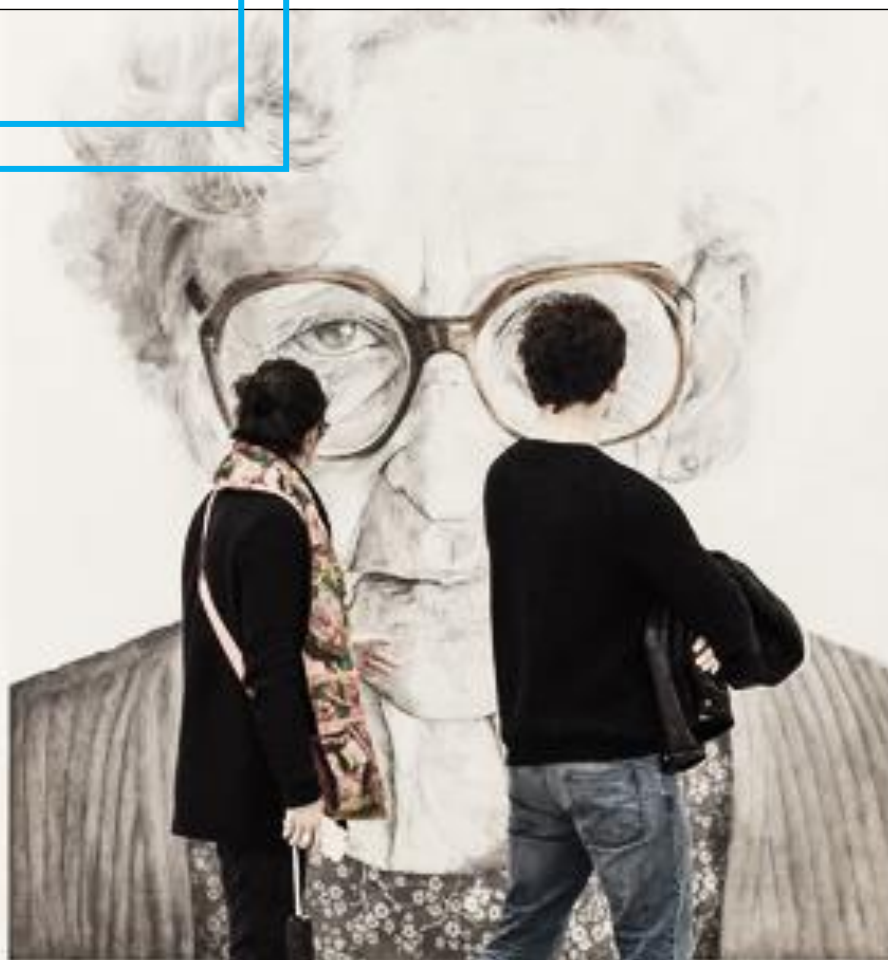
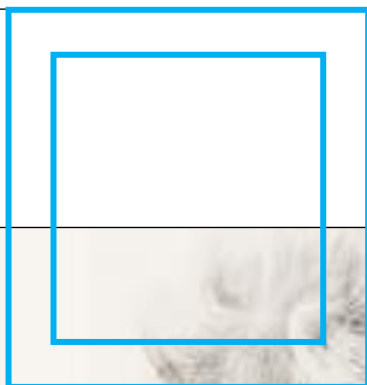
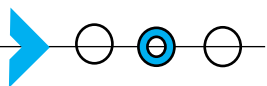
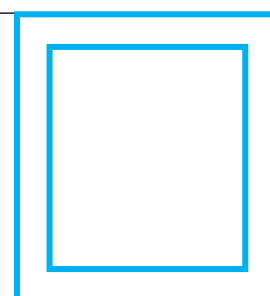


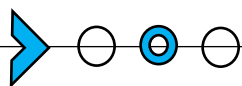


BADANIE PUBLICZNOŚCI CENTRUM KULTURY ZAMEK W POZNANIU

RAPORT Z BADANIA

2022 r.





SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE	3
2. PODSTAWOWE INFORMACJE O BADANIU	4
3. CHARAKTERYSTYKA PRÓBY	6
4. WYNIKI BADAŃ	8
4.1 Profil uczestników wydarzeń kulturalnych	8
4.2 Profil uczestników a typ wydarzeń.....	9
4.3 Osoby towarzyszące	11
4.4 Moment decyzji o udziale w wydarzeniu	13
4.5 Motywacja uczestnictwa.....	14
4.6 Ocena miejsca i wydarzenia.....	16
4.7 Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych	26
4.8 Częstotliwość wizyt oraz sposób zakupu biletów w Centrum Kultury ZAMEK	28
4.9 Tendencje zachowań respondentów dotyczące wydarzeń kulturalnych	31
5. PODSUMOWANIE I WNIOSKI	33
6. REKOMENDACJE.....	37
7. SPIS WYKRESÓW	38
8. SPIS TABEL	39
9. SPIS GRAFIK	40

1. WPROWADZENIE

W poniższym raporcie przedstawiono wyniki badania publiczności wydarzeń organizowanych przez Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu. Część ilościowa badania, której dotyczy ten raport stanowi element szerszego projektu, obejmującego również badania jakościowe.

Głównym celem badania było uzyskanie wiedzy na temat publiczności uczestniczącej w wydarzeniach i działaniach organizowanych w Centrum Kultury ZAMEK w Poznaniu w pierwszym półroczu 2022 roku, na potrzeby planowania kolejnych działań kulturowych oraz oceny dotychczasowych aktywności.

Projekt badawczy obejmował realizację badania publiczności metodą wywiadu ankiетowego po zakończeniu się wybranych wydarzeń kulturalnych, na podstawie ankiet przygotowanych w wersji elektronicznej, wypełnianych na tabletach przez ankieterów zgodnie z odpowiedziami respondentów (TAPI) oraz za pomocą techniki PAPI, czyli bezpośrednich indywidualnych wywiadów kwestionariuszowych z wykorzystaniem ankiety papierowej.

Ankieta została przygotowana przez Wykonawcę i skonsultowana z Zamawiającym. Na podstawie ostatecznej wersji ankiety przygotowano skrypt (elektroniczną wersję narzędzia badawczego).

Badanie przeprowadzono w maju 2022 r., uwzględniając różne typy wydarzeń kulturalnych opisane w dalszej części raportu.

Badanie zrealizowano z zachowaniem norm i wartości propagowanych przez Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów.



2. PODSTAWOWE INFORMACJE O BADANIU

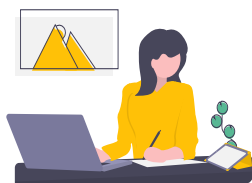
ZAKRES PROBLEMOWY

Badanie publiczności wydarzeń organizowanych przez Centrum Kultury (CK) ZAMEK w Poznaniu miało na celu uzyskanie wiedzy na temat publiczności uczestniczącej w wydarzeniach i działaniach organizowanych przez tę instytucję. Cel ten osiągnięto poprzez skonstruowanie narzędzia badawczego w oparciu o zakres problemowy:



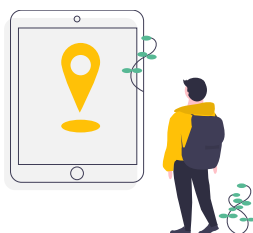
- struktura demograficzna publiczności,
- preferencje związane z uczestnictwem w kulturze,
- częstotliwość odwiedzin CK ZAMEK,
- źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych,
- motywacje i wrażenia związane z uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych,
- ocena wydarzeń kulturalnych.

TECHNIKA



Projekt realizowany był za pomocą techniki **TAPI** (ang. *Tablet Assisted Personal Interview*), czyli indywidualnych wywiadów kwestionariuszowych z wykorzystaniem tabletu. Pomocniczą techniką było **PAPI** (ang. *Paper and Pencil Personal Interview*, czyli bezpośrednie indywidualne wywiady kwestionariuszowe z wykorzystaniem ankiety papierowej. Do bazy danych przyjęto tylko ankiety bez braków danych. Udział PAPI w całości badania stanowił mniej niż 20%.

ZASIĘG BADANIA



Badanie miało charakter lokalny i obejmowało wydarzenia organizowane na terenie CK ZAMEK w Poznaniu.

TERMIN REALIZACJI



Pomiar odbywał się od 14 do 30 maja 2022 r. Wywiady realizowano podczas wybranych wydarzeń, które odbywały się w wymienionym przedziale czasowym.

3. CHARAKTERYSTYKA PRÓBY

RESPONDENCI



Respondentami byli uczestnicy wydarzeń organizowanych przez CK ZAMEK w Poznaniu, którzy rekrutowani byli do badania bezpośrednio po zakończeniu wydarzenia kulturalnego. Podczas wydarzeń przeprowadzono wywiady z N=336 respondentami. Do badania zapraszano co 3-cią osobę opuszczającą wydarzenie (dobór systematyczny). Tam, gdzie nie było to możliwe (niska frekwencja), do badania zapraszano każdą osobę korzystającą z wybranej oferty CK ZAMEK.

WYDARZENIA KULTURALNE

Wydarzenia kulturalne podzielono na 6 typów. Zadaniem Wykonawcy była realizacja min. N=50 wywiadów dla każdego typu wydarzenia. Poniższa tabela przedstawia liczebność zakładanych i przeprowadzonych wywiadów ze względu na typ wydarzeń:

Tabela 1. Próba zakładana i zrealizowana

	N Próba zakładana	N Próba zrealizowana
Wydarzenia ogółem	300	336
Wydarzenia czytelnicze	50	57
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	50	58
Wydarzenia kinowe	50	53
Wydarzenia muzyczne	50	63
Wydarzenia teatralne	50	51
Wydarzenia wystawiennicze	50	54

Badanie realizowano po zakończeniu następujących wydarzeń kulturalnych:

- **Wydarzenia czytelnicze:**
 - ✓ Zamek Czyta, „Kochanka Wittgensteina”,
 - ✓ Festiwal Fabuły 2022,
- **Wydarzenia edukacyjne i historyczne:**
 - ✓ Projekt Wheelchairtrip – spotkanie z Michałem Worochem,

- ✓ Kanon od nowa: „Wrócić do domu, którego nie ma. O paradoksach czasowych i przestrzennych w Powrocie z gwiazd Stanisława Lema” – wykład Agnieszki Gajewskiej,
- **Wydarzenia kinowe:**
 - ✓ Filmy z kina repertuarowego – www.kinopalacowe.pl,
 - ✓ DKF ZAMEK „Krwawy maj”,
 - ✓ Przegląd najnowszego kina włoskiego Cinema Italia Oggi,
- **Wydarzenia muzyczne:**
 - ✓ Koncert Raz Dwa Trzy – 30-lecie zespołu,
 - ✓ Koncert Kaśki Sochackiej,
 - ✓ Tre voci i goście – „Jednym głosem dla Ukrainy”,
 - ✓ Wojtek Mazolewski Quintet,
 - ✓ JazZamek,
- **Wydarzenia teatralne:**
 - ✓ Obecność – premiera spektaklu „Tranquillo”,
 - ✓ Studio Teatralne – premiera spektaklu „Życie. Main Station”,
- **Wydarzenia wystawiennicze:**
 - ✓ Wystawa Antoni Gaudi,
 - ✓ Larys Lubowicki „Corpus Hominis”,
 - ✓ Artur Rozen „Dłuższy krajobraz”.

4. WYNIKI BADAŃ

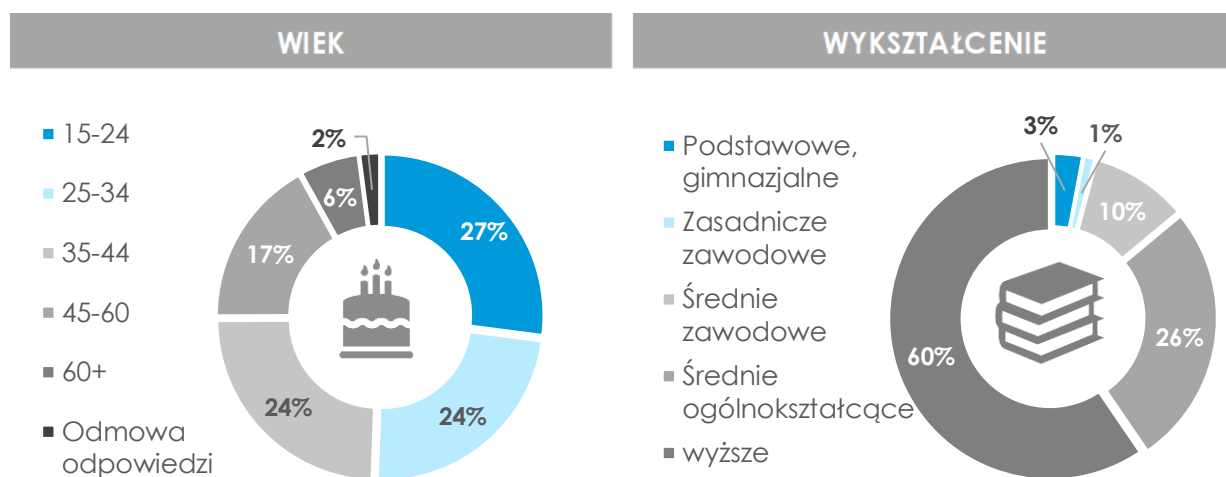
4.1 Profil uczestników wydarzeń kulturalnych

Jaki jest profil dorosłej publiczności wydarzeń organizowanych przez CK ZAMEK? Przeanalizowano dane dotyczącej tej grupy pod kątem cech społeczno-demograficznych, takich jak: płeć, wiek oraz wykształcenie. Dzięki zebranych danym, w charakterystyce respondentów uwzględniono również ich sytuację zawodową.

Profil publiczności był zróżnicowany pod względem płci. Zdecydowaną większość odpowiadających stanowiły kobiety (68%), co trzeci uczestnik wydarzeń był mężczyzną (32%). Najliczniejszą kategorią osób biorących udział w badaniu, biorąc pod uwagę wiek, była grupa w wieku 15-24 lata (27%). Spory odsetek stanowiły również osoby w przedziale wiekowym 25-34 lata (24%) i 35-44 lata (24%). Nieco starci respondenci, tj. w wieku 45- 60 lat stanowili odsetek próby wynoszący 17%, a najstarsi respondenci (60 lat i więcej) stanowili 6% wszystkich odpowiadających. Większość badanych (60%) charakteryzowała się wykształceniem wyższym. Co czwarty odpowiadający (26%) przyznał, że zdobył wykształcenie średnie ogólnokształcące, a co dziesiąty (10%) średnie zawodowe. Najmniejszy odsetek stanowili respondenci posiadający wykształcenie podstawowe/gimnazjalne (3%) i zasadnicze zawodowe (1%).

Wykres 1. Wiek respondentów

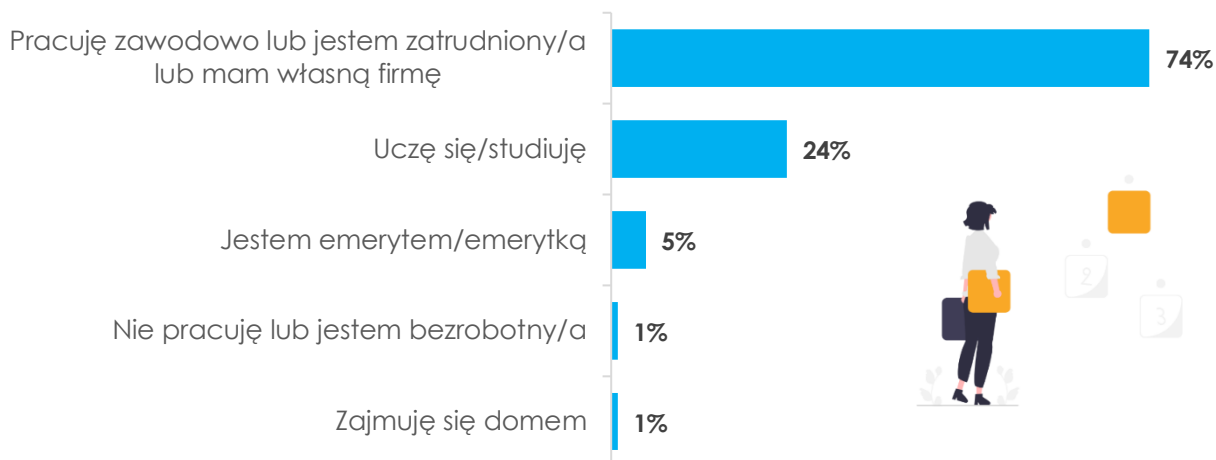
Wykres 2. Wykształcenie respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336. Zdecydowana większość respondentów pracuje zawodowo lub jest zatrudniona albo ma własną firmę (74%). Co czwarty badany (24%) uczy się lub studiuje, a 5% odpowiadających

miało status emeryta/emerytki. Najmniejszy odsetek publiczności stanowiły osoby zajmujące się domem (1%) oraz osoby bezrobotne/niepracujące (1%).

Wykres 3. Sytuacja zawodowa respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź.

4.2 Profil uczestników a typ wydarzeń

PŁEĆ A TYP WYDARZEŃ

Kobiety najczęściej brały udział w wydarzeniach muzycznych i wystawienniczych (po 19%) oraz w wydarzeniach czytelniczych (18%). Mężczyźni z kolei preferowali wydarzenia kinowe (20%), teatralne (19%), edukacyjne i historyczne oraz muzyczne (po 18%). W przypadku mężczyzn zdecydowanie najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się wydarzenia wystawiennicze (10%).

Tabela 2. Płeć a typ odwiedzanych wydarzeń

	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Wydarzenia muzyczne	19%	19%	18%
Wydarzenia kinowe	16%	14%	20%
Wydarzenia teatralne	15%	14%	19%
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	17%	17%	18%
Wydarzenia czytelnicze	17%	18%	16%
Wydarzenia wystawiennicze	16%	19%	10%
N	336	228	108

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI.

WIEK A TYP WYDARZEŃ

Przedstawiciele najmłodszej grupy badanych (15-24 lata) uczestniczyli najczęściej w wydarzeniach czytelniczych (32%). Nieco starsi respondenci wybierali z kolei najczęściej wydarzenia muzyczne (24% dla grupy 25-34 lata) i wydarzenia edukacyjno-historyczne (22% dla grupy 35-44 lata). Najstarsi badani (45 lat i więcej) najchętniej uczestniczyli w wydarzeniach wystawienniczych (odpowiednio: 45-60 lat: 21%, 60+ lat: 29%).

Tabela 3. Wiek a typ odwiedzanych wydarzeń

	Ogółem	15-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-60 lat	60+ lat
Wydarzenia muzyczne	19%	13%	24%	21%	23%	5%
Wydarzenia kinowe	16%	12%	20%	17%	18%	10%
Wydarzenia teatralne	15%	7%	15%	16%	20%	24%
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	17%	19%	19%	22%	9%	14%
Wydarzenia czytelnicze	17%	32%	13%	11%	9%	19%
Wydarzenia wystawiennicze	16%	18%	9%	13%	21%	29%
N	336	91	79	82	56*	21*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „odmowa odpowiedzi”.

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

WYKSZTAŁCENIE A TYP WYDARZEŃ

Respondenci posiadający wykształcenie średnie ogólnokształcące uczestniczyli najchętniej w wydarzeniach czytelniczych (27%). Warto dodać, że jednym z wydarzeń czytelniczych, podczas którego przeprowadzano wywiady był Festiwal Fabuły 2022. Na wydarzeniu tym sporą część publiczności stanowiły studentki i studenci, co mogło wpłynąć na relatywnie wysoki odsetek osób ze średnim wykształceniem. Osoby z wykształceniem wyższym wybierały najczęściej wydarzenie muzyczne (22%) i kinowe (19%).

Tabela 4. Wykształcenie a typ odwiedzanych wydarzeń

	Ogółem	Podstawowe, gimnazjalne	Zasadnicze zawodowe	Średnie zawodowe	Średnie ogólnokształcące	Wyższe
Wydarzenia muzyczne	19%	10%	0%	21%	12%	22%
Wydarzenia kinowe	16%	0%	50%	9%	11%	19%
Wydarzenia teatralne	15%	0%	0%	24%	16%	15%
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	17%	20%	0%	21%	17%	17%
Wydarzenia czytelnicze	17%	40%	50%	9%	27%	12%
Wydarzenia wystawiennicze	16%	30%	0%	15%	17%	16%
N	336	10*	4*	33*	89	200

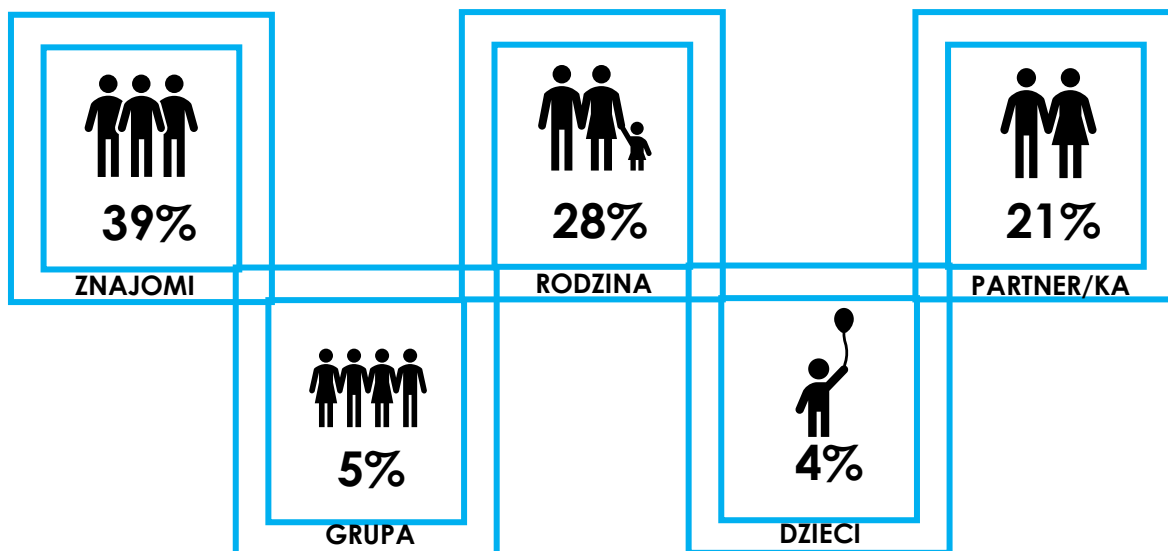
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI;

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo

4.3 Osoby towarzyszące

Wydarzenia organizowane przez CK ZAMEK są odwiedzane głównie przez osoby, które przyszły na wydarzenie z towarzystwem. Osoby towarzyszące to najczęściej znajomi (39%), rodzina (28%) oraz partnerzy/partnerki (21%). Na wydarzenia kulturalne przyszło 13% osób bez towarzystwa, 5% badanych przyszło z grupą zorganizowaną (np. wycieczką), a 4% z dziećmi.

Grafika 1. Osoby towarzyszące respondentom podczas wydarzeń



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź.

Wizytę na wydarzeniu kulturalnym ze znajomymi częściej deklarowały kobiety (41%) oraz najmłodsi odwiedzający (15-24 lata: 46%). Z rodziną przychodzili najczęściej osoby w wieku 60 lat i więcej (62%).

Tabela 5. Osoby towarzyszące a wiek respondentów

	Ogółem	15-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-60 lat	60+ lat
Ze znajomymi	39%	46%	37%	40%	43%	10%
Z rodziną	28%	24%	18%	34%	27%	62%
Z partnerem lub partnerką	21%	7%	35%	33%	14%	5%
Sam/sama	13%	11%	19%	10%	14%	19%
Z grupą zorganizowaną	5%	16%	0%	0%	2%	0%
Z dziećmi	4%	1%	3%	5%	4%	14%
N	336	91	79	82	56*	21*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „odmowa odpowiedzi”; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź.

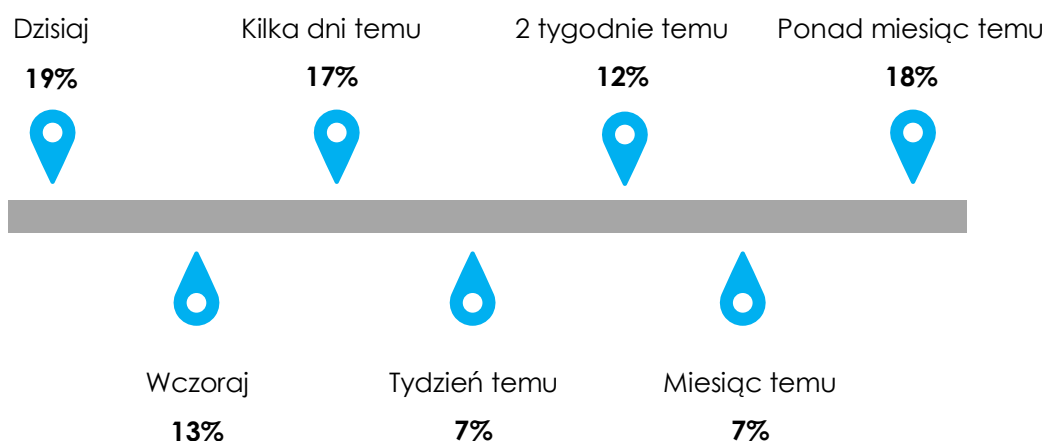
*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

Warto również dodać, że osobami, które przychodzą na wydarzenia kulturalne ze znajomymi i z grupą zorganizowaną (np. wycieczka) są najczęściej uczniowie/studenci (odpowiednio: 47% i 19%).

4.4 Moment decyzji o udziale w wydarzeniu

Dla co piątego respondenta (19%) przyjscie na wydarzenie kulturalne było spontaniczną decyzją, która podjęta była w dniu wydarzenia. Warto dodać, że niemal tyle samo osób (18%) o przyjsciu na dane wydarzenie kulturalne zdecydowało ponad miesiąc przed jego planowanym terminem.

Grafika 2. Moment decyzji o uczestnictwie w wydarzeniu*



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI; *na grafice nie pokazano odpowiedzi „trudno powiedzieć”.

Spontaniczne przybycie na wydarzenie kulturalne dotyczyło przede wszystkim wydarzeń wystawienniczych (30%), kinowych (26%) oraz edukacyjno-historycznych (24%). Decyzję o uczestnictwie w wydarzeniu muzycznym i czytelniczym podejmowano najczęściej miesiąc przed terminem wydarzenia (odpowiednio: 49% i 25%).

Tabela 6. Moment decyzji a typ wydarzenia

	Ogółem	Muzyczne	Kinowe	Teatralne	Edukacyjne i historyczne	Czytelnicze	Wystawiennicze
Dzisiaj	19%	6%	26%	14%	24%	14%	30%
Wczoraj	13%	8%	21%	14%	14%	7%	15%
Kilka dni temu	17%	5%	15%	22%	17%	21%	24%
Tydzień temu	7%	2%	6%	10%	9%	9%	11%
2 tygodnie temu	12%	8%	13%	24%	12%	14%	2%
Miesiąc temu	7%	11%	4%	10%	9%	7%	2%

	Ogółem	Muzyczne	Kinowe	Teatralne	Edukacyjne i historyczne	Czytelnicze	Wystawiennicze
Ponad miesiąc temu	18%	49%	8%	8%	5%	25%	11%
N	336	63	53*	51*	58*	57*	54*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI; w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „trudno powiedzieć”.

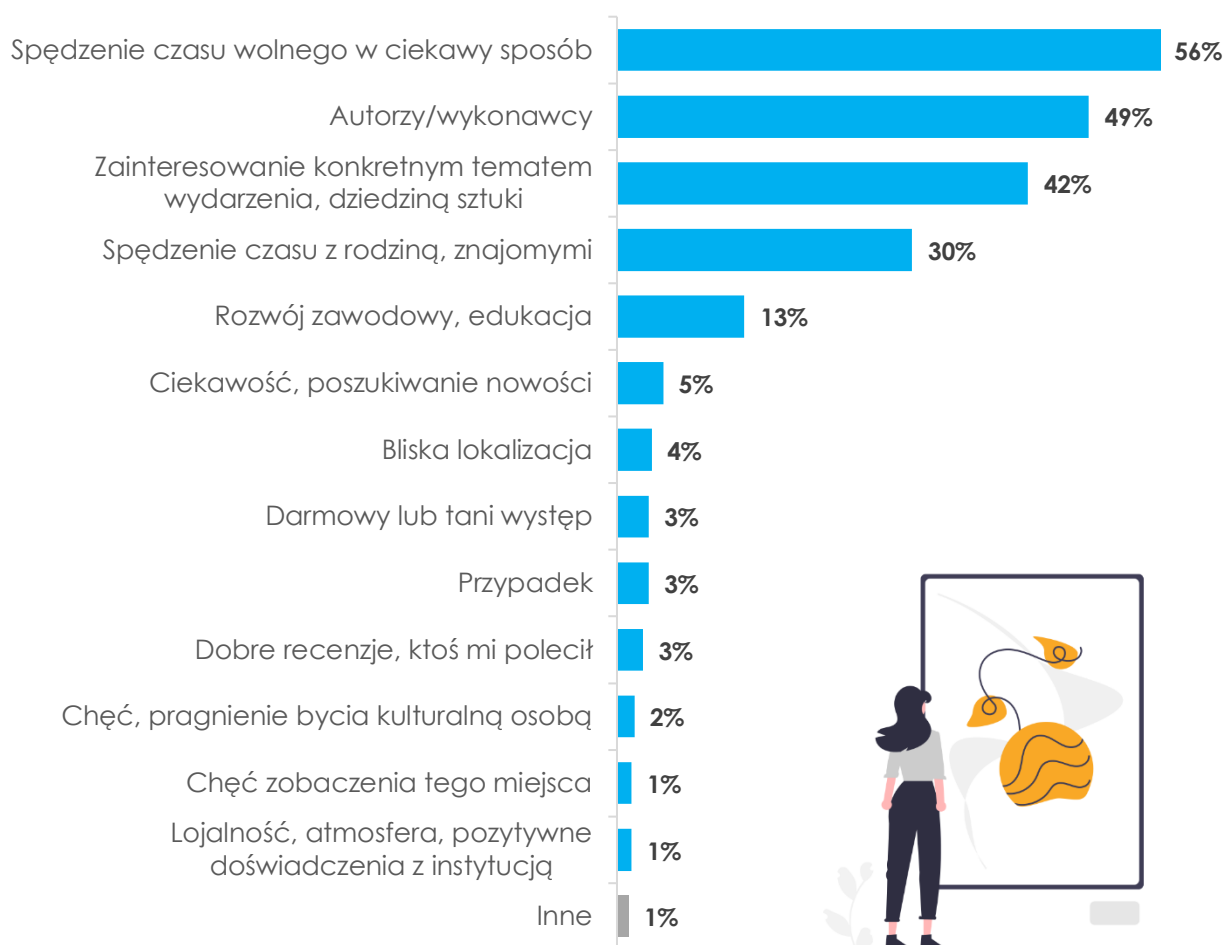
*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

Warto dodać, że z miesięcznym wyprzedzeniem uczestnictwo w wydarzeniach w CK ZAMEK planują częściej kobiety niż mężczyźni (21% vs. 14%).

4.5 Motywacja uczestnictwa

Najczęstszą motywacją do przyjścia na wydarzenie kulturalne było spędzenie wolnego czasu w ciekawy sposób (56%). Niemal połowa badanych przyszła na wydarzenie ze względu na autora/wykonawcę (49%). Nieco niższy odsetek osób był zainteresowany konkretnym tematem wydarzenia, dziedziną sztuki (42%). Spędzenie czasu z rodziną lub/i znajomymi jako powód uczestnictwa w wydarzeniu wskazało 30% badanych. 13% odwiedzających CK ZAMEK przyszło na wydarzenie ze względu na rozwój zawodowy lub/i edukację. Najmniej osób zdecydowało o przyjściu z powodu ciekawości/poszukiwania nowości (5%), bliskiej lokalizacji (4%), przez przypadek (3%), z powodu darmowego/tanego wstępu (3%), dobrych recenzji (3%), chęci bycia kulturalną osobą (2%) oraz ze względu na lojalność, atmosferę i pozytywne doświadczenia z CK Zamek i chęć zobaczenia tego miejsca (po 1%).

Wykres 4. Motywacja przybycia na wydarzenie



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź (maksymalnie 3 odpowiedzi).

Kobiety nieco częściej niż mężczyźni wskazywały na motywacje uczestnictwa związane z autorami/wykonawcami (50% vs. 45%), zainteresowaniem konkretnym tematem wydarzenia, dziedziną sztuki (46% vs. 35%), rozwojem zawodowym/edukacją (14% vs. 10%), a także ze względu na ciekawość i poszukiwanie nowości (7% vs. 1%). Mężczyźni z kolei częściej niż kobiety na wydarzenia organizowane przez CK ZAMEK przybyli przypadkiem (6% vs. 2%).

Tabela 7. Motywacja przybycia na wydarzenie a typ wydarzenia

	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Spędzenie czasu wolnego w ciekawy sposób	56%	56%	56%
Autorzy/wykonawcy	49%	50%	45%
Zainteresowanie konkretnym tematem, dziedziną sztuki	42%	46%	35%

	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Spędzenie czasu z rodziną, znajomymi	30%	30%	31%
Rozwój zawodowy, edukacja	13%	14%	10%
Ciekawość, poszukiwanie nowości	5%	7%	1%
Bliska lokalizacja	4%	4%	4%
Przypadek	3%	2%	6%
Darmowy, tani występ	3%	3%	4%
Dobre recenzje, ktoś mi polecił	3%	4%	1%
Chęć, pragnienie bycia kulturalną osobą	2%	1%	3%
Lojalność, atmosfera, pozytywne doświadczenia z instytucją	1%	2%	0%
Chęć zobaczenia tego miejsca	1%	2%	1%
Inne	1%	1%	2%
N	336	228	108

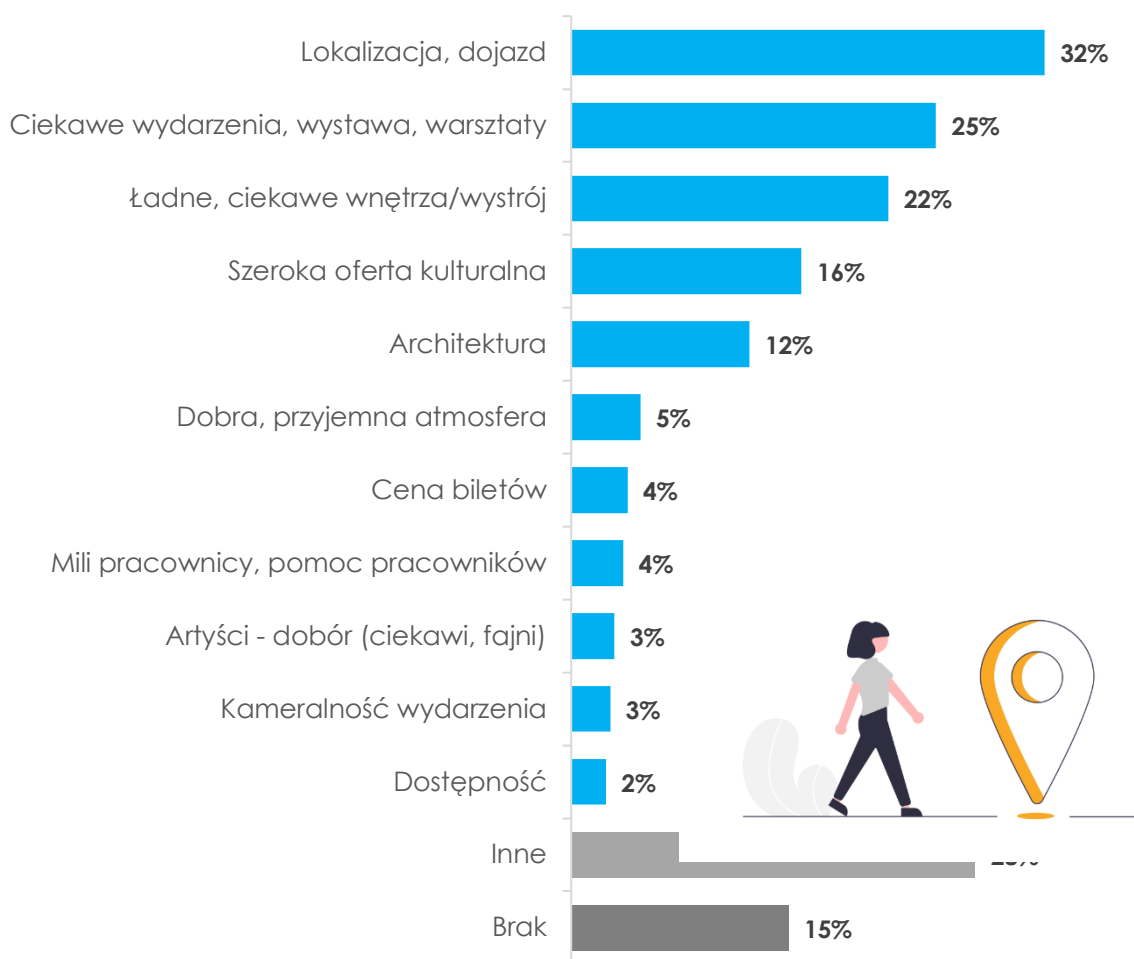
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź (maksymalnie 3 odpowiedzi).

4.6 Ocena miejsca i wydarzenia

OCENA CENTRUM KULTURY ZAMEK

Badani zostali poproszeni w pytaniu otwartym o wymienienie maksymalnie trzech aspektów, które według nich są największymi zaletami, a następnie największymi wadami Centrum Kultury ZAMEK. Analiza odpowiedzi pokazała, że najczęściej wskazywaną zaletą jest lokalizacja, dojazd do CK ZAMEK (32%). Nieco mniej osób wskazało na ciekawe wydarzenia, wystawy i warsztaty (25%) oraz na ładne, ciekawe wnętrza/wystrój (22%). Dla 16% respondentów dobrą stroną CK ZAMEK jest szeroka oferta kulturalna, a 12% odpowiadających wskazało na architekturę. Wśród zalet wskazywano również na dobrą, przyjemną atmosferę (5%), cenę biletów (4%), miłych pracowników i ich pomoc (4%), kameralność wydarzeń (3%), dobór artystów (3%) oraz na dostępność wydarzeń (2%). 15% respondentów nie potrafiło wskazać żadnej zalety miejsca.

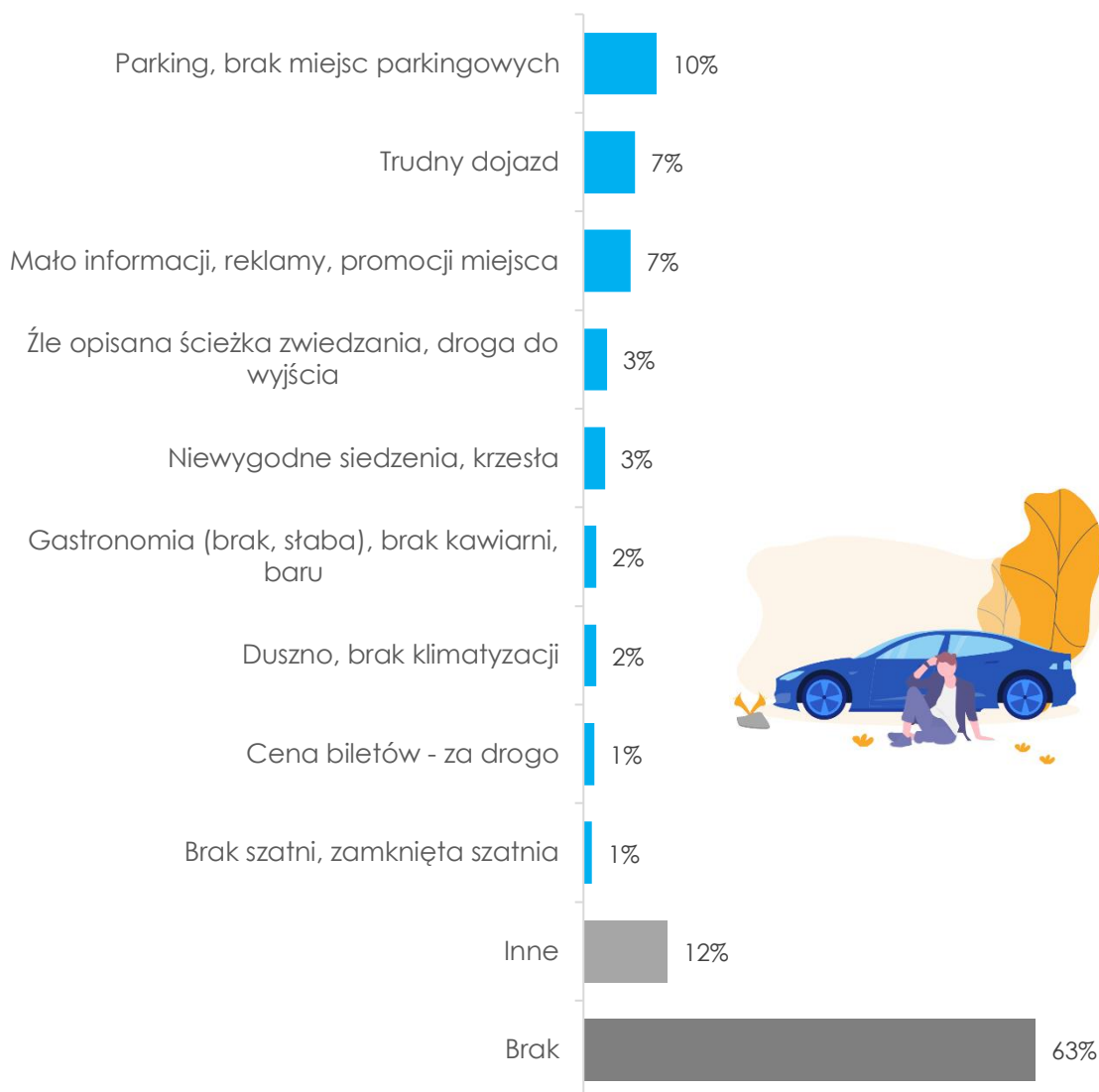
Wykres 5. Zalety Centrum Kultury ZAMEK



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź (maksymalnie 3 odpowiedzi).

Aż 63% respondentów odpowiedziało, że nie widzi żadnych wad CK ZAMEK. Dla co dziesiątej osoby (10%) problemem był brak miejsc parkingowych, nieco mniej badanych wskazało na mało informacji, mało reklam czy promocji miejsca (7%) oraz trudny dojazd (7%). Warto jednak dodać, że wada w postaci trudnego dojazdu może wiązać się z trwającym podczas badania remontem ulicy Świętego Marcina. Wśród wad instytucji pojawiały się również: źle opisana ścieżka zwiedzania, droga do wyjścia (3%), niewygodne siedzenia (3%), brak lub słaba klimatyzacja (2%), słaba oferta gastronomiczna (2%), drogie bilety (1%) oraz brak szatni lub zamknięta szatnia (1%).

Wykres 6. Wady Centrum Kultury ZAMEK



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336; wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź (maksymalnie 3 odpowiedzi).

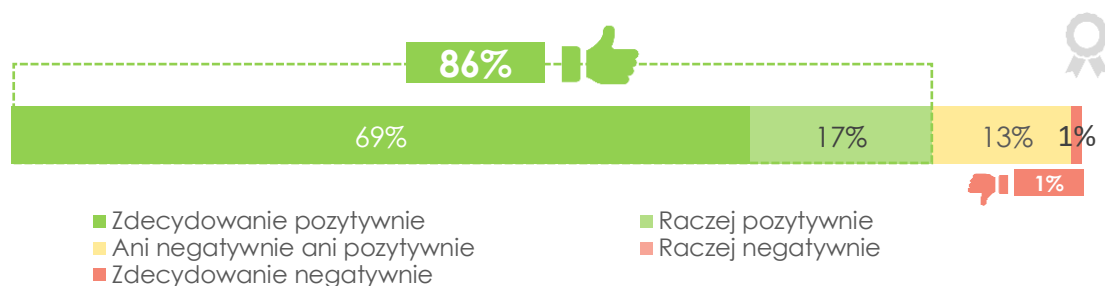
OGÓLNA OCENA WYDARZENIA

Respondenci biorący udział w badaniu zostali poproszeni w następnej części wywiadu o ogólną ocenę swojej wizyty oraz o ocenę w oparciu o poszczególne jej elementy.

Ogólna ocena wydarzeń jest bardzo wysoka – na pięciostopniowej skali¹ średnia wyniosła **4,5**. 86% badanych oceniło wizytę pozytywnie, 13% neutralnie, natomiast jedynie 1% negatywnie.

¹ Skala 5-stopniowa, gdzie 1 oznacza zdecydowanie negatywnie, 2 – raczej negatywnie, 3 – ani negatywnie ani pozytywnie, 4 – raczej pozytywnie, 5 – zdecydowanie pozytywnie.

Wykres 7. Jak ogólnie ocenia Pan(i) dzisiejsze wydarzenie?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336; na wykresie nie uwzględniono odpowiedzi „raczej negatywnie”, ponieważ żaden badany takiej nie zaznaczył.

Biorąc pod uwagę ogólną ocenę, najwyższe oceny uzyskały wydarzenia muzyczne (średnia: 4,9) oraz edukacyjne i historyczne (średnia: 4,6). Nieco wyższej oceny udzielały kobiety niż mężczyźni (średnia: 4,6 vs. 4,5). Najlepsze oceny pojawiały się w kohorcie 25-34 lata (średnia: 4,7), natomiast najniższe w najstarszej grupie wiekowej 60 lat i więcej (średnia: 4,1).

Tabela 8. Ogólna ocena wydarzenia a typ wydarzeń – średnie

Zmienna	Średnia
Ogółem	4,5
Wydarzenia muzyczne	4,9
Wydarzenia kinowe	4,5
Wydarzenia teatralne	4,5
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	4,6
Wydarzenia czytelnicze	4,4
Wydarzenia wystawiennicze	4,3

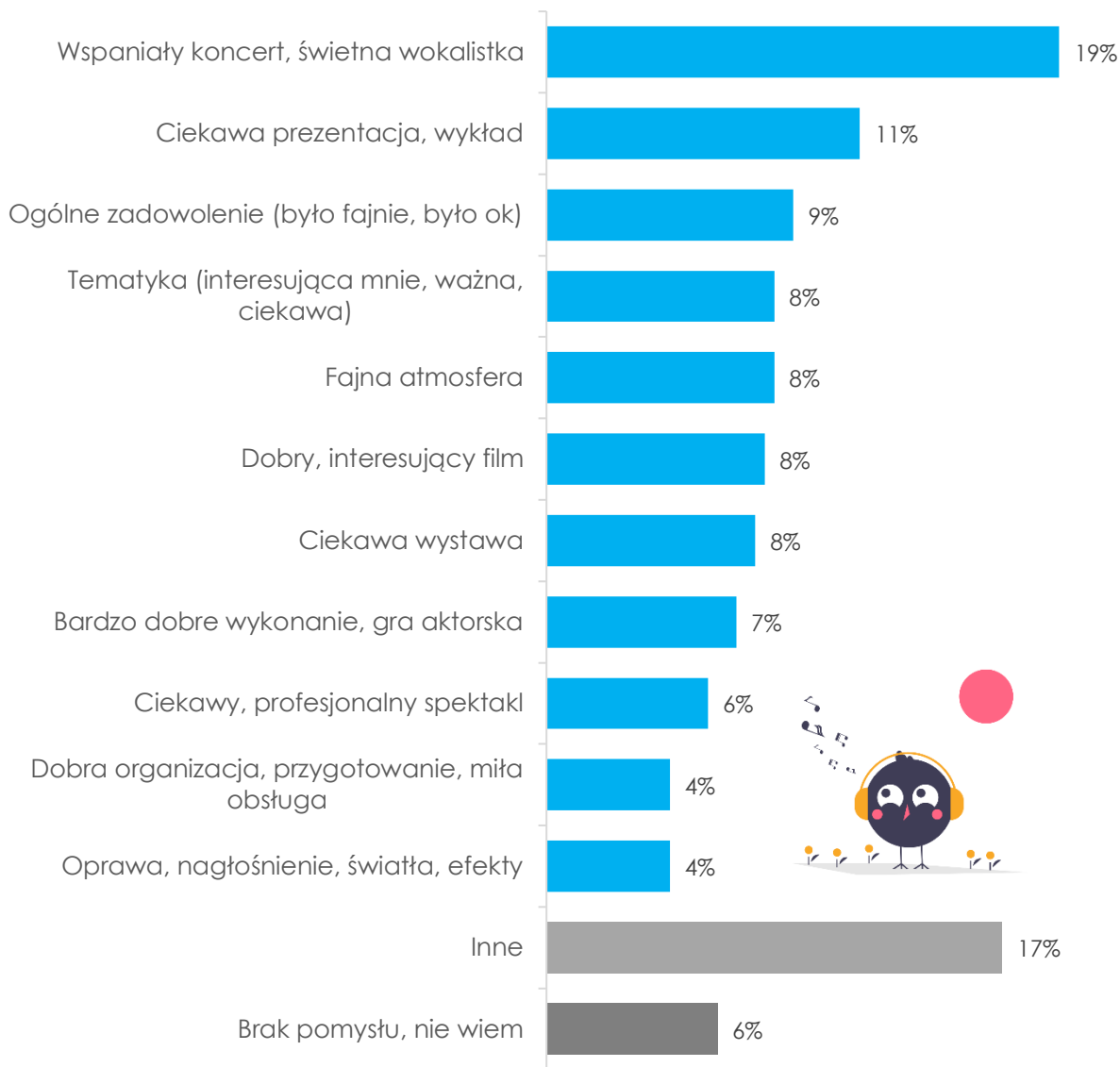


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Osoby, które oceniły dane wydarzenia pozytywnie² zostały zapytane o przyczyny takiej oceny. Najczęściej pojawiającą się odpowiedzią było wskazanie na wspaniały koncert, świetną wokalistkę (19%). Nieco mniej osób mówiło również o ciekawej prezentacji, wykładzie (11%), ogólnym zadowoleniu (9%), fajnej atmosferze (8%), interesującej i ciekawej tematyce wydarzenia (8%), dobrym, interesującym filmie (8%), ciekawej wystawie (8%), bardzo dobrej grze aktorskiej (7%) oraz o profesjonalnym spektaklu (6%). Wśród odpowiedzi pojawiały się również te chwalcące oprawę, nagłośnienie, światło i efekty na wydarzeniu (4%), a także dobrą organizację, przygotowanie i miłą obsługę (4%).

² Osoby, które odpowiedziały „zdecydowanie pozytywnie” lub „raczej pozytywnie”.

Grafika 3. Przyczyny pozytywnej oceny wydarzenia

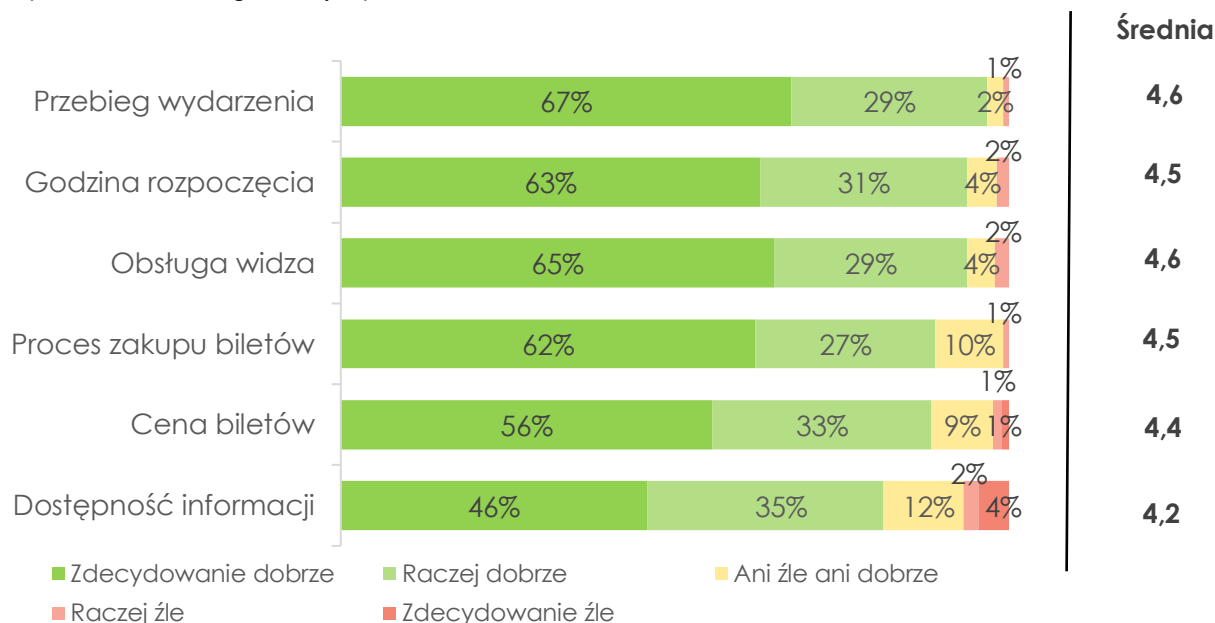


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: respondenci, którzy pozytywnie ocenili wydarzenie, N=290.

OCENA ORGANIZACJI WYDARZENIA

Składowymi ocenami organizacji wydarzenia były: dostępność informacji, przebieg wydarzenia, obsługa widza, proces zakupu biletów, godzina rozpoczęcia oraz cena biletów. Biorąc pod uwagę średnią ocenę poszczególnych aspektów, najwyższe wyniki odnotowano w przypadku przebiegu wydarzenia oraz obsłudze widza (średnia: po 4,6), choć to przebieg wydarzenia otrzymał więcej pozytywnych ocen (96%). Najniższe noty charakteryzują dostępność informacji (średnia: 4,2). W przypadku oceny tego elementu, relatywnie dużo osób dokonało oceny „zdecydowanie złej” (4%).

Wykres 8. Ocena organizacji wydarzenia

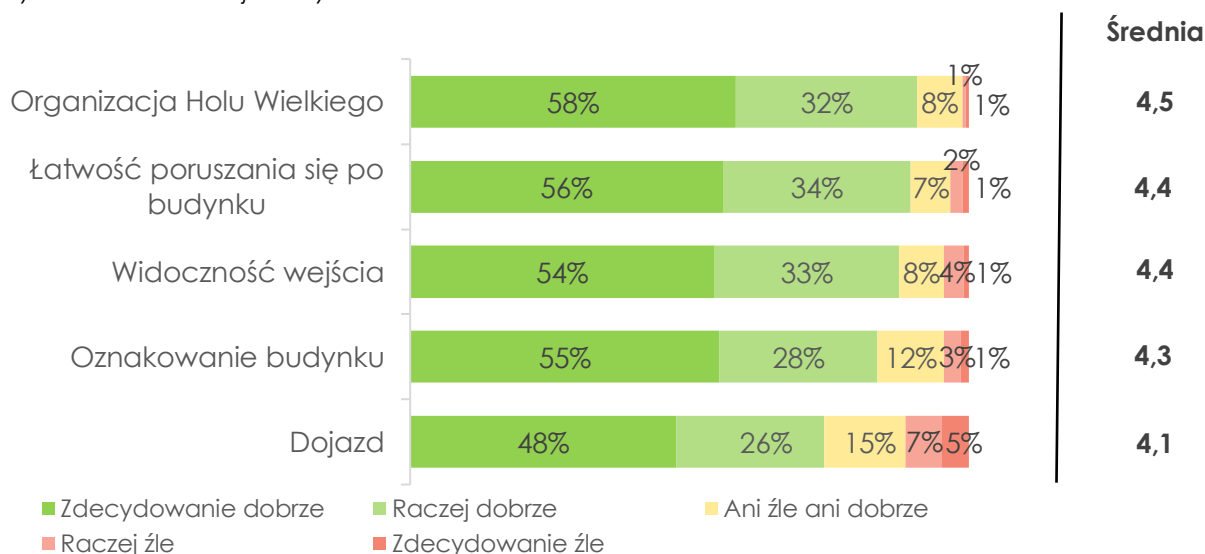


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

OCENA MIEJSCA WYDARZENIA

Ocena miejsca wydarzenia to przede wszystkim ocena dojazdu, widoczności wejścia, łatwości poruszania się po budynku, oznakowania w budynku oraz organizacja przestrzeni Holu Wielkiego. Biorąc pod uwagę średnią ocenę poszczególnych aspektów, najwyższe wyniki odnotowano w przypadku organizacji Holu Wielkiego (średnia: 4,5), tylko nieco niższe oceny dotyczą łatwości poruszania się po budynku i widoczności wejścia (średnia: po 4,4). Najniższe noty charakteryzują dojazd (średnia: 4,1). Aż 12% respondentów oceniło dojazd zdecydowanie lub raczej źle.

Wykres 9. Ocena miejsca wydarzenia

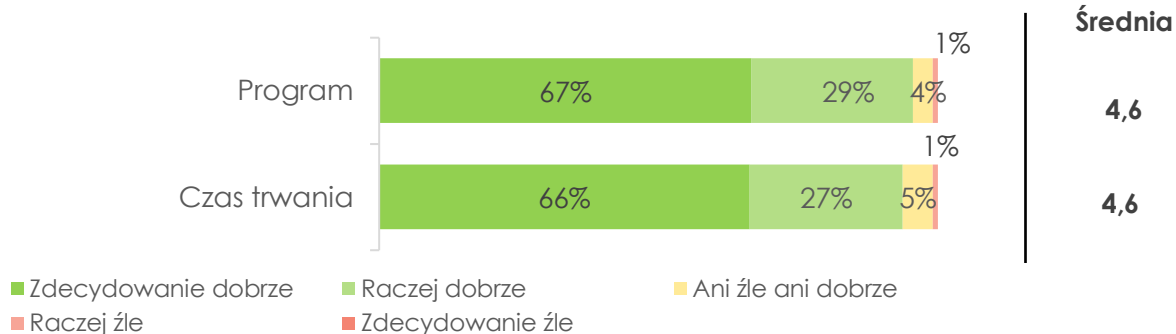


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

OCENA HARMONOGRAMU WYDARZENIA

W dalszej części wywiadu badanych poproszono o ocenę programu wydarzenia oraz czasu jego trwania. Oba aspekty zostały ocenione bardzo wysoko i uzyskały średnią ocenę 4,6.

Wykres 10. Ocena harmonogramu wydarzenia

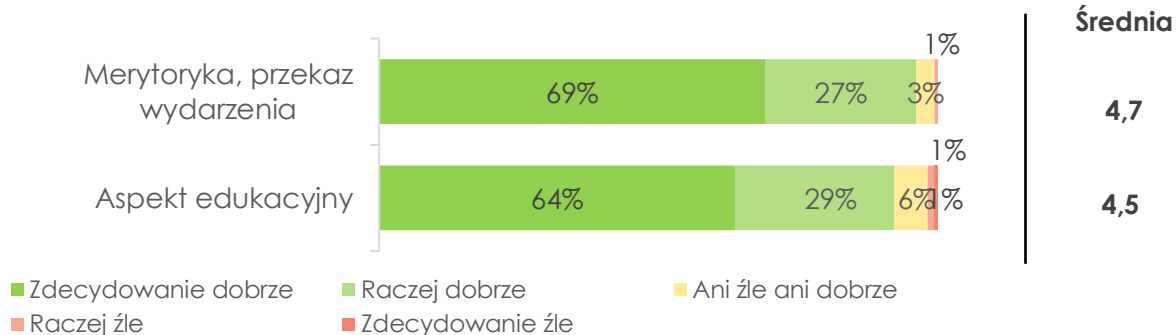


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

WARTOŚĆ MERYTORYCZNA WYDARZENIA

Wartość merytoryczna ocenianych wydarzeń również jest bardzo wysoka. Przekaz wydarzenia pozytywnie oceniło 96% respondentów, natomiast aspekt edukacyjny dobrze oceniło 93% badanych. Oba elementy otrzymały wysokie średnie oceny (średnie odpowiednio: 4,7 i 4,5).

Wykres 11. Ocena wartości merytorycznej wydarzenia

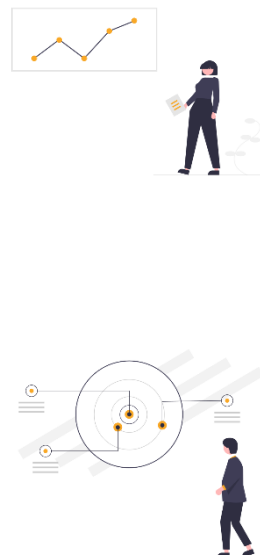


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Poniżej, w zbiorczej tabeli zaprezentowano średnie oceny dla poszczególnych aspektów organizacji, miejsca, harmonogramu oraz wartości merytorycznej wydarzeń. Najwyższa średnia charakteryzuje przekaz wydarzenia, natomiast najniżej oceniono dojazd, dostępność informacji oraz oznakowanie budynku.

Tabela 9. Podsumowanie ocen organizacji, miejsca, harmonogramu i wartości merytorycznej wydarzeń - średnie

Zmienna	Średnia
Ogółem	4,5
Dostępność informacji	4,2
Przebieg wydarzenia	4,6
Obsługa widza	4,6
Proces zakupu biletów	4,5
Godzina rozpoczęcia	4,5
Cena biletów	4,4
Dojazd	4,1
Widoczność wejścia	4,4
Łatwość poruszania się po budynku	4,4
Oznakowanie budynku	4,3
Organizacja przestrzeni Holu Wielkiego	4,5
Program	4,6
Czas trwania	4,6
Przekaz wydarzenia	4,7
Aspekt edukacyjny	4,5

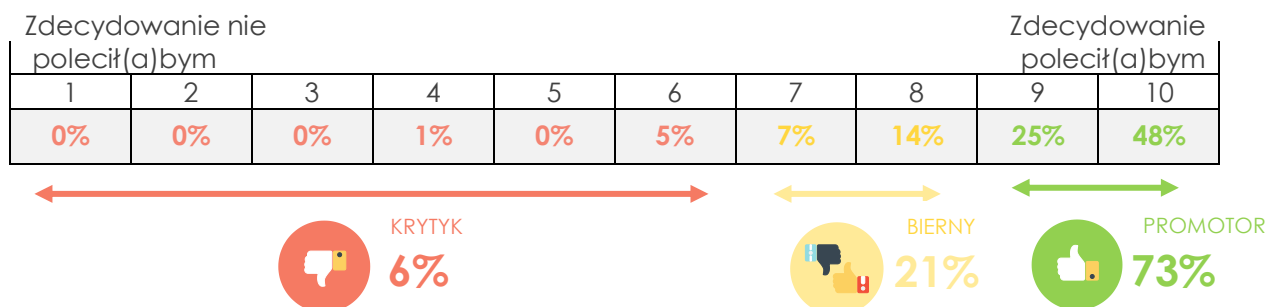


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

POLECANIE MIEJSCA

Z przeprowadzonego badania wynika, że więcej niż 7 na 10 badanych poleciłoby CK ZAMEK swoim znajomym i/lub rodzinie. Odmiennego zdania było jedynie 6% respondentów, natomiast 21% wskazało na postawę bierną w tym zakresie. Na dziesięciostopniowej skali średnia wyniosła zatem **9,0**, co świadczy o wysokim zadowoleniu odbiorców z wydarzeń Centrum Kultury ZAMEK. Dla lepszego zrozumienia opisywanych wyników na skali dziesięciostopniowej postawy podzielono na trzy grupy: krytyk (oceny od 1 do 6), bierny (oceny od 7 do 8) oraz promotor (od 9 do 10).

Wykres 12. Polecenie miejsca znajomym/rodzinie



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Analizując uzyskane wyniki pod względem cech społeczno-demograficznych badanych zaznaczyć należy, iż częściej znajomym/rodzinie wydarzenia byłyby skłonne polecić kobiety niż mężczyźni (9,0 vs. 8,9). Jednocześnie warto zaznaczyć, iż w przypadku wieku osoby najmłodsze

(15-24 lata) częściej niż inne grupy przyjmowały postawę bierną (27%), natomiast rzadziej jako promotor (60%). Odwrotna sytuacja widoczna jest wśród osób w wieku 25-34 lat (postawa bierna 18%, promotor 78%).

Tabela 10. Polecanie miejsca a płeć

	PŁEĆ		OGÓŁEM
	KOBIETA	MĘŻCZYZNA	
KRYTYK	6%	6%	6%
BIERNY	21%	22%	21%
PROMOTOR	73%	71%	73%
ŚREDNIA	9,0	8,9	9,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Analiza pod względem typów wydarzeń wykazała, że najbardziej skłonna do poleceń miejsca jest widownia wydarzeń kinowych (9,3) oraz wydarzeń muzycznych (9,2). Najniższe noty odnotowano w przypadku wydarzeń wystawienniczych (8,6) oraz wydarzeń czytelniczych (8,8). Warto dodać, że na wydarzeniach wystawienniczych, szczególnie na wystawie „Antoni Gaudi” sporą część publiczności stanowią osoby przyjezdne, co mogło wpłynąć na relatywnie niższą średnią dotyczącą polecenia danego wydarzenia. Szczegółowe dane przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 11. Polecanie miejsca a typ wydarzeń

	Średnia
Ogółem	9,0
Wydarzenia muzyczne	9,2
Wydarzenia kinowe	9,3
Wydarzenia teatralne	8,9
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	8,9
Wydarzenia czytelnicze	8,8
Wydarzenia wystawiennicze	8,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

PONOWNY UDZIAŁ W WYDARZENIU W CENTRUM KULTURY ZAMEK

Udział w wydarzeniu zachęcił zdecydowaną większość badanych do ponownych odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK (91% wskazań dla sumy odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”). Jedynie 2% spośród wszystkich respondentów wskazało, że wydarzenie, w którym uczestniczyli zdecydowanie nie skłoniło ich do ponownej wizyty w Centrum Kultury.

Wykres 13. Chęć ponownych odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK w celach kulturowych po wzięciu udziału w wydarzeniu



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336. Analiza pod względem typów wydarzeń pokazała, że to wydarzenia wystawiennicze najmniej, spośród wszystkich wyodrębnionych tematycznie wydarzeń, zachęcały do ponownych odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK (9% dla sumy odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie”), jednak należy dodać, że sporą częścią publiczności na wydarzeniach wystawienniczych były osoby przyjezdne, które być może nie będą miały szansy, aby ponownie wziąć udział w wydarzeniu kulturalnym w tym miejscu. Z kolei wydarzeniami, które w największym stopniu zachęciły uczestników do ponownych odwiedzin Centrum Kultury w celach kulturowych były wydarzenia edukacyjne i historyczne oraz wydarzenia muzyczne (odpowiednio 97% i 95%).

Tabela 12. Chęć ponownego odwiedzenia Centrum Kultury ZAMEK a typ wydarzenia

	Zdecydowanie nie	Raczej nie	Ani nie ani tak	Raczej tak	Zdecydowanie tak	N
Wydarzenia ogółem	2%	0%	7%	30%	61%	336
Wydarzenia muzyczne	2%	0%	3%	29%	67%	63
Wydarzenia kinowe	0%	0%	6%	21%	74%	53*
Wydarzenia teatralne	2%	0%	6%	39%	53%	51*
Wydarzenia edukacyjne i historyczne	0%	0%	3%	33%	64%	58*
Wydarzenia czytelnicze	0%	0%	12%	23%	65%	57*
Wydarzenia wystawiennicze	7%	2%	11%	37%	43%	54*

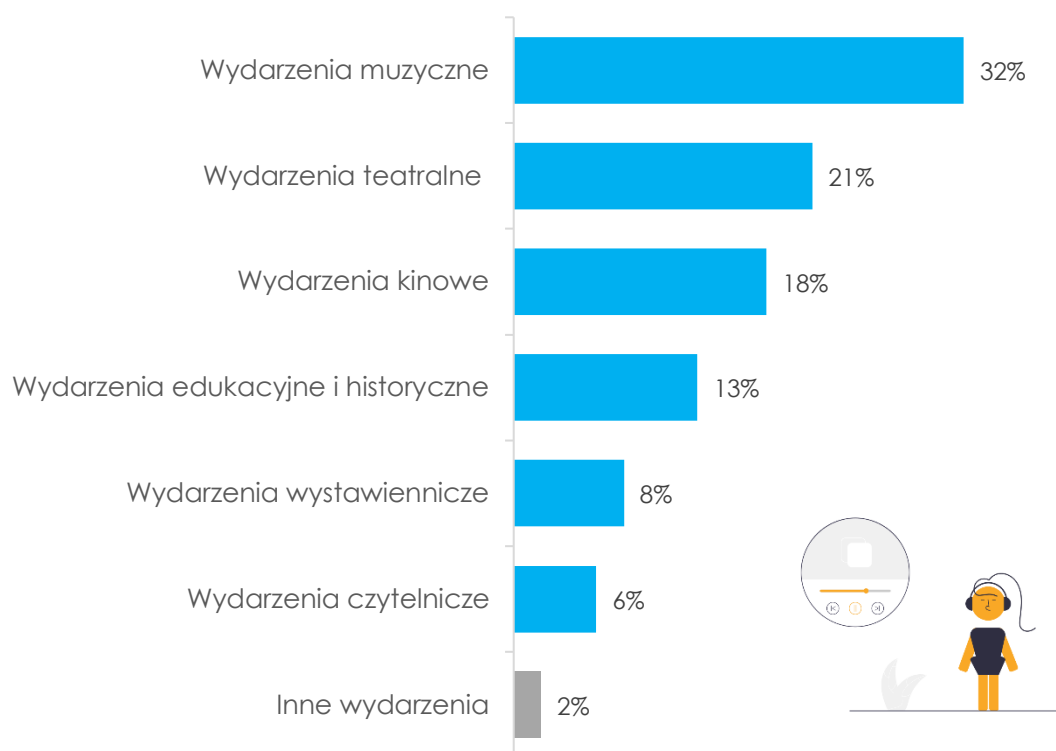
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

Zachęcenie do kolejnej wizyty badani najchętniej wzięliby udział w wydarzeniach muzycznych (32%). Wydarzenia czytelnicze oraz wydarzenia wystawiennicze były najrzadziej wskazywane

jako cel ponownych odwiedzin Centrum Kultury (odpowiednio 6% i 8%). Uczestnicy wydarzeń muzycznych jako cel ponownej wizyty w CK ZAMEK najczęściej wskazywali ten sam typ wydarzeń (63%), z kolei wśród uczestników innych typów wydarzeń zauważalna była większa różnorodność przy wyborze rodzaju wydarzenia, w którym najchętniej wzięliby udział w przyszłości.

Wykres 14. Chęć ponownych odwiedzin CK ZAMEK a typ wydarzeń

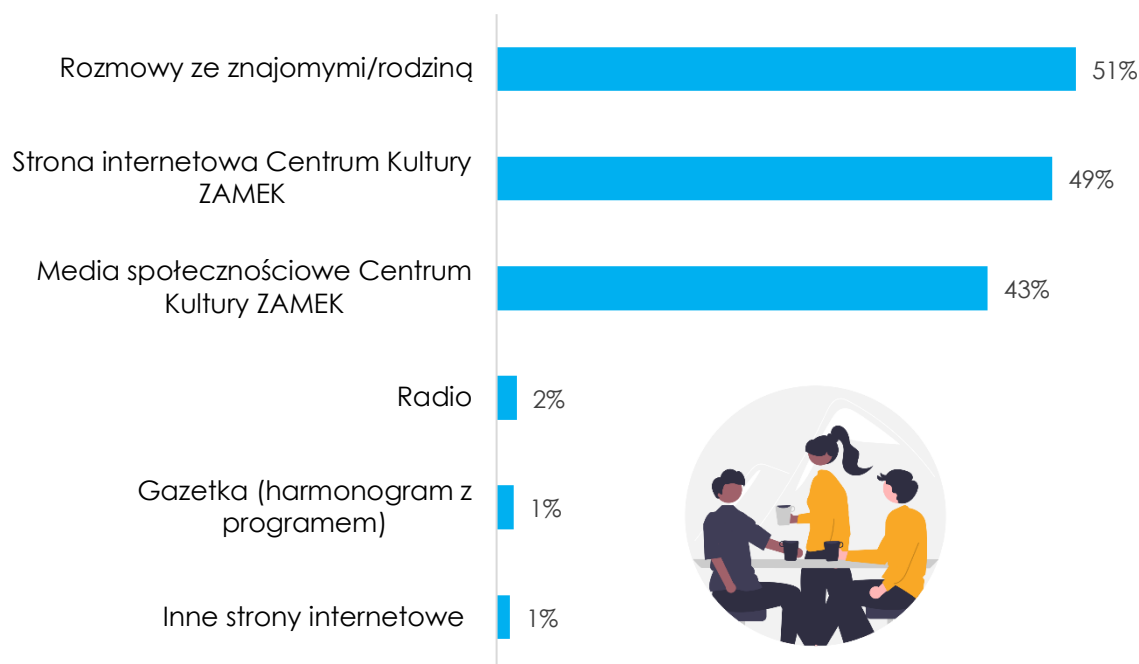


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: respondenci, których udział w wydarzeniu zachęcił do ponownych odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK, N=306.

4.7 Źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych

Najczęściej wskazywanym źródłem informacji o wydarzeniach kulturalnych w Centrum Kultury ZAMEK były rozmowy ze znajomymi lub rozmowy z rodziną (51%). Równie często respondenci pozyskiwali informacje ze strony internetowej (49%) oraz z mediów społecznościowych Centrum Kultury ZAMEK (43%). Zdecydowana większość badanych, którzy korzystają z profili społecznościowych Centrum, najczęściej wymieniała Facebook'a jako platformę, z której pozyskują informacje (98% z grupy osób, które jako źródło informacji na temat wydarzeń kulturalnych w Centrum Kultury ZAMEK wskazały media społecznościowe). Respondenci najrzadziej korzystali z radia (2%), harmonogramów z programem (1%) oraz innych stron internetowych (1%).

Wykres 15. Źródło czerpania informacji na temat wydarzeń kulturalnych w Centrum Kultury ZAMEK



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336. Na wykresie nie uwzględniono odpowiedzi „trudno powiedzieć”.

Analiza wyników w podziale na grupy wiekowe wskazała, że najczęściej ze strony internetowej Centrum Kultury ZAMEK korzystają osoby powyżej 45 roku życia. Zauważalne jest, że wraz z wiekiem rośnie udział pozyskiwania informacji odnośnie wydarzeń kulturalnych za pośrednictwem radia oraz harmonogramu z programem wydarzeń. Wśród najmłodszej badanej grupy wiekowej najczęściej występującym źródłem informacji o wydarzeniach kulturalnych Centrum są rozmowy ze znajomymi lub rodziną.

Tabela 13. Źródła informacji odnośnie wydarzeń kulturalnych Centrum Kultury ZAMEK z podziałem na wiek

	Ogółem	15-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-60 lat	60+ lat
Rozmowy ze znajomymi/rodziną	51%	53%	47%	48%	61%	43%
Media społecznościowe Centrum Kultury ZAMEK	43%	41%	56%	43%	43%	5%
Strona internetowa Centrum Kultury ZAMEK	49%	40%	43%	55%	59%	62%
Inne strony internetowe	1%	2%	0%	2%	0%	0%
Prasa	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Radio	2%	0%	1%	1%	5%	5%

	Ogółem	15-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-60 lat	60+ lat
Gazetka (harmonogram z programem)	1%	1%	1%	1%	0%	10%
N	336	91	79	82	56*	21*

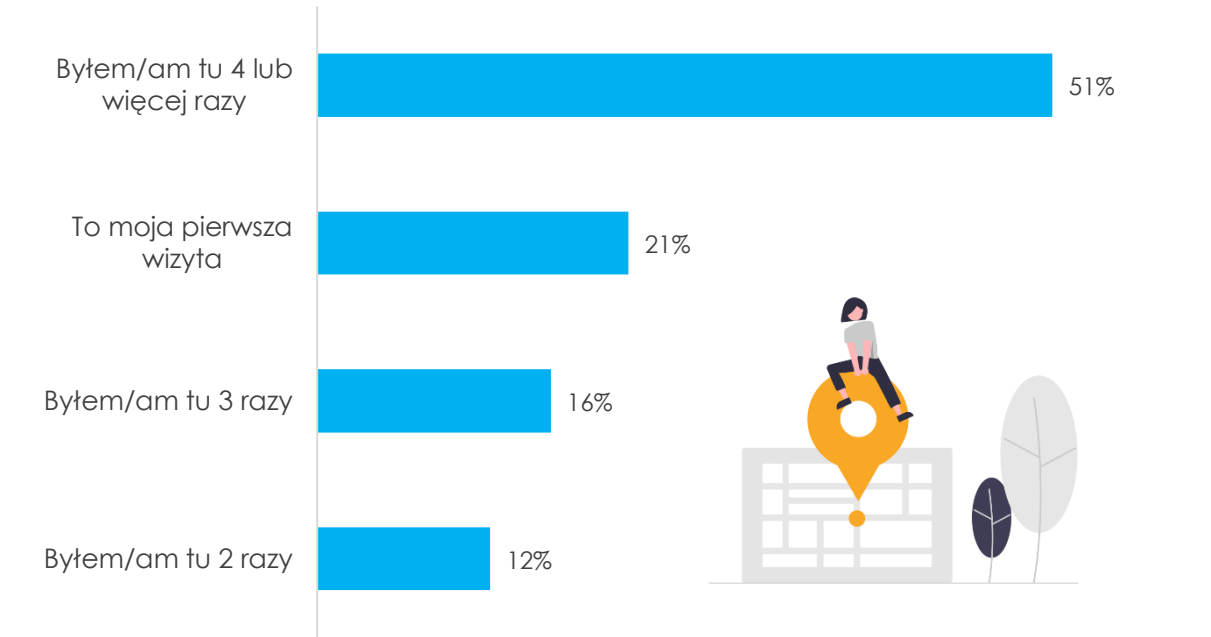
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź.

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

4.8 Częstotliwość wizyt oraz sposób zakupu biletów w Centrum Kultury ZAMEK

Większość badanych wskazała, że odwiedzało Centrum Kultury ZAMEK wielokrotnie. Ponad połowa badanych podkreślała, że była w tym miejscu 4 lub więcej razy (51%). Niemal co piąty respondent deklarował, że udział w wydarzeniu kulturalnym był ich pierwszą wizytą w Centrum Kultury ZAMEK (21%).

Wykres 16. Częstotliwość odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Pierwsza wizyta dotyczy wydarzeń głównie muzycznych (33%), z kolei częste odwiedziny (4 razy więcej) głównie wydarzeń teatralnych oraz edukacyjno-historycznych (po 57%).

Tabela 14. Częstotliwość odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK a typ wydarzenia

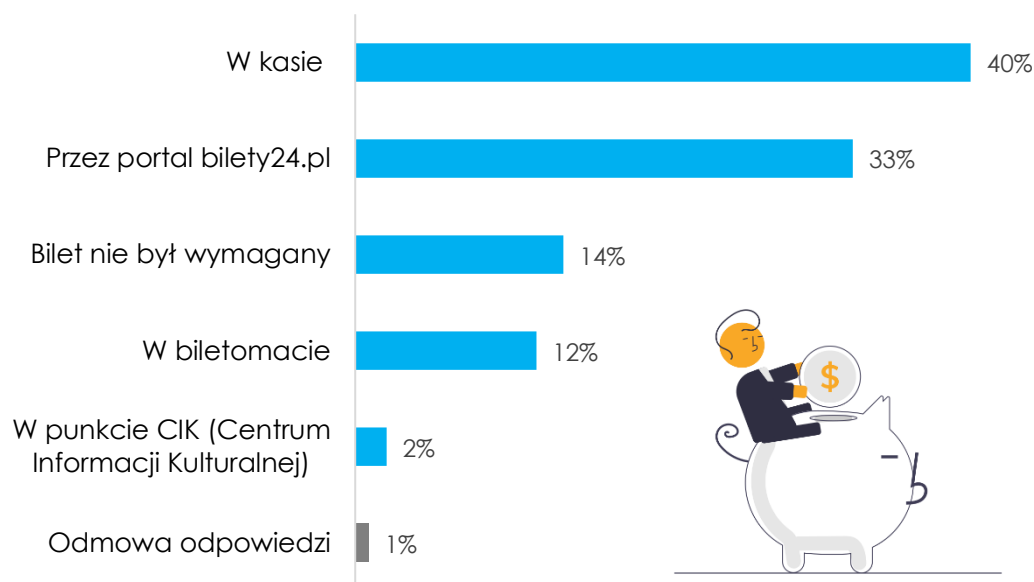
	Ogółem	Muzyczne	Kinowe	Teatralne	Edukacyjne i historyczne	Czytelnicze	Wystawiennicze
To moja pierwsza wizyta	21%	33%	19%	10%	19%	14%	31%
Byłem/am tu 2 razy	12%	17%	11%	6%	10%	16%	9%
Byłem/am tu 3 razy	16%	8%	19%	27%	14%	23%	7%
Byłem/am tu 4 razy i więcej	51%	41%	51%	57%	57%	47%	52%
N	336	63	53*	51*	58*	57*	54*

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI.

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

Respondenci najczęściej kupowali bilety w kasie (40%). Co trzeci badany podkreślił, że zakupił bilet na wydarzenie drogą internetową, poprzez portal bilety24.pl (33%), a 12% odpowiadających kupiło bilet w biletomacie. Zakup biletu najrzadziej odbywał się przez punkt Centrum Informacji Kulturalnej (2%).

Wykres 17. Sposób nabycia biletu na wydarzenie w Centrum Kultury ZAMEK



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

W kasie kupowano bilety najczęściej na wydarzenia wystawiennicze (70%), z kolei przez portal bilety24.pl na wydarzenia muzyczne (73%).

Tabela 15. Sposób nabycia biletu na wydarzenie w Centrum Kultury ZAMEK a typ wydarzenia

	Ogółem	Muzyczne	Kinowe	Teatralne	Edukacyjne i historyczne	Czytelnicze	Wystawiennicze
W kasie	40%	22%	45%	39%	47%	23%	70%
Przez portal bilety24.pl	33%	73%	32%	27%	16%	30%	13%
Bilet nie był wymagany	14%	0%	0%	2%	22%	49%	7%
W biletomacie	12%	3%	25%	27%	12%	4%	4%
W punkcie CIK (Centrum Informacji Kulturalnej)	2%	2%	0%	4%	0%	2%	6%
Odmowa odpowiedzi	1%	0%	0%	0%	3%	2%	0%
N	336	63	53	51	58	57	54

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI.

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

Analiza wyników w podziale na grupy wiekowe wskazuje, że najczęściej to starsze grupy wiekowe nabywają bilety na wydarzenia w kasie. Na to źródło wskazało 51% respondentów, z grupy wiekowej 35-44 lata, 58% nieco starszych badanych (45-60 lat) i 57% najstarszych respondentów (60 lat i więcej). Z kolei z internetowej formy nabywania biletów najczęściej korzystali młodsze pokolenia. To źródło kupna biletów było najpowszechniej wykorzystywane przez osoby pomiędzy 25, a 34 rokiem życia (46%). Z punktu Centrum Informacji Kulturalnej najczęściej korzystały osoby w wieku 45-60 lat (9%).

Tabela 16. Sposób nabycia biletu na wydarzenia Centrum Kultury ZAMEK – podział na grupy wiekowe

	Ogółem	15-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45-60 lat	60+ lat
W kasie	40%	27%	33%	51%	48%	57%
W biletomacie	12%	11%	13%	6%	16%	19%
Przez portal bilety24.pl	33%	35%	46%	32%	23%	10%
W punkcie CIK (Centrum Informacji Kulturalnej)	2%	0%	0%	2%	9%	0%
Bilet nie był wymagany	14%	27%	10%	7%	7%	14%

	Ogółem	15-24 lat	25-34 lat	35-44 lat	45-60 lat	60+ lat
N	336	91	79	82	56*	21*

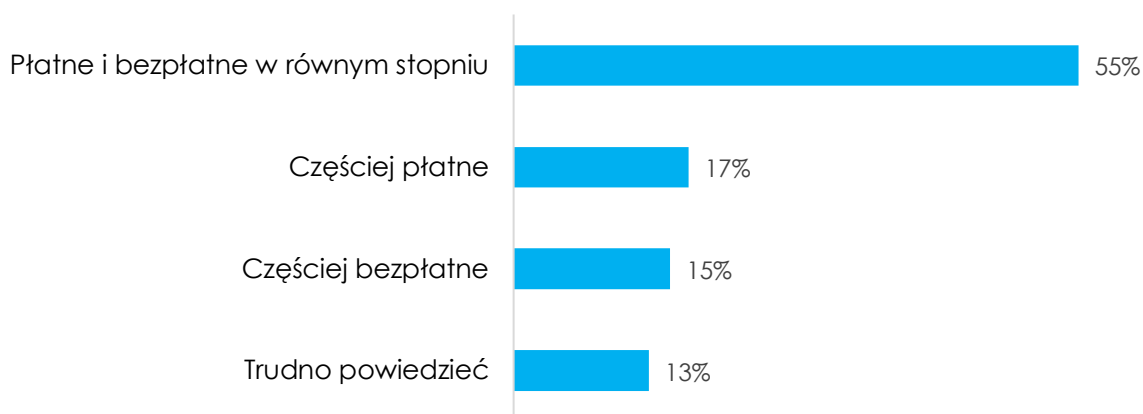
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336. w tabeli nie uwzględniono wskazania „odmowa odpowiedzi”.

*niska liczebność, wyniki należy traktować poglądowo.

4.9 Tendencje zachowań respondentów dotyczące wydarzeń kulturalnych

55% respondentów wybiera zarówno płatne jak i bezpłatne wydarzenia kulturalne w równym stopniu. Wśród respondentów, którzy wskazali na większą częstotliwość wyboru wydarzeń płatnych lub bezpłatnych, rozkład odpowiedzi kształtował się na zbliżonym poziomie (odpowiednio: 17% i 15%).

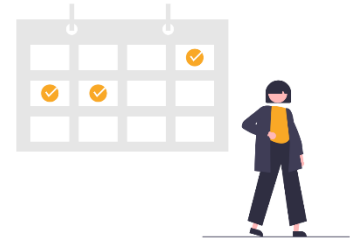
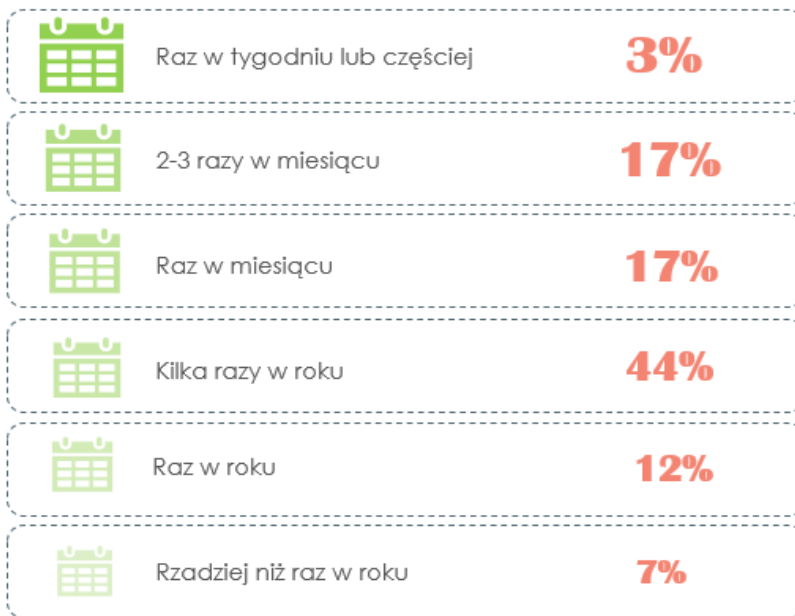
Wykres 18. Wybór wydarzeń płatnych oraz bezpłatnych



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Większość badanych uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych, zarówno w Centrum Kultury ZAMEK, jak i poza nim, kilka razy w roku (44%). Niemal co szósty badany deklaruje, że uczestniczy w takich wydarzeniach raz w miesiącu (17%). Tyle samo osób odpowiedziało, że bierze w nich udział 2-3 razy w miesiącu (17%). Najmniejszą grupę badanych, którzy uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych, stanowią respondenci, którzy korzystają z tej formy rozrywki raz w tygodniu lub częściej (3%).

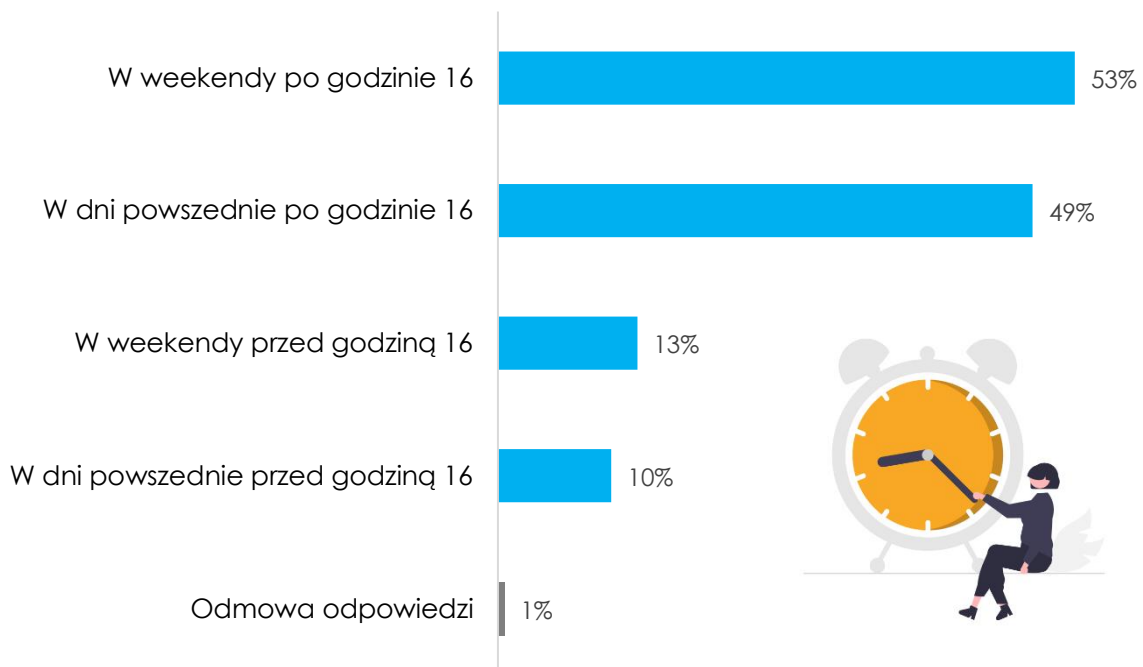
Grafika 4. Częstotliwość uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych ogółem



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336.

Respondenci najczęściej uczestniczą w wydarzeniach kulturowych w weekendy po godzinie 16-ej oraz w dni powszednie po godzinie 16-ej (odpowiednio: 53% oraz 49% wskazań). Badani rzadziej korzystają z oferty kulturowej przed godziną 16-tą, zarówno w weekendy, jak i w dni powszednie (odpowiednio: 13% i 10% wskazań).

Wykres 19. Najczęstsze godziny uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania TAPI i PAPI, podstawa: wszyscy respondenci, N=336, wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać w pytaniu więcej niż jedną odpowiedź.

5. PODSUMOWANIE I WNIOSKI

UCZESTNICY WYDARZEŃ

W wydarzeniach kulturalnych uczestniczyły zdecydowanie częściej **kobiety** niż mężczyźni. Grupą bardziej aktywną pod tym względem były osoby z najniższej wyodrębnionej grupy wiekowej: **od 15 do 24 r.ż.** W badaniu licznie brali również udział respondenci z grup wiekowych 25-34 lata oraz 35-44 lata. Wśród uczestników badania dominowały osoby o **wyższym wykształceniu**, które stanowiły 60% badanej grupy. Jednocześnie niemal co trzeci respondent posiadał wykształcenie średnie, zarówno ogólnokształcące, jak i zawodowe. Biorąc pod uwagę sytuację zawodową, w wydarzeniach uczestniczyły przede wszystkim osoby **pracujące zawodowo lub prowadzące własną działalność**. Dodatkowo, niemal co czwarty badany wciąż się uczył lub posiadał status studenta. Znacznie mniejszy odsetek stanowili emeryci, bezrobotni czy osoby zajmujące się domem. Wyniki badania wskazują, że kobiety znacznie częściej brały udział w wydarzeniach muzycznych, wystawienniczych oraz czytelniczych. Z kolei mężczyźni preferowali wydarzenia kinowe, teatralne, edukacyjne i historyczne oraz muzyczne. Najmłodsza badana grupa respondentów najczęściej wybierała wydarzenia czytelnicze, a wśród starszej publiczności popularne były wydarzenia muzyczne oraz edukacyjno-historyczne. Najstarsi badani najchętniej uczestniczyli w wydarzeniach wystawienniczych. Osoby posiadające wyższe wykształcenie najchętniej uczestniczyły w wydarzeniach muzycznych oraz kinowych. Z kolei respondenci o średnim wykształceniu preferowali wydarzenia czytelnicze.

OSOBY TOWARZYSZĄCE

Publiczność Centrum Kultury ZAMEK na wydarzenia zazwyczaj przychodziła w towarzystwie **znajomych, rodziny lub partnera**. Niemal co ósmy badany zadeklarował, iż uczestniczy w wydarzeniu w pojedynkę. Warto w tym kontekście zaznaczyć, iż ze znajomymi przychodziły głównie dwie grupy: osoby młode (15-24 lata) oraz kobiety. Z kolei z rodziną najczęściej przychodziły osoby w wieku 60 lat i więcej. Uczniowie i studenci oraz osoby pracujące najczęściej na wydarzenia kulturalne przychodziły z towarzystwem znajomych.

MOMENT PODJĘCIA DECYZJI O UDZIALE W WYDARZENIU

Zauważalne jest, że publiczność wydarzeń kulturalnych dzieli się na osoby spontaniczne oraz osoby planujące udział w wydarzeniach z wyprzedzeniem. Większość badanych podejmuje decyzję o udziale w wydarzeniu w tym samym dniu, dzień lub kilka dni wcześniej. Spontaniczny charakter decyzji o udziale w wydarzeniu charakteryzował uczestników wydarzeń wystawienniczych, kinowych oraz edukacyjno-historycznych. Jednocześnie niemal co piąty badany planował wyjście w celach kulturowych z ponad miesięcznym wyprzedzeniem. Osoby

planujące z długim wyprzedzeniem najczęściej były uczestnikami wydarzeń muzycznych oraz czytelniczych.

MOTYWACJA UCZESTNICTWA

Ponad połowa badanych, uczestnicząc w wydarzeniach kulturalnych chciała **w ciekawy sposób spędzić swój wolny czas**, zaś niemal co drugi respondent podkreślał, że przyszedł na wydarzenie ze względu na **autora lub wykonawcę**. Respondenci wskazywali również na **zainteresowanie konkretnym tematem wydarzenia lub dziedziną sztuki**, a także na **spędzenie czasu z rodziną lub ze znajomymi**. Niemal co ósmy uczestnik badania poprzez udział w wydarzeniu CK ZAMEK chciał rozwinąć się zawodowo oraz edukować się. Najczęściej, jako powód korzystania z usług kulturalnych Centrum wskazywano na ciekawość, bliską lokalizację, przypadek, darmowy lub tani wstęp, dobre recenzje, chęć bycia kulturalną osobą lub lojalność i atmosferę. Kobiety częściej wykazywały przywiązanie do autorów lub wykonawców, które warunkowało obecność tej grupy badanych na wydarzeniach. Dodatkowo, kobiety cechowało większe powiązanie zainteresowania tematyką oraz chęci rozwoju i edukacji z motywacją uczestnictwa w wydarzeniu, niż w przypadku mężczyzn. Wyniki badania wskazują, że mężczyźni częściej niż kobiety przybywali na wydarzenia Centrum Kultury ZAMEK przez przypadek. Ponad połowa badanych posiadających wyższe wykształcenie deklaruje swoje uczestnictwo w wydarzeniu CK ZAMEK z powodu autorów lub wykonawców tworzących wydarzenie, co może wskazywać na ich większą znajomość przedstawicieli kultury niż w przypadku grup posiadających niższy poziom wykształcenia.

OCENA MIEJSCA I WYDARZENIA

Publiczność wydarzeń kulturalnych jako największą zaletę Centrum Kultury ZAMEK wskazała lokalizację oraz dojazd do budynku. Co czwarty uczestnik badania jako zaletę podkreślał ofertę Centrum, określaną przez ciekawe wydarzenia, wystawy oraz warsztaty, zaś nieco mniej badanych zwróciło uwagę na jej szeroki zakres. Respondenci wskazywali również na ładne i ciekawe wnętrza, wystrój budynku i architekturę. Rzadziej, jako zaletę CK ZAMEK wymieniano przyjemną atmosferę, cenę biletów, miłych pracowników i pomoc, kameralność wydarzeń, dobór artystów oraz dostępność wydarzeń. Zdecydowana większość uczestników badania nie zauważa wad Centrum Kultury ZAMEK, jednakże co 10 badany widział problem z dostępnością miejsc parkingowych. Rzadziej podkreślano również ograniczone informacje, małą liczbę reklam czy promocję miejsca, jak również trudny dojazd do budynku. Wśród wad instytucji wskazywano również na źle opisaną ścieżkę zwiedzania lub drogę do wyjścia, niewygodne siedzenia, brak lub słabą klimatyzację, słabą ofertę gastronomiczną, drogie bilety czy brak szatni lub jej niedostępność. Zauważalne jest, że mężczyźni byli bardziej krytyczni w swojej ocenie Centrum Kultury ZAMEK niż kobiety.

Wyniki badania wskazują na wysoką ogólną ocenę wydarzeń, która w pięciostopniowej skali wynosiła 4,5. Zdecydowana większość respondentów pozytywnie oceniła wydarzenie, w którym brali udział. Jedynie 1% badanych określiło swoją ocenę jako negatywną. W ogólnej ocenie wydarzeń, najwyższe oceny uzyskały wydarzenia muzyczne oraz wydarzenia edukacyjne i historyczne. Zauważalne jest, że nieco wyższą ocenę wydarzeniom przyznawały kobiety niż mężczyźni, jednocześnie najlepszą średnią ocenę uzyskano w grupie wiekowej 25-34 lat. Najstarszą grupę wiekową, obejmującą osoby 60+, cechowała największa krytyczność.

Oceniając organizację wydarzenia, najwyższe średnie wyniki uzyskano dla **przebiegu wydarzenia oraz obsługi klienta**, jednakże to przebieg wydarzenia cechowała największa liczba wskazań warunkująca ocenę pozytywną. Z kolei najniższe wyniki cechowały dostępność informacji. W przypadku oceny miejsca wydarzenia najwyższe wyniki uzyskano dla **organizacji Holu Wielkiego oraz łatwości poruszania się po budynku i widoczność wejścia**. Z kolei najniższymi ocenami tego aspektu cechował się dojazd do instytucji. Składowe harmonogramu wydarzenia, dotyczące zarówno **programu, jak i czasu trwania** były oceniane bardzo wysoko. Podobnie wysokie oceny otrzymano w przypadku oceny wartości merytorycznej wydarzenia, na którą składały się **merytoryka i przekaz wydarzenia** oraz jego aspekt edukacyjny.

7 na 10 badanych poleciłoby Centrum Kultury ZAMEK innym. Niemal co piąty badany nie potrafił określić czy byłby w stanie zarekomendować tę instytucję i przybierał postawę bierną. O zadowoleniu z odbioru CK ZAMEK świadczy wysoka średnia wskazująca na chęć polecenia miejsca znajomym czy rodzinie, która w dziesięciostopniowej skali wynosi **9,0**. Centrum częściej były skłonne polecać kobiety oraz uczestnicy wydarzeń kinowych i wydarzeń muzycznych. Udział w wydarzeniu zachęcił zdecydowaną większość badanych do ponownych odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK. Jedynie 2% badanych nie wyraziło chęci odbycia kolejnej wizyty do tej instytucji. Do tej grupy osób najczęściej należeli uczestnicy wydarzeń wystawienniczych. Wydarzeniami z których najchętniej skorzystaliby badani w przypadku ponownych odwiedzin CK ZAMEK są wydarzenia muzyczne.

ŹRÓDŁA INFORMACJI O WYDARZENIACH KULTURALNYCH

Do najpopularniejszych źródeł informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych Centrum Kultury ZAMEK należą rozmowy ze znajomymi lub rozmowy z rodziną, które były najpowszechniejsze wśród najmłodszej badanej grupy wiekowej. Uczestnicy badania często korzystali również ze strony internetowej, czy mediów społecznościowych instytucji w postaci profili na platformie Facebook. Najrzadziej wybieranymi źródłami były harmonogramy z programem, inne strony internetowe czy radio.

CZĘSTOTLIWOŚĆ WIZYT ORAZ SPOSÓB ZAKUPU BILETÓW W CENTRUM KULTURY ZAMEK

Ponad połowa badanych wskazuje, że odwiedzała CK ZAMEK wielokrotnie i była w tym miejscu 4 lub więcej razy. Jednocześnie niemal co piąty respondent podkreślał, że udział w wydarzeniu kulturalnym był jego pierwszą wizytą w Centrum Kultury ZAMEK. Wyniki wskazują, że 4 na 10 uczestników wydarzeń zakupiło bilet w kasie, zaś co trzeci badany zakupił bilet drogą internetową przez portal bilety24.pl. Osoby starsze preferują nabywanie biletów w kasie, z kolei młodsze grupy wiekowe preferują internetowe kanały sprzedaży.

TENDENCJE ZACHOWAŃ RESPONDENTÓW ODNOŚNIE WYDARZEŃ KULTURALNYCH

Uczestnicy wydarzeń podkreślali, że w równym stopniu korzystają zarówno z płatnych, jak i bezpłatnych wydarzeń kulturalnych. Większość badanych uczestniczy w wydarzeniach kulturalnych kilka razy w roku. Najmniejszą grupę respondentów stanowią osoby, które korzystają z ofert kulturalnych raz w tygodniu lub częściej. Uczestnicy wydarzeń najczęściej korzystają z nich w godzinach popołudniowych, zarówno w weekend, jak i w dni powszednie.

6. REKOMENDACJE

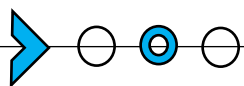
- W celu poszerzenia publiczności CK ZAMEK rekomenduje się wprowadzenie ofert dedykowanych grupom odbiorców, zarówno parom jak i rodzinom z dziećmi. Dodatkowo zaleca się wdrożenie oferty wspierającej udział rodzin z dziećmi w wydarzeniach kulturalnych, zarówno w formie specjalnych ofert biletów na wydarzenia, jak również w postaci oferty merytorycznej wydarzeń, uwzględniającej udział dzieci w wydarzeniu.
- Z uwagi na częsty spontaniczny udział badanych w wydarzeniach kulturalnych, aby zwiększyć udział nabywania biletów w większych odstępach czasowych od planowanego wydarzenia przez klientów CK ZAMEK, rekomenduje się wdrożenie systemu warunkującego wysokość ceny biletów na wydarzenie od czasu jego zakupu w stosunku do daty wydarzenia. Działanie to pozwoli na zwiększenie efektywności planowania wydarzeń przed Centrum Kultury ZAMEK. Zaleca się również różnicowanie ceny biletów w zależności od dni tygodnia (dni powszednie/weekend) w celu zwiększenia popytu na usługi Centrum w dni robocze.
- Z uwagi na rzadkie korzystanie przez odbiorców Centrum z gazetki w postaci harmonogramu z programem, zaleca się jej urozmaicenie pod względem tematycznym, opierające się na przejrzystości oraz dostępności graficznej dla wszystkich grup wiekowych oraz osób z niepełnosprawnościami, jak również dostosowanie miejsca ulokowania gazetki do trasy poruszania się po budynku.
- Z uwagi na częste wielokrotne korzystanie z usług CK ZAMEK, rekomenduje się wdrożenie systemu lojalnościowego, gratyfikującego częsty udział w wydarzeniach organizowanych przez instytucję. System ten będzie miał na celu zwiększenie częstotliwości korzystania z usług Centrum.

7. SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Wiek respondentów	8
Wykres 2. Wykształcenie respondentów	8
Wykres 3. Sytuacja zawodowa respondentów	9
Wykres 4. Motywacja przybycia na wydarzenie	15
Wykres 5. Zalety Centrum Kultury ZAMEK	17
Wykres 6. Wady Centrum Kultury ZAMEK	18
Wykres 7. Jak ogólnie ocenia Pan(i) dzisiejsze wydarzenie?	19
Wykres 8. Ocena organizacji wydarzenia	21
Wykres 9. Ocena miejsca wydarzenia	21
Wykres 10. Ocena harmonogramu wydarzenia	22
Wykres 11. Ocena wartości merytorycznej wydarzenia	22
Wykres 12. Polecanie miejsca znajomym/rodzinie	23
Wykres 13. Chęć ponownych odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK w celach kulturowych po wzięciu udziału w wydarzeniu	25
Wykres 14. Chęć ponownych odwiedzin CK ZAMEK a typ wydarzeń	26
Wykres 15. Źródło czerpania informacji na temat wydarzeń kulturalnych w Centrum Kultury ZAMEK	27
Wykres 16. Częstotliwość odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK.....	28
Wykres 17. Sposób nabycia biletu na wydarzenie w Centrum Kultury ZAMEK.....	29
Wykres 18. Wybór wydarzeń płatnych oraz bezpłatnych	31
Wykres 19. Najczęstsze godziny uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych	32

8. SPIS TABEL

Tabela 1. Próba zakładana i zrealizowana	6
Tabela 2. Płeć a typ odwiedzanych wydarzeń.....	9
Tabela 3. Wiek a typ odwiedzanych wydarzeń	10
Tabela 4. Wykształcenie a typ odwiedzanych wydarzeń	11
Tabela 5. Osoby towarzyszące a wiek respondentów	12
Tabela 6. Moment decyzji a typ wydarzenia.....	13
Tabela 7. Motywacja przybycia na wydarzenie a typ wydarzenia	15
Tabela 8. Ogólna ocena wydarzenia a typ wydarzeń – średnie.....	19
Tabela 9. Podsumowanie ocen organizacji, miejsca, harmonogramu i wartości merytorycznej wydarzeń - średnie	23
Tabela 10. Polecanie miejsca a płeć.....	24
Tabela 11. Polecanie miejsca a typ wydarzeń.....	24
Tabela 12. Chęć ponownego odwiedzenia Centrum Kultury ZAMEK a typ wydarzenia	25
Tabela 13. Źródła informacji odnośnie wydarzeń kulturalnych Centrum Kultury ZAMEK z podziałem na wiek.....	27
Tabela 14. Częstotliwość odwiedzin Centrum Kultury ZAMEK a typ wydarzenia	29
Tabela 15. Sposób nabycia biletu na wydarzenie w Centrum Kultury ZAMEK a typ wydarzenia	30
Tabela 16. Sposób nabycia biletu na wydarzenia Centrum Kultury ZAMEK – podział na grupy wiekowe	30



9. SPIS GRAFIK

Grafika 1. Osoby towarzyszące respondentom podczas wydarzeń	12
Grafika 2. Moment decyzji o uczestnictwie w wydarzeniu*	13
Grafika 3. Przyczyny pozytywnej oceny wydarzenia	20
Grafika 4. Częstotliwość uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych ogółem	32