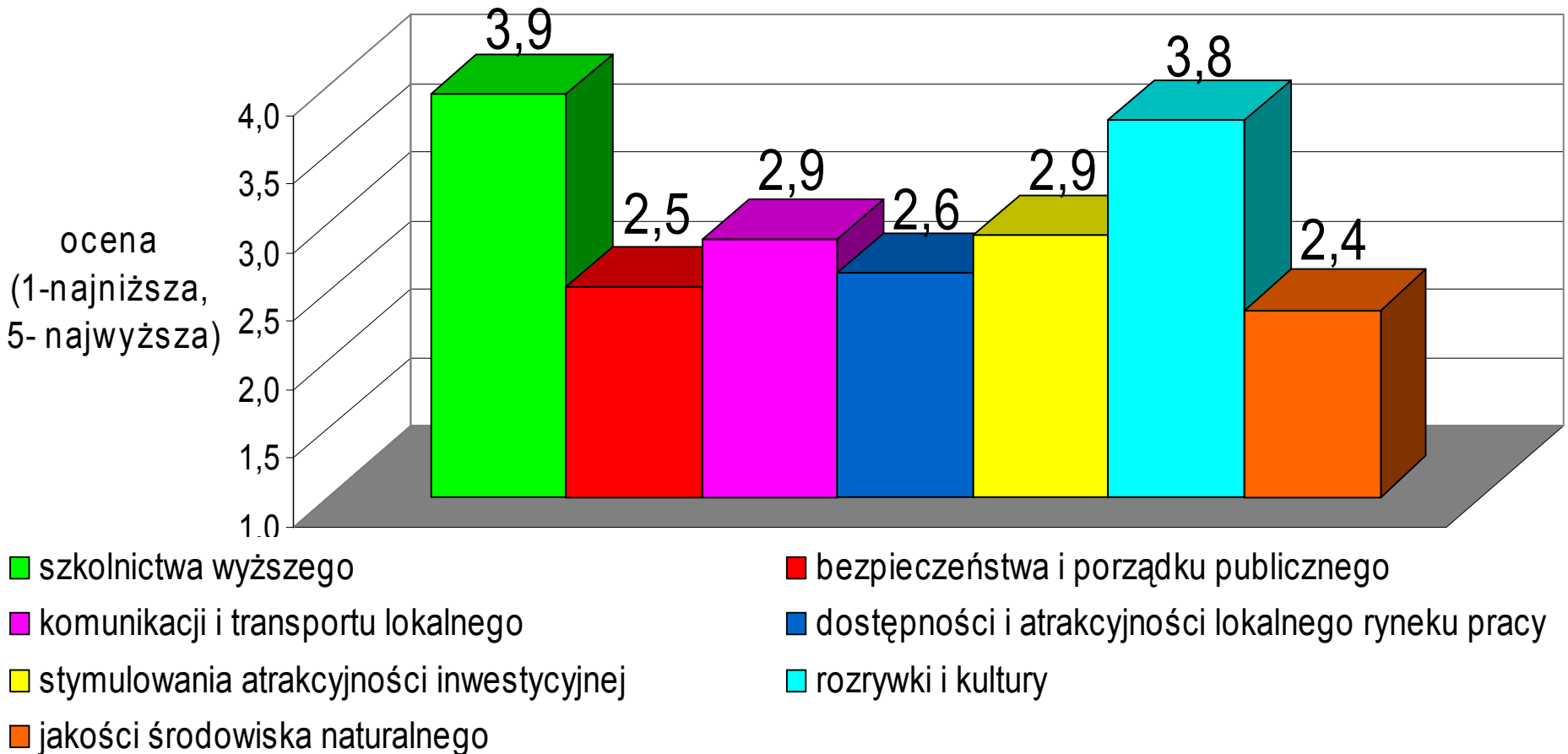
3. System informacji o mieście

Źródła informacji



4. Atuty i bariery rozwoju Łodzi

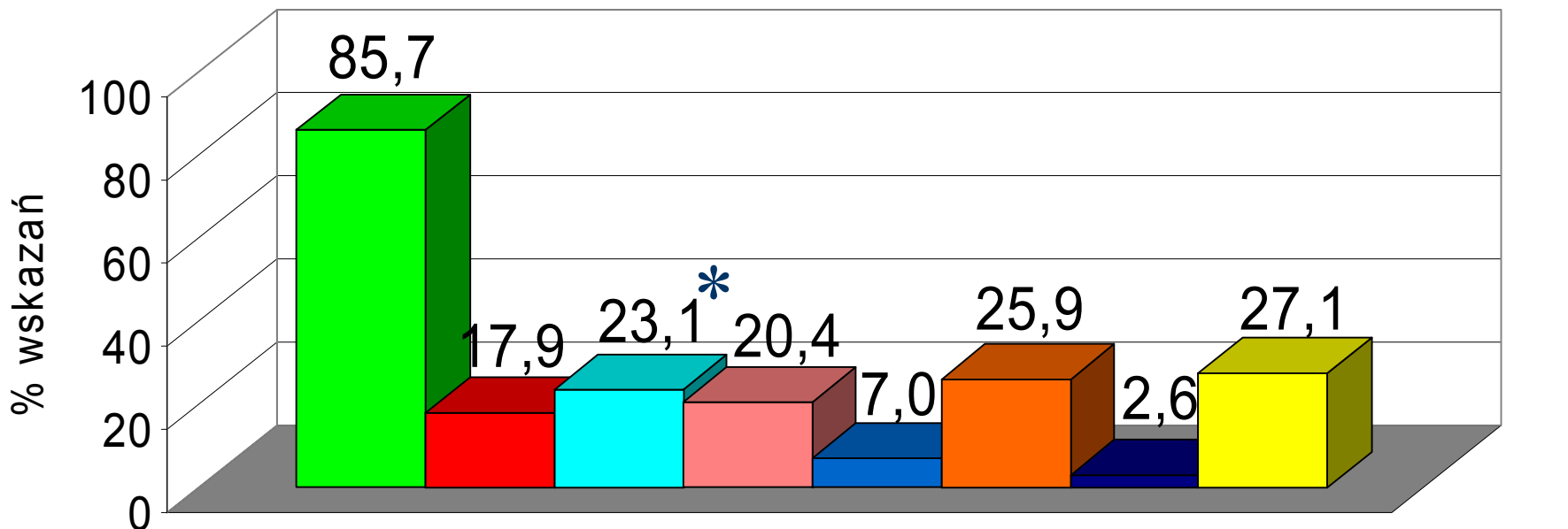
Ocena funkcjonowania dziedzin:



4. Atuty i bariery rozwoju Łodzi

*I rok – 18 %
IV rok – 29%

Atuty Łodzi:



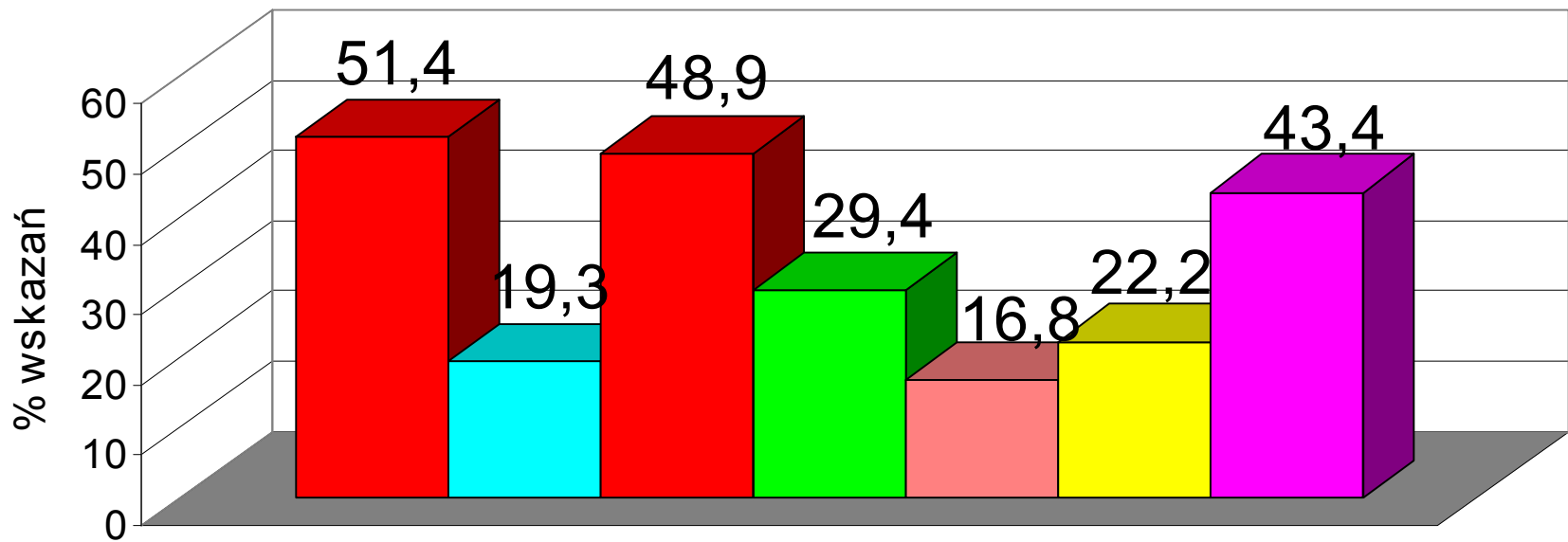
■ położenie geograficzne
■ tania siła robocza
■ właściwa polityka władz

■ sąsiedztwo Warszawy
■ aktywność społeczna mieszkańców
■ rozwój sektora usług

■ wykwalifikowana kadra pracownicza
■ dostępność komunikacyjna

4. Atuty i bariery rozwoju Łodzi

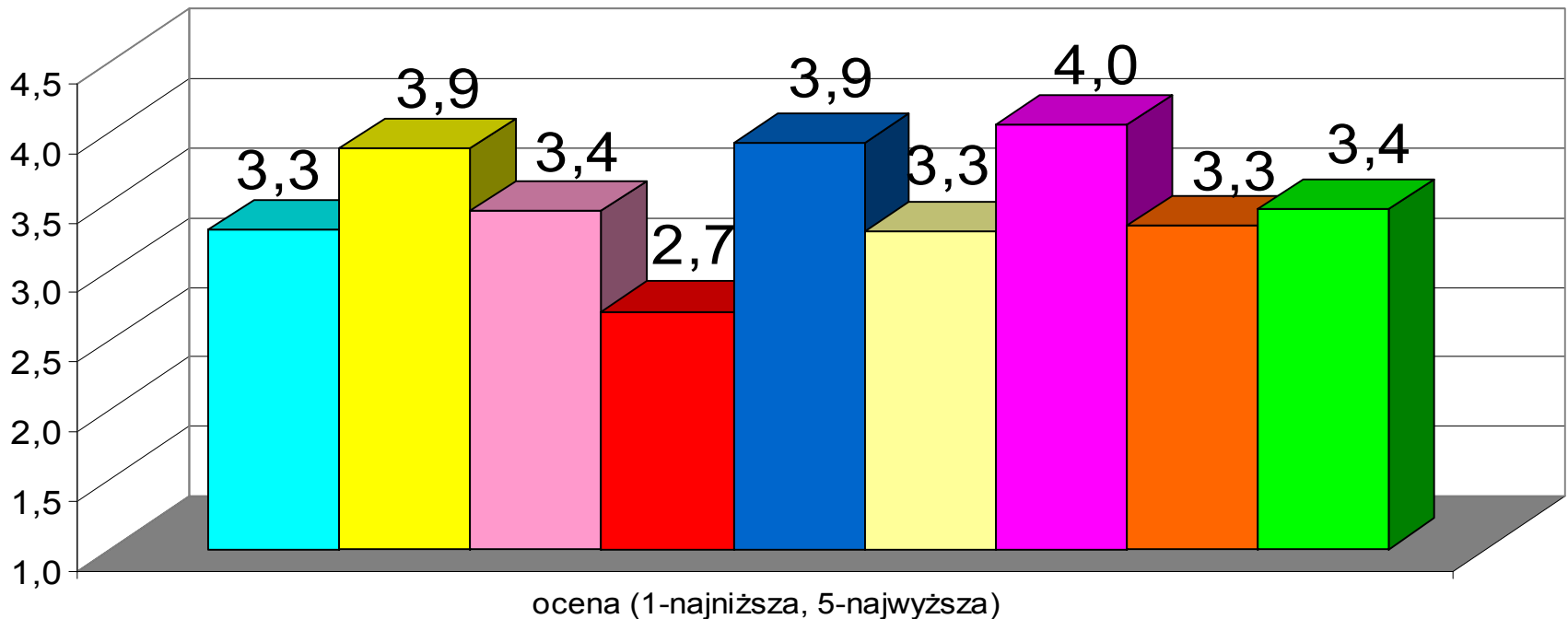
Bariery rozwoju miasta:



- brak odpowiedniej promocji miasta
- zła dostępność komunikacyjna
- brak wypracowanej i realizowanej strategii rozwoju Łodzi
- brak przygotowanych terenów i budynków pod nowe inwestycje
- brak wykwalifikowanej kadry
- sąsiedztwo miasta stołecznego Warszawy
- postrzeganie Łodzi jako miasta włókienniczego bez perspektyw rozwoju

4. Atuty i bariery rozwoju Łodzi

Szanse rozwoju Łodzi:



■ przemysł AGD

■ ekskluzywne mieszkania (lofty)

■ rozrywka i kultura

■ nowoczesne centra handlowe

■ inwestycje w nieruchomości

■ edukacja – szkolnictwo wyższe

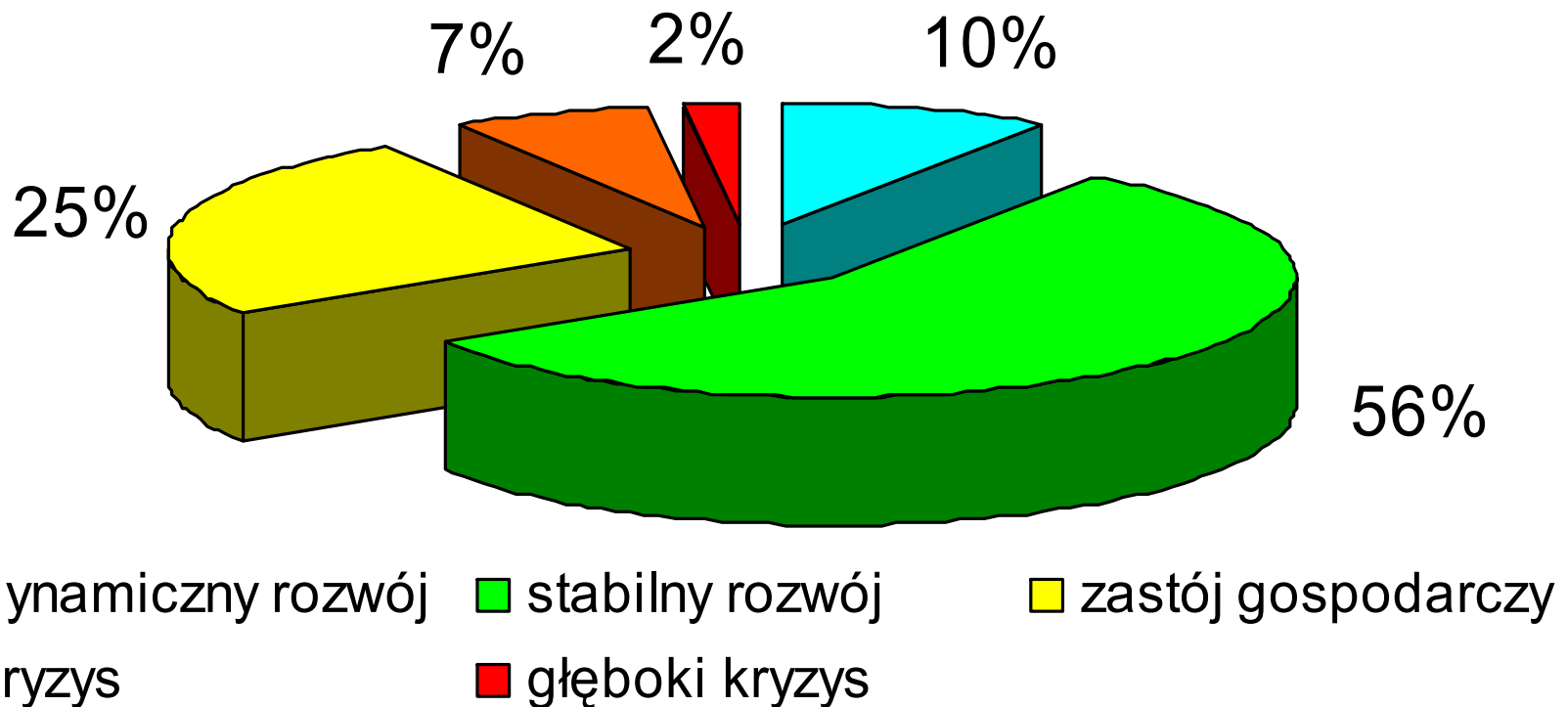
■ turystyka

■ nowoczesne usługi finansowo-księgowe (BPO)

■ nowoczesne technologie, badania naukowe

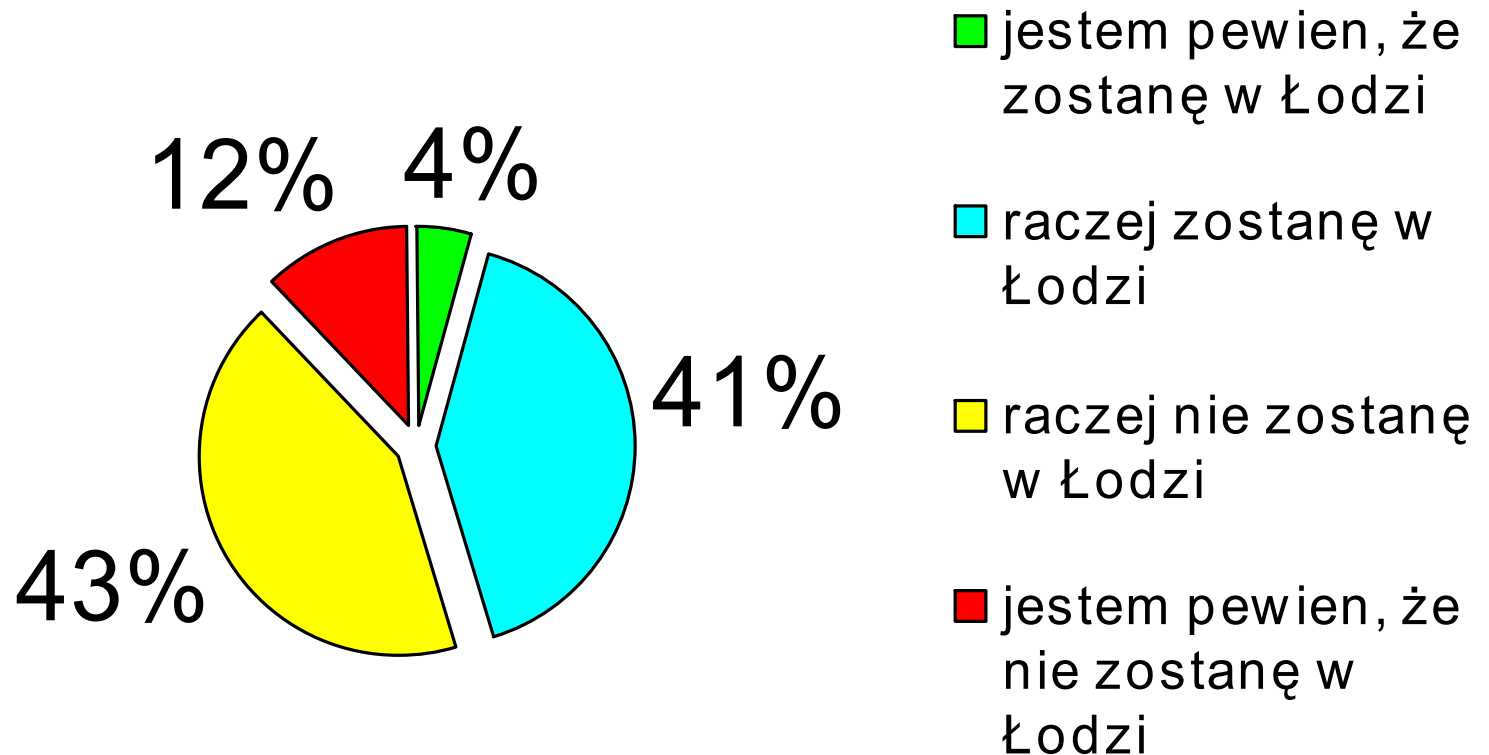
4. Atuty i bariery rozwoju Łodzi

Łódź przeżywa:



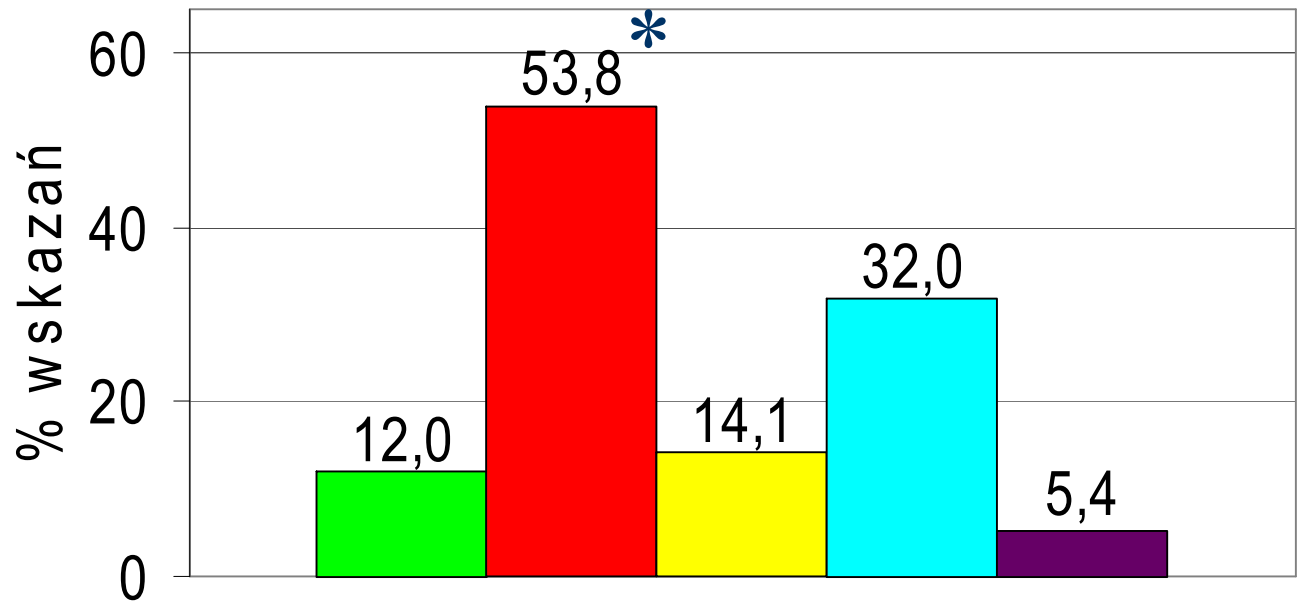
4. Perspektywy życia i pracy w Łodzi po zakończeniu studiów

Perspektywy życia i pracy w Łodzi



5. Perspektywy życia i pracy w Łodzi po zakończeniu studiów

Dlaczego chcę wyjechać z Łodzi



*

studenci
pochodzący z
Łodzi – 62 %

studenci nie
pochodzący z
Łodzi – 49 %

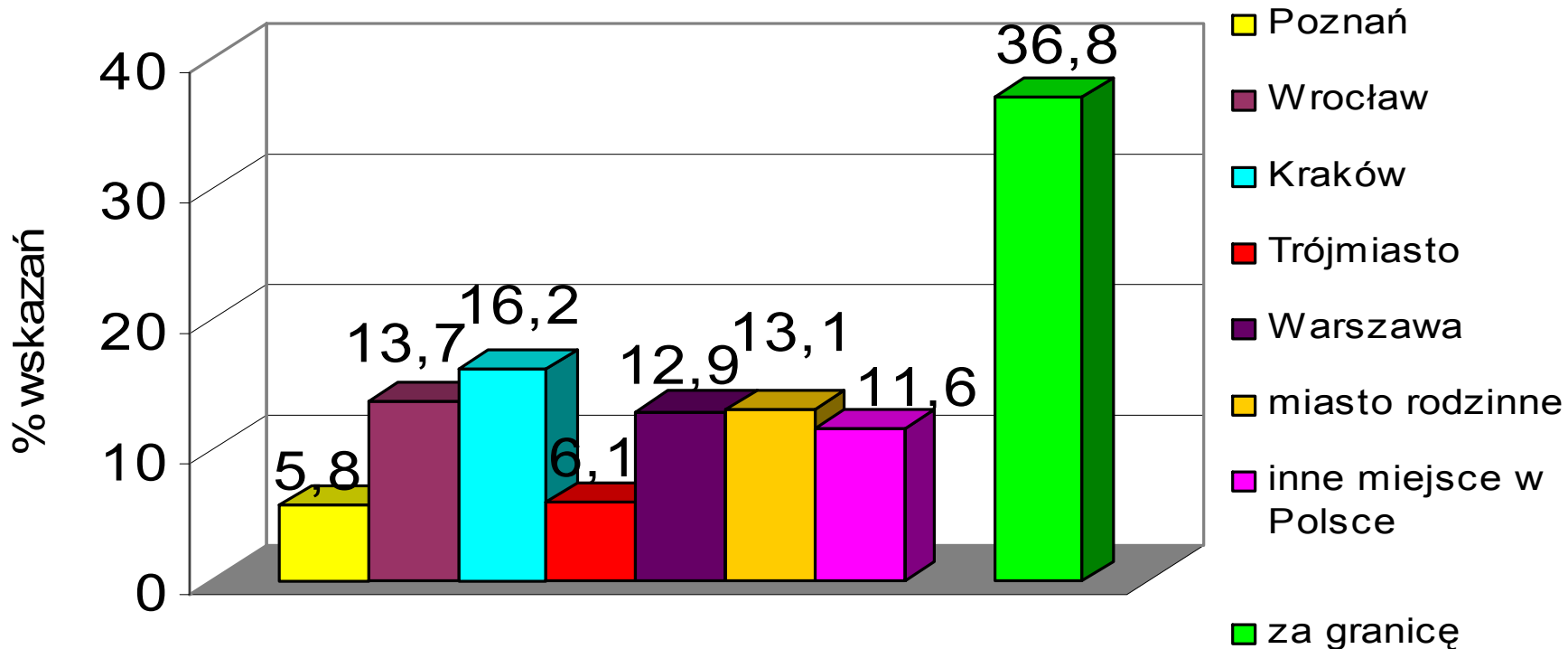
rodzina
szybki zarobek
inne

lepsze warunki/możliwości pracy
atrakcyjność danego miejsca

5. Perspektywy życia i pracy w Łodzi po zakończeniu studiów

studenci pochodzący z Łodzi:
- wyjazd zagraniczny - 52%

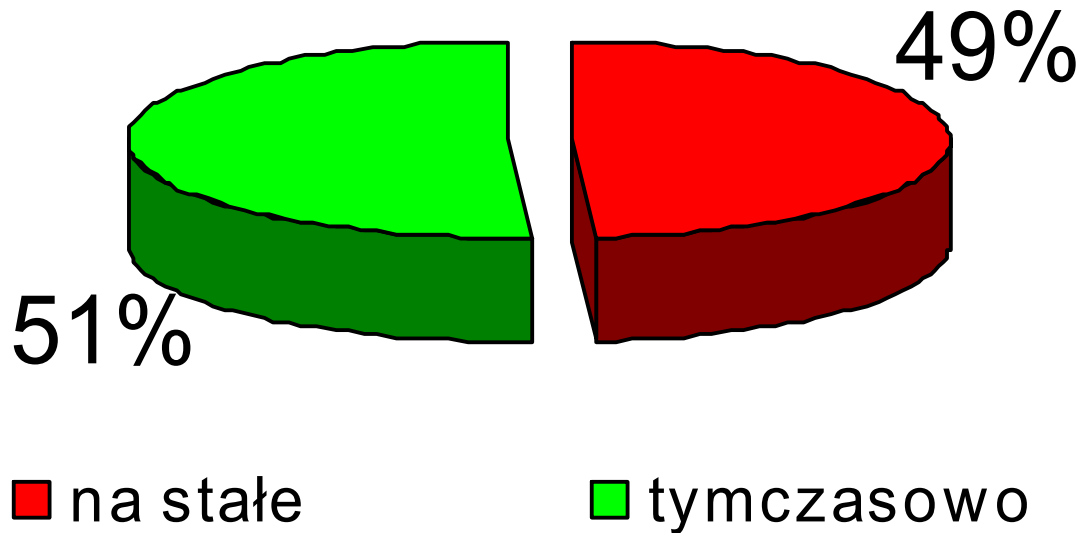
Preferencje miejsca wyjazdu



5. Perspektywy życia i pracy w Łodzi po zakończeniu studiów

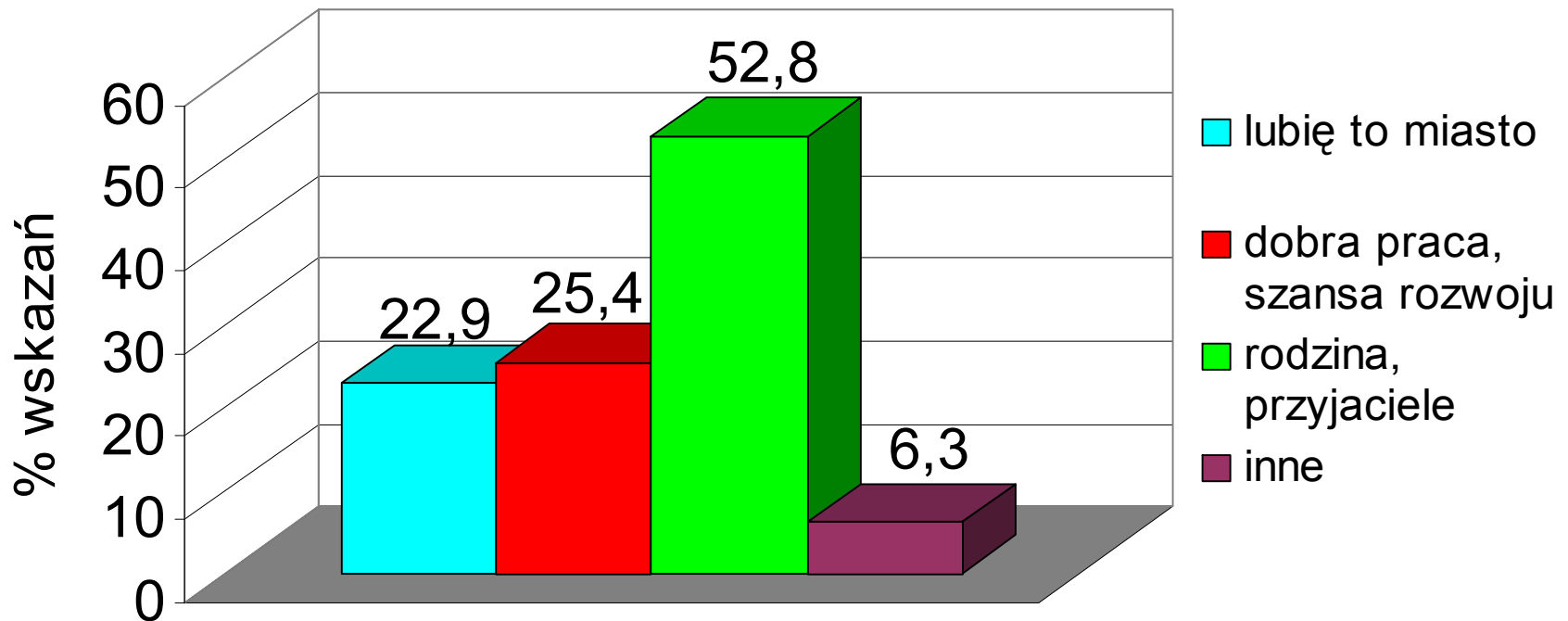
studenci
pochodzący z
Łodzi:
- wyjazd
tymczasowy –
75%

Chcę wyjechać z Łodzi:



5. Perspektywy życia i pracy w Łodzi po zakończeniu studiów

Dlaczego chcę pozostać w Łodzi?

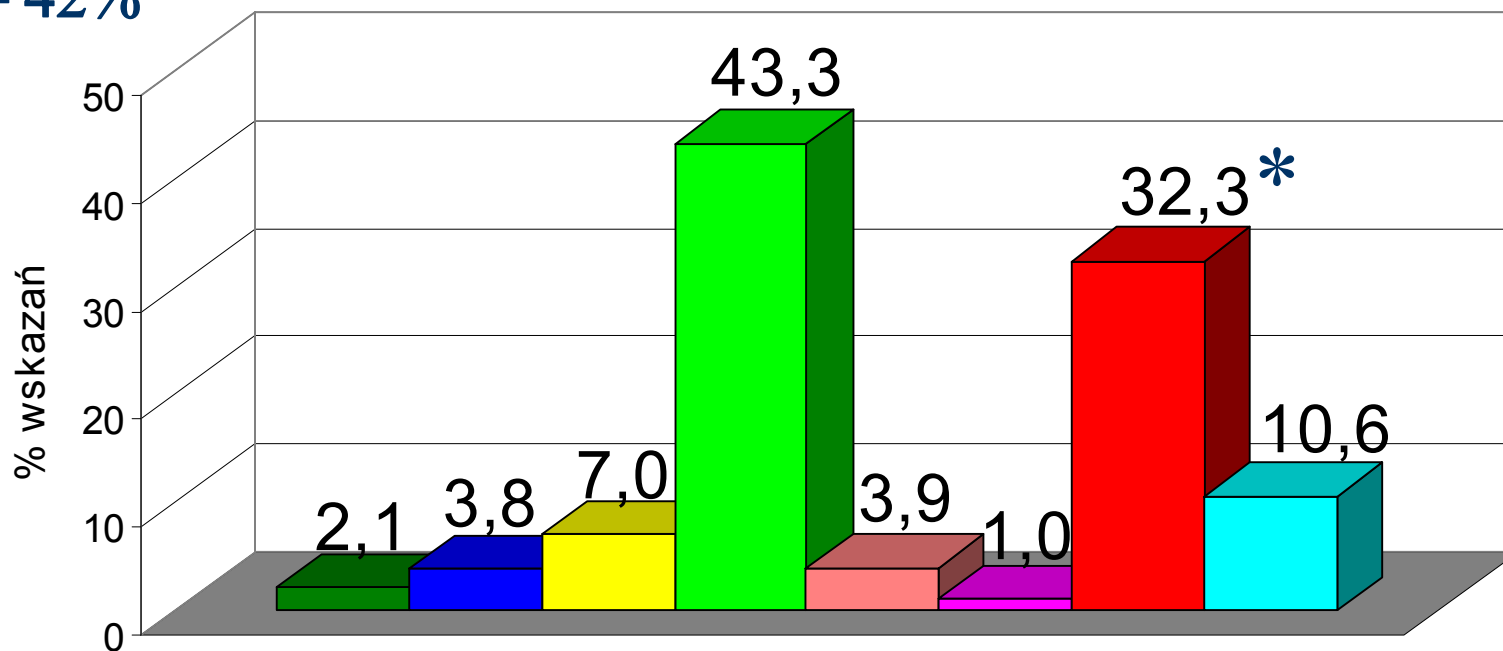


6. Łódź – miasto rozrywki i kultury

*I – 23%

Wydarzenia kojarzące się z Łodzią:

IV – 42%



■ Międzynarodowy Festiwal Fotografii

■ Łódź Biennale

■ Dni Łodzi

■ Festiwal Dialogu Czterech Kultur

■ Łódzkie Targi Edukacyjne

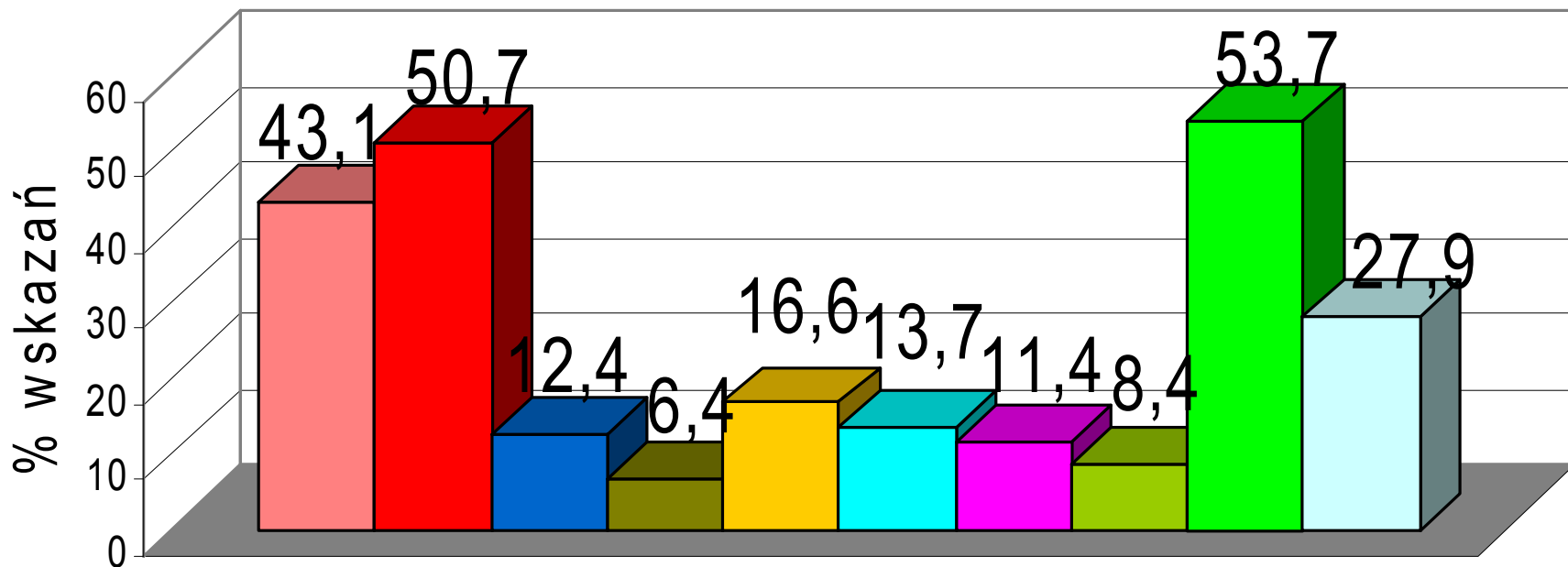
■ Targi stomatologiczne CEDE

■ Camerimage

■ Parada Techno/Wolności

6. Łódź – miasto rozrywki i kultury

Najpopularniejsze miejsca spotkań:



Galeria Łódzka

Manufaktura

Osiedle studenckie

Pasaż Schillera

Pl. Wolności

Pub Łódź Kaliska

Puby i kluby studenckie

Saspol

ul. Piotrkowska

Puby i Kluby



Podsumowanie

- Zweryfikowano hipotezy
- Wizerunek miasta ulega poprawie
- Łódź ma duży potencjał rozwojowy
- Brak wizji rozwoju, pomysłu na Łódź, brak strategii rozwoju i marketingowej

Dziękujemy za uwagę

Ewa Boryczka

eboryczka@onet.eu 0502 046 411

Tomasz Sulikowski

sospiri@interia.pl 0508 184 299

Uniwersytet Łódzki