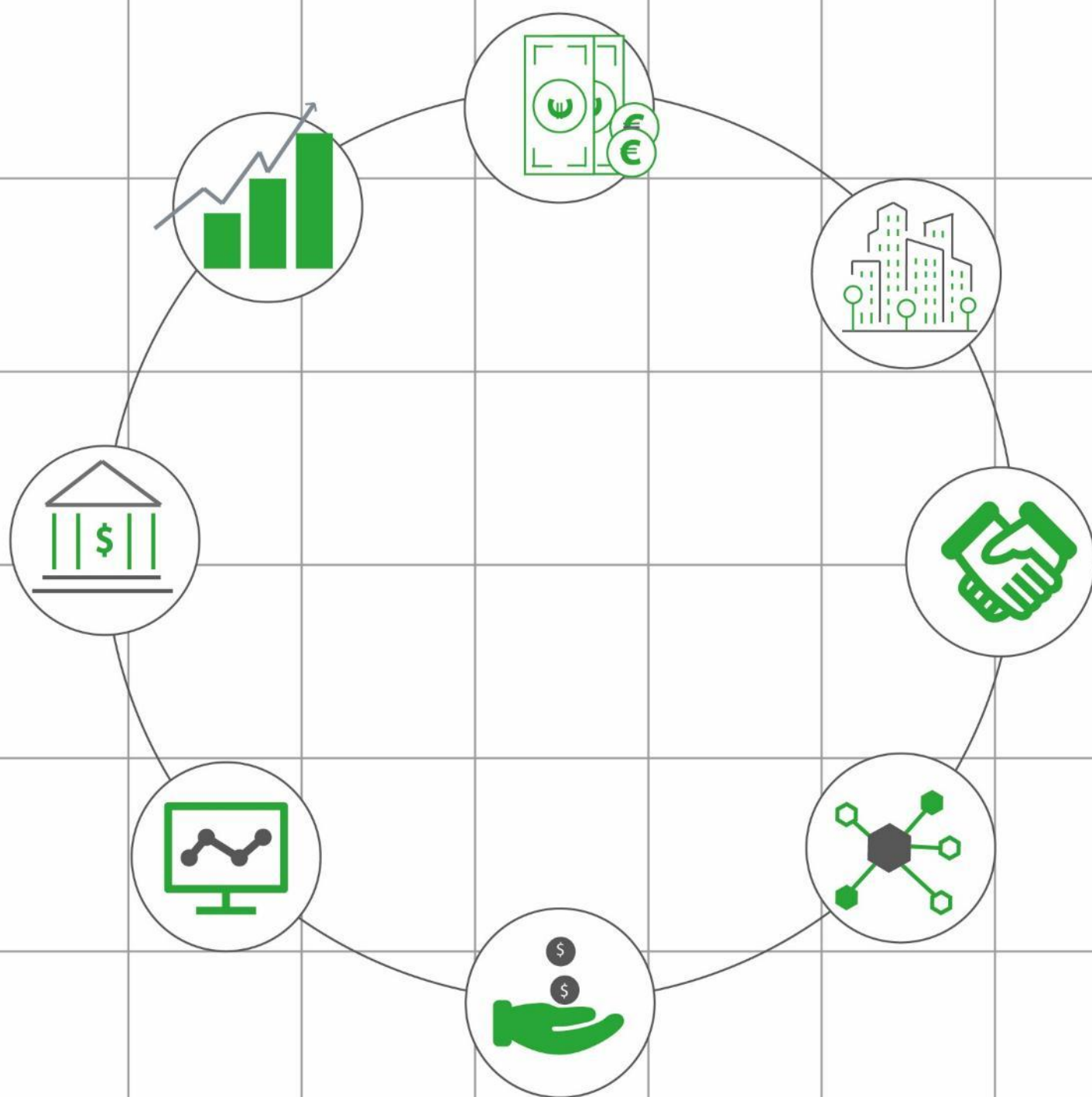




Analiza sfery usług i handlu
na obszarze rewitalizacji w Starachowicach

Projekt „Starachowice OD nowa” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014 – 2020

Opracowanie:



Spis treści

1. Wprowadzenie	4
2. Uwarunkowania i zakres analizy	5
2.1 Metodologia opracowania	5
2.2 Kontekst badawczy	6
3. Badania społeczne na obszarze rewitalizacji	8
3.1 Analiza wyników badań wśród konsumentów	8
3.2 Analiza wyników badań wśród przedsiębiorców	18
3.3 Wyniki badań jakościowych	26
Dolne-Wzgórze - sytuacja zastana	27
Stadion - sytuacja zastana	31
Majówka - sytuacja zastana	33
Wierzbnik - sytuacja zastana	37
4. Inwentaryzacja lokali użytkowych na obszarze rewitalizacji	50
4.1 Dolne - Wzgórze	52
4.2 Wierzbnik	54
4.3 Stadion	56
4.4 Majówka	58
5. Podsumowanie analizy	60

1. Wprowadzenie

„Analizy sfery usług i handlu na obszarze rewitalizacji w Starachowicach” to opracowanie analityczne mające na celu rozpoznanie możliwości i warunków rozwoju działalności gospodarczej na obszarze rewitalizacji, określenie struktury handlu i usług, potencjału nabywczego mieszkańców, weryfikacja szybkości i kierunków przeobrażeń rynku, znalezienie przyczyn aktualnego stanu poszczególnych elementów struktury handlowej i usługowej miasta oraz jej analiza historyczna.

W strukturze dokumentu ujęto następujące kluczowe elementy:

- Uwarunkowania determinujące aktualną sytuację na poddanych analizie podobszarach,
- Badania ilościowe przeprowadzone wśród konsumentów oraz przedsiębiorców,
- Badania jakościowe,
- Analiza dostępnych danych statystycznych,
- Inwentaryzację stanu zastanego,
- Podsumowanie w formie zbiorczych wniosków.

Przedmiotowa opracowanie w kompleksowy sposób diagnozuje cztery zdelimitowane podobszary rewitalizacji (Majówka, Dolne Wzgórze, Wierzbnik oraz Stadion) z punktu widzenia potencjału gospodarczego oraz ich funkcji miastotwórczej. Wnioski z analizy mogą stanowić punkt wyjścia do skonstruowania instrumentów wsparcia przedsiębiorców oraz interwencji ukierunkowanej na poprawę, stymulowanie i kreowanie pożądanego rozwoju gospodarczego w kontekście powiązania ożywienia gospodarczego z ożywieniem społecznym każdego z wyselekcjonowanych terenów.

2. Uwarunkowania i zakres analizy

2.1 Metodologia opracowania

W rozdziale przedstawiono wybrane metody i techniki badawcze oraz próbę badawczą. Co warto podkreślić przedmiotowa analiza została opracowana na bazie badań o charakterze ilościowym i jakościowym co pozwala na możliwie pełne opisanie zagadnień związanych z handlem i usługami na poszczególnych podobszarach rewitalizacji.

Mając na uwadze przyjęty cel i zakres tematyczny badania zakłada się, iż uzyskanie odpowiedzi na wyszczególnione pytania i problemy badawcze możliwe będzie dzięki zastosowaniu następujących metod i technik badawczych:

1. **analiza danych zastanych (desk research)** – obejmuje zapoznanie się z Gminnym Programem Rewitalizacji dla Gminy Starachowice na lata 2016-2025, Strategią Rozwoju Gminy Starachowice na lata 2018 – 2027. Jak również z raportami i dokumentami Zamawiającego w tym w szczególności raportu z badań wśród przedsiębiorców w Starachowicach oraz delimitacja obszaru rewitalizacji. DR obejmował będzie również ogólnodostępne bazy danych m.in. REGON, KRS, CEIDG itp. Oraz dane statystyczne.
2. **badania ankietowe (PAPI)** – wywiadów bezpośrednich realizowanych przez ankieterów przy użyciu papierowej ankiety, realizacja wśród konsumentów i przedsiębiorców.
3. **indywidualne wywiady pogłębione (IDI)** – badanie pozwalające na zgłębienie badanych zagadnień w trakcie indywidualnego wywiadu z respondentem, realizacja wśród konsumentów, przedsiębiorców i właścicieli pustostanów.
4. **inwentaryzacja lokali** – spis z natury uwzględniający podział na lokale handlowe, usługowe i pustostany.
5. **analiza dokumentacji zdjęciowej** – metoda badawcza oparta o przeprowadzenie dokumentacji zdjęciowej miejsc, zachowań, przestrzeni szczególnych/istotnych dla terenu objętego analizą.

W poniższej tabeli zaprezentowano dobór próby badawczej zilustrowany na tle liczby aktywnych działalności gospodarczych widniejących w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Przeprowadzone badanie koncentruje się na czterech zdelimitowanych podobszarach rewitalizacji” Majówka, Dolne Wzgórze, Wierzbnik oraz Stadion (szczegółowy opis każdej z jednostek został zaprezentowany w rozdziale 4., a swoją kontynuację znajduje w podsumowaniu analizy).

Tabela 1 Próba badawcza

Podobszar rewitalizacji	Liczba działalności gospodarczych	Badanie PAPI konsumenci – liczba ankiet	Badanie PAPI przedsiębiorcy – liczba ankiet	Badanie IDI przedsiębiorcy	Badanie IDI – właściciele pustostanów
Majówka	109	22	7	2	Łącznie 5
Dolne Wzgórze	77	19	5	2	
Wierzbnik	249	40	13	4	
Stadion	175	27	8	2	
Razem	610	108	33	10	5

Źródło: opracowanie własne

2.2 Kontekst badawczy

Z punktu widzenia przeprowadzonych prac badawczych i terenowych zasadnicze znaczenie dla konstrukcji opracowania ma specyfika zrealizowanych działań, innymi słowy kontekst badawczy.

Przedmiotowa analiza obejmuje następujące elementy:

1. Wyniki badań ilościowych przeprowadzonych na konsumentach oraz przedsiębiorcach (kupcach, rzemieślnikach i innych usługodawcach), na każdym z podobszarów rewitalizacji są bazą do zaprezentowanych analiz, swoistym punktem wyjścia. Odnoszą się one i są komentowane w wymiarze terytorialnym, jak również pozwalają na interpretację kwestii zarówno popytu, jak i podaży produktów i usług.
2. Opis wyników badań jakościowych to drugi integralny element analizy. W tej części materiału dokonano próby rekonstrukcji historycznej zmiany sytuacji w zakresie handlu i usług na badanym obszarze oraz koncentrowano się na deficytach i potrzebach interwencji biorąc pod uwagę trwające działania rewitalizacyjne. Ponadto istotnie zwrócono uwagę na specyfikę pustostanów w mieście. Analiza we wskazanym zakresie pozwala na zbudowanie czterech dedykowanych portretów dla każdego z podobszarów objętych badaniem.
3. Inwentaryzacja lokali użytkowych prezentuje działalności gospodarcze i niewykorzystane lokale użytkowe (głównie potencjalne „usługi w parterach”) z punktu widzenia tych działalności, które oddziałują na przestrzeń publiczną, mają miastotwórczy charakter. Zatem inwentaryzacja nie obejmuje wszystkich działalności gospodarczych widocznych w oficjalnych rejestrach. Tym samym inwentaryzacja koncentruje się na punktach skierowanych do klasycznych konsumentów w zakresie handlu i usług (przyjęte założenie wyklucza m.in. analizę części jednoosobowych działalności gospodarczych nie oddziałujących na strukturę gospodarczą danego obszaru).

- 
4. Całość wyżej wymienionych działań została opisana w przedmiotowej analizie. Warto dodać, że wnioski płynące z badania zostały dodatkowo poparte badaniami terenowymi, wizjami lokalnymi oraz obserwacją uczestniczącą.
 5. Charakterystyka i swoisty desk research na temat poszczególnych podobszarów rewitalizacji znajduje się w części inwentaryzacyjnej stanowiąc do niej swoisty wstęp. Co istotne sama inwentaryzacja została przedstawiona w formie graficznej umożliwiającej analizę funkcjonalną i przestrzenną.

3. Badania społeczne na obszarze rewitalizacji

Badania społeczne na obszarze rewitalizacji skupiły się na czterech podobszarach. W ramach delimitacji obszaru zdegradowanego i obszaru rewitalizacji w Starachowicach siedem jednostek urbanistycznych zdefiniowano jako te wymagające wsparcia. Cztery z nich cechowały się dominującą funkcją mieszkaniową co w naturalny sposób generuje powstawanie punktów handlowych oraz usługowych. Tym samym przedmiotowym badaniem objęto jednostki Dolne-Wzgórze, Stadion, Majówka oraz Wierzbnik. Ich łączna powierzchnia wynosi blisko dwa kilometry kwadratowe (1,97 km²) co stanowi 6,18% łącznej powierzchni miasta. Obszar ten jest zamieszkiwany przez nieco ponad 5 tysięcy mieszkańców, udział w łącznej populacji Starachowic osób zamieszkujących cztery poddane badaniu jednostki wynosi około 20,77%.

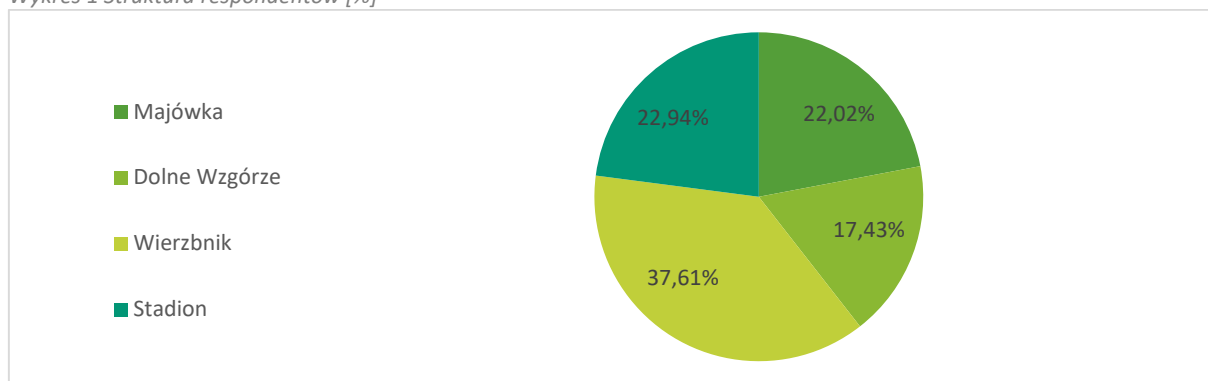
W ramach badania przeprowadzono ankietyzację wśród konsumentów oraz przedsiębiorców prowadzących swoje działalności na badanym terenie. Każdorazowo w ramach analizy przeprowadzone są odwołania do sytuacji na danym podobszarze, natomiast pozyskane wyniki przedstawione są zbiorczo ze względu na wielkość doboru próby badawczej. Jednocześnie ostatni z podrozdziałów, odnoszący się do badań jakościowych stanowi kontekstowe podsumowanie i wskazuje specyfikę danego obszaru. Bardziej szczegółowe, strukturalne i funkcjonalne portrety badanych podobszarów są zaprezentowane na mapach ilustrujących wyniki prac inwentaryzacyjnych.

3.1 Analiza wyników badań wśród konsumentów

Analiza ilościowa wyników badania ankietowego wśród konsumentów koncentruje się na katalogu dziewięciu pytań zamkniętych uzupełnionych jednym otwartym, poddanym następnie kategoryzacji oraz profilem socjo-demograficznym badanej grupy. Głównym celem badania było zbadanie preferencji konsumentów z punktu widzenia statusu, historii i perspektyw dla rozwoju sfery handlu i usług na terenie jednostek Dolne-Wzgórze, Stadion, Majówka oraz Wierzbnik. W ramach badania przeprowadzono ankietyzację 108 napotkanych konsumentów.

Struktura respondentów biorących udział w badaniu pokrywa się z założonym w metodologii opracowania doborze próby. Odzwierciedla on strukturę liczby mieszkańców na poszczególnych podobszarach rewitalizacji. Co ważne ankietyzacja respondentów odbywała się w przestrzeni publicznej w obrębie każdego z badanych terenów.

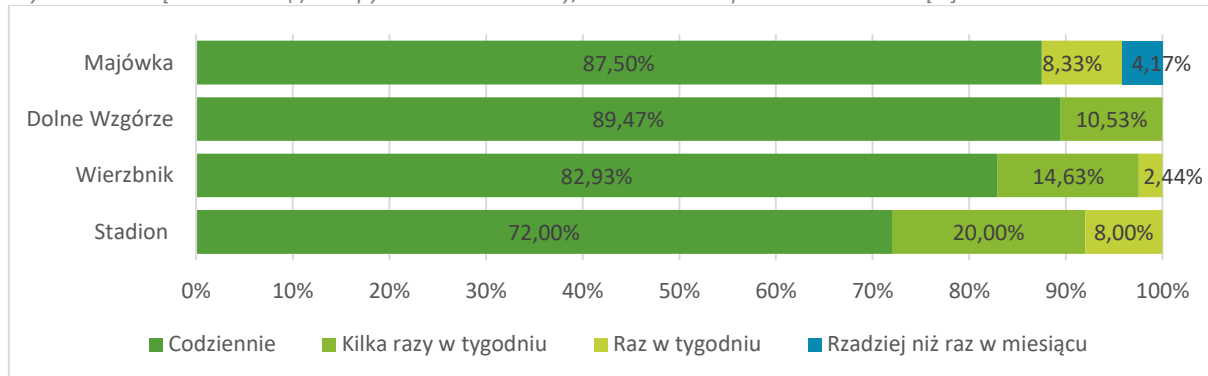
Wykres 1 Struktura respondentów [%]



Źródło: badanie własne, n=109

W pierwszej kolejności respondenci byli proszeni o wskazanie jak często robią zakupy na terenie dzielnicy, gdzie odbywała się rozmowa (ankietyzacja). Blisko 90% badanych codziennie robi zakupy na Dolnym Wzgórzu. Najrzadziej natomiast codzienne zakupy realizowały osoby badane w dzielnicy Stadion. Niemniej odsetek deklaracji o codziennych zakupach na każdym z obszarów należy ocenić bardzo wysoko i korzystnie w kontekście zróżnicowania oraz atrakcyjności gospodarczej obszaru rewitalizacji w mieście.

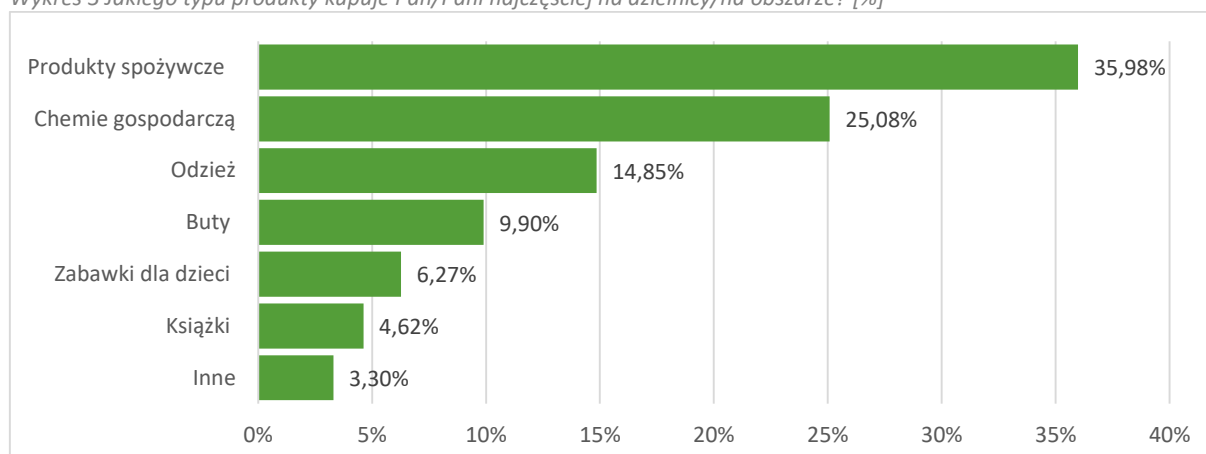
Wykres 2 Jak często robi Pan(i) zakupy na terenie dzielnicy/na obszarze? – podział na dzielnice [%]



Źródło: badanie własne, n=109

Wszyscy badani zostali poproszeni o wymienienie typów produktów, które najczęściej kupują w swojej najbliższej okolicy. Dominują produkty spożywcze (blisko 36%) i w dalszej kolejności chemia gospodarcza (25%).

Wykres 3 Jakiego typu produkty kupuje Pan/Pani najczęściej na dzielnicy/na obszarze? [%]



Źródło: badanie własne, n=303

W poniżej tabeli zilustrowano preferencje zakupowe dla poszczególnych podobszarów. Dominacja produktów spożywczych na Majówce czy też Dolnym Wzgórzu świadczy o ofercie handlowej, która jest na elementarnym poziomie i skupia się na zaspokajaniu podstawowych potrzeb socjalno-bytowych. Natomiast najwyższy poziom zróżnicowania jeżeli chodzi o rodzaje kupowanych produktów ma miejsce na terenie Wierzbnika, który charakteryzuje się tradycjami handlowymi oraz układem urbanistycznym sprzyjającym rozwijaniu tego typu usług.

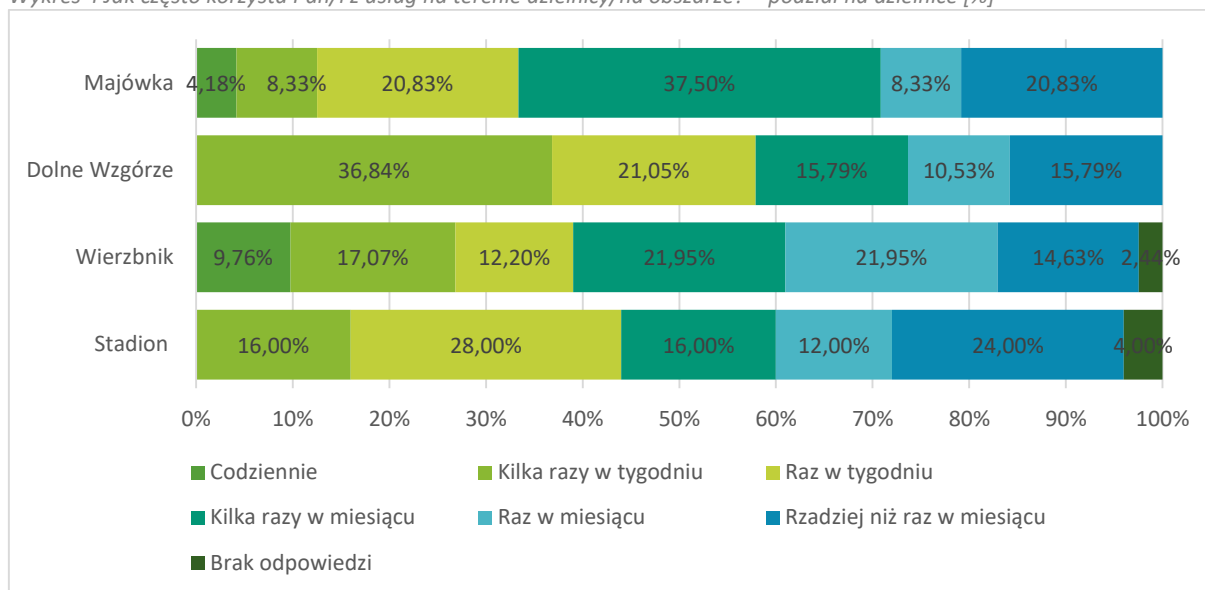
Tabela 2 Preferencje zakupowe w zakresie produktów – podział na dzielnice [%]

	Majówka	Dolne Wzgórze	Wierzbnik	Stadion	Razem
Produkty spożywcze	51,05%	40,43%	29,28%	36,23%	35,98%
Chemie gospodarczą	23,40%	25,53%	24,29%	27,54%	25,08%
Odzież	12,77%	17,02%	16,43%	11,59%	14,85%
Buty	0,00%	14,89%	11,43%	10,14%	9,90%
Zabawki dla dzieci	4,26%	0,00%	10,00%	4,35%	6,27%
Książki	4,26%	0,00%	5,71%	5,80%	4,62%
Inne	4,26%	2,13%	2,86%	4,35%	3,30%

Źródło: badanie własne, n=303

Poza sferą handlu dokonano również analizy sfery usługowej. Konsumenci w pierwszej kolejności zostali poproszeni o wskazanie częstotliwości z jaką korzystają z oferty usługowej na podobszarze, na terenie którego przeprowadzono badanie. Warto zwrócić uwagę na odsetek konsumentów, którzy rzadziej niż raz w miesiącu korzystają z usług. Ten odsetek jest szczególnie niski dla obszaru Stadion (24%). W istocie częstotliwość korzystania z usług wskazuje na atrakcyjność obszaru w znacznie większym stopniu niż tematyka handlowa.

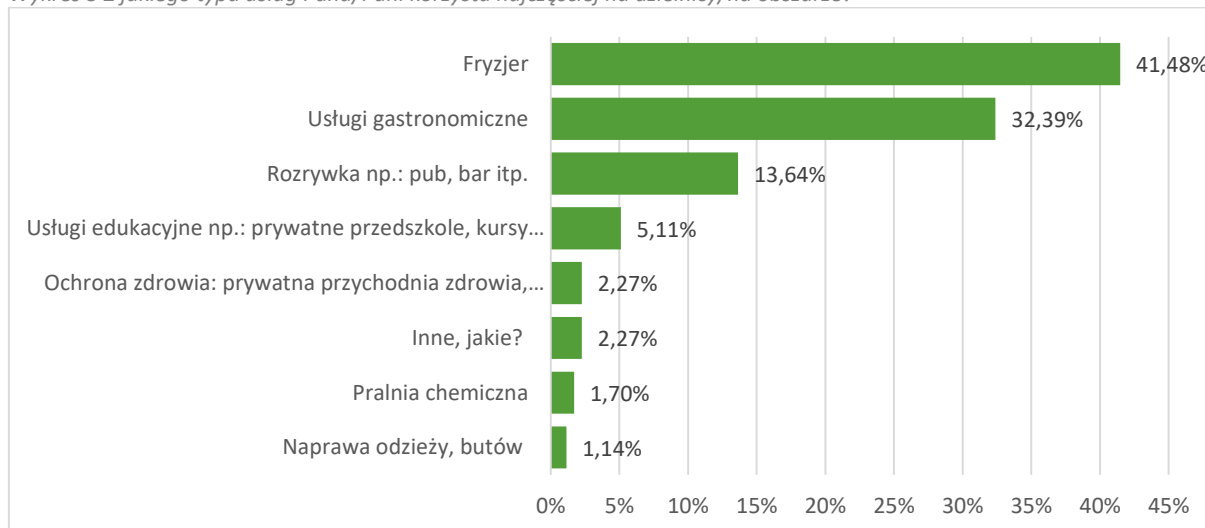
Wykres 4 Jak często korzysta Pan/i z usług na terenie dzielnicy/na obszarze? – podział na dzielnice [%]



Źródło: badanie własne, n=109

Struktura usług najczęściej wskazywanych przez respondentów to fryzjer (41%), na drugim miejscu usługi gastronomiczne (32%). Warto zwrócić uwagę na relatywnie wysoki odsetek korzystania z szeroko rozumianej gastronomii, jest to szczególnie istotne biorąc pod uwagę niskie nasycenie miasta tego typu punktami. Wskazuje to na istotny potencjał z punktu widzenia istniejącego popytu. Analogiczna sytuacja ma miejsce w przypadku miejsc o rozrywkowym charakterze (13%).

Wykres 5 Z jakiego typu usług Pana/Pani korzysta najczęściej na dzielnicy/na obszarze?

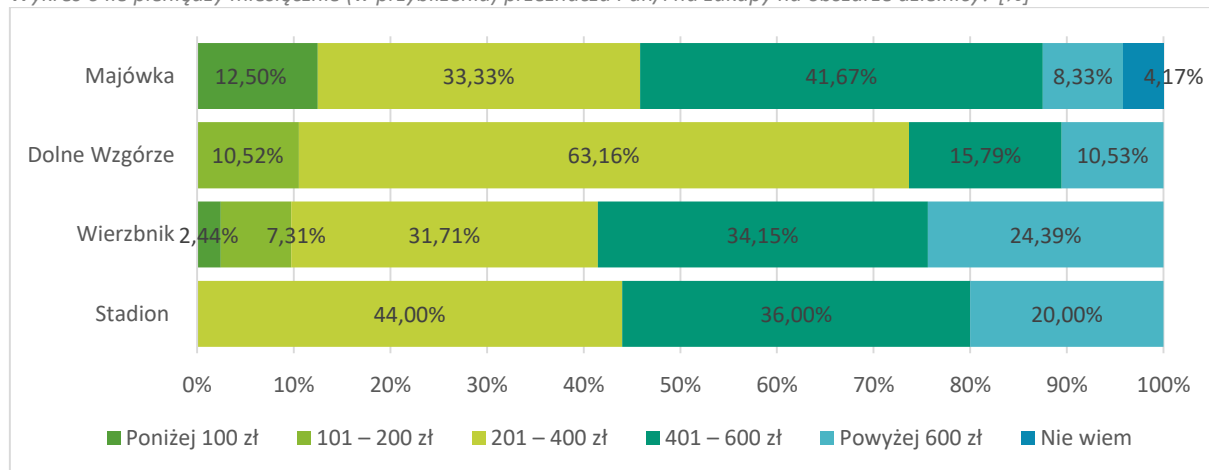


Źródło: badanie własne, n=109

Kolejna sekcja ankiety dotyczyła wydatków jakie przeznaczają badani na zakupy produktów i usług. Pierw zadano pytanie na temat punktów handlowych. Najmniejsze kwoty są wydatkowane przez konsumentów z Dolnego Wzgórza (aż 63% przeznacza na zakupy środki w przedziale 201-400 zł).

Największe kwoty są przeznaczane na terenie Wierzbnika, co czwarty respondent wydatkuje powyżej 600 złotych. Sytuacja na terenie Majówki oraz Stadionu jest zbliżona, nieco gorsza niż w przypadku Wierzbnika i korzystniejsza niż na terenie Dolne Wzgórze.

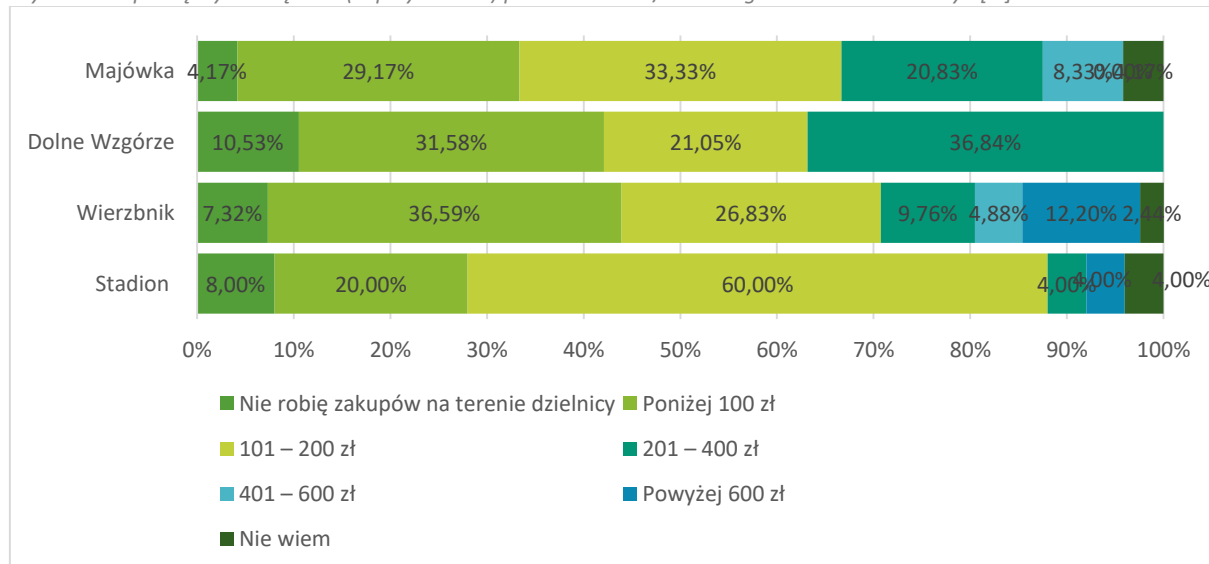
Wykres 6 Ile pieniędzy miesięcznie (w przybliżeniu) przeznaczają Pan/i na zakupy na obszarze dzielnicy? [%]



Źródło: badanie własne, n=109

W zakresie kwot przeznaczanych na usługi jednoznacznie dominuje Wierzbnik – ponad 12% przeznaczają powyżej 600 zł, niemniej nasycenie usługami jest relatywnie niskie stąd też kwoty w większości są przeciętne i najczęściej nie przekraczają 200 złotych miesięcznie.

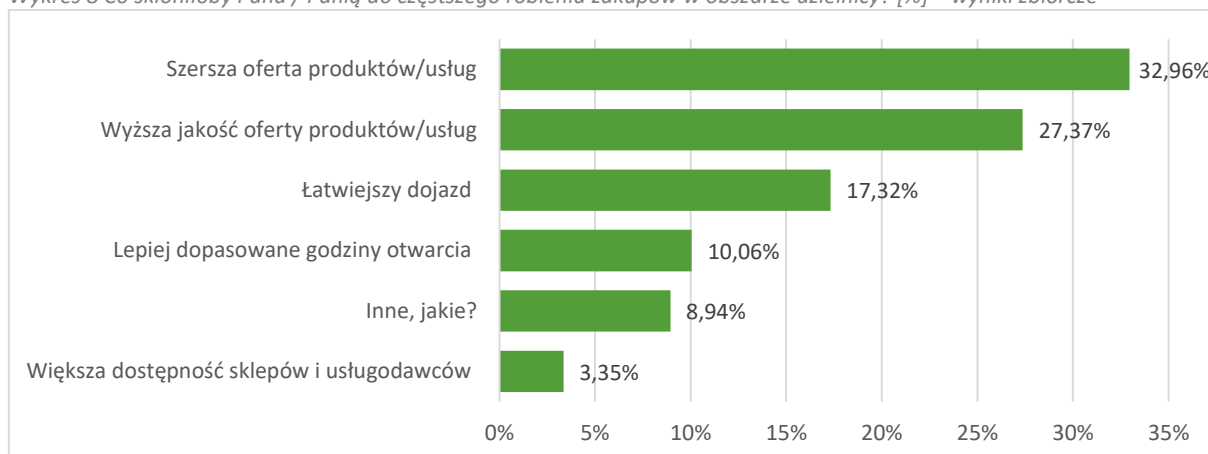
Wykres 7 Ile pieniędzy miesięcznie (w przybliżeniu) przeznaczają Pan/i na usługi w obszarze dzielnicy? [%]



Źródło: badanie własne, n=109

Badani zostali poproszeni o wskazanie aspektów, które wpłynęłyby na częstsze korzystanie z oferty handlowej na terenie objętym badaniem. Poniżej zestawiono wyniki w formie zbiorczej. Blisko 1/3 wskazuje na potrzebę rozszerzenia oferty, a 27% oczekuje wyższej jakości oferowanego asortymentu.

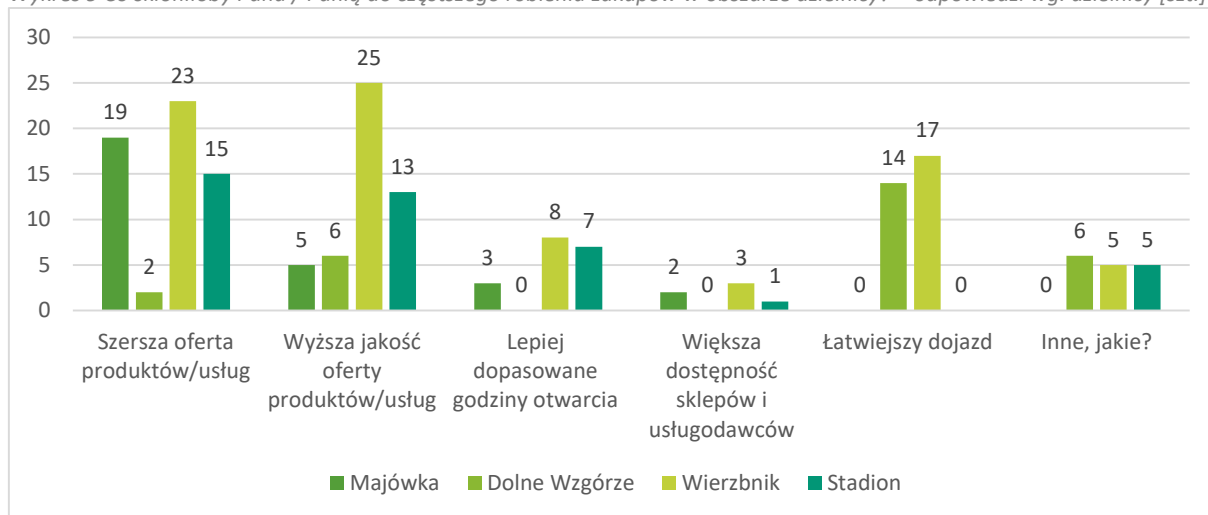
Wykres 8 Co skłoniłoby Pana / Panią do częstszego robienia zakupów w obszarze dzielnicy? [%] – wyniki zbiorcze



Źródło: badanie własne, n=218

Poniżej przedstawiono rozkład wskazań badanych w podziale na badane podobszary. Zwraca uwagę problem dojazdu do Dolnego Wzgórza oraz Wierzbnika – nieistniejący w przypadku pozostałych podobszarów rewitalizacji. Kolejnym wyróżnikiem jest temat jakości oferty, która powinna być wyższa szczególnie w odniesieniu do Wierzbnika (25 wskazań) i w dalszej kolejności podobszaru Stadion. W zakresie potrzeby zbudowania szerszej oferty poza Dolnym Wzgierzem każdy z terenów wymaga rozwoju.

Wykres 9 Co skłoniłoby Pana / Panią do częstszego robienia zakupów w obszarze dzielnicy? – odpowiedzi wg. dzielnicy [szt.]



Źródło: badanie własne, n=218

Konsumenci uczestniczący w badaniu zostali poproszeni o ocenę oferty dostępnej na terenie swojej dzielnicy z tą, która funkcjonuje w innych częściach miasta. Poproszono o ustosunkowanie się do pięciu skonkretyzowanych cech.

Pierwszym z kryterium podlegającym ocenie respondentów była szerokość dostępnej oferty sektora handlu i usług na terenie „swojej” dzielnicy. Najkorzystniej sytuacja wygląda w dzielnicy Wierzbnik (ponad 63% wskazań pozytywnych), najgorszej na terenie Majówki (aż 45% deklaracji mówiących, że oferta w innych miejscach jest szersza a tylko 14% wskazań pozytywnych).

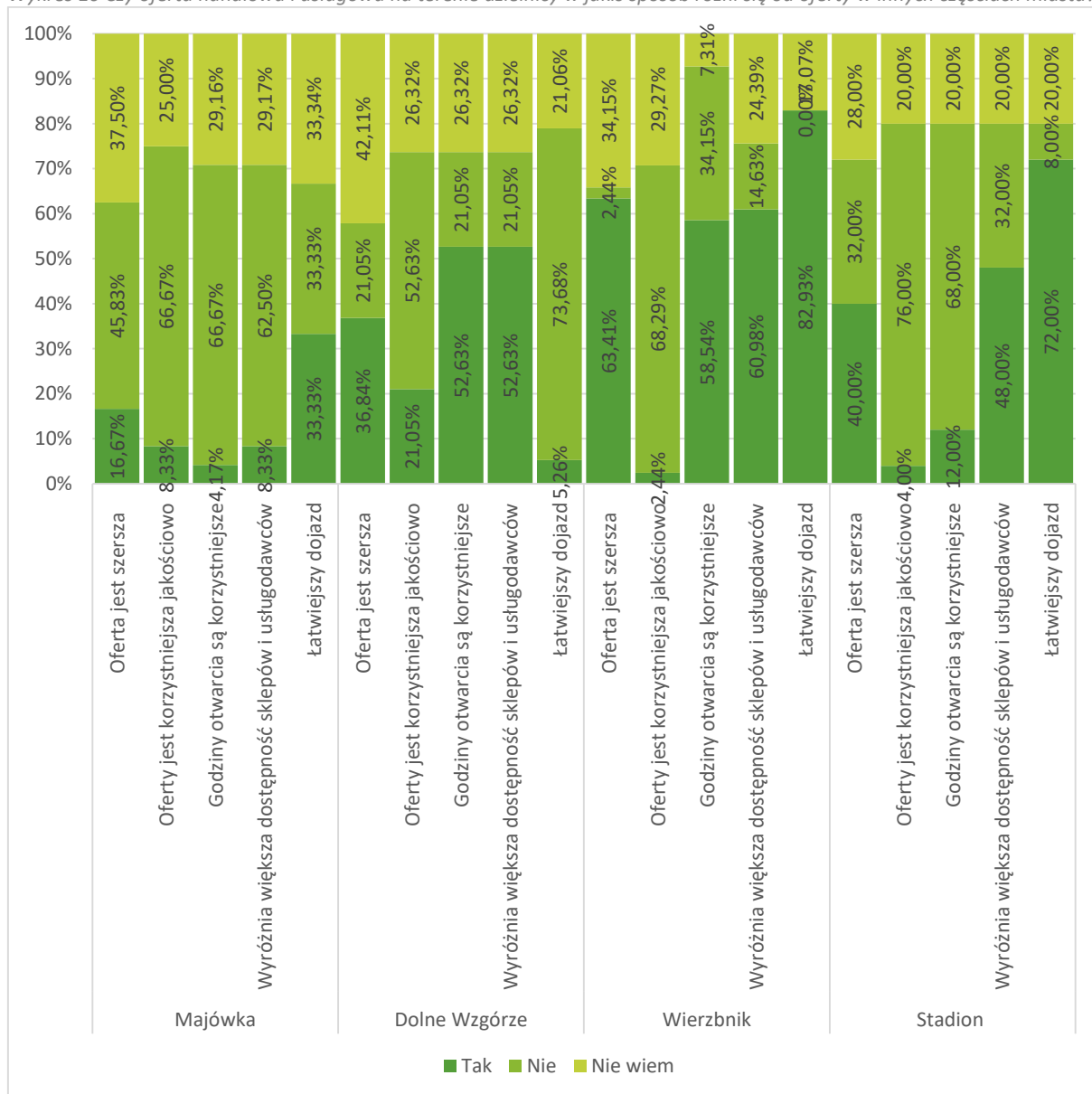
Druga analizowana zmienna to jakość dostępnej oferty. W tym przypadku znamieną jest niski odsetek wskazań pozytywnych w odniesieniu do Wierzbnika oscylujący na poziomie niespełna 2,5%. Wyróżnia się w zakresie analizowanej zmiennej Dolne Wzgórze gdzie jakość jest pozytywnie oceniana przez ponad 20% badanych. Natomiast generalnie w każdym z badanych obszarów jakość stanowi czynnik zdecydowanie nisko oceniany. Można uznać ten element za fundamentalną bolączkę badanego obszaru rewitalizacji z punktu widzenia lokalnej gospodarki.

Godziny otwarcia to kolejna zmienna poddana ocenie konsumentów. W przypadku Majówki i Stadionu dostępność lokali jest niska i oceniana pozytywnie odpowiednio przez 4% i 12% respondentów. Zgoła odmiennie ocenione Wierzbnik i Dolne Wzgórze tam odsetek wskazań pozytywnych to ponad połowa wszystkich odpowiedzi (52% i 58%). Tym samym identyfikuje się istotne zróżnicowanie w sytuacji w obrębie klasycznych osiedli mieszkaniowych a częściami miasta o profilu ogólnomiejskim – również w wymiarze komunikacyjnym.

Kolejna badana zmienna to wyróżnienie pod kątem większej dostępności sklepów i punktów usługowych. Wyróżnia się pod tym kątem Wierzbnik.

Ostatni element to kwestia komunikacyjna związana z oceną „łatwości dojazdu”. Największe problemy w tym zakresie dostrzegane są na terenie osiedla Dolne Wzgórze.

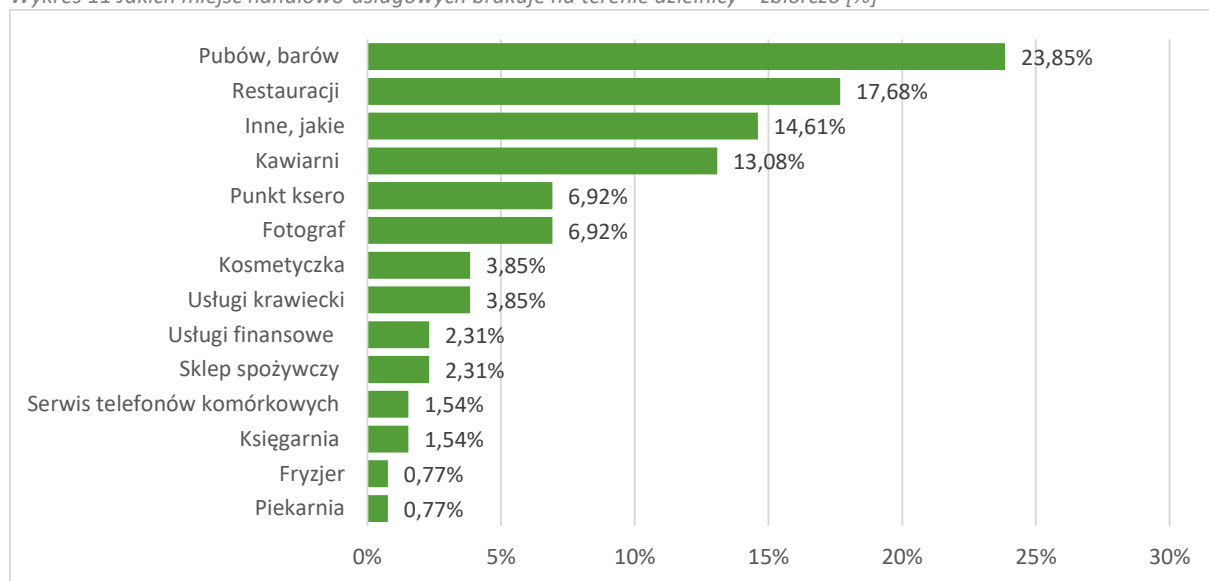
Wykres 10 Czy oferta handlowa i usługowa na terenie dzielnicy w jakiś sposób różni się od oferty w innych częściach miasta?



Źródło: badanie własne, n=109

Rozpatrując deficyty w zakresie miejsc handlowo-usługowych dominuje poczucie niedostatecznej liczby punktów gastronomicznych. Badani wskazywali na puby (23,8%) oraz restauracje (17,6%) i kawiarnie (13%). Tego typu usług są najbardziej pożądane w opiniach badanych i obiektywnie starachowickie przestrzenie publiczne są nimi nasycone w sposób ograniczony.

Wykres 11 Jakich miejsc handlowo-usługowych brakuje na terenie dzielnicy – zbiorczo [%]

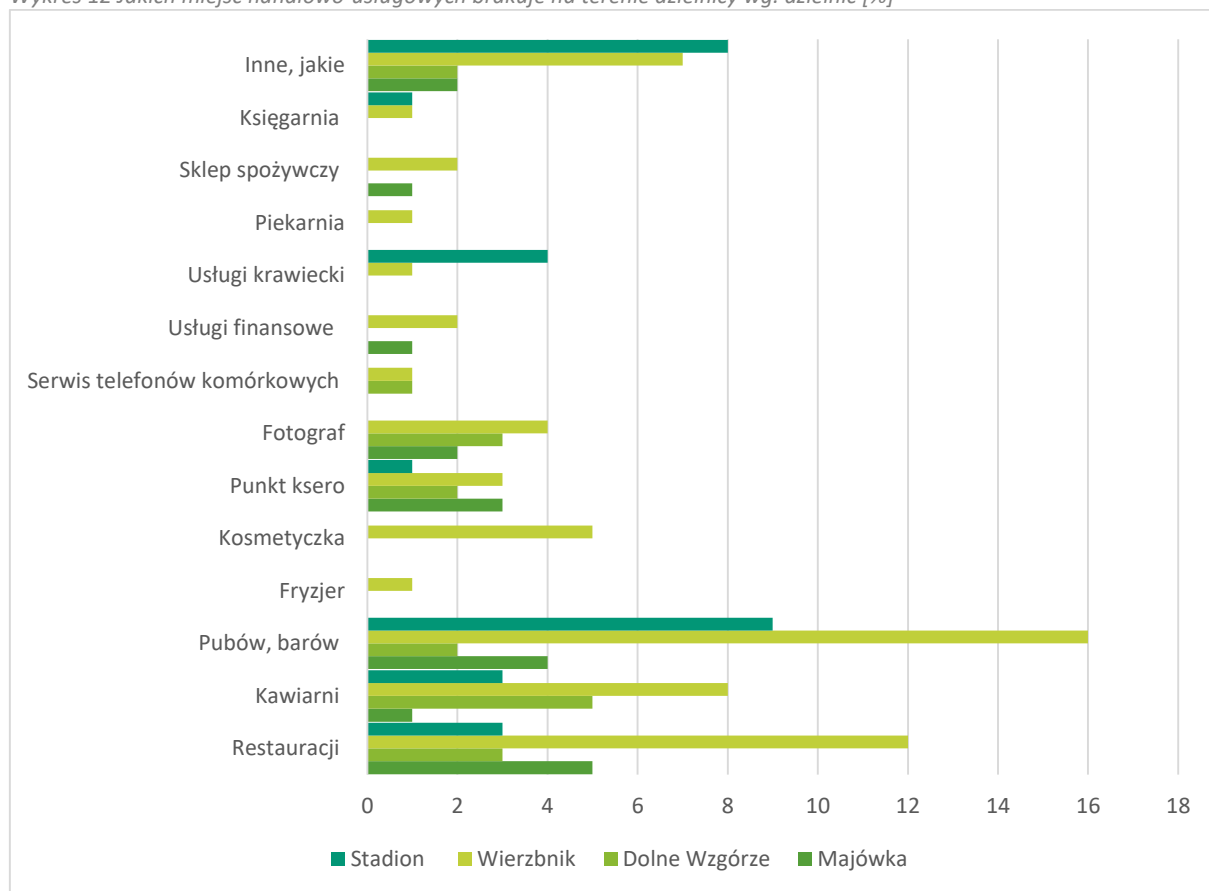


Źródło: badanie własne, n=130

Poniżej zilustrowano deficyty związane z poszczególnymi miejscami w każdym z badanych obszarów.

Kluczową kwestią jest zapotrzebowanie w Wierzbniku w zakresie miejsc spędzania czasu wolnego.

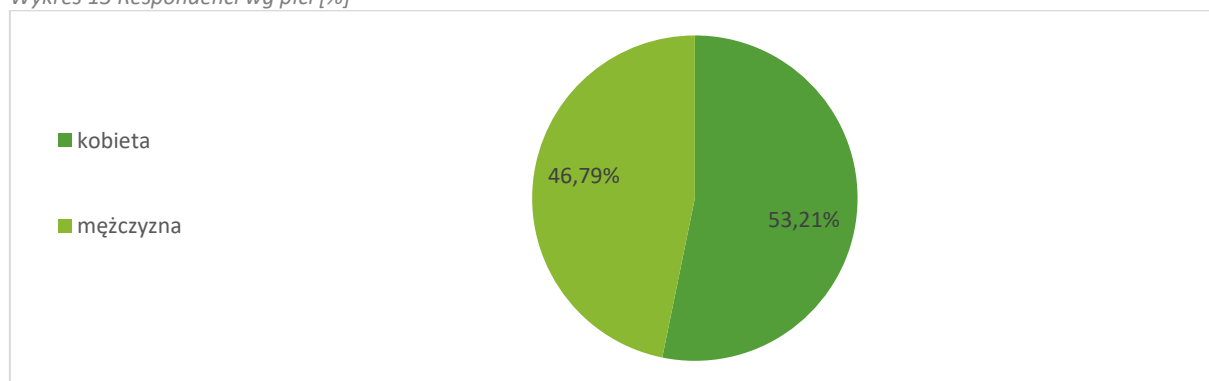
Wykres 12 Jakich miejsc handlowo-usługowych brakuje na terenie dzielnicy wg. dzielnic [%]



Źródło: badanie własne, n=130

Wśród respondentów nieznacznie dominowały kobiety stanowiąc 53,2% badanych, natomiast udział mężczyzn wyniósł 46,8%.

Wykres 13 Respondenci wg płci [%]

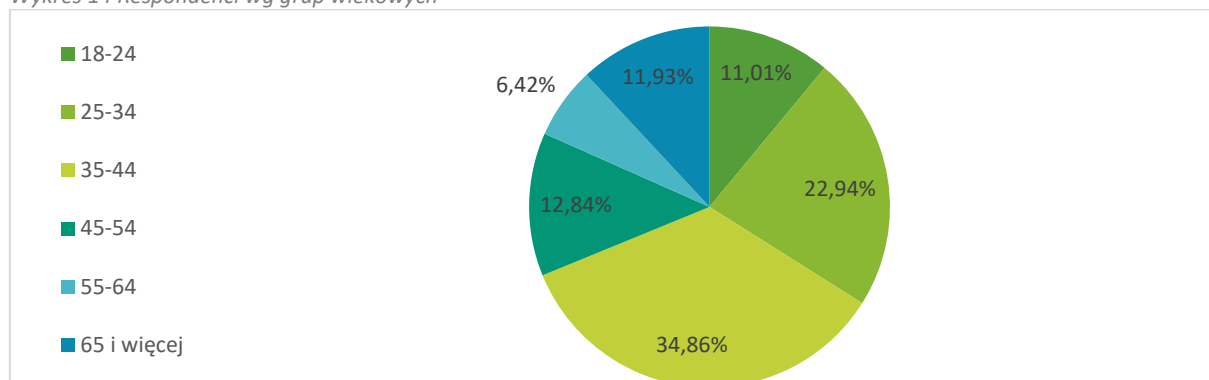


Źródło: badanie własne, n=109

Poniższy wykres ilustruje zróżnicowanie respondentów w podziale na grupy wiekowe. Najliczniej reprezentowane było osoby w przedziale od 35 do 44 roku życia (blisko 35%). Natomiast warto

podkreślić, że struktura wiekowa badanych była relatywnie wysoko zróżnicowana, co wpływa pozytywnie na reprezentatywność wyników.

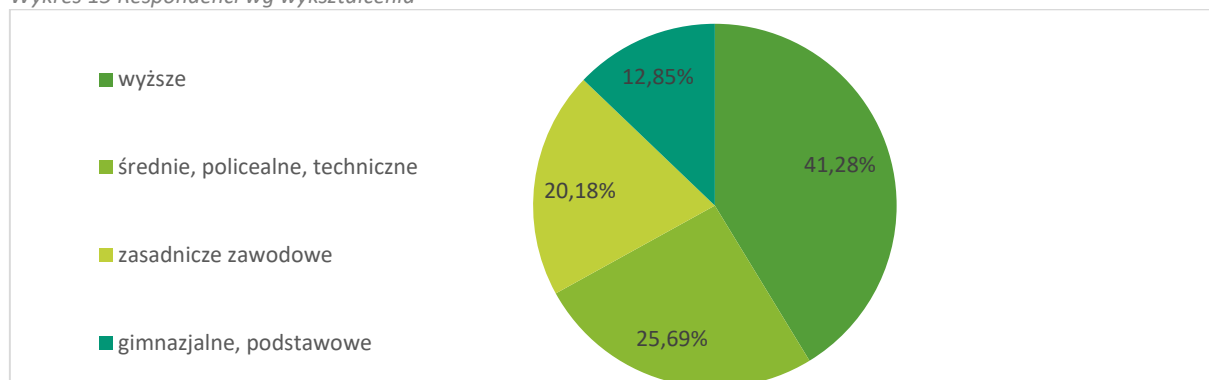
Wykres 14 Respondenci wg grup wiekowych



Źródło: badanie własne, n=109

Poniżej zilustrowano strukturę respondentów według kryterium wykształcenia. Najliczniej reprezentowaną grupą były osoby z wykształceniem wyższym – 41,2% wszystkich biorących udział w badaniu.

Wykres 15 Respondenci wg wykształcenia



Źródło: badanie własne, n=109

3.2 Analiza wyników badań wśród przedsiębiorców

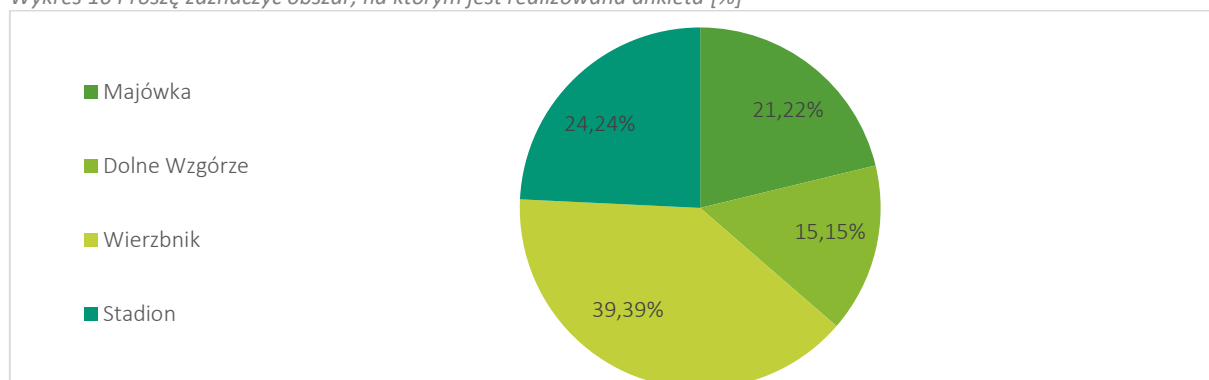
Badanie przedsiębiorców zrealizowane zostało techniką wywiadu bezpośredniego prowadzonego przez ankieterów posługujących się zestandaryzowanym kwestionariuszem ankiety (PAPI). Badanie typu PAPI jest jedną z powszechnie stosowanych ilościowych technik badawczych wykorzystywanych w badaniach sondażowych. Zastosowanie tego typu techniki pozwala na zgromadzenie informacji/opinii określonych grup objętych badaniem i odnoszących się do tego samego zestawu pytań. Uzyskane wyniki pozwalają na generowanie zestawień opinii i poszczególnych cech uczestników

badania. Tym samym, umożliwiają określenie natężenia danego zjawiska/opinii wśród poszczególnych podgrup respondentów.

Badanie przeprowadzone zostało wśród przedsiębiorców prowadzących działalność w obrębie następujących podobszarów rewitalizacji: Dolne-Wzgórze, Stadion, Majówka oraz Wierzbnik. Analiza ilościowa wyników badania ankietowego wśród przedsiębiorców koncentruje się na katalogu dziewięciu pytań zamkniętych uzupełnionych jednym otwartym, poddanym następnie kategoryzacji oraz profilem socjo-demograficznym. Łącznie przeprowadzono 33 wywiady. Wyniki zestawiono zbiorczo.

Badanie realizowane wśród starachowickich przedsiębiorców skupiało się na czterech wyznaczonych podobszarach rewitalizacji. Struktura respondentów odpowiada przyjętej w metodologii. Najliczniej reprezentowani byli przedsiębiorcy z Wierzbnika (blisko 40% próby), a najmniej z terenu Dolne Wzgórze (około 21%). Łączna liczba objętych badaniem wyniosła 33 podmioty.

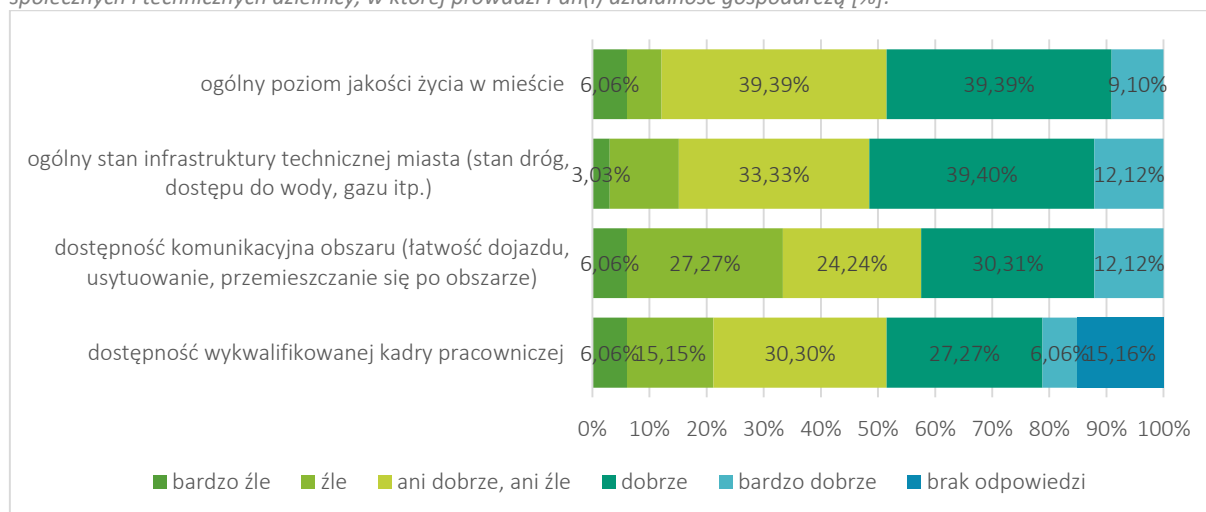
Wykres 16 Proszę zaznaczyć obszar, na którym jest realizowana ankieta [%]



Źródło: badanie własne, n=33

Respondentów poproszono o ocenę dostępności zasobów społecznych i technicznych na terenie prowadzenia działalności gospodarczej. Odpowiedzi w większości miały charakter pozytywny. Ogólny poziom jakości życia w mieście dla blisko połowy jest dobry lub bardzo dobry, a tylko 6% ocenia go bardzo źle. Co ciekawe nieco lepiej oceniono stan infrastruktury technicznej stanowiącej często bolączkę i deficyt regularnie wskazywany przez respondentów (oceny dobrze i bardzo dobrze stanowią 51,5%). Z drugiej strony dostępność komunikacyjna obszaru dla ¼ badanych stanowi negatywny czynnik. Ponadto 1/5 dostrzega problem z dostępem do wykwalifikowanej kadry pracowniczej.

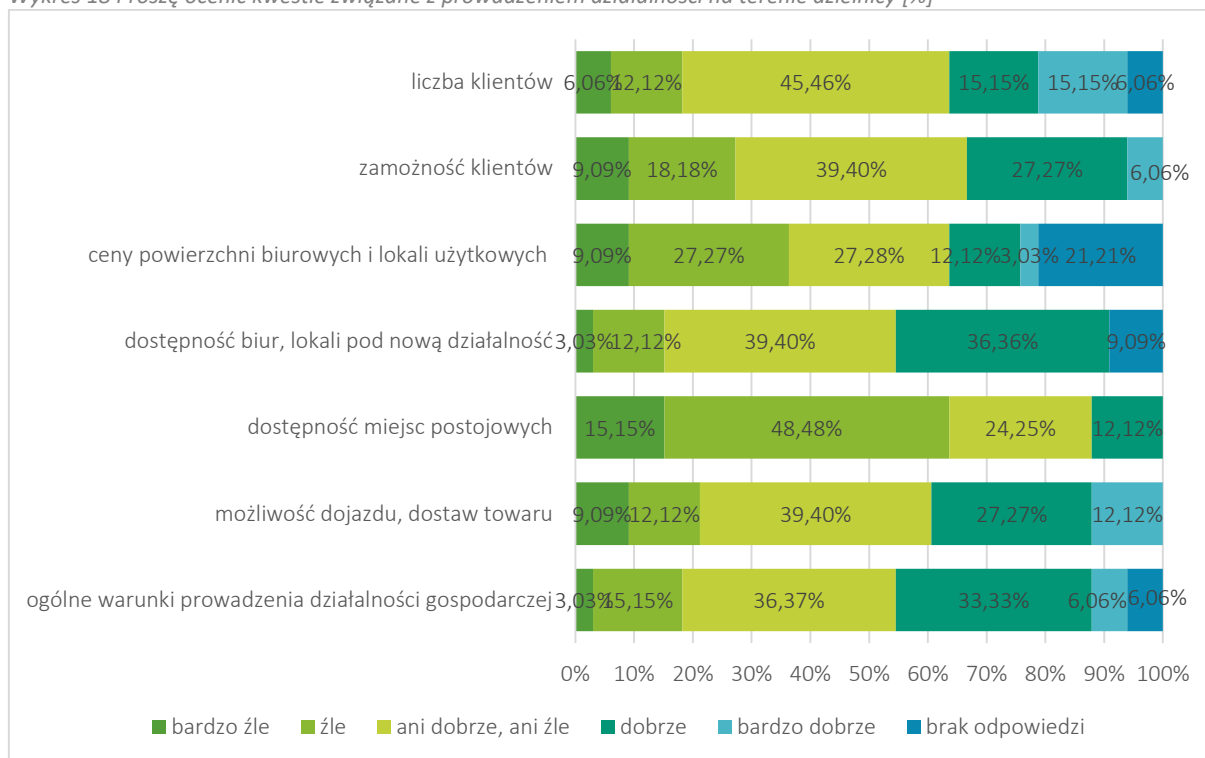
Wykres 17 Biorąc pod uwagę specyfikę działalności Pana/Pani firmy, proszę ocenić dostęp i jakość poszczególnych zasobów społecznych i technicznych dzielnicy, w której prowadzi Pan(i) działalność gospodarczą [%]:



Źródło: badanie własne, n=33

W kolejnym pytaniu proszono badanych o ocenę konkretnych czynników związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej. Najbardziej pozytywnie oceniono dostępność biur i lokali pod wynajem (ponad 45% wskazań pozytywnych). Na podobnym poziomie zrecenzowano ogólne warunki prowadzenia działalności w mieście. Ponadto przeciętnie oceniono zarówno liczbę, jak i zamożność klientów. Tym samym sytuacja z punktu widzenia przedsiębiorców wydaje się być stabilna. 45,5% badanych wskazuje, że liczba klientów jest średnia (odpowiedź „ani dobrze, ani źle”). Wśród poddanych ocenie czynników relatywnie negatywnie kształtują się dwa z nich. Po pierwsze, ponad 1/3 przedsiębiorców niekorzystnie odnosi się do cen powierzchni (biur, lokali), które wynajmują. Dodatkowo 63% respondentów ocenia źle lub bardzo źle dostępność miejsc postojowych i na tle pozostałych weryfikowanych przez badanych elementów jest to największa bolączka poszczególnych obszarów z perspektywy kupców i pozostałych prowadzących działalność gospodarczą.

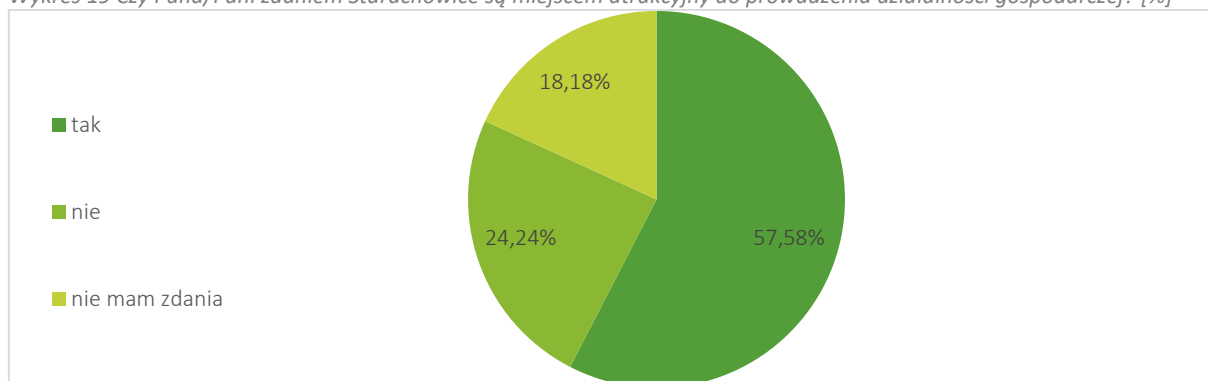
Wykres 18 Proszę ocenić kwestie związane z prowadzeniem działalności na terenie dzielnicy [%]



Źródło: badanie własne, n=33

Dla nieco ponad 57% przebadanych podmiotów gospodarczych Starachowice są miejscem atrakcyjnym do prowadzenia działalności gospodarczej. Zwraca uwagę 18% odpowiedzi „nie mam zdania” na zadane pytanie, natomiast z punktu widzenia niniejszego badania najistotniejszą grupę stanowią odpowiedzi wskazujące na problemy, które wpływają na to, że respondenci oceniali miasto jako nieatrakcyjne do prowadzenia działalności gospodarczej. Tym samym 24% grupa została poproszona o deklarację co powinno ulec zmianom, ażeby móc ocenić Starachowice pozytywnie pod kątem atrakcyjności gospodarczej. Najczęściej w tym miejscu padały odpowiedzi na temat problemów związanych z miejscami parkingowymi oraz utrudnieniami w ruchu, które generuje przejazd kolejowy blokujący płynność ruchu w mieście. Ponadto respondenci wskazywali na „biurokrację utrudniającą prowadzenie działalności gospodarczej” oraz odpływ młodych ludzi, który wpływa na ograniczenie popytu i utrwalanie tego stanu rzeczy, co jest jednoznacznie złym prognostykiem według badanych.

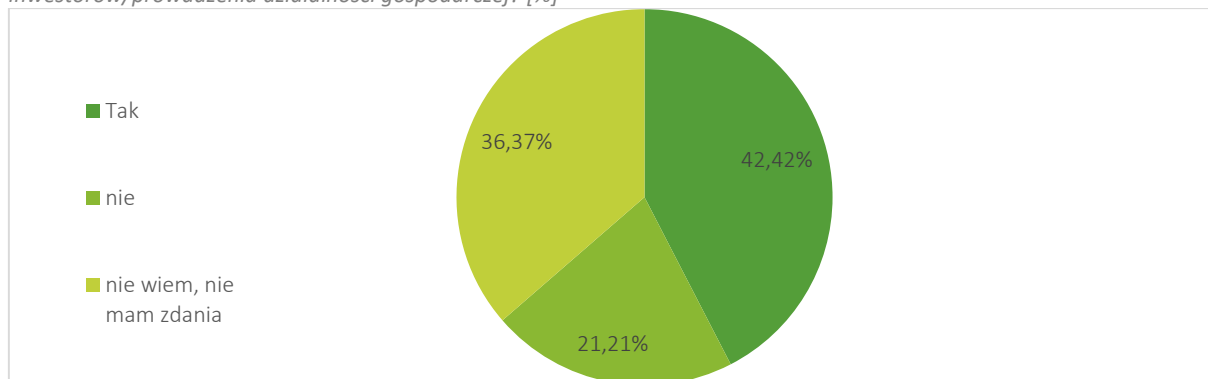
Wykres 19 Czy Pana/Pani zdaniem Starachowice są miejscem atrakcyjnym do prowadzenia działalności gospodarczej? [%]



Źródło: badanie własne, n=33

Tylko 42% badanych ocenia swój obszar (dzielnice) jako atrakcyjny z punktu widzenia prowadzenia działalności gospodarczej. W przypadku oceny Starachowic jako całego organizmu miejskiego odpowiedzi pozytywne stanowiły ponad 57%. Zatem ocena miasta była korzystniejsza od oceny poszczególnych badanych podobszarów rewitalizacji, co stanowi uzasadnienie m.in. dla trwającego procesu rewitalizacji. Co ciekawe aż 36% nie jest w stanie jednoznacznie ocenić atrakcyjności dzielnicy, na terenie której prowadzona jest ich działalność. Analogicznie jak w przypadku poprzedniego pytania poproszono respondentów negatywnie swoją dzielnicę z punktu widzenia warunków prowadzenia działalności gospodarczej o wskazanie najważniejszej rzeczy, która w tym kontekście powinna ulec zmianie. Katalog odpowiedzi przedsiębiorców koncentrował się na parkingach, konieczności remontów (wskazywano m.in. dworzec) i estetyzacji oraz braku zainteresowania ich problemami przez miasto.

Wykres 20 Czy Pana/Pani zdaniem dzielnica, w której prowadzi Pani(i) działalność gospodarczą jest miejscem atrakcyjnym dla inwestorów/prowadzenia działalności gospodarczej? [%]

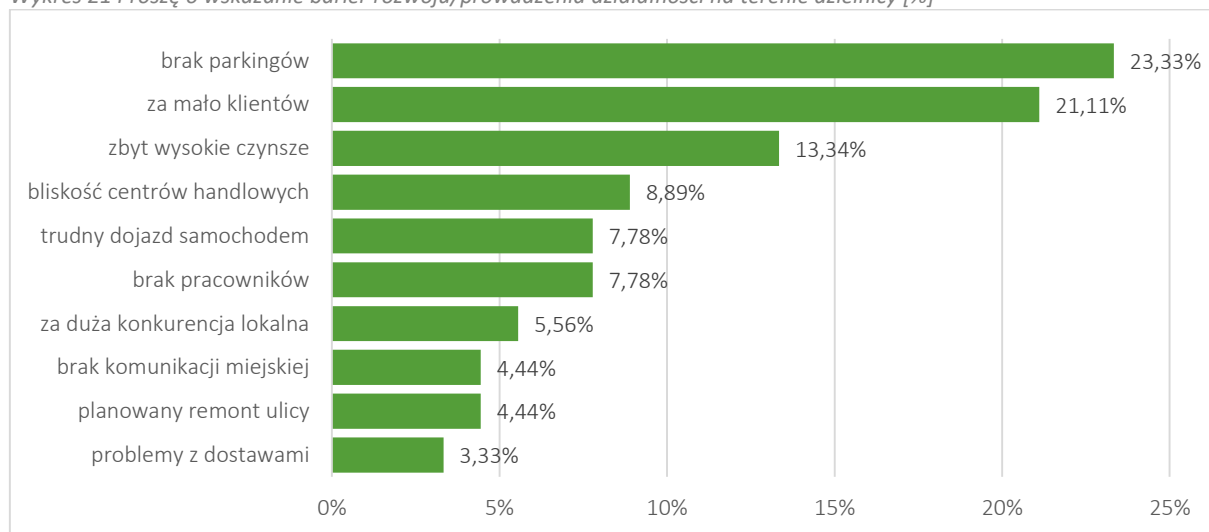


Źródło: badanie własne, n=33

Respondenci biorący udział w badaniu wskazywali najważniejsze ich zdaniem bariery związane w rowadzeniem działalności gospodarczej. Dominowała tematyka dostępności miejsc parkingowych (23%) oraz niedostatecznej liczby klientów (nieco ponad 21% wskazań). Ograniczony popyt jest

związany ze zmieniającą się strukturą demograficzną oraz dostrzeganym przez przedsiębiorców odpływem młodych starachowiczian do innych ośrodków. Warto również odnotować problem w postaci zbyt wysokich czynszów (13,3%). Wymienione aspekty są zdecydowanie najważniejsze w kontekście diagnozy potrzeb podmiotów zajmujących się usługami i handlem na poszczególnych podobszarach rewitalizacji.

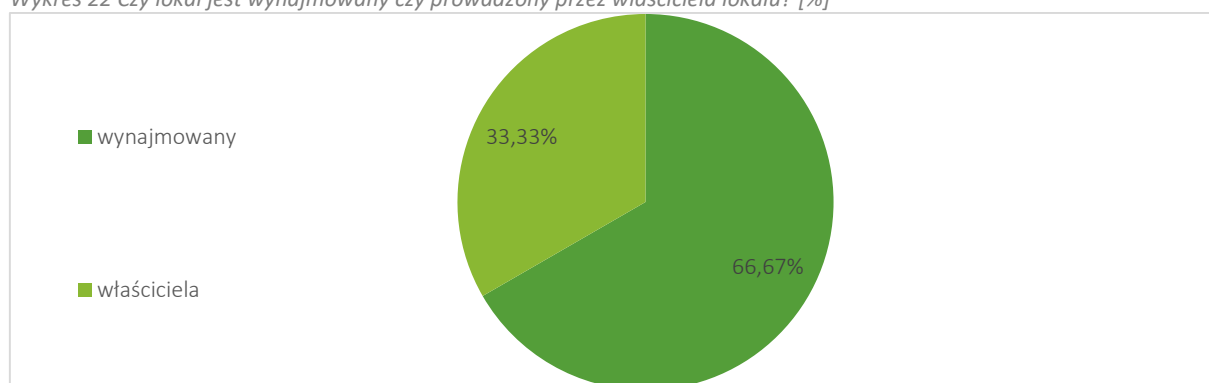
Wykres 21 Proszę o wskazanie barier rozwoju/prowadzenia działalności na terenie dzielnicy [%]



Źródło: badanie własne, n=33

2/3 lokali użytkowych, w których prowadzą działalność osoby biorące udział w badaniu jest wynajmowana. W przypadku pozostałych lokali są one użytkowane bezpośrednio przez właścicieli.

Wykres 22 Czy lokal jest wynajmowany czy prowadzony przez właściciela lokalu? [%]

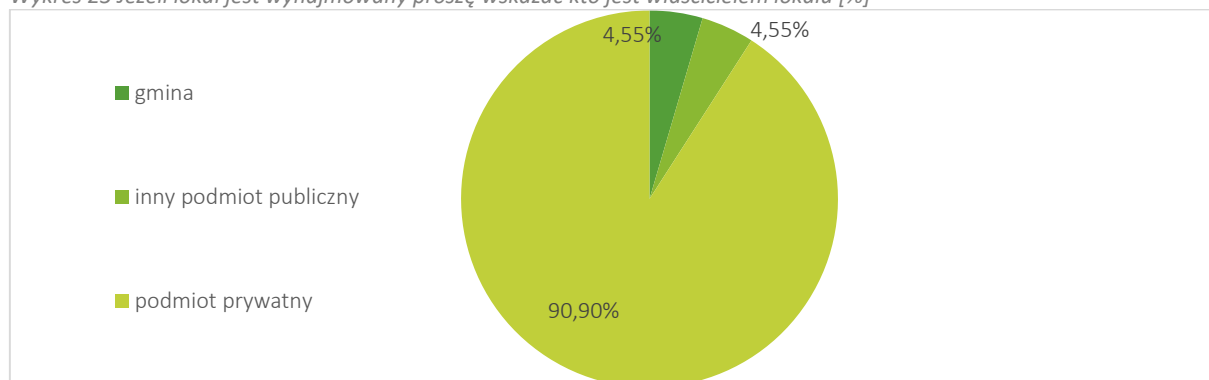


Źródło: badanie własne, n=33

Zasób, który jest wynajmowany na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczych (2/3 lokali objętych badaniem) w blisko 91% przypadków stanowi własność prywatną. Zasób publiczny jest zdecydowanie mniejszościowy (czy to gminny czy też innych podmiotów publicznych). Sytuacja zastana

nie pozwala, ogranicza możliwości prowadzenia kompleksowej polityki stymulującej przedsiębiorczość na tym terenie przez samorząd lokalny.

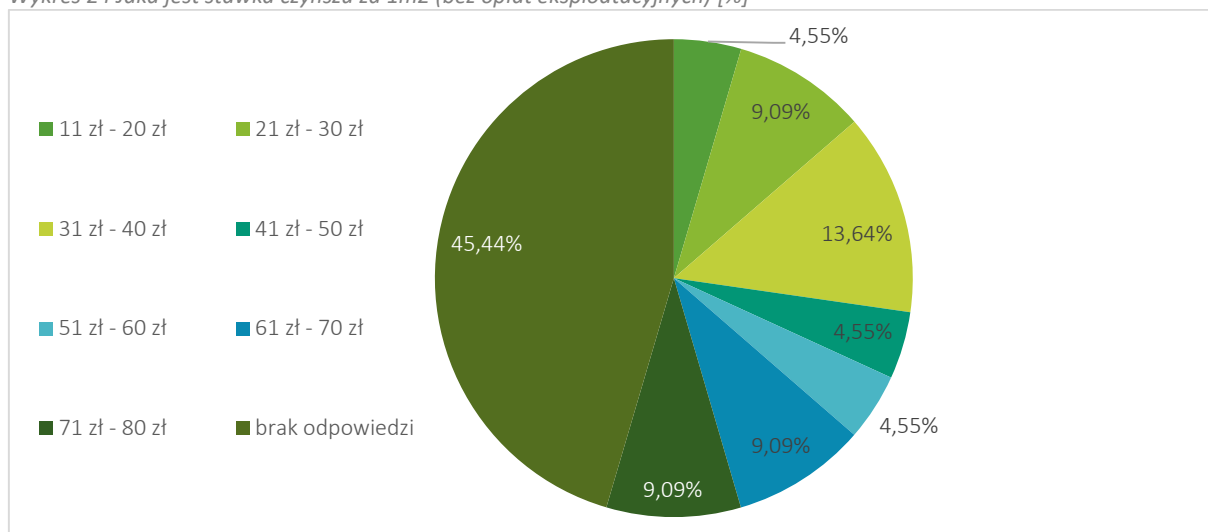
Wykres 23 Jeżeli lokal jest wynajmowany proszę wskazać kto jest właścicielem lokalu [%]



Źródło: badanie własne, n=33

Poniższy wykres ilustruje strukturę opłat czynszowych, kosztów ponoszonych bezpośrednio przez przedsiębiorców biorących udział w badaniu. Większość badanych nie zdecydowała się na udzielenie odpowiedzi na to pytanie ze względu na swoistą drażliwość tematyki finansowej. Najczęściej występująca stawka to przedział 31-40 zł za m², niemniej relatywnie mała liczba odpowiedzi nie pozwala na reprezentatywne wnioskowanie na temat kosztów związanych z prowadzeniem działalności w lokalach użytkowych na badanym terenie. Sytuacja zilustrowana na poniższym wykresie ma walor jedynie poglądowy.

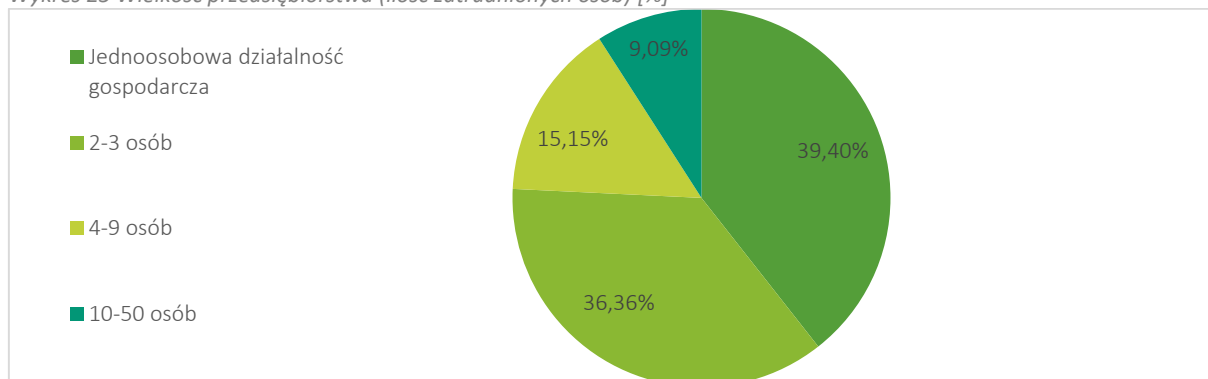
Wykres 24 Jaka jest stawka czynszu za 1m2 (bez opłat eksploatacyjnych) [%]



Źródło: badanie własne, n=33

Wśród badanych przedsiębiorstw dominowały jednoosobowe działalności gospodarcze (39%), a w dalszej kolejności zatrudniające od dwóch do trzech osób (36%). Tym samym sfera handlu i usług na badanym obszarze jest jednoznacznie zdominowana przez małe podmioty.

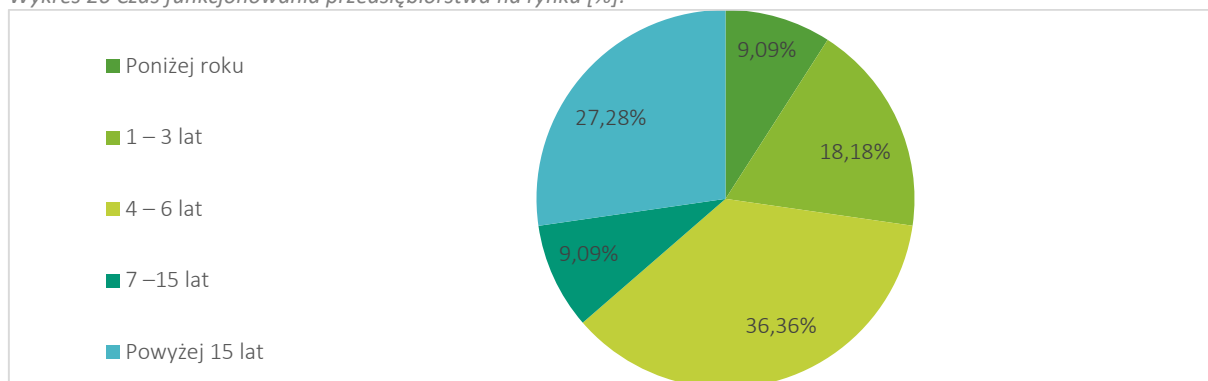
Wykres 25 Wielkość przedsiębiorstwa (ilość zatrudnionych osób) [%]



Źródło: badanie własne, n=33

Z punktu widzenia czasu funkcjonowania badanych przedsiębiorstw na rynku ponad jedna trzecia z nich działa od 4 do 6 lat. Nieco ponad ¼ prowadzi działalność powyżej 15 lat. Warto zwrócić uwagę, że odsetek nowych podmiotów (funkcjonujących poniżej roku) to niespełna 10%. Może to świadczyć o relatywnie dużym nasyceniu rynku, tudzież niedostatecznym popytem konsumenckim.

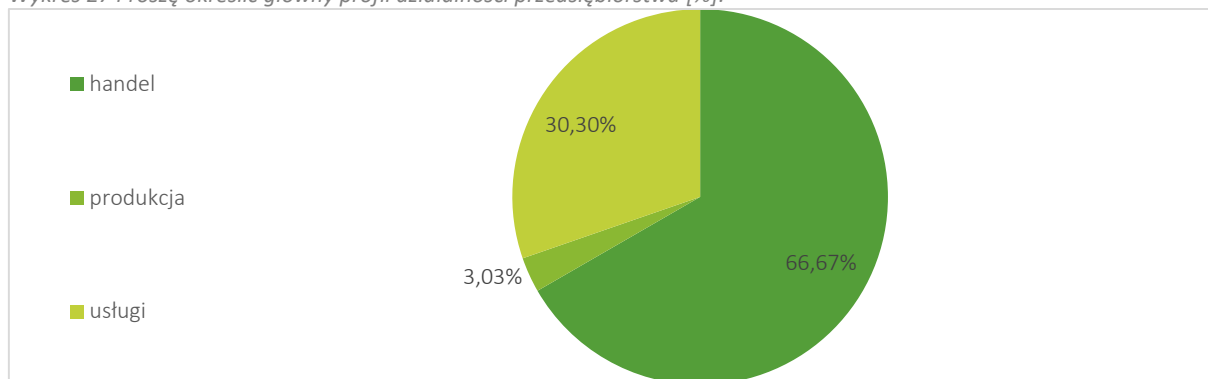
Wykres 26 Czas funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku [%]:



Źródło: badanie własne, n=33

Wśród badanych podmiotów dominują handlowe (dwie trzecie wszystkich przebadanych) i w drugiej kolejności usługowe (około 30%).

Wykres 27 Proszę określić główny profil działalności przedsiębiorstwa [%]:



Źródło: badanie własne, n=33

3.3 Wyniki badań jakościowych

W trakcie badań jakościowych przeprowadzono kilkanaście indywidualnych wywiadów pogłębionych z najemcami, właścicielami lokali użytkowych, w których jest prowadzona działalność gospodarcza, jak również właścicielami pustostanów (definiowanych jako niewykorzystana aktualnie lokale użytkowe). W kontekście celu badania przeprowadzona analiza ma na celu syntetyczne przedstawienie stanu sektora handlu i usług. W jej skład wchodzi informacje dotyczące przyczyn i źródeł aktualnego stanu rzecz, informacje na temat konsekwencji i skutków zachodzących procesów, a także możliwych rozwiązań i kierunków działań.

Każdy z czterech podobszarów został odrębnie opisany. W opisie poza wywiadami wykorzystano również przytoczone wcześniej wyniki badań ankietowych oraz badania terenowe i poparte dokumentacją fotograficzną wizje lokalne.



Ażeby powstałe opisy w kompleksowy sposób obejmowały kontekst sytuacyjny każdej części Starachowic objętej badaniem sytuacja zastana została uzupełniona charakterystyką podobszaru zaczerpniętą z Gminnego Programu Rewitalizacji dla Gminy Starachowice na lata 2016-2025.

Dolne-Wzgórze - sytuacja zastana

Dolne-Wzgórze to jednostka, którą wyróżnia szczególna koncentracja negatywnych zjawisk społecznych na obszarze rewitalizacji. To właśnie tam notowane jest najwyższe bezrobocie i najwyższy odsetek osób korzystających ze wsparcia Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej. Jednostka Dolne-Wzgórze jest również najbardziej zróżnicowana w zakresie przestrzennym na obszarze rewitalizacji.

W ramach tej jednostki można wyróżnić:

- Strefę ul. Adama Mickiewicza: zabudowa mieszkaniowa wielorodzinna wraz ze szkołą podstawową.
- Strefę ul. Zakładowej: budynki mieszkalne.
- Strefę kolonii robotniczej przy ul. Robotniczej i ul. Widok: kolonia mieszkaniowej zabudowy wielorodzinnej. Obejmuje 16 budynków powstałych w latach 1922–24.
- Strefę ul. Nadrzecznej: teren zabudowy mieszkalnej jednorodzinnej.
- Starachowice Dolne: teren związany z placem dworcowym i historycznymi traktami do niego prowadzącymi. Znajduje się tu nieczynny budynek dworca z rozległym placem ze stanowiskami komunikacji autobusowej, pierzejowa zabudowa ul. Radomskiej z handlowymi parterami, chaotyczna zabudowa pawilonów przy ul. Hutniczej. Starachowice Dolne pełnią głównie funkcje handlowo-usługowe i komunikacyjne jednak mimo bliskości SCK są ubogie w usługi wyższego rzędu.
- Strefę ul. Wielkopiecowej: strefa przestrzennie niezorganizowanego handlu i usług.

Problemy trapiące dzielnicę to usługi niskiej jakości wskazujące często na problemy społeczne przykładem takich działalności może być lombard czy też usługi hazardowe przedstawione na kolejnym zdjęciu.

Zdjęcie 1 Lombard przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 2 Usługi hazardowe i piwiarnia przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Pustostan na kolejnych zdjęciach wskazują na wygaszanie działalności gospodarczych nawet w przypadku usług, które powinny znaleźć nabywców, jak w przypadku odzieży używanej. Na kolejnym zdjęciu kolejne lokale do wynajęcia, które prezentują wzmożenie procesu upadku lokalnego handlu.

Zdjęcie 3 Pustostan przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 4 Lokale do wynajęcia przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 5 Pasaż handlowy w sąsiedztwie przejazdu kolejowego na terenie Dolnych Starachowic



Źródło: dokumentacja własna

Pozytywnym przykładem działalności nietypowej dla omawianego obszaru jest zakład zajmujący się strzyżeniem i pielęgnacją psów. Co ważne stosunkowo niskie czynsze wpływają na potencjalną atrakcyjność lokali znajdujących się na badanym terenie.

Zdjęcie 6 Lokale zagospodarowane przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Stadion - sytuacja zastana

W skład jednostki wchodzi strefy o zróżnicowanym charakterze funkcjonalno-przestrzennym:

- Strefa usługowa przy stadionie: Stadion Miejski, kryta pływalnia, dwie szkoły średnie (II LO, ZSZ nr 3) oraz opuszczony budynek szpitala (z 1939 r.).
- Strefa osiedla przy ul. Radomskiej: wielorodzinna zabudowa mieszkaniowa.
- Strefa Kolonii Urzędniczej: zabudowa mieszkaniowa oraz zabytkowy przedwojenny budynek Willi Dyrektora Zakładów Starachowickich, potocznie zwany „Pałacikiem”.
- Strefa Małej Kolonii Urzędniczej: jedna z najstarszych kolonii mieszkaniowych w Polsce, wybudowana w idei „miasta ogrodów”. Na terenie strefy znajdują się pojedyncze obiekty usługowe.
- Strefa osiedla Harcerska: mieszkalna zabudowa wielorodzinna wzdłuż ul. Szkolnej, Harcerskiej, Konstytucji 3 Maja i Oświatowej. Na tym obszarze znajduje się przedwojenna willa dyrektora Lasów Starachowickich, obecnie użytkowana przez Hufiec ZHP.
- Strefa usługowa przy ul. Bankowej: obiekty usługowe.

Strefa handlowo usługowa na terenie osiedla (w jego części mieszkaniowej) koncentruje się wokół Galerii Panorama i Hotelu Senator. Warto podkreślić, że nasycenie usługami w opiniach respondentów jest odpowiednie. Warto zwrócić również uwagę na puste lokale we wspomnianej galerii handlowej.

Zdjęcie 7 Galeria Panorama widok z zewnątrz



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 8 Wolny lokal do wynajęcia w Galerii Panorama



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 9 Usługi i handel w okolicach ulicy Konstytucji 3 Maja



Źródło: dokumentacja własna

Przy ulicy Robotniczej znajduje się sporo punktów handlowych i usługowych korzystających z tranzytowego charakteru i przebiegu samej ulicy. Zwraca uwagę duże zróżnicowanie dostępnych punktów począwszy od handlu naręcznego, poprzez tradycyjne co raz rzadziej obecne w przestrzeni kioski ruchu, a skończywszy na klasycznych dyskontach i marketach.

Zdjęcie 10 Ulica Robotnicza



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 11 Kiosk przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 12 6. Handel naręczny przy ulicy Robotniczej



Źródło: dokumentacja własna

Majówka - sytuacja zastana

W ramach jednostki można wyodrębnić następujące strefy:

- Strefa ul. 8 Maja: zabudowa jednorodzinna po północnej stronie ulicy.
- Strefa ul. 8 Maja – osiedle spółdzielcze: obszar zabudowy mieszkalnej wielorodzinnej.
- Strefa osiedla Majówka – cz. północna: budynki wielorodzinne. W strefie tej znajduje się Przedszkole Miejskie nr 2 oraz siedziba MOPS i STBS.
- Strefa osiedla Majówka – cz. południowa: pierwsze powojenne osiedle mieszkaniowe.
- Strefa przy skarpie: na terenie strefy położone są budynki Sądu Rejonowego i powiatowego Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego. Na tym terenie zaplanowano w latach 50. XX w. centralny plac miasta, przy którym miały być zlokalizowane najważniejsze budynki publiczne rozwijającego się „miasta przemysłowego”, w tym ratusz.
- Strefa usługowa przy al. Armii Krajowej: usługi publiczne (m.in. policja i straż pożarna).

Z punktu widzenia majówki kluczowe znaczenie ma potencjał usługowy terenu sąsiadującego z sądem. Aktualnie jest on swoista monokulturą różnych usług prawnych niemniej ma walory miejsca reprezentacyjnego i potencjał do oddziaływania w szerszy sposób na tkankę miejską. Szczególnie zwraca uwagę niezagospodarowany plan obok budynku sądu.

Zdjęcie 13 Sąd Rejonowy w dzielnicy Majówka



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 14 Niezagospodarowany plac i parking przy Sądzie Rejonowym



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 15 Usługi specjalistyczne przy ulicy Stanisława Staszica



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 16 Widok na oś ulicy Lipowej



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 17 5. Punkty usługowe przy ulicy Lipowej



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 18 Pasaż handlowo-usługowy na osiedlu Majówka



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 19 Kiosk przy ulicy Lipowej



Źródło: dokumentacja własna

Wierzbnik - sytuacja zastana

W ramach jednostki można wyodrębnić następujące strefy:

- Strefa wschodnia: osią tej strefy jest historyczny trakt łączący funkcjonujące niegdyś (1624-1939) miasteczko Wierzbnik z osadą fabryczną Starachowice. Dominuje tu zabudowa dwukondygnacyjna z usługami zlokalizowanymi w parterach.
- Strefa zachodnia: obszar związany z głównym placem Wierzbnika – Rynkiem oraz uliczkami od niego odchodzącymi.
- Strefa usługowa: targowisko miejskie z trzema budynkami handlowymi.
- Strefa usługowa – północna: obiekty użyteczności publicznej.

Z punktu widzenia analizy warto skupić się na wątku związanym z strukturą branż oraz estetyką badanej okolicy. Warto zwrócić uwagę na działalności, które nie mają reprezentacyjnego charakteru, a których nasycenie ilustruje sytuację na terenie Wierzbnika, w szczególności jego rynku. Do tego typu miejsc należy zaliczyć m.in. sklepy z odzieżą używaną, lombardy, usługi hazardowe.

Zdjęcie 20 Sklep z odzieżą używaną



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 21 Lombard w rynku w Wierzbniku



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 22 Usługi hazardowe 1



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 23 Usługi hazardowe 2



Źródło: dokumentacja własna

Poza działalnościami o niskiej jakości i mało reprezentatywnym charakterze postępuje proces „zawłaszczania” przestrzeni publicznej przez banki i usługi finansowe co zobrazowano na kolejnych fotografiach.

Zdjęcie 24 Banki w Wierzbniku



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 25 Usługi finansowe



Źródło: dokumentacja własna

Wspominane usługi o niskiej jakości są uzupełnione punktami gastronomicznym z tzw. fast foodami. Ich liczba przewyższa ofertę restauracyjną. Ten aspekt również wpływa na stosunkowo niską atrakcyjność okolic rynku w Wierzbniku. Poniżej przedstawiono kilka przykładowych zidentyfikowanych punktów.

Zdjęcie 26 Punkt gastronomiczny 1



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 27 Punkt gastronomiczny 2 i 3



Źródło: dokumentacja własna

Warto zwrócić uwagę na miejsca o centrotwórczym charakterze. Do takich należą chociażby księgarnia ze zróżnicowaną ofertą nastawioną również na tytuły odnoszące się do lokalnego dziedzictwa czy też kwiaciarnie.

Zdjęcie 28 Witryna księgarni w Wierzbniku



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 29 Starachowickie kwiaciarnie



Źródło: dokumentacja własna

Ostatnim aspektem istotnym w kontekście analizy sytuacji gospodarczej na terenie Wierzbnika jest jego zagospodarowanie oraz estetyka. Mimo podjętych działań w ramach modernizacji rynku pozostaje w dalszym ciągu wiele do zrobienia. Warto podkreślić, że estetyzacja tej przestrzeni to kluczowy aspekt tworzenia / budowania marki Wierzbnika jako miejsca handlu i usług swoistej galerii pod chmurką.

Zdjęcie 30 Widok na rynek z góry



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 31 Rynek w Wierzbniku



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 32 Niekompletność zabudowy – widok z rynku na Kościół Rzymskokatolicki pw. Świętej Trójcy i Galerię Kamienną



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 33 Luki w zabudowie i stan techniczny kamienic



Źródło: dokumentacja własna

Zdjęcie 34 Przykładowa elewacja kamienicy w Rynku



Źródło: dokumentacja własna

4. Inwentaryzacja lokali użytkowych na obszarze rewitalizacji

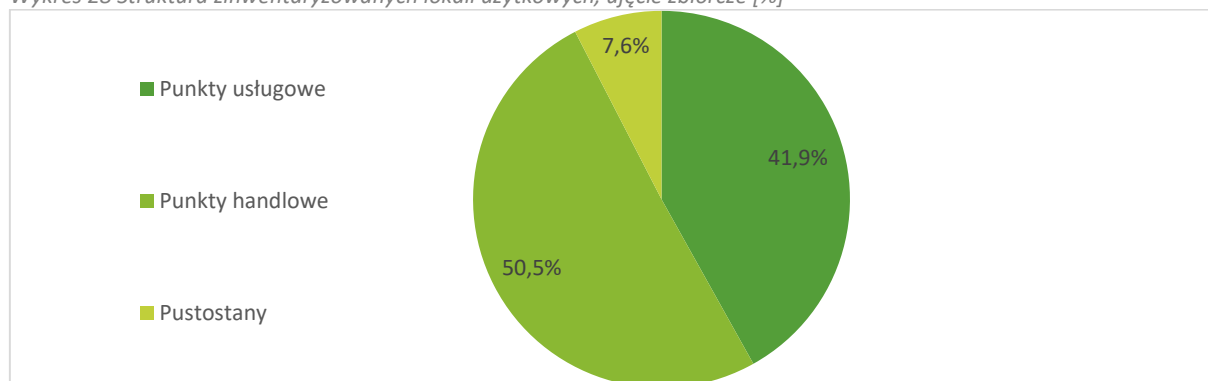
W ramach analizy poza badaniami społecznym opisanymi w poprzednim rozdziale zrealizowano spis z natury lokali użytkowych. Dzięki temu działaniu można poznać skalę nasycenia każdego z obszarów punktami handlowymi oraz usługowymi, jak również wskazać na liczbę zidentyfikowanych pustostanów. Dla szerszego zilustrowania, pokazania tła każdego z badanych obszarów każdorazowo struktura rozdziałów obejmuje następujące dane:

1. Informacja na temat zasięgu terytorialnego danego obszaru wraz z zestawieniem ulic i schematyczną mapką.
2. Statystyki z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG) opisujący aktualny stan prawny zidentyfikowanych lokali.
3. Wyniki inwentaryzacji, spisu z natury punktów handlowych i usługowych skatalogowanych w terenie, również w zakresie nie funkcjonujących lokali użytkowych (tzw. pustostanów).

Informacja wprowadzająca

W ramach inwentaryzacji łącznie 475 lokali użytkowych. Z czego punkty handlowe to 240 miejsc, usługowe 199, a pustostany to 36 lokalizacji. Poniżej na wykresie przedstawiono udział poszczególnych lokali użytkowych zinwentaryzowanych w trakcie spisu z natury.

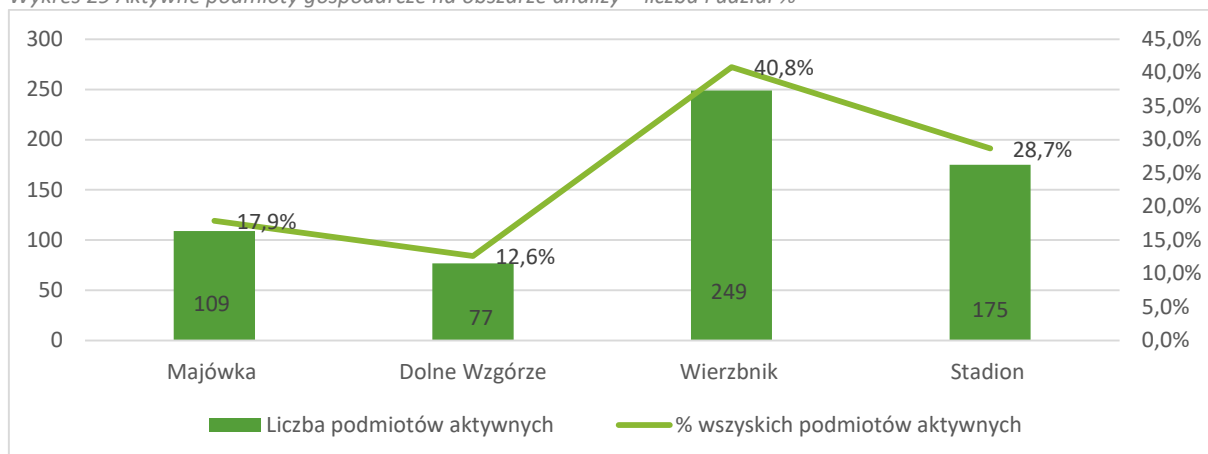
Wykres 28 Struktura zinwentaryzowanych lokali użytkowych, ujęcie zbiorcze [%]



Źródło: badanie własne, n=475; stan na wrzesień 2019

Warto skonfrontować powyższe wyniki z danymi umieszczonymi w CEIDG. Według pozyskanych danych na, łącznie na czterech badanych podobszarach rewitalizacji znajduje się 610 aktywnych podmiotów gospodarczych (szczegółowe statystyki w zakresie danych pozyskanych z CEIDG są opracowane dla każdego obszaru odrębnie w dalszej części tekstu). Poniżej przedstawiono dane w formie zbiorczej.

Wykres 29 Aktywne podmioty gospodarcze na obszarze analizy – liczba i udział %



Źródło: opracowanie własne na bazie danych z CEIDG

Zestawiając dane inwentaryzacyjne oraz te umieszczone w CEIDG, należy podkreślić, że blisko 78% wszystkich aktywnych przedsiębiorstw (firm) funkcjonuje i jest obecna w przestrzeni publicznej. Pozostała część niespełna jedna czwarta to podmioty, które nie mają centrotwórczego ani miastotwórczego charakteru, najczęściej są to widniejące w ewidencji jednoosobowe działalności gospodarcze nie wpływające na pejzaż dostępnych w mieście usług i sfery handlu. Dodatkowo należy podkreślić stosunkową niską liczbę lokali użytkowych definiowanych jako pustostany.

4.1 Dolne - Wzgórze

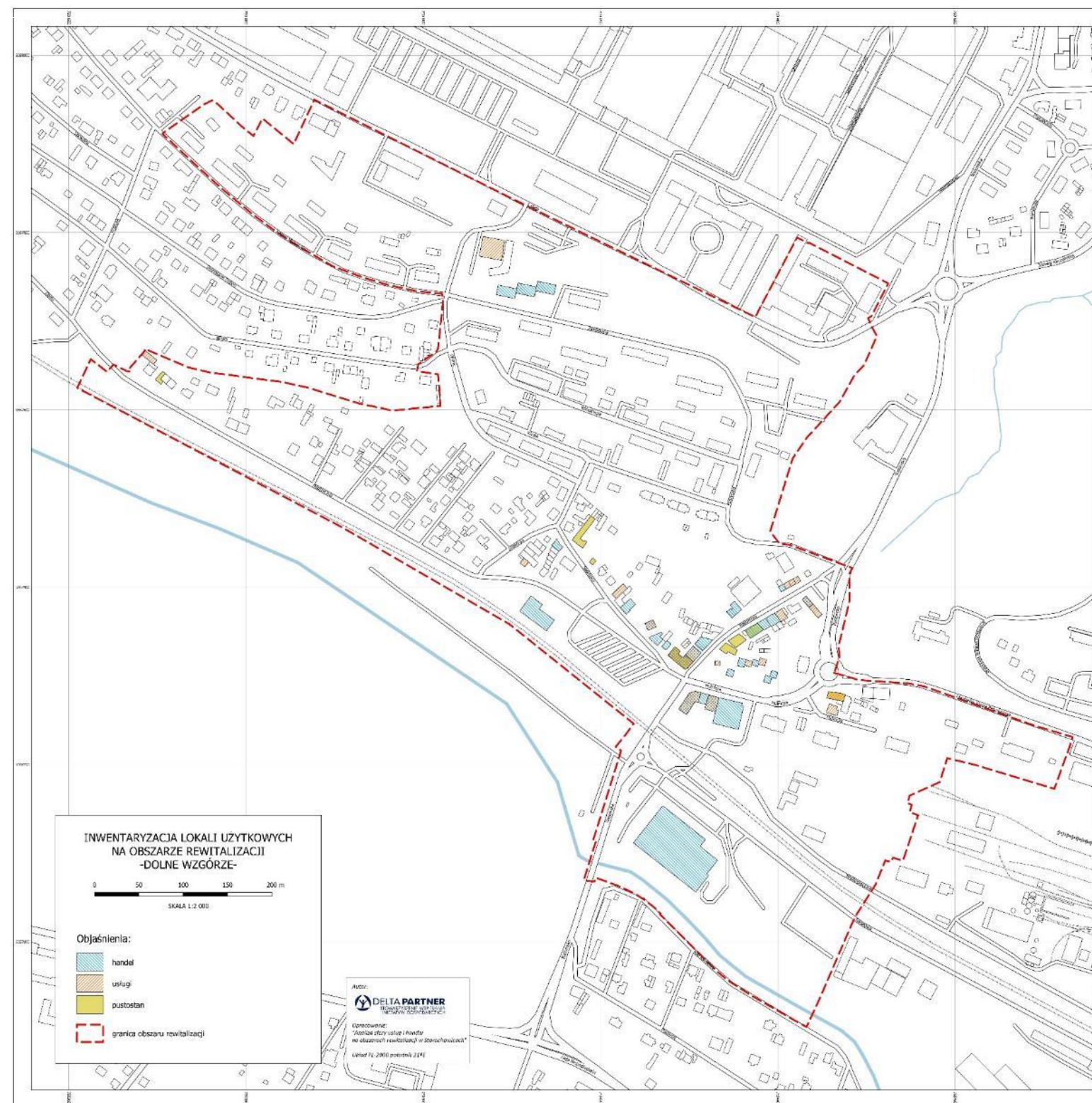
Zasięg terytorialny dla obszaru Dolne Wzgórze:

Tabela 3 Zasięg dzielnicy Dolne Wzgórze objętego inwentaryzacją

Zestawienie ulic	
ul. Fabryczna	ul. Sportowa
ul. Hutnicza	ul. Widok
ul. Marszałka Piłsudskiego 142	ul. Wielkopieczowa
ul. Radomska 7-21 /nieparzyste/	ul. Nadrzeczna
ul. Radomska 12-26 /parzyste/	ul. Adama Mickiewicza
ul. Robotnicza	ul. Zakładowa

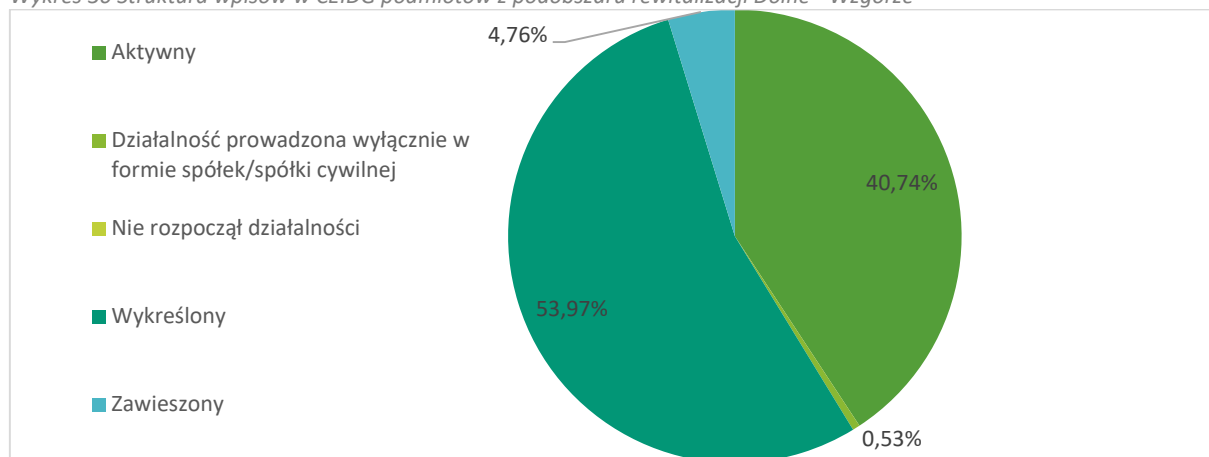
Źródło: opracowanie własne

Grafika obrazuje granice terenu objęte analizą wraz z wyszczególnieniem poszczególnych ulic wchodzących w jego skład



Według CEIDG na terenie Dolne – Wzgórze zidentyfikowano łącznie 189 podmiotów, spośród których blisko 41% jest aktywnych (77 podmiotów).

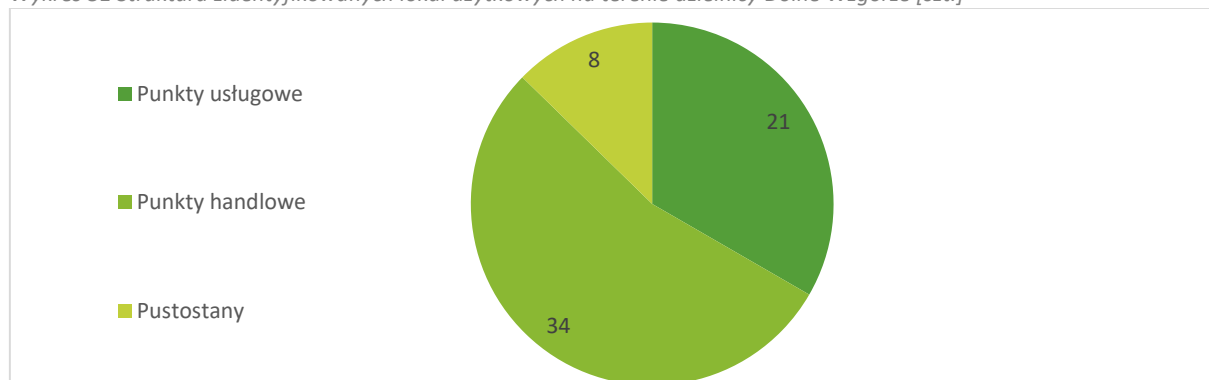
Wykres 30 Struktura wpisów w CEIDG podmiotów z podobszaru rewitalizacji Dolne - Wzgórze



Źródło: UM Starachowice, n=189

Spis z natury identyfikuje 55 lokali użytkowych, w których jest prowadzona działalność gospodarcza na podobszarze rewitalizacji Dolne-Wzgórze. Wśród nich dominują te o charakterze handlowym. Tym samym odnosząc wyniki przeprowadzonej inwentaryzacji oraz wpisów widniejących w CEIDG to działalności widoczne w przestrzeni publicznej stanowią około 76,5%.

Wykres 31 Struktura zidentyfikowanych lokai użytkowych na terenie dzielnicy Dolne Wzgórze [szt.]



Źródło: badanie własne, n=63

4.2 Wierzbnik

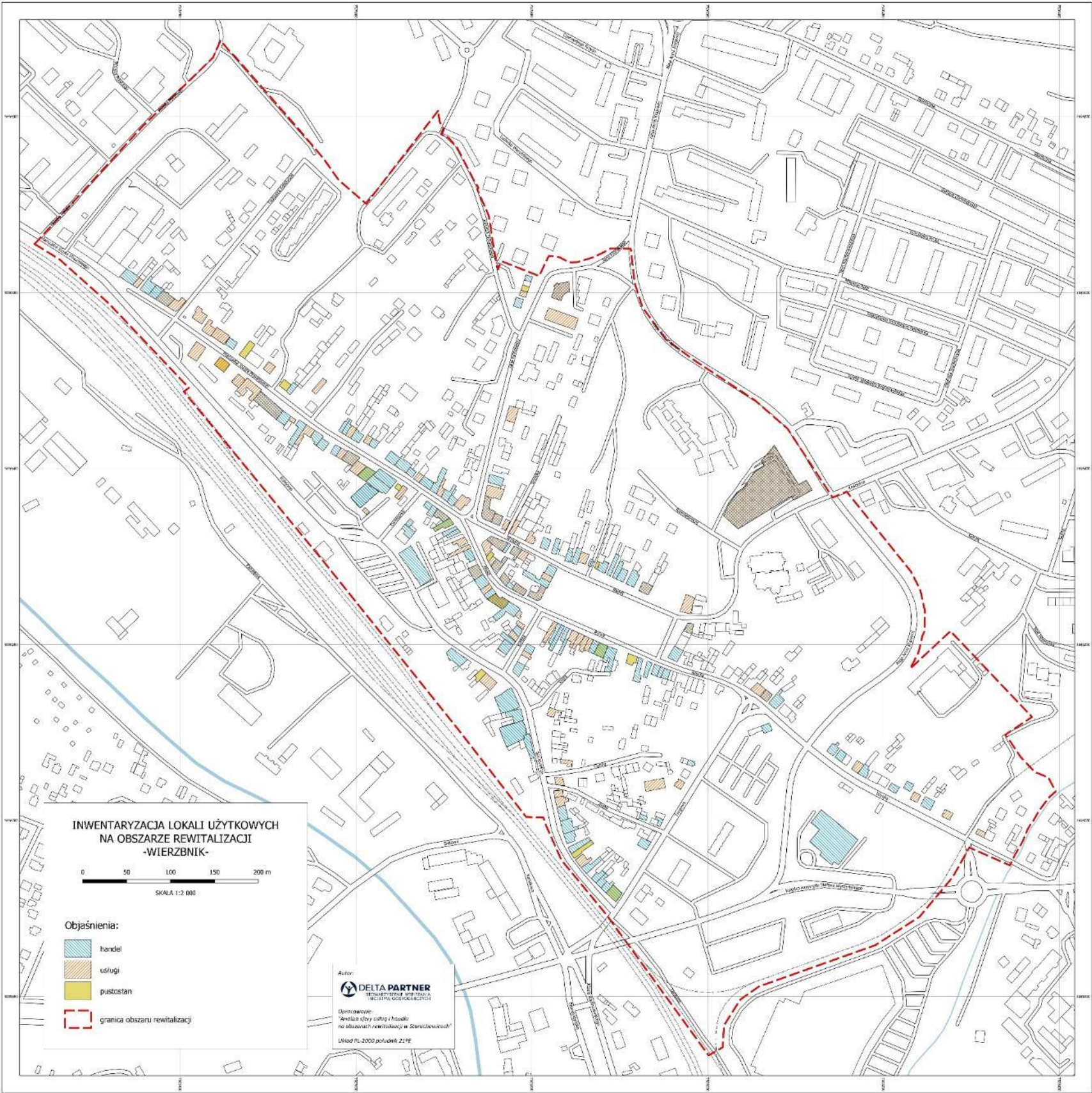
Zasięg terytorialny dla obszaru Wierzbnik został przedstawiony w poniższej tabeli.

Tabela 4 Zasięg dzielnicy Wierzbnik objętej inwentaryzacją

Zestawienie ulic	
Aleja Armii Krajowej 1-1b	ul. Kręta
ul. Ciasna	ul. Krótka
ul. Dworcowa	ul. Marszałka Piłsudskiego 2-74 oraz 104 /parzyste/
ul. Iłżecka 1-25 /nieparzyste/	ul. Marszałka Piłsudskiego 1-101 /nieparzyste/
ul. Iłżecka 2-44 /parzyste/	ul. Niska
ul. Jasna	Plac Rynek
ul. Jana Kilińskiego	ul. Rzemieślnicza
ul. Kolejowa	ul. Juliusza Słowackiego
ul. Kościelna 1-9 /nieparzyste/	ul. Spółdzielcza
ul. Kościelna 2-12 /parzyste/	ul. Targowa
ul. Tadeusza Kościuszki	ul. Wysoka

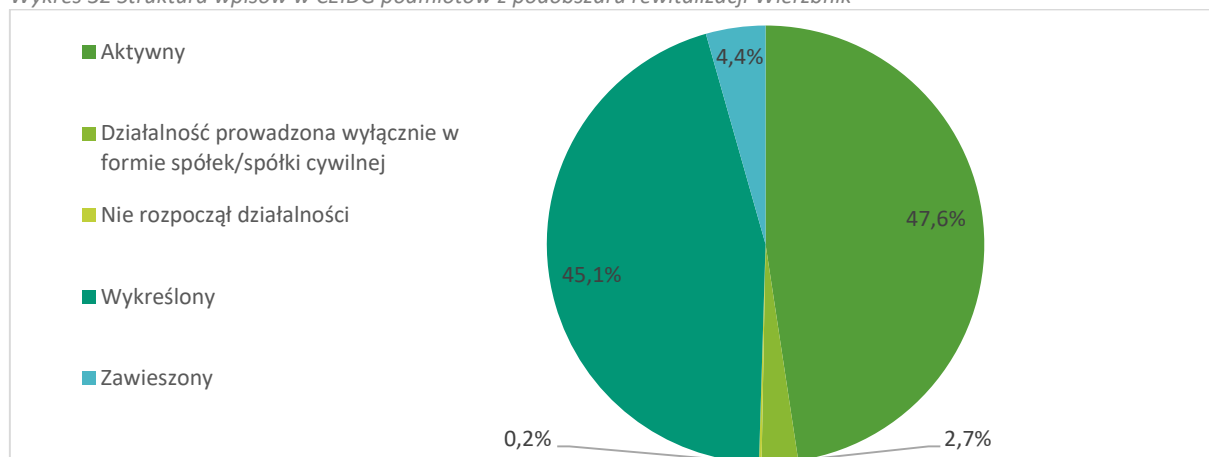
Źródło: opracowanie własne

Grafika obrazuje granice terenu objęte analizą wraz w wyszczególnieniem poszczególnych ulic wchodzących w jego skład



Według CEIDG na terenie Wierzbnika zidentyfikowano łącznie 523 podmiotów, spośród których blisko 48% jest aktywnych (249 podmiotów).

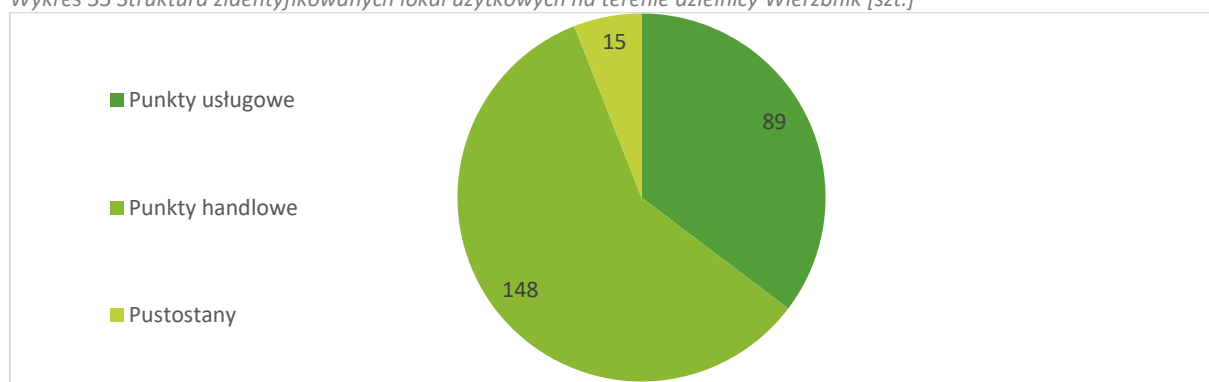
Wykres 32 Struktura wpisów w CEIDG podmiotów z podobszaru rewitalizacji Wierzbnik



Źródło: UM Starachowice, n=523

Spis z natury identyfikuje 237 lokali użytkowych, w których jest prowadzona działalność gospodarcza na podobszarze rewitalizacji Dolne-Wzgórze. Wśród nich dominują te o charakterze handlowym (blisko 63%). Tym samym odnosząc wyniki przeprowadzonej inwentaryzacji oraz wpisów widniejących w CEIDG to działalności widoczne w przestrzeni publicznej stanowią ponad 95% wszystkich zarejestrowanych. Tym samym Wierzbnik jako obszar o historycznych cechach miejskich i handlowych, posiadający rynek w najwyższym stopniu charakteryzuje się punktami handlowymi i usługowymi skierowanymi do mieszkańców. Wskazuje to silnie na miastotwórcze funkcje badanego obszaru.

Wykres 33 Struktura zidentyfikowanych lokai użytkowych na terenie dzielnicy Wierzbnik [szt.]



Źródło: badania własne, n=252

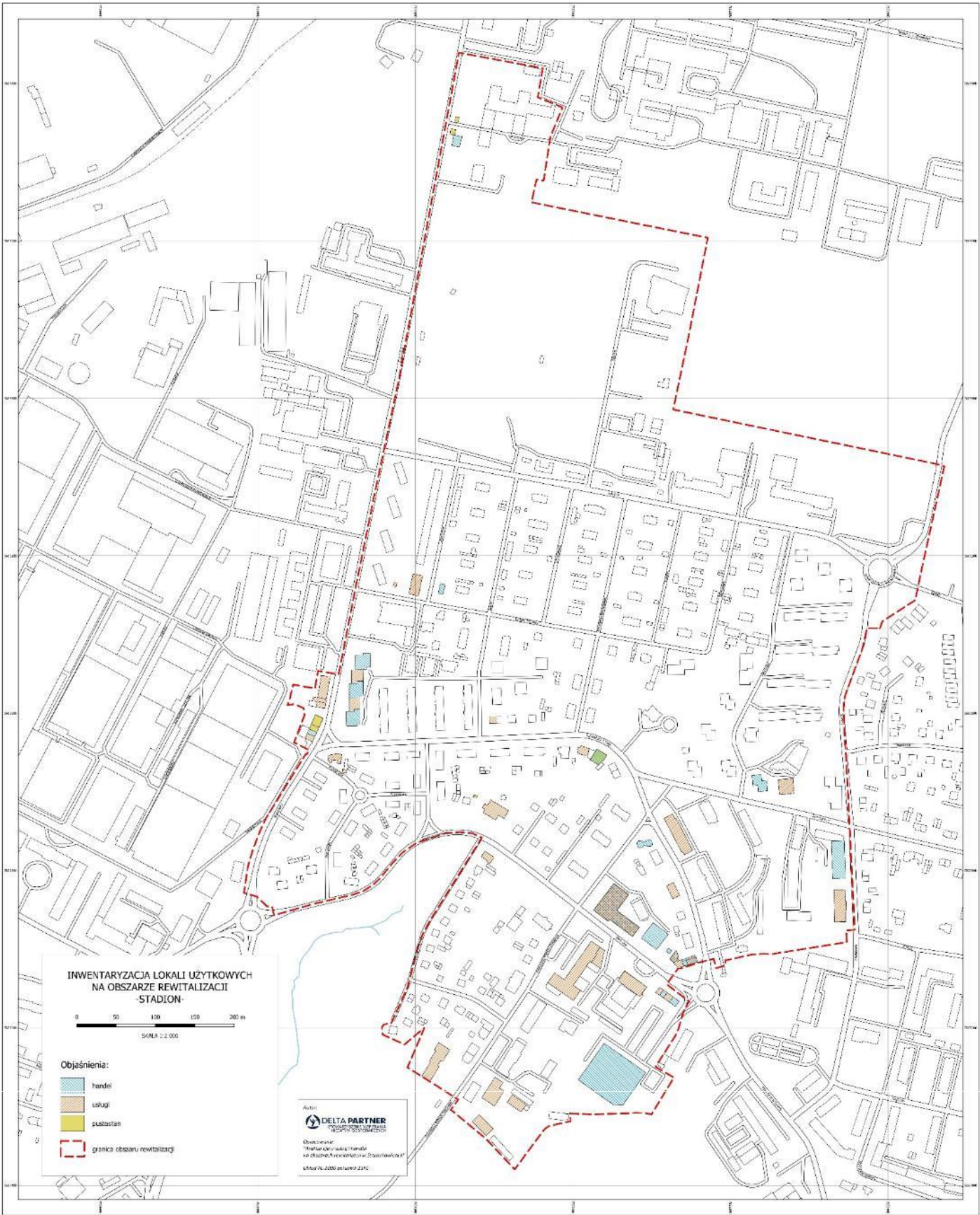
4.3 Stadion

Zasięg terytorialny dla obszaru Stadion został przedstawiony w poniższej tabeli.

Tabela 5 Zasięg dzielnicy Stadion objętej inwentaryzacją

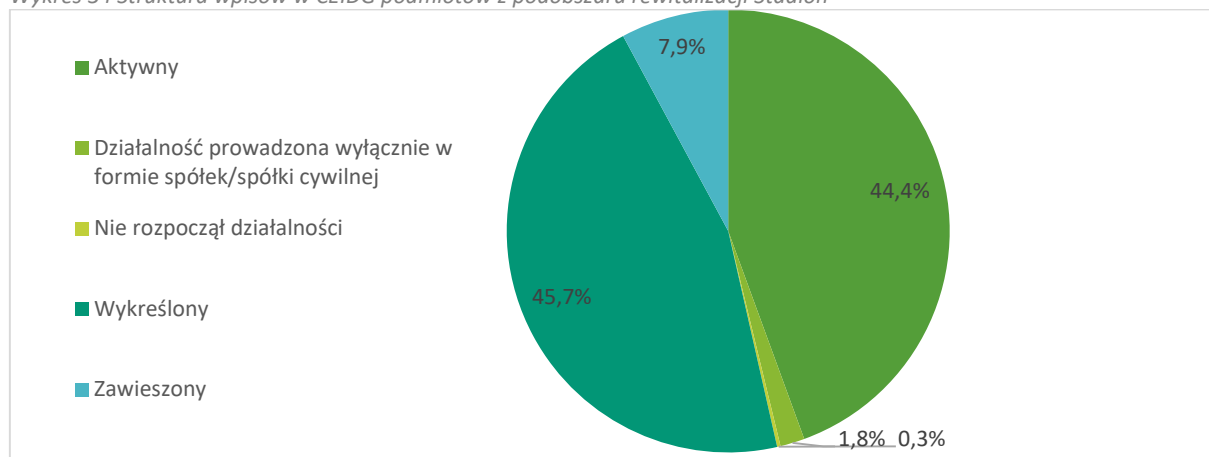
Zestawienie ulic
ul. Batalionów Chłopskich
ul. Bohaterów Westerplatte
ul. Fryderyka Chopina
ul. Harcerska
ul. Tadeusza Krywki 1-17 /nieparzyste/ - obecnie ul. Rotmistrza Witolda Pileckiego
ul. Tadeusza Krywki 10-18 /parzyste/ - obecnie ul. Rotmistrza Witolda Pileckiego
ul. Józefa Krzosa 2-8 /parzyste/ - obecnie ul. Jadwigi Kaczyńskiej oraz ul. Bankowa
ul. Józefa Krzosa 1-21 /nieparzyste/ - obecnie ul. Jadwigi Kaczyńskiej oraz ul. Bankowa
ul. Konstytucji 3 Maja 14-18 /parzyste/
ul. Parkowa
ul. Poprzeczna
ul. Poznańska
ul. Radomska 34 do granic miasta /parzyste/
ul. Radomska 23 do granic miasta /nieparzyste/
ul. Spacerowa
ul. Szkolna
ul. Śląska
ul. Św. Barbary
ul. Warszawska
ul. XX-lecia – obecnie ul. Licealna
ul. Zachodnia

Źródło: opracowanie własne



Według CEIDG na podobszarze rewitalizacji Stadion zidentyfikowano łącznie 394 podmioty, spośród których blisko 45% jest aktywnych (175 podmiotów).

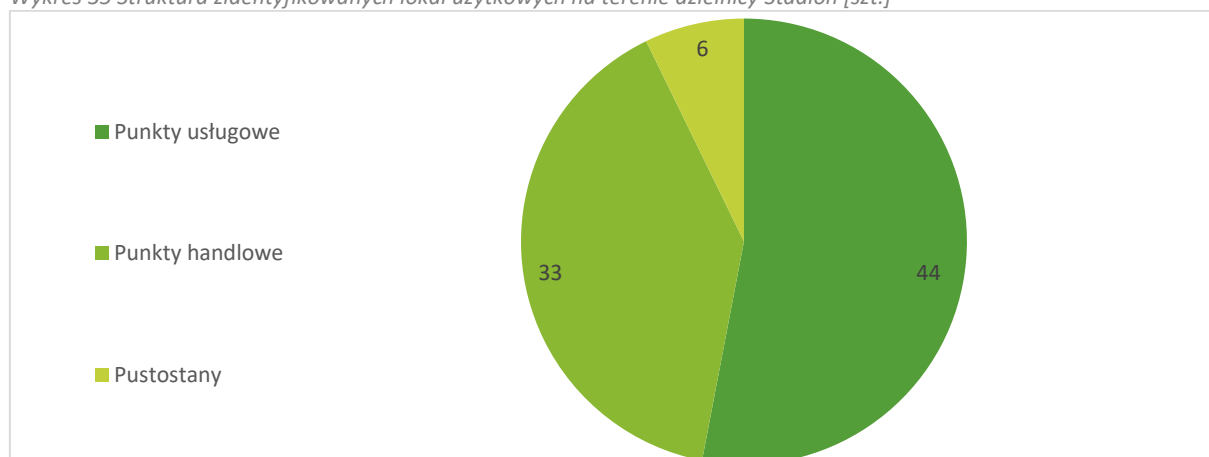
Wykres 34 Struktura wpisów w CEIDG podmiotów z podobszaru rewitalizacji Stadion



Źródło: UM Starachowice, n=394

Spis z natury identyfikuje 77 lokali użytkowych, w których jest prowadzona działalność gospodarcza na podobszarze rewitalizacji Stadion. Wśród nich dominują te o charakterze usługowym (w przeciwieństwo do Wierzbnika oraz Dolnego-Wzgórza). Tym samym odnosząc wyniki przeprowadzonej inwentaryzacji oraz wpisów widniejących w CEIDG to działalności widoczne w przestrzeni publicznej stanowią tylko 44% wszystkich widniejących w rejestrze.

Wykres 35 Struktura zidentyfikowanych lokai użytkowych na terenie dzielnicy Stadion [szt.]



Źródło: badania własne, n=83

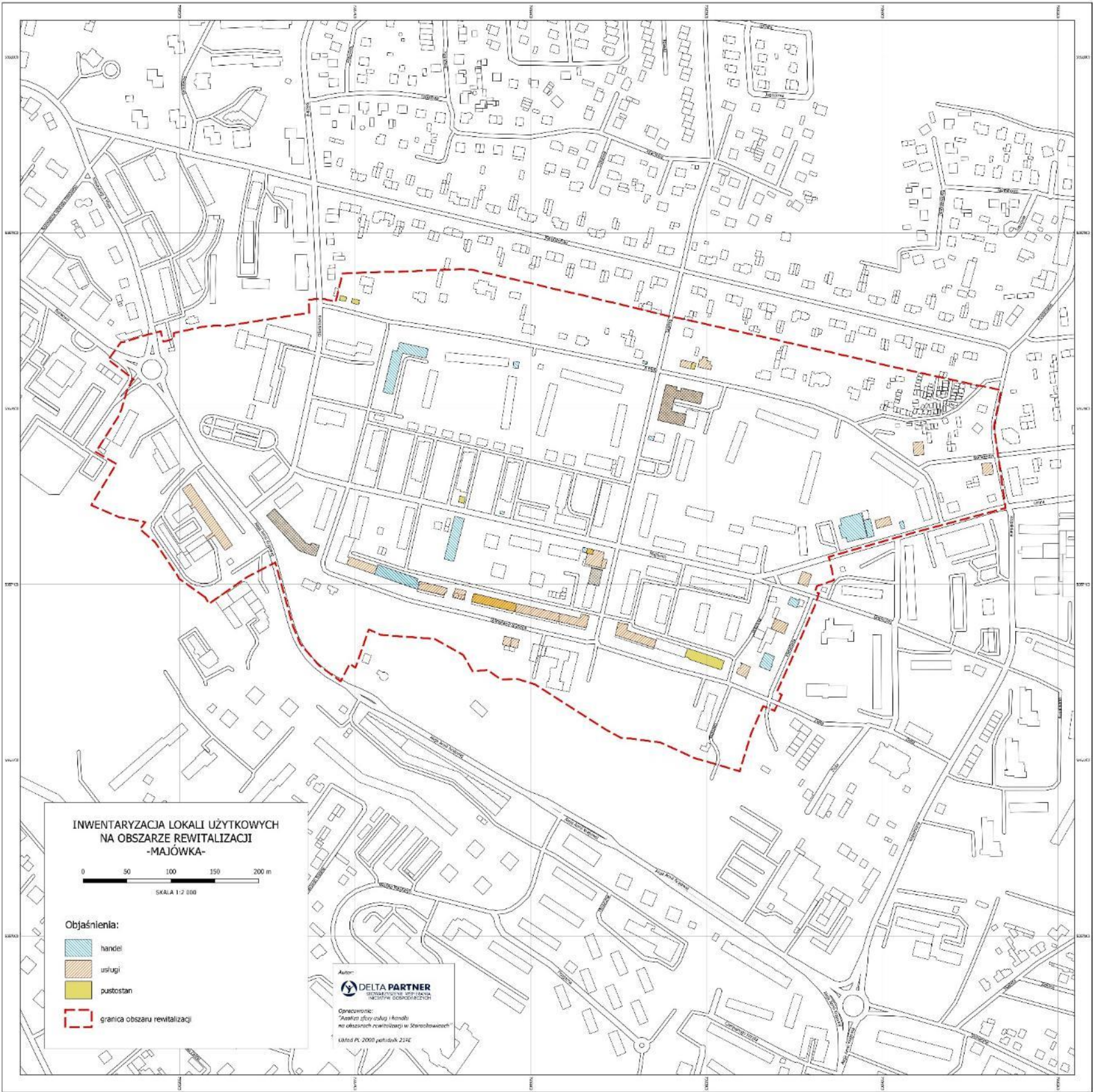
4.4 Majówka

Zasięg terytorialny dla obszaru Majówka został przedstawiony w poniższej tabeli.

Tabela 6 Zasięg dzielnicy Stadion objętej inwentaryzacją

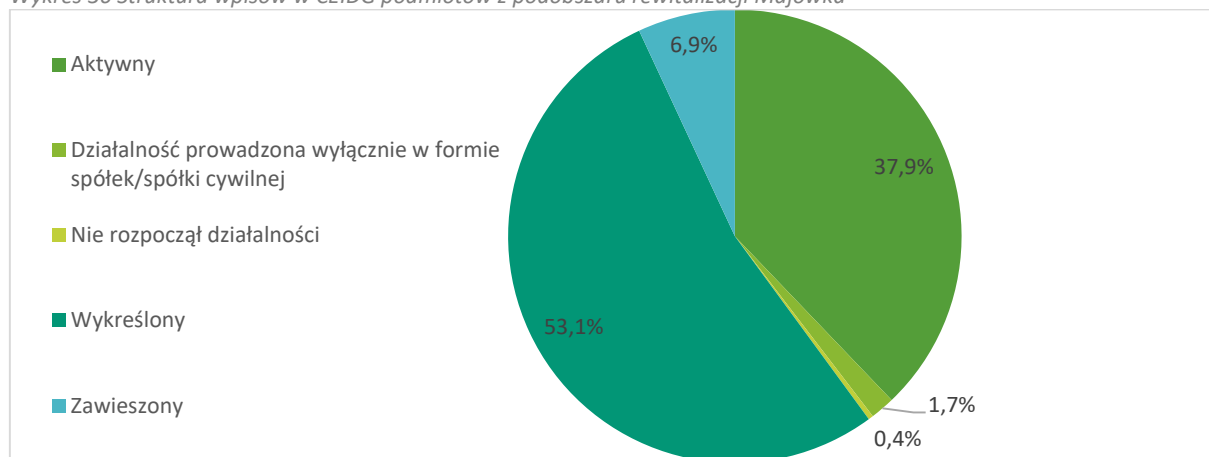
Zestawienie ulic
ul. 9 maja – obecnie ul. Młyny
ul. Brzozowa
ul. Lipowa /parzyste/ 44-50
ul. Lipowa /nieparzyste/ 29-33
ul. Majówka
ul. Miedziana
ul. Mokra
ul. Jana Mrozowskiego – obecnie ul. Oświatowa
ul. Srebrna
ul. Stanisława Staszica

Źródło: opracowanie własne



Według CEIDG na podobszarze rewitalizacji Majówka zidentyfikowano łącznie 288 podmiotów, spośród których blisko 38% jest aktywnych (109 podmiotów).

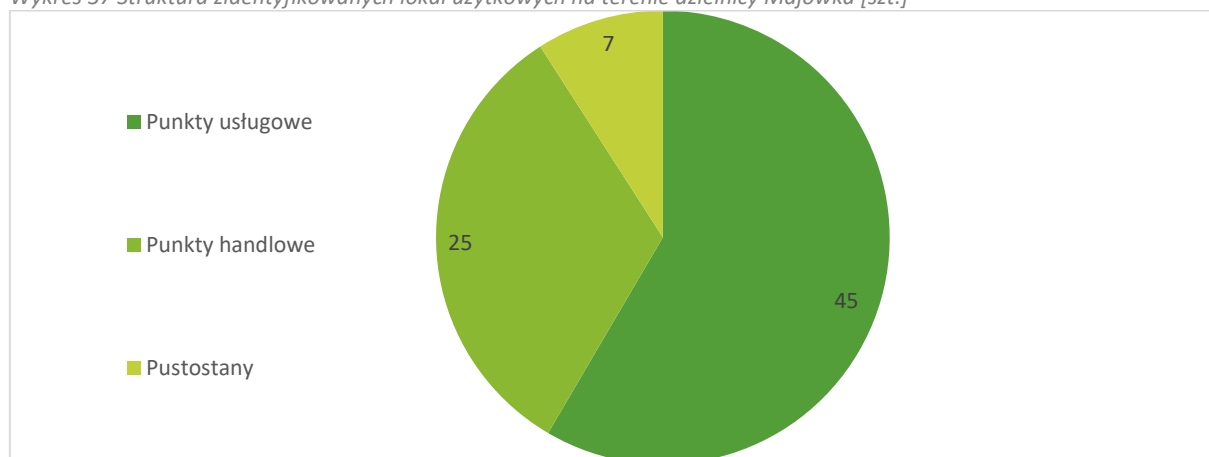
Wykres 36 Struktura wpisów w CEIDG podmiotów z podobszaru rewitalizacji Majówka



Źródło: UM Starachowice, n=288

Spis z natury identyfikuje 70 lokali użytkowych, w których jest prowadzona działalność gospodarcza na podobszarze rewitalizacji Majówka. Wśród nich dominują te o charakterze usługowym (podobnie jak w przypadku podobszaru Stadion, a w przeciwieństwo do Wierzbnika oraz Dolnego-Wzgórza). Tym samym odnosząc wyniki przeprowadzonej inwentaryzacji oraz wpisów widniejących w CEIDG to działalności widoczne w przestrzeni publicznej stanowią blisko 65% wszystkich widniejących w rejestrze.

Wykres 37 Struktura zidentyfikowanych lokai użytkowych na terenie dzielnicy Majówka [szt.]



Źródło: badania własne, n=77

5. Podsumowanie analizy

Refleksje i uwagi horyzontalne

1. Z punktu widzenia analizy historycznej na terenie badanych podobszarów rewitalizacji sytuacja pogorszyła się. Nie mamy do czynienia z radykalnym regresem niemniej proces powolnej degradacji ma charakter trwały i systematyczny. W mniejszym stopniu jest on widoczny na terenie klasycznych osiedli mieszkaniowych obszary Stadion i Majówka, w większym na Wierzbniku i w największym na terenie Dolnego-Wzgórza, gdzie można mówić o kumulacji negatywnych zjawisk i faktycznym kryzysie.
2. Według danych GUS na koniec 2018 roku w Starachowicach funkcjonowało 4 591 podmiotów gospodarczych, na analizowanym terenie zidentyfikowano 439 firm (spis z natury). Tym samym opracowanie odnosi się do 9,5% przedsiębiorstw handlowych i usługowych prowadzących działalność w mieście. Znaczna liczba identyfikowanych działalności ma charakter jednoosobowy.
3. Mimo braku znacznej liczby niezagospodarowanych lokali użytkowych respondenci podkreślają dużą rotację prowadzonych działalności gospodarczych – ich niską trwałość, często wynikającą z zakładania firm dzięki łatwości pozyskania środków dotacyjnych. Odsetek - 7,6% pustostanów należy ocenić jako relatywnie niski. (część z nich w momencie opracowywania analizy była przygotowywana do nowego otwarcia, często w tej samej branży).
4. Problemy, z którymi borykają się miejscowi przedsiębiorcy są konsekwencją zmieniających się nawyków konsumenckich, popularnością galerii handlowych oraz braku inicjatyw naprawczych tworzących markę tradycyjnego handlu i usług, szczególnie w kontekście Wierzbnika. Brak zahamowania tego procesu wiąże się docelowo z przekształcaniem lokali użytkowych w mieszkaniowe, przekształcaniem struktury branż obecnych w mieście na głównie finansowe i specjalistyczne tracąc tym samym egalitarny i zróżnicowany rynek usług na badanych osiedlach.
5. Zaletą i przewagą konkurencyjną dużej liczby przedsiębiorców jest posiadanie lokalu na własność, w którym prowadzą działalność na własność. Odrębna sytuacja dotyczy w zasadzie jedynie pasażów handlowych. Komponent własnościowy daje istotny bufor finansowy i ogranicza koszty działalności będących na granicy opłacalności.
6. Starzenie się społeczności lokalnej wpływa na charakterystykę konsumentów. Z jednej strony jest to korzystne bo seniorzy korzystają z punktów handlowych i usługowych w swoim najbliższym otoczeniu i mniej chętnie korzystają z usług sklepów wielkopowierzchniowych



i galerii handlowych. Z drugiej strony natomiast starzejący się konsumenci, w dużej mierze emeryci nie dysponują dużą siłą nabywczą i w oczywisty sposób nie mogą być kołem zamachowym napędzającym konsumpcję i popyt wewnętrzny.

7. Pozorna stabilność sytuacji gospodarczej (wynikająca m.in. ze wspomnianej niskiej liczby pustostanów) wynikająca z inwentaryzacji oraz badań ilościowych była kwestionowana przez respondentów ze względu na wygaszanie działalności gospodarczych o wieloletniej tradycji, często przekraczającej 30 lat. Co więcej problem sukcesji w małych biznesach będzie się nawarstwiać co sygnalizowali badani.
8. Należy podkreślić specyfikę badanych obszarów i ich zróżnicowanie, które poddano osobnej dedykowanej w podsumowaniu analizie:
 - a. Wierzbnik – potencjalny salon miejski wymagający interwencji prewencyjnej ze względu na zagrożenie strukturalnym załamaniem (niska, malejąca atrakcyjność, niewykorzystanie potencjału samego rynku, relatywnie szybkie zamykanie placówek handlowo-usługowych, niska liczba punktów gastronomicznych i związanych ze spędzaniem czasu wolnego, nagromadzenie lokali prowadzących tzw. działalność problemową: pożyczki chwilówki, lombardy czy też usługi hazardowe).
 - b. Majówka – teren o mieszanym charakterze. Z jednej strony wysoki potencjał miastotwórczy i centrotwórczy tzw. „usług w parterach”. głównie w sąsiedztwie Sądu Rejonowego w Starachowicach wzdłuż ulicy Stanisława Staszica (przede wszystkim usługi specjalistyczne oraz prawne). Drugą odrębną częścią są podstawowe usługi i punkty stanowiące zaplecze osiedla mieszkaniowego głównie w osi ulicy Lipowej. Warte podkreślenia jest stosunkowo dobra koegzystencja dużych sieci handlowych z drobnym handlem co podkreślali badani.
 - c. Dolne-Wzgórze – teren zdegradowany o rosnących problemach gospodarczych, niska atrakcyjność gospodarcza i inwestycyjna tego obszaru z punktu widzenia handlu i usług.
 - d. Stadion – obszar tranzytowy o dużym natężeniu ruchu wzdłuż ulicy Radomskiej uzupełniony zapleczem odpowiedzialnym za podstawowe potrzeby mieszkańców w sąsiedztwie Hotelu Senator.
9. Wyzwaniem dotyczącym wszystkich badanych obszarów jest chaos przestrzenny i związana z nim niska estetyka. Szczególnie istotnie wpływa to na postrzeganie Wierzbnika oraz Dolnego-Wzgórza. Konieczność uporządkowania kwestii reklamowych daje Ustawa krajobrazowa – narzędzie kształtowania ładu i spójnego wizerunku miast i dzielnic.

10. Respondenci wskazywali na konieczność zbudowania trwałych mechanizmów konsultacji i kooperacji pomiędzy władzami lokalnymi i przedsiębiorcami.
11. Analizując potencjalne usprawnienia i postulaty przedsiębiorców w istocie miały one dwudzielny charakter. Z jednej strony wskazywano na możliwość ograniczenia obciążeń podatkowych ze strony miasta. Z drugiej natomiast wprost wskazywano na zasadność zorganizowania wsparcia w zakresie remontów elewacji czy też kompleksowego rozwiązania polityki parkingowej. Postulaty te w części wpisują się w postulat związany z estetyzacją badanych obszarów i uporządkowaniem kwestii reklam obecnych w przestrzeni publicznej.
12. W trakcie badań poddawano krytyce część działań miasta czy to w odniesieniu do rynku – wskazując, że remont płyty paradoksalnie wpłynął na ograniczenie ruchu konsumentów, czy też słabości rozwiązań komunikacyjnych mocno oddziałujących na obszar Stadion w ciągu ulicy Radomskiej oraz Dolne – Wzgórze.
13. Z punktu widzenia „Tenant Mix” czyli potencjalnego, preferowanego doboru najemców w kontekście rodzaju prowadzonych działalności należy zwrócić uwagę na czynnik związany z ofertą spędzania czasu wolnego oraz generowaniem ruchu poprzez nawyk wychodzenia „na miasto”. Brak relewantnej liczby kawiarni, restauracji etc. połączony z relatywnie szybkim zamykaniem lokali wpływa na systematyczny odpływ konsumentów do galerii handlowych. Jednoznacznym i niekwestionowanym sposobem na ożywienie poszczególnych obszarów jest postawienie na działalności społeczno-kulturalne oraz na gastronomię.
14. Z punktu widzenia analizy rodzajowej punktów handlowych i usługowych na badanym terenie nie dostrzega się znaczących deficytów. Co prawda bogactwo oferty spada ale obecność chociażby trzech księgarni na badanym obszarze czy też bardzo specjalistycznych sklepów np. z czapkami i kapeluszami stanowi oczywisty potencjał.

Specyfika podobszarów rewitalizacji

Biorąc pod uwagę zgromadzone dane ilościowe ale przede wszystkim jakościowe opierające się o wyniki badań terenowych, wywiady oraz wizje lokalne zbudowano swoisty portret wszystkich obszarów ze szczególnym uwzględnieniem głównych problemów, potencjałów i najważniejszych kierunków działań w kontekście stymulowania lokalnej gospodarki. Poniższe szkice stanowią zarazem rozwinięcie i podsumowanie opisu sytuacji zastanej przedstawionej w trzecim rozdziale.

Wierzbnik niewykorzystany salon miejski

Wierzbnik to jedno z trzech nominalnych centrów Starachowic. Jedyne posiadające atut w postaci rynku, co prawda brak zabudowy historycznej o pierzejowym charakterze stanowi pewien deficyt, tym



niemniej Wierzbnik to w przeszłości handlowe serce miasta i miejsce o dużych tradycjach. Co warto podkreślić dla kupców i świadczących usługi konkurencji nie stanowi zlokalizowane nieopodal Targowisko miejskie czy też Galeria Kamienna.

Problemem zasadniczym Wierzbnika jest zamieranie ruchu po godzinie 18:00, co symptomatyczne o tej porze zamykają się również sklepy monopolowe. Zamieranie rynku wynika z niewykorzystania potencjału rynku jako takiego, brak systematycznej animacji oraz działań promocyjnych, takich jak chociażby utworzenie karty lojalnościowej czy też rabatowej wpływa na aktualną sytuację tego miejsca. Deficyt miejsc takich jak kawiarnie czy restauracje to kolejny element, który ogranicza ruch konsumencki w tej części miasta. Dodatkowo charakter Wierzbnika z punktu widzenia branż jest mocno zróżnicowany i efemeryczny. Dostrzega się znaczną liczbę miejsc o niereprezentatywnym charakterze, które są traktowane jako działalności problemowe (choćby hazard). Ponadto co raz większa liczba usług finansowych i banków ogranicza ruch w obrębie Wierzbnika po godzinie 16:00. Warto również wspomnieć o likwidacji części punktów ze względu na brak sukcesji oraz spadającą opłacalność prowadzenia danej działalności.

Należy uznać, że podobnie jak rewitalizacji Wierzbnik stoi w przededniu kryzysu. Remedium na ten stan rzeczy powinna być animacja rynku i stworzenie z tej części miasta reprezentacyjnego salonu miejskiego. Dotychczasowe działania modernizacyjne są oceniane krytycznie ze względu na brak / uśnięcie zieleni czy też ograniczenie liczby miejsc parkingowych. Kreowanie Wierzbnika jako salonu miejskiego to najważniejsze wyzwanie stojące przed miastem w kontekście tej części Starachowic.

Kluczowe działania, które powinny być podjęte to ograniczenie chaosu związanego z reklamami oraz estetyzacja przestrzeni publicznej, w tym zadbanie o elewacje kamienic. Ciekawym aspektem jest widoczne ożywienie Wierzbnika w tzw. niedziele niehandlowe, kiedy to zamknięcie galerii handlowych skutkuje częstszym odwiedzaniem rynku i jego okolic.

Majówka – dwa oblicza osiedla

O ile Wierzbnik z punktu widzenia układu przestrzennego stanowi naturalne centrum Starachowic to Majówka ma dwa oblicza. Okolice Sądu Rejonowego to potencjalne centrum administracyjne i okolica o miastotwórczym charakterze. Aktualnie jest zdominowana przez usługi specjalistyczne i prawne tym niemniej stanowi przestrzeń, która w obrębie zabudowy pierzejowej przy ulicy Stanisława Staszica może stać się ważnym miejscem dla handlu i przede wszystkim usług.

Strefa osiedla w kontekście gospodarczym koncentruje się na obsłudze mieszkańców w podstawowym zakresie. Ponadto małe punkty handlowe i usługowe mają swoich klientów i funkcjonują w sposób



stabilny. Pewną barierą jest wchodzenie na rynek przez nowe podmioty, gdyż popyt jest ograniczony i w większości zagospodarowywany przez przedsiębiorców funkcjonujących od lat. Warto zwrócić uwagę na chociażby relatywnie dużą liczbę kwiaciarni.

W kontekście działań, które powinny być podjęte warto zwrócić na opisywany potencjał usługowy ulicy w bezpośrednim sąsiedztwie sądu. Ponadto wśród przedsiębiorców pojawiały się postulaty związane z brakiem miejsc parkingowych czy też obciążeniami finansowymi ograniczającymi działalność przedsiębiorców.

Stadion - tranzytem przez miasto

Wskazany obszar jest najbardziej rozległym z analizowanych i istotnym w kontekście szeregu usług publicznych świadczonych na tym terenie. Obszar Stadion składa się z dwóch najważniejszych części w kontekście gospodarczym. Pierwszą z nich jest ciąg ulicy Radomskiej, drugą bezpośrednia okolica Hotelu Sendor, gdzie w granicach ulic Konstytucji 3 Maja, Rotmistrza Witolda Pileckiego oraz Józefa Krzosa znajduje się centrum handlowo-usługowe dzielnicy wraz z Galerią Handlową „Panorama”. Tym samym obszar głównie skupia się na zaspokajaniu podstawowych potrzeb mieszkańców miasta. W kontekście identyfikowanej oferty nie dostrzega się dużych deficytów. Co ciekawe, w istocie brakuje wolnych lokali oraz nie identyfikuje się rzeczywistych nisz rynkowych. Badani nie dostrzegali potrzeb związanych z zasadniczą interwencją, jedynie wzmiankowano o dużych rotacjach w „Panoramie” i nieopłacalności prowadzenia tam działalności dla części branż ze względu na czynsze.

Zgoła odmienna sytuacja panuje wzdłuż ul. Radomskiej. Jej charakter jest tranzytowy, związany również z obsługą strefy gospodarczej. Główne wyzwanie dla tej części miasta to problemy komunikacyjne, które piętrzą się szczególnie w kierunku jednostki Dolne-Wzgórze i funkcjonującego przejazdu kolejowego. Przy ulicy, w jej północnej części zlokalizowany jest m.in. Urząd Miejski w Starachowicach, niemniej ulica jako główny trakt komunikacyjny nie ma znamion reprezentacyjnych mimo, iż często stanowi miejsce pierwszej styczności z miastem dla turystów i gości odwiedzających Starachowice. Działania powinny się koncentrować na estetyzacji tej przestrzeni oraz usprawnieniu komunikacyjnym.

Dolne-Wzgórze petryfikacja kryzysu

O ile w przypadku Wierzbnika sytuacja zastana została zdefiniowana jako „w przededniu kryzysu” o tyle Dolne-Wzgórze trwa w strukturalnym kryzysie. Warto podkreślić, że omawiany teren to komunikacyjne centrum miasta jedno z trzech odrębnych, definiowanych centrów miasta. Identyfikowany kryzys ma szerokie podłoże niemniej warto zwrócić uwagę na główne akceleratorzy tego stanu rzeczy:

- 
- Zły wizerunek tej części miasta, powszechne traktowanie jako dzielnicy upadłej, w której nie ma czego szukać.
 - Zła reputacja Kolonii Robotniczej oraz powszechnie widoczne w przestrzeni publicznej zachowania patologiczne, niegroźne ale utrwalające stereotypowe postrzeganie dzielnicy.
 - Paraliż komunikacyjny związany z bliskością przejazdu kolejowego, brakiem miejsc parkingowych oraz cyklicznym korkowaniem się tej części miasta.
 - Upadek gospodarczy fragmentu ulicy Radomskiej począwszy od rozwidlenia tejże (ruch kieruje się zasadniczo w kierunku ronda Popiełuszki) aż do skrzyżowania z ulicą Hutniczą i Nadrzeczną. Opisana część dzielnicy w większości gromadzi usługi niepożądane takie jak lombardy, mała gastronomia o niskiej jakości czy usługi hazardowe.
 - Symbolem pogłębienia kryzysu obszaru są plany likwidacji Baru Mlecznego Miś tuż obok przejazdu kolejowego na Dolnym-Wzgórzu.

Poprawa sytuacji na omawianym terenie może być zachowana jedynie poprzez równoległe prowadzenie działań rewitalizacyjnych oraz modernizacyjnych związanych z usprawnieniem komunikacji w mieście. Katalizatorem zmian i zasobem mogącym oddziaływać na teren Zalew Pasternik. Wykorzystanie jego potencjału mogłoby zmienić wizerunek tej części miasta i ożywić obszar w kontekście tworzenia nowych i atrakcyjnych miejsc spędzania czasu wolnego.