



BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO PODCZAS INDUSTRIADY 2015

Wyniki badania zrealizowanego na zlecenie Śląskiej Organizacji Turystycznej
Warszawa, czerwiec 2015



INFORMACJE O BADANIU

Informacje o badaniu



Cele badania:

- Głównym celem badania było poznanie opinii uczestników imprez organizowanych w ramach Industriady 2015. W szczególności celem badania było poznanie:
 - Stopnia znajomości marki Industriada, źródeł informacji o festiwalu, oceny strony Industriada.pl;
 - Motywów i modelu uczestnictwa (m.in.: liczba osób towarzyszących, długość pobytu, wysokość wydatków, itp.);
 - Oceny festiwalu oraz systemu transportu;
 - Struktury grupy docelowej, cech demograficzno-społecznych uczestników festiwalu w poszczególnych lokalizacjach.

Realizacja:

- Badanie zostało przeprowadzone metodą wywiadów bezpośrednich PAPI.
- Respondentami byli losowo wybrani uczestnicy imprez w ramach Industriady 2015 w wieku powyżej 20 lat.
- Ostatecznie w badaniu wzięło udział 603 respondentów. Szczegółowe informacje na temat rozkładu próby w poszczególnych lokalizacjach znajdują się na kolejnym slajdzie.

Termin realizacji:

- Badanie zostało zrealizowane w dniu 13 czerwca 2015 roku.

Struktura próby

Lokalizacja	Obiekt	Liczba zrealizowanych wywiadów
Bytom	Kolejka wąskotorowa	45
Chorzów	Szyb Prezydent, kompleks Sztygarka	35
Czeladź	Galeria Sztuki Współczesnej	30
Gliwice	Radiostacja Gliwice	55
Karchowice	Zabytkowa Stacja Wodociągowa Zawada	20
Katowice	Nikiszowiec	54
	Walcownia Cynku	20
Łaziska Górne	Muzeum Energetyki	30
Rudy	Zabytkowa Kolejka Wąskotorowa	19
Rybnik	Kopalnia Ignacy-Hoym	20
Siemianowice Śląskie	Park Tradycji	99
Tarnowskie Góry	Zabytkowa Kopalnia Srebra	21
Zabrze	Szyb Maciej	54
	Kopalnia Guido	101
Łącznie		603



NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA

Najważniejsze ustalenia 1/2



- Industriada niezmiennie oceniana jest bardzo pozytywnie. W obecnej edycji można zauważyć niewielki wzrost głównych wskaźników, między innymi: satysfakcji ogólnej, chęci do rekomendacji, oceny transportu mikrobusowego.
- 93% badanych ogólnie oceniło tegoroczną Industriadę pozytywnie (w tym 66% - bardzo pozytywnie). Spośród szczegółowych obszarów najlepiej oceniona została atmosfera (98% pozytywnych ocen).
- Badani pozytywnie odnieśli się również do pomysłu organizowania tzw. imprez rozruchowych w noc poprzedzającą Industriadę.
- Zdecydowana większość badanych poleciłaby udział w Industriadzie innym osobom. Wskaźnik rekomendacji (rozumiany jako różnica odsetka promotorów i destruktorów marki) wyniósł w obecnej edycji 67% (wynik w edycji 2014: 58%).
- Biorąc pod uwagę poszczególne lokalizacje najlepsze wyniki uzyskały: Zabrze – imprezy organizowane przy Szybie Maciej, Katowice – Walcownia Cynku oraz Karchowice.

Najważniejsze ustalenia 2/2

- Średnia wartość wydatków uczestników była większa niż w poprzednim roku i wyniosła 40 zł na osobę (w 2014: 30 zł). Zwiększył się również czas, jaki uczestnicy spędzali na Industradzie. W obecnej edycji 30% badanych spędziło na uczestnictwie w wydarzeniach w ramach Industriady więcej niż 5 godzin (w poprzednim roku: 19%).
- Jeśli chodzi o źródła informacji, w porównaniu do poprzedniego pomiaru widać wzrost znaczenia strony internetowej Industriada.pl, innych portali (szczególnie Facebooka) oraz broszur drukowanych jako źródeł informacji o Industriadzie. Informacje o szczegółach programu festiwalu najczęściej czerpane były ze strony internetowej Industriady (41%) oraz broszury (33%).
- Pomysł przygotowania aplikacji Industriady na urządzenia mobilne znalazł prawie tyle samo zwolenników (44%), co przeciwników (42%). Chęć korzystania z aplikacji deklarowały częściej osoby młode, do 24 roku życia.



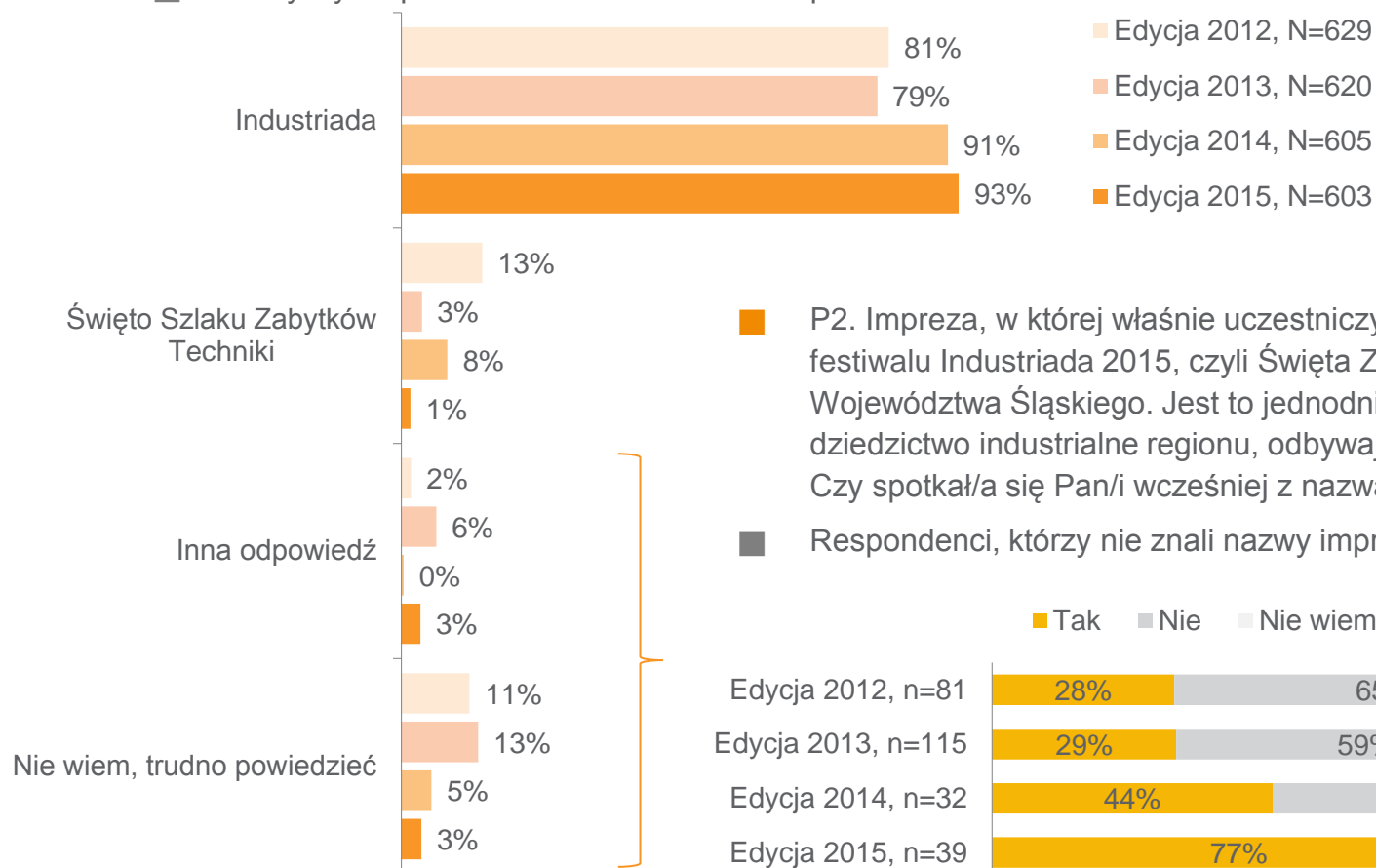
WYNIKI SZCZEGÓŁOWE



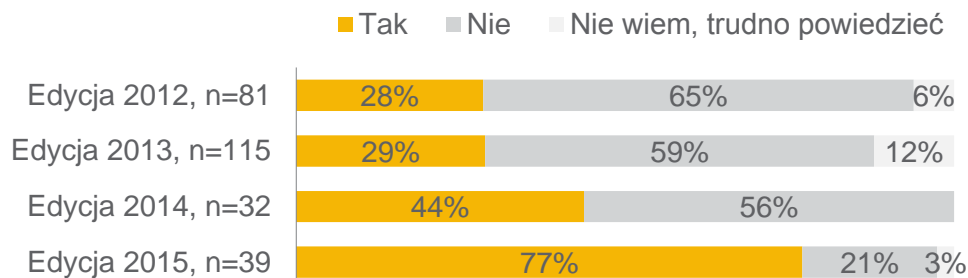
ZNAJOMOŚĆ NAZWY INDUSTRIADA

Znajomość nazwy Industriada

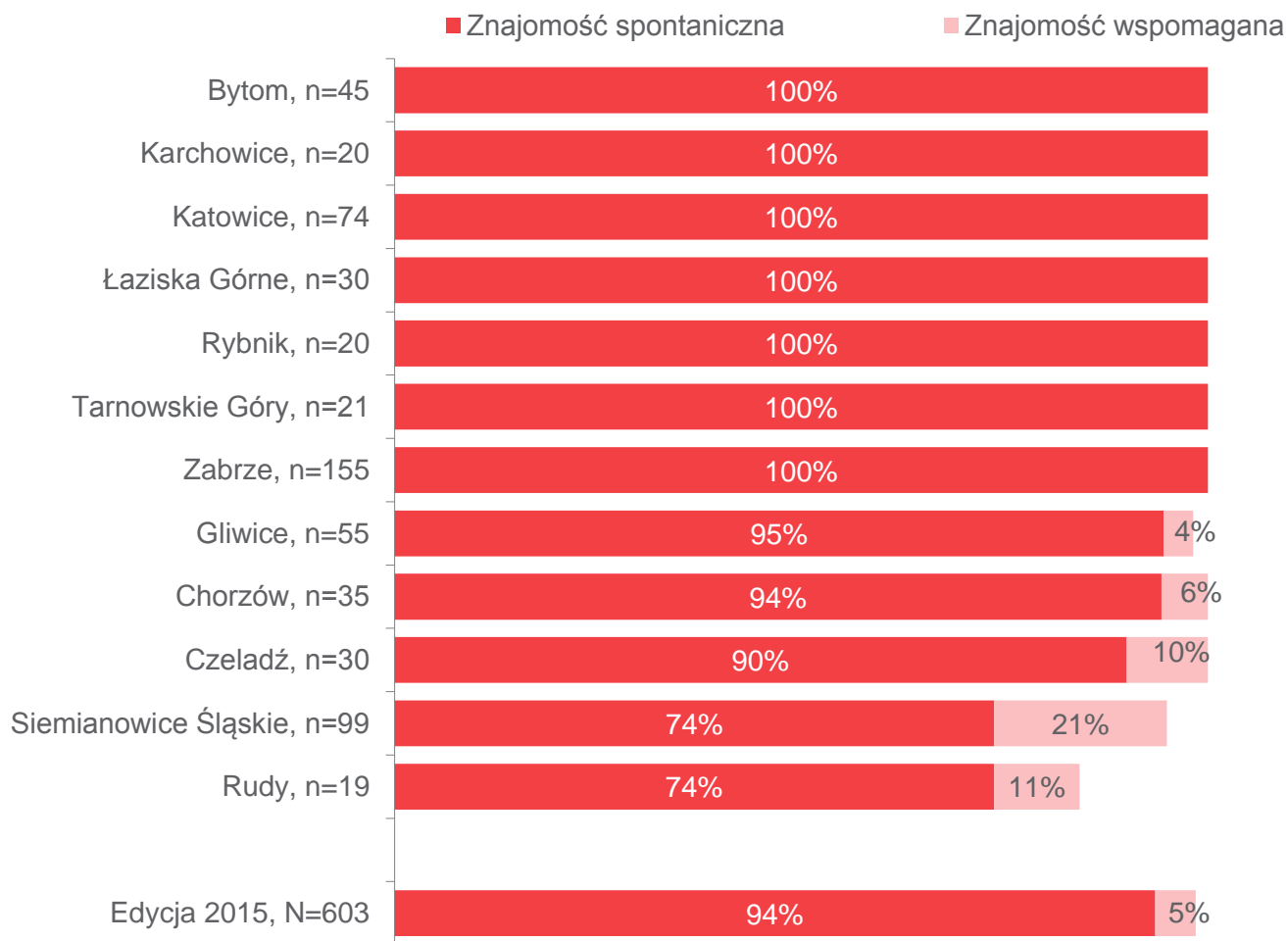
- P1. Na początku chciałbym/chciałabym zapytać, czy wie Pan/i jaką nazwę nosi impreza, w której właśnie uczestniczymy?
- Wszyscy respondenci. Możliwość wielu odpowiedzi.



- P2. Impreza, w której właśnie uczestniczymy odbywa się w ramach festiwalu Industriada 2015, czyli Święta Zabytków Techniki Województwa Śląskiego. Jest to jednodniowy festiwal prezentujący dziedzictwo industrialne regionu, odbywający się w 42 obiektach. Czy spotkał/a się Pan/i wcześniej z nazwą Industriada?
- Respondenci, którzy nie znali nazwy imprezy.



Znajomość nazwy Industriada – lokalizacje



W większości lokalizacji respondenci nie mieli wątpliwości w jakiej imprezie uczestniczyli. Wątpliwości co do nazwy imprezy w części lokalizacji były spowodowane połączeniem wydarzeń w ramach Industriady z innymi wydarzeniami (np. Dni Siemianowic Śląskich).

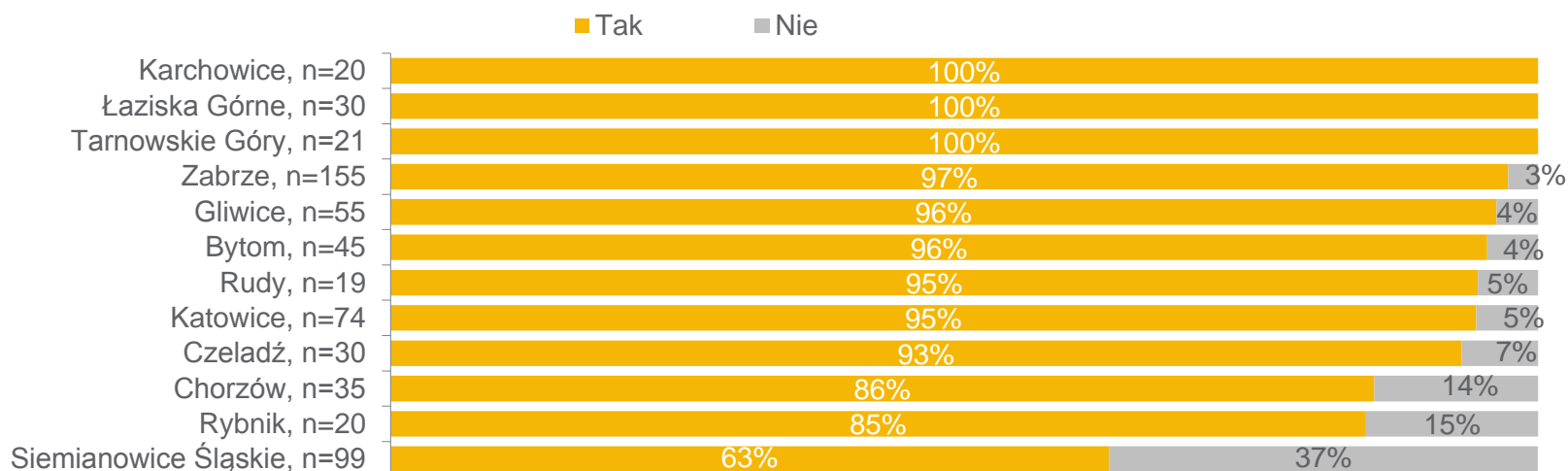
Znajomość nazwy Szlak Zabytków Techniki

■ P3. A czy kiedykolwiek spotkał/a się Pan/i z nazwą Szlak Zabytków Techniki?

■ Wszyscy respondenci.

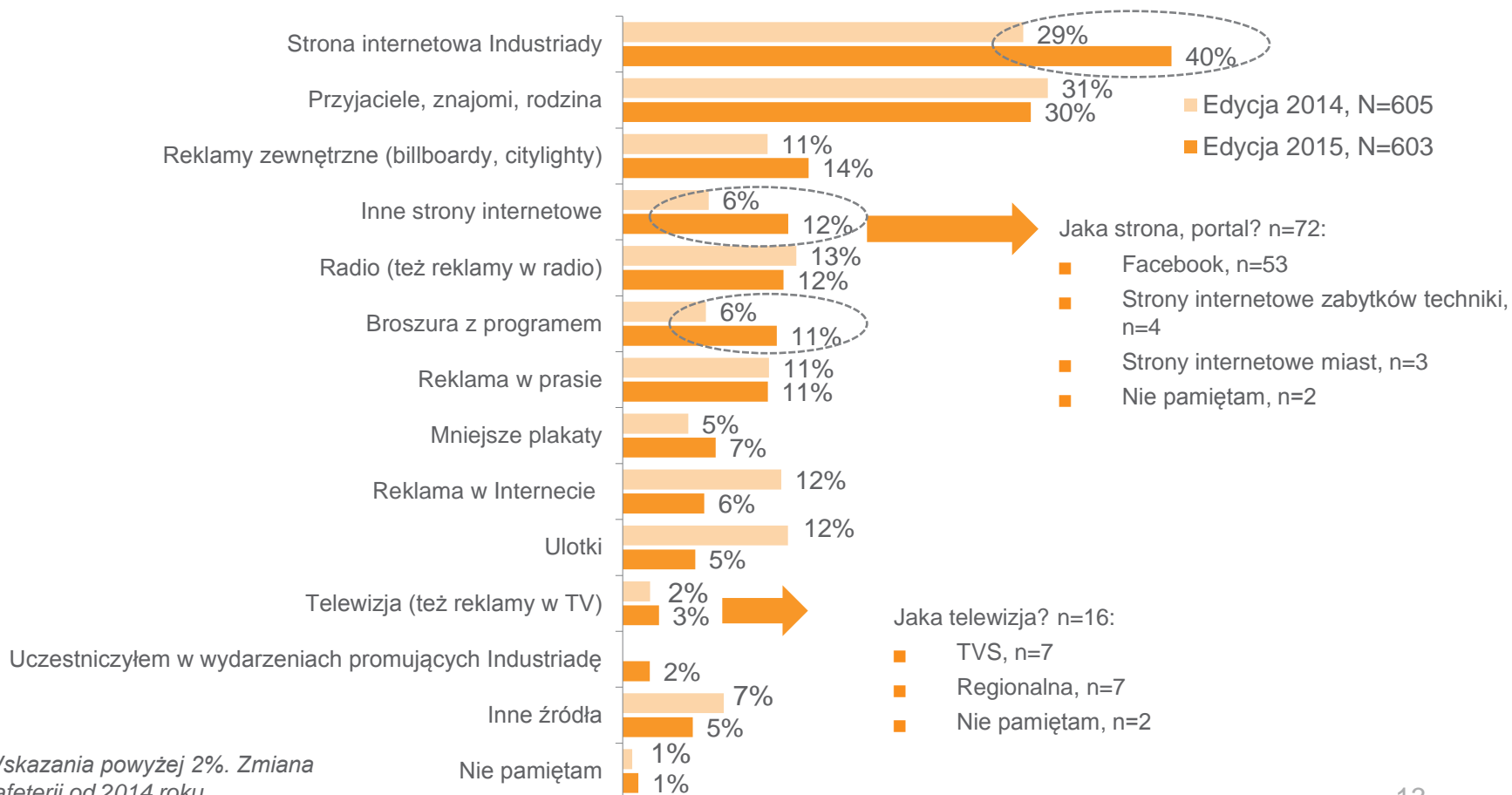


Dla 90% badanych nazwa Szlak Zabytków Techniki była znajoma. Choć poziom znajomości był różny wśród uczestników wydarzeń w poszczególnych lokalizacjach oraz w grupach wyróżnionych ze względu na płeć i poziom wykształcenia (znajomością nazwy częściej wykazywały się kobiety niż mężczyźni oraz osoby z wyższym wykształceniem).



Źródła informacji

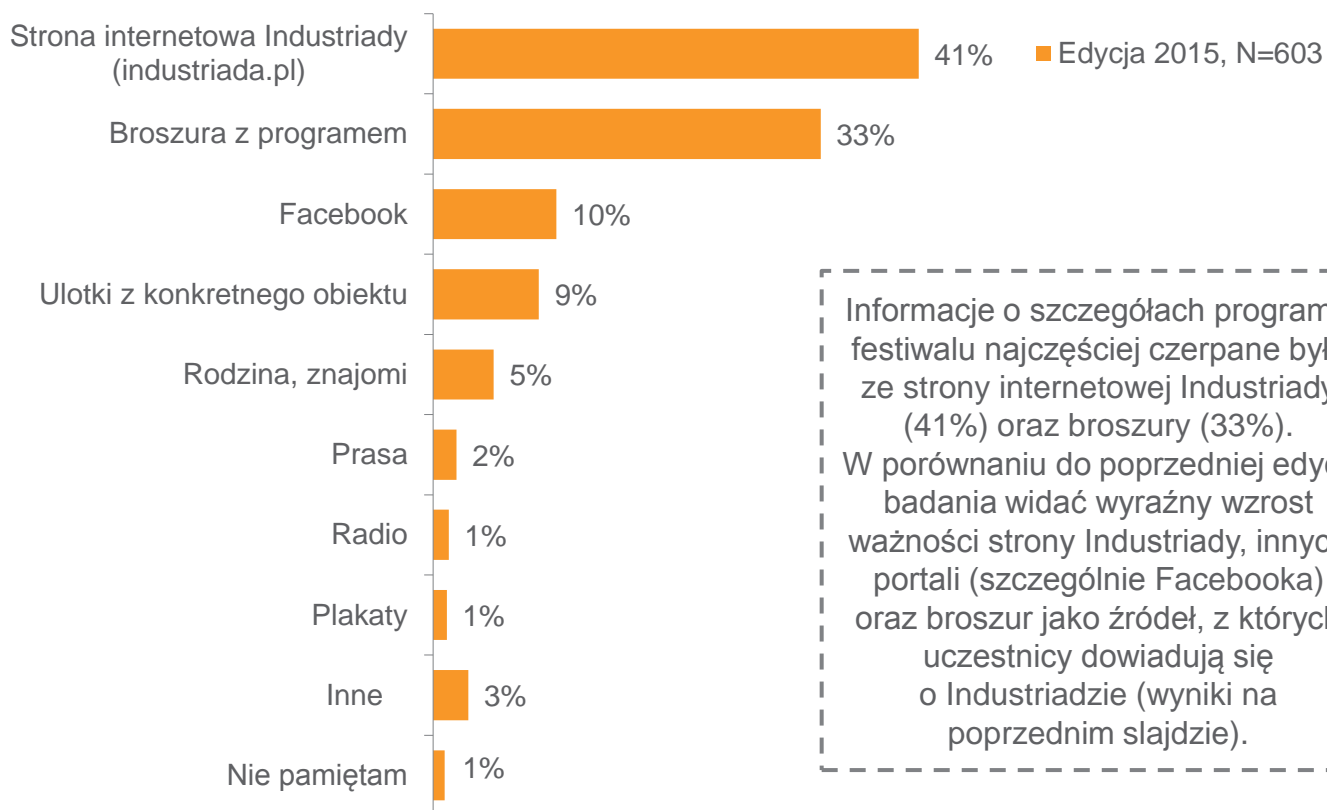
- P6. Skąd dowiedział/a się Pan/i o atrakcjach organizowanych w ramach Industriady 2015?
- Wszyscy respondenci. Możliwość wielu odpowiedzi.



Wskazania powyżej 2%. Zmiana kafeterii od 2014 roku.

Narzędzia pozyskiwania informacji o szczegółach programu

- P7. A z których narzędzi korzystał/a Pan/i najczęściej, aby uzyskać informacje o szczegółach programu Industriady 2015?
- Wszyscy respondenci. Możliwość wielu odpowiedzi.

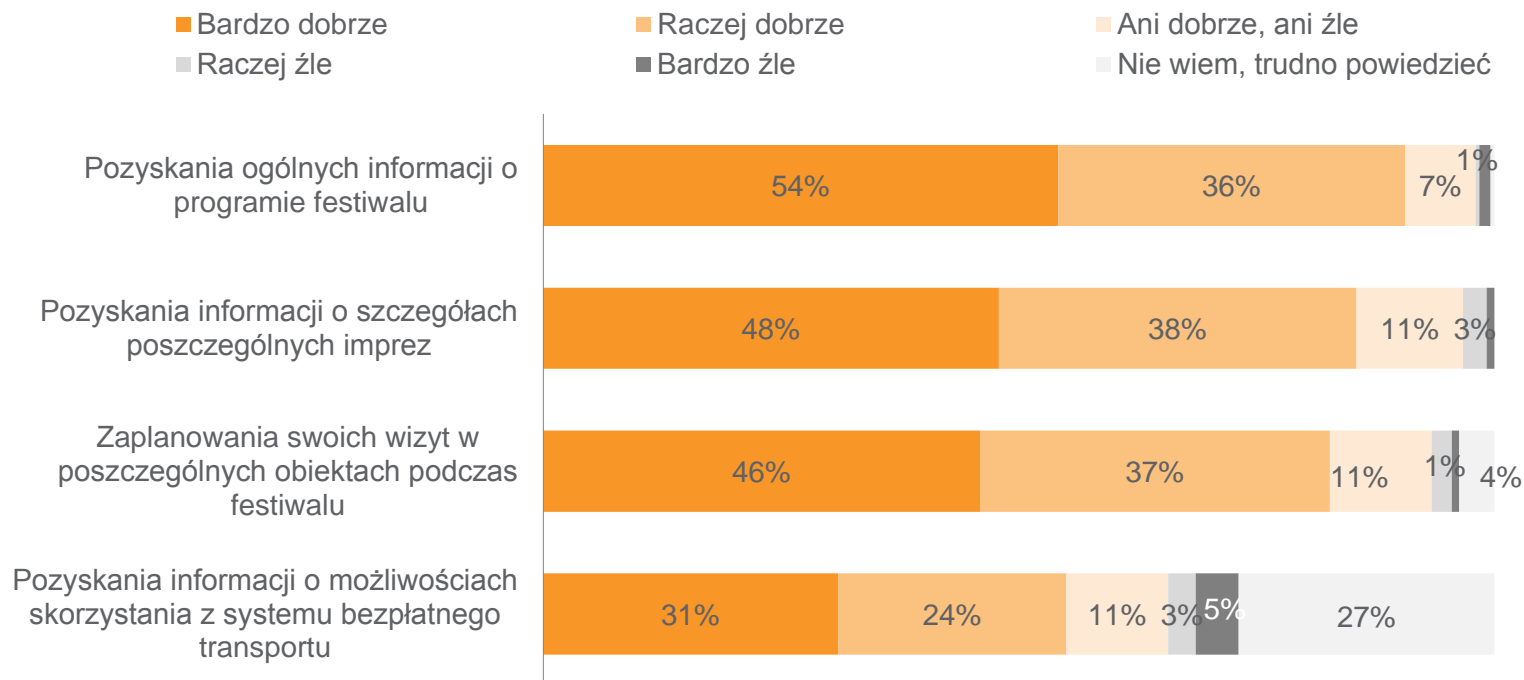


Informacje o szczegółach programu festiwalu najczęściej czerpane były ze strony internetowej Industriady (41%) oraz broszury (33%). W porównaniu do poprzedniej edycji badania widać wyraźny wzrost ważności strony Industriady, innych portali (szczególnie Facebooka) oraz broszur jako źródeł, z których uczestnicy dowiadują się o Industriadzie (wyniki na poprzednim slajdzie).

Pytanie dodane w edycji 2015.

Ocena strony Industriada.pl

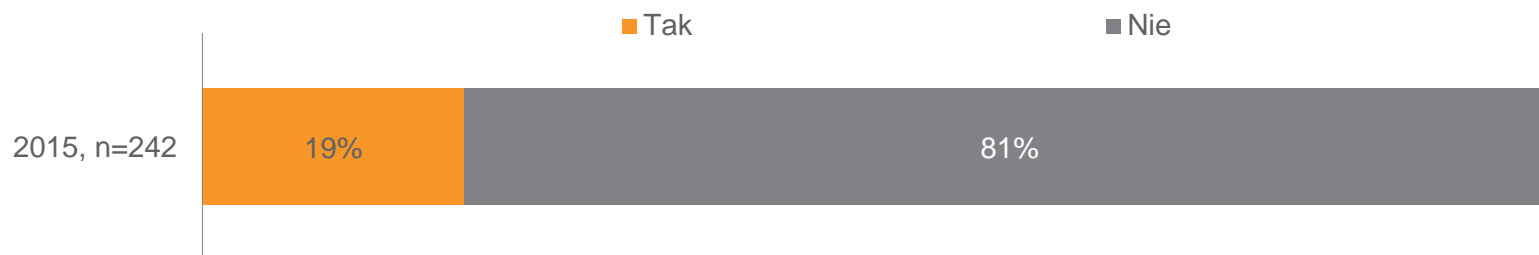
- P9. Powiedział/a Pan/i, że korzystał/a ze strony internetowej Industriada.pl. Jak ocenia Pan/i przydatność tej strony pod względem funkcji, które za chwilę wymienię. W ocenie proszę posłużyć się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo źle, 5 - bardzo dobrze.
- N=242. Respondenci, którzy korzystali ze strony Industriada.pl.



Pytanie dodane w edycji 2015.

Pomysły na usprawnienie strony Industriada.pl

- P10. Czy są jakieś informacje lub funkcjonalności, których brakowało Panu/Pani podczas korzystania ze strony internetowej Industriada.pl, a które powinny być na niej dostępne?
- N=242. Respondenci, którzy korzystali ze strony Industriada.pl.



Najwięcej uwag (ponad 1/3) dotyczyło szczegółowości informacji na stronie Industriada.pl. Respondenci wskazywali konieczność doprecyzowania informacji zwłaszcza w kontekście opisu programu w danej lokalizacji oraz dokonywania rezerwacji lub zakupu biletów. Pojawiały się również uwagi związane z transportem, funkcjonalnością samej strony. Poniżej przykładowe odpowiedzi.

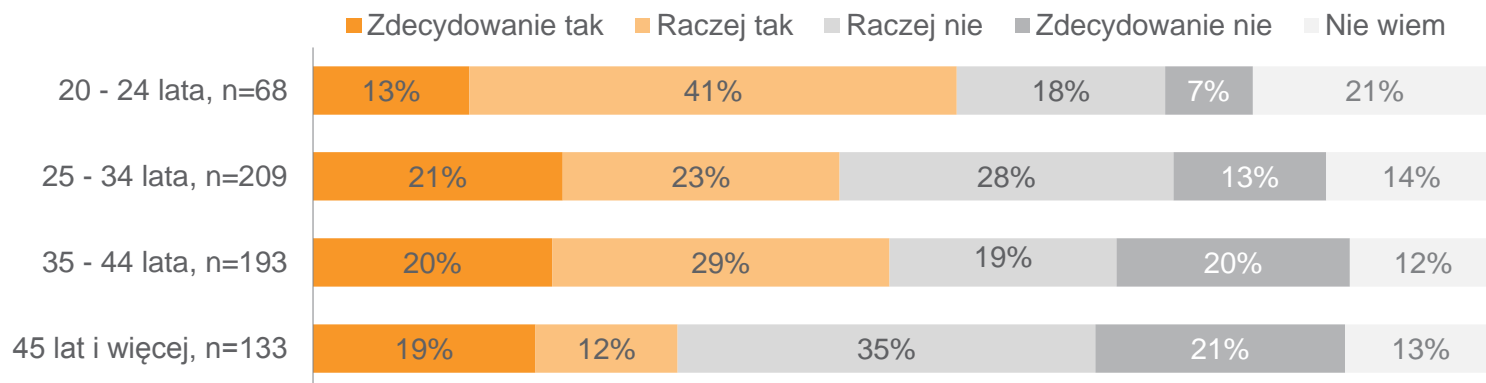
- *Informacje nie są konkretne, brakuje programów imprez w różnych obiektach.*
- *Poprawa zbieżności informacji na linii strona-rzeczywistość np. informacje o bezpłatnych wejściówkach nie pokrywały się z rzeczywistością.*
- *Czytelność, podane dane telefoniczne nie były zgodne, nie można było się skontaktować.*
- *Żeby można było wyszukać wydarzenie o konkretnej godzinie.*
- *Wersja angielska.*
- *Brak dostępnych informacji o bezpłatnym transporcie i parkingach.*
- *Brak przekierowania na mapy google (dojazd).*
- *Możliwość planowania trasy między imprezami.*
- *Powinna być odrębna zakładka Industriada dla dzieci.*

Chęć korzystania z aplikacji mobilnej

- P8. Czy korzystałby Pan/i z aplikacji mobilnej Industriada w telefonie komórkowym, gdyby była dostępna?
- Wszyscy respondenci.



44% badanych odniosło się pozytywnie do pomysłu stworzenia aplikacji mobilnej Industriada na telefony komórkowe. Zainteresowani korzystaniem z takiej aplikacji byłiby przede wszystkim ludzie młodzi, w wieku 20-24 lata.





OCENA INDUSTRIADY

Uczestnictwo w imprezach w ramach tzw. „rozruchu”

- P11. W tym roku imprezy w ramach Industriady w kilku obiektach rozpoczęły się już w nocy z piątku na sobotę. Czy słyszał/a Pan/i o takich imprezach, czyli o tzw. „rozruchu Industriady”?

■ Wszyscy respondenci. ■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem



- P12. Czy wziął/wzięła Pan/Pani udział w którejś tego typu imprezie?

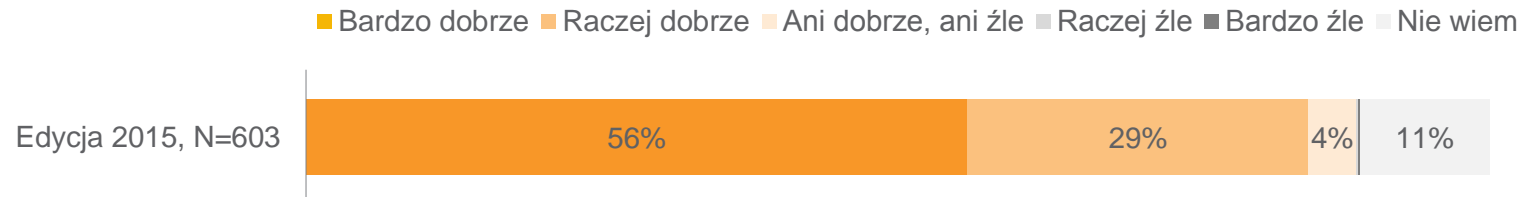
■ Wszyscy respondenci. ■ Tak ■ Nie



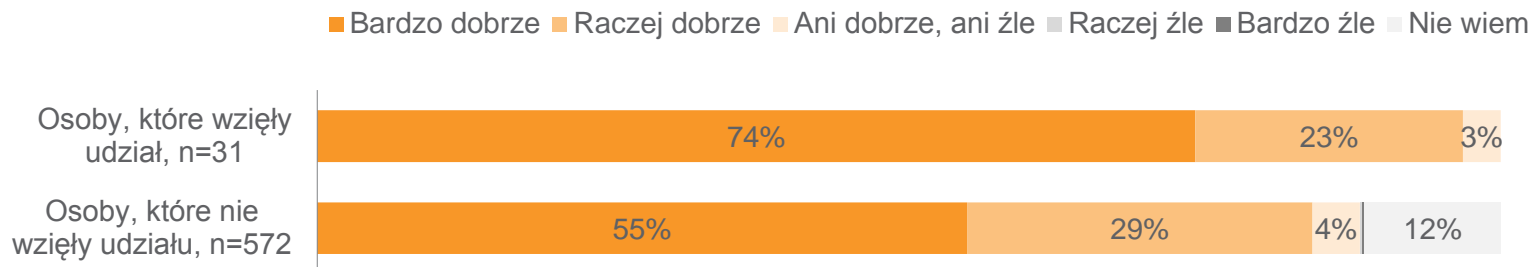
Prawie połowa badanych słyszała o imprezach organizowanych w noc poprzedzającą finał Industriady, jednak udział w nich wzięła tylko nieliczna grupa (5% wszystkich badanych).

Ocena imprez w ramach tzw. „rozruchu”

- P13 Jak ocenia Pan/i pomysł organizacji takich nocnych imprez w ramach tzw. „rozruchu”, w przeddzień Industriady?
- Wszyscy respondenci.

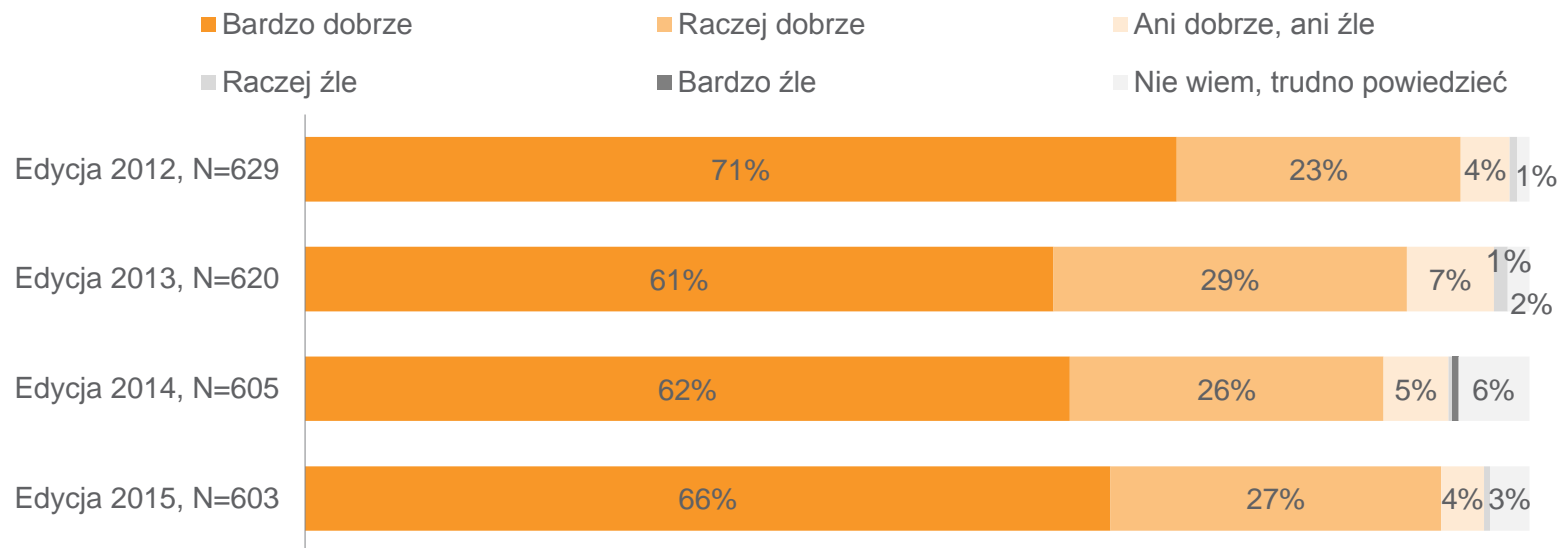


Ocena pomysłu organizacji nocnych imprez w ramach „rozruchu” była bardzo pozytywna, zwłaszcza wśród osób, które wzięły w nich udział.



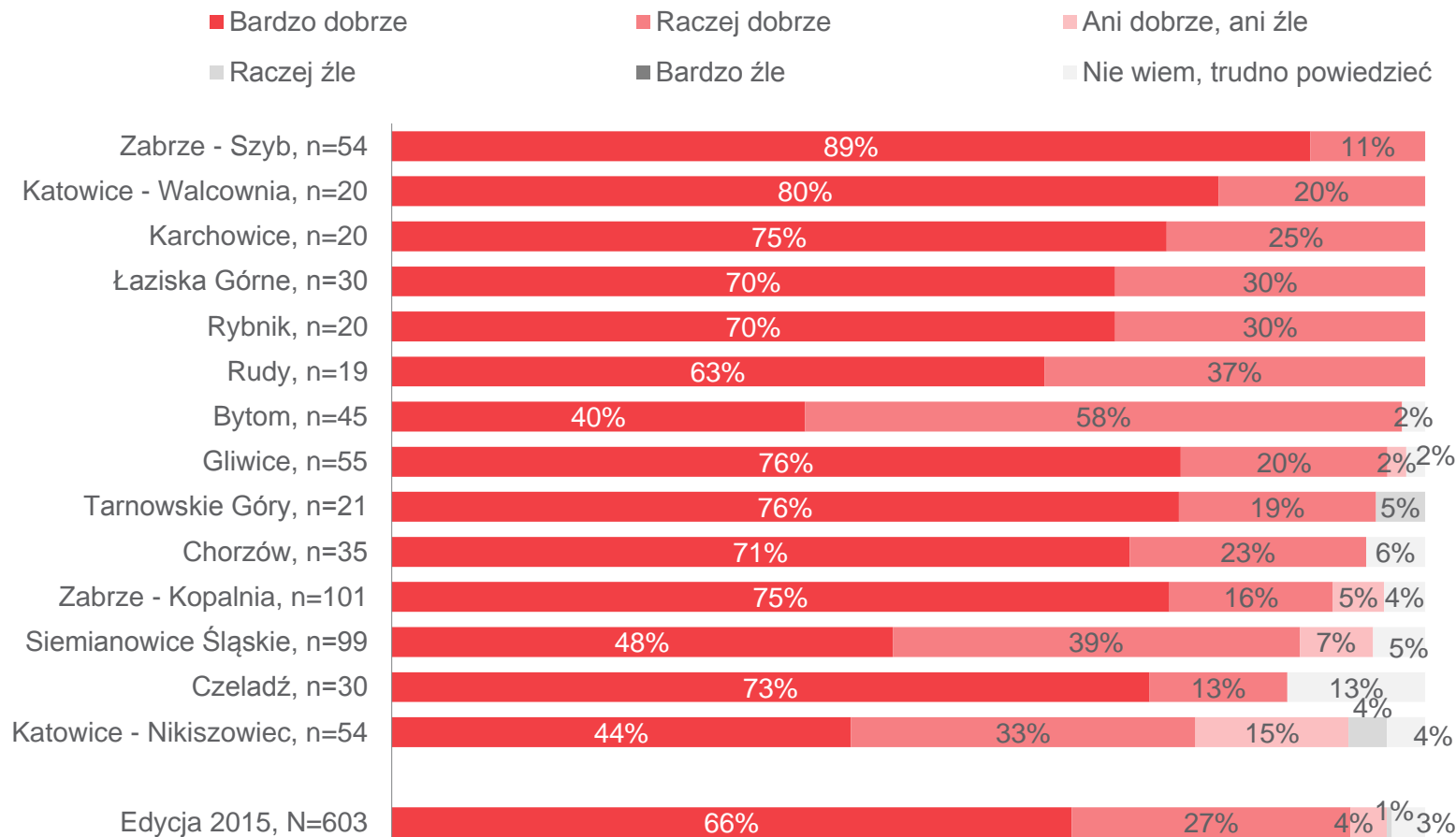
Ogólna ocena Industriady

- P23. Jak ogólnie ocenia Pan/i Industriadę 2015? Proszę posłużyć się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo źle, 5 - bardzo dobrze.
- Wszyscy respondenci.

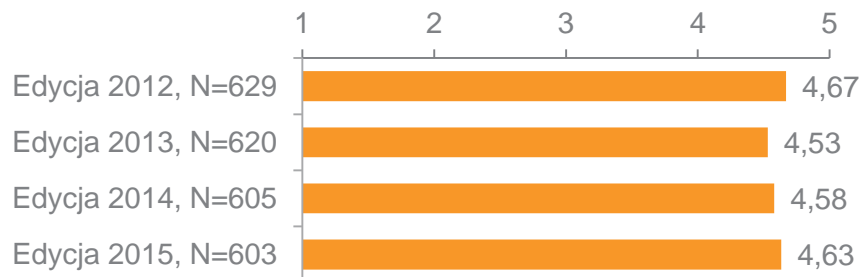


Ogólna ocena Industriady jest niezmiennie bardzo pozytywna. W obecnej edycji 66% badanych oceniło festiwal bardzo pozytywnie, 27% - raczej pozytywnie. Biorąc pod uwagę poszczególne lokalizacje objęte badaniem najbardziej zadowoleni byli uczestnicy imprez organizowanych w Zabrze – Szyb Maciej oraz w Katowicach – Walcowni Cynku (wykres na kolejnym slajdzie).

Ogólna ocena Industriady - lokalizacje



Ogólna ocena Industriady – porównanie średnich



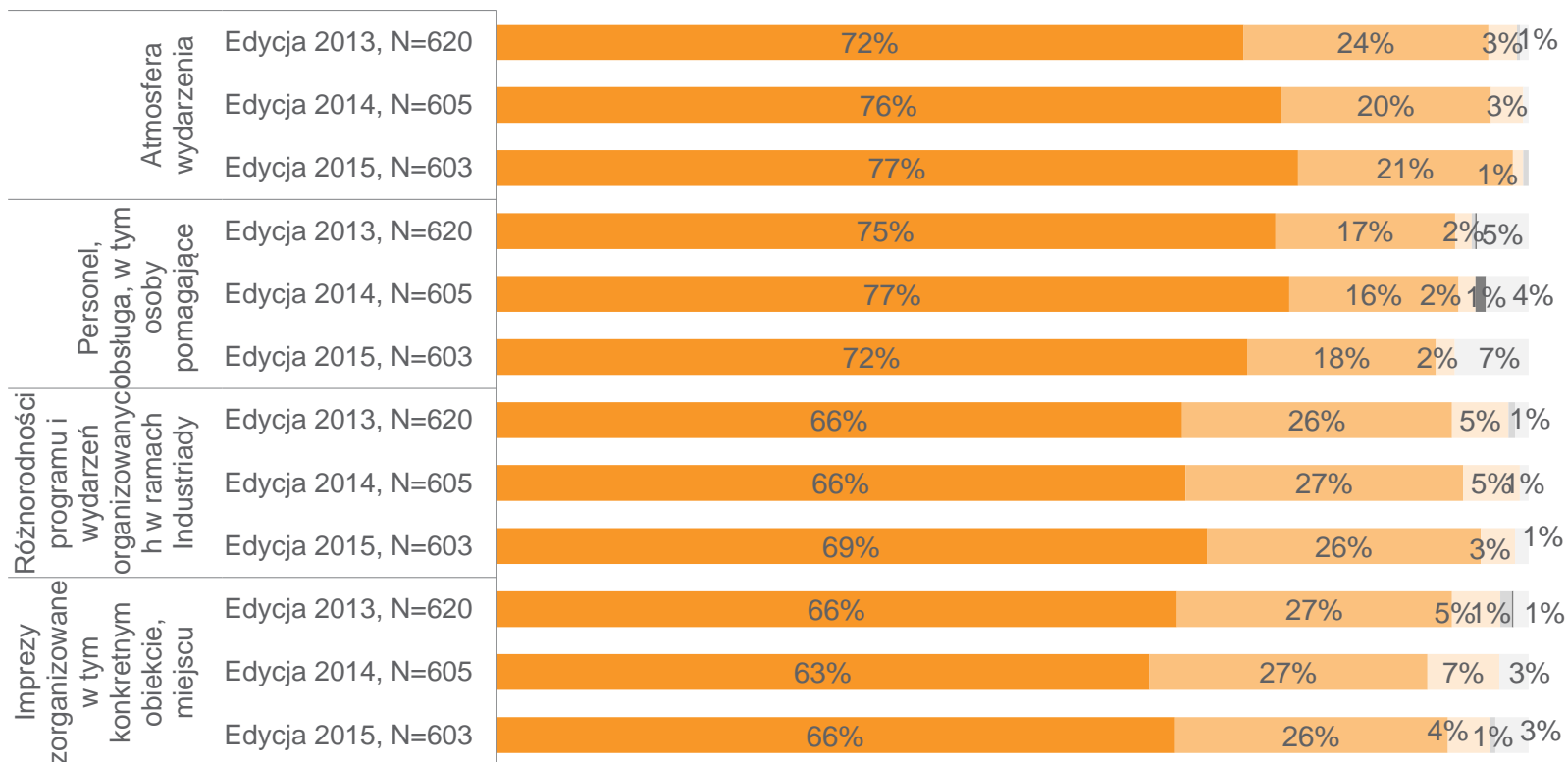
Szczegółowa ocena Industriady



■ P24. A jak Pan/i ocenia Industriadę 2015 pod względem:

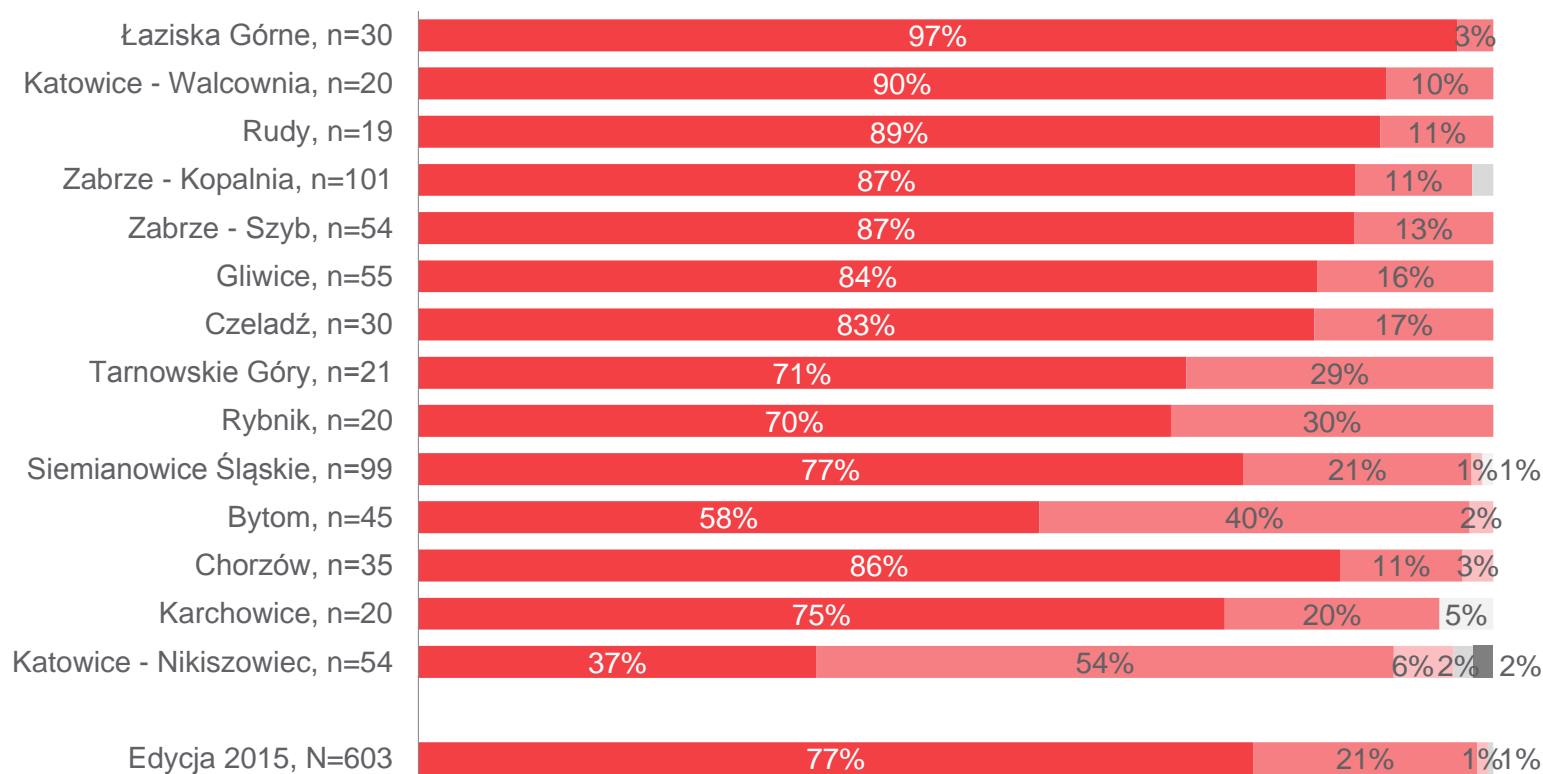
■ Wszyscy respondenci.

■ Bardzo dobrze
 ■ Raczej dobrze
 ■ Ani dobrze, ani źle
■ Raczej źle
 ■ Bardzo źle
 ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



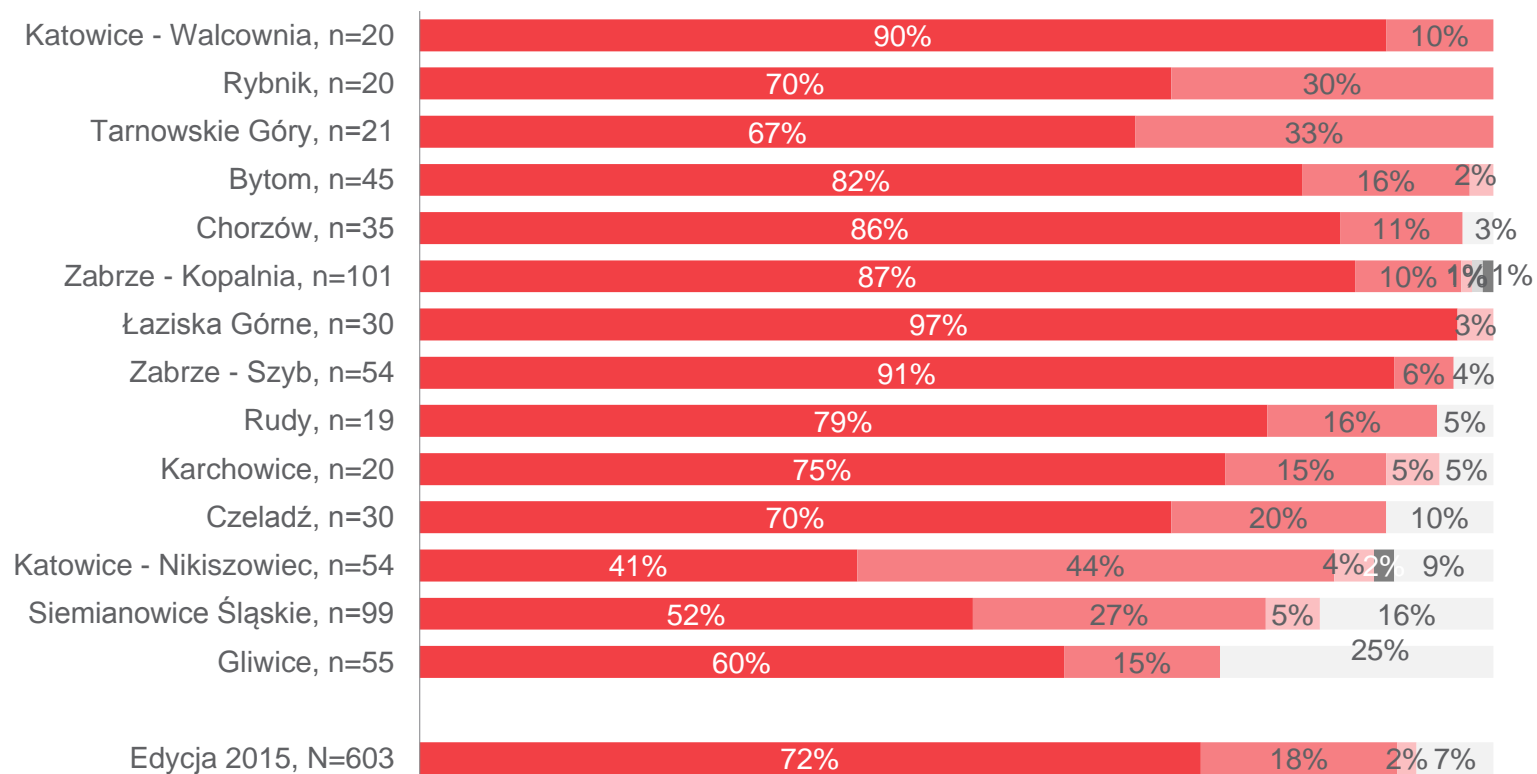
Ocena atmosfery – lokalizacje

■ Bardzo dobrze ■ Raczej dobrze ■ Ani dobrze, ani źle ■ Raczej źle ■ Bardzo źle ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



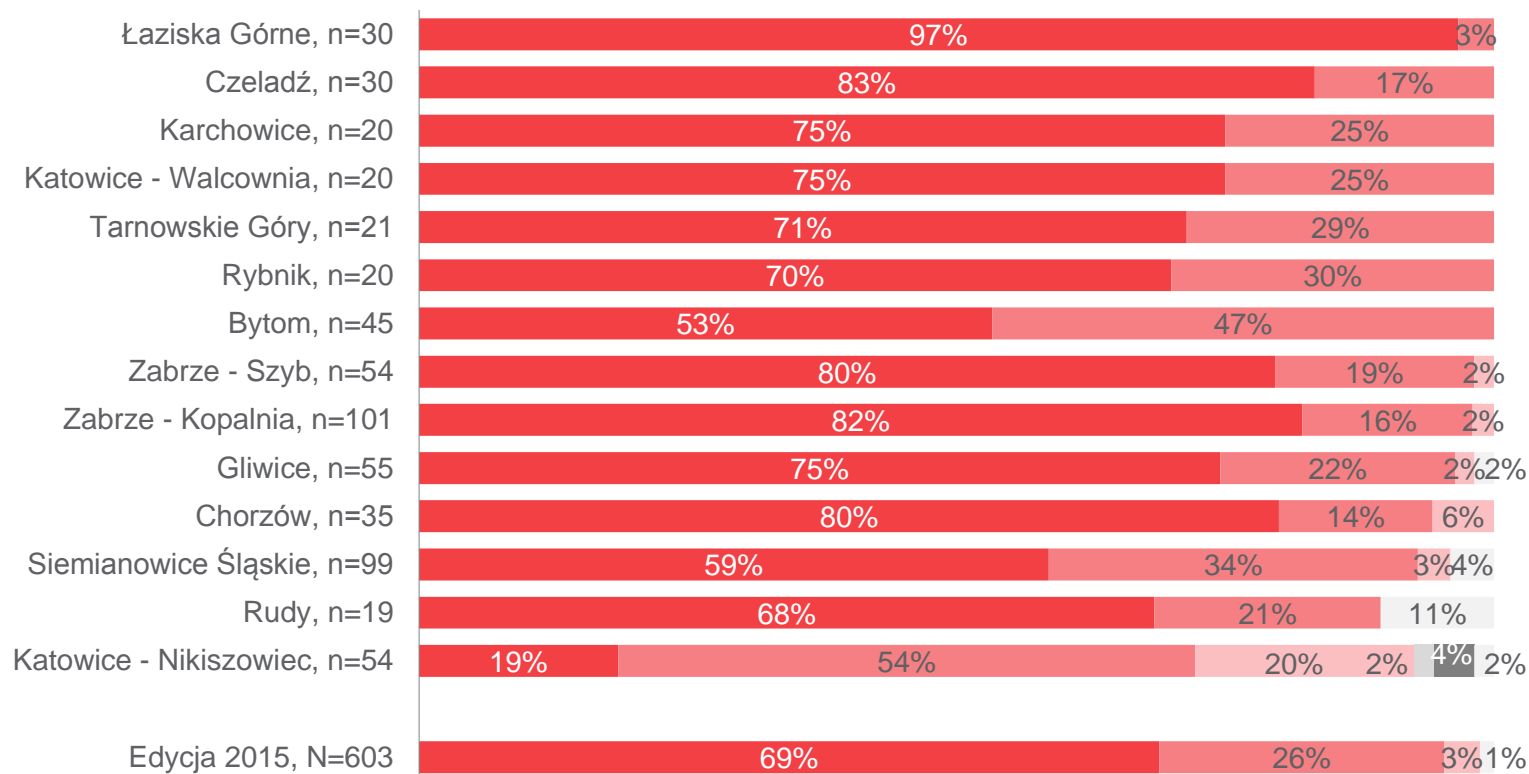
Ocena personelu, obsługi w obiekcie – lokalizacje

■ Bardzo dobrze ■ Raczej dobrze ■ Ani dobrze, ani źle ■ Raczej źle ■ Bardzo źle ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



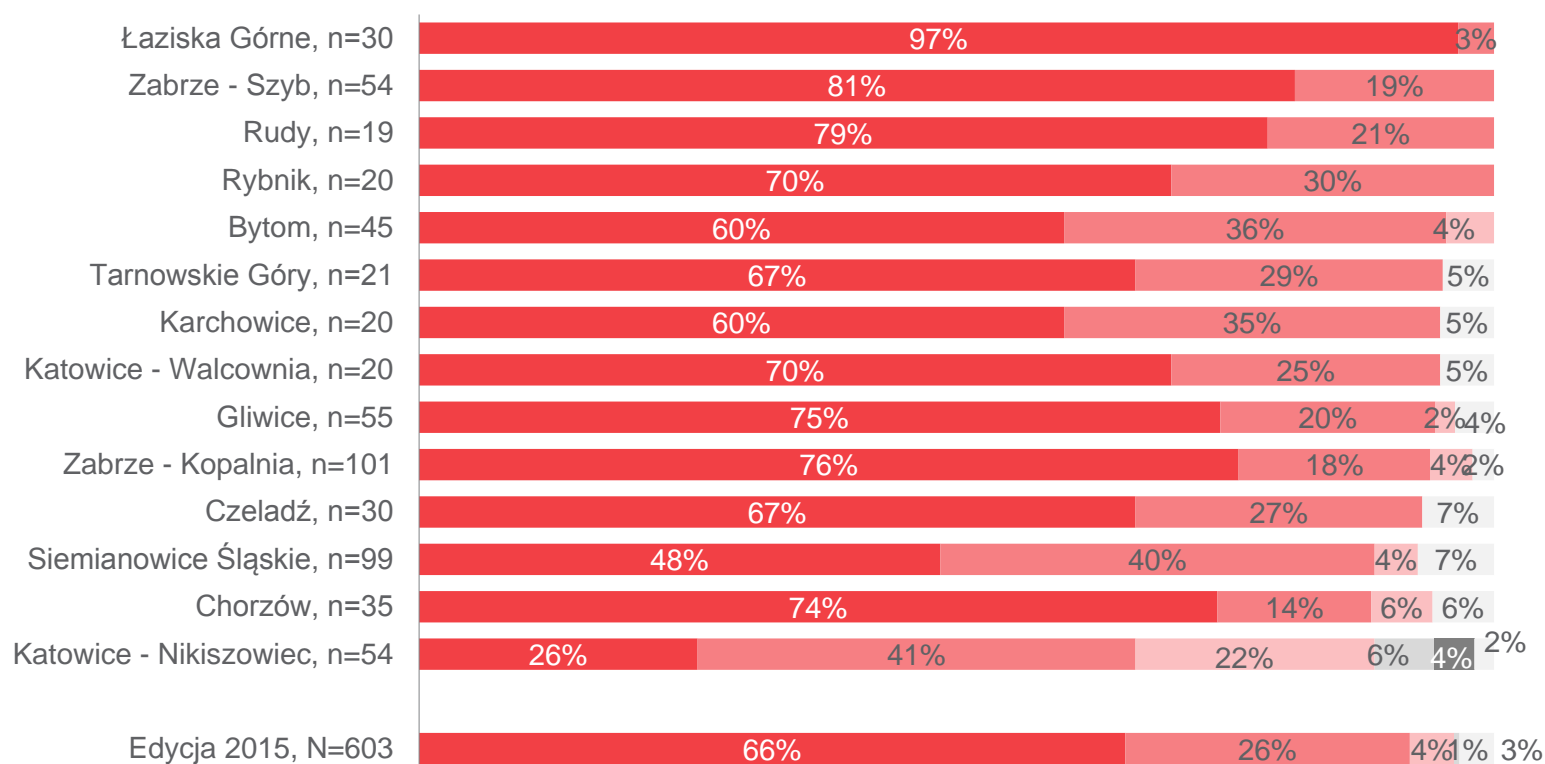
Ocena różnorodności programu i wydarzeń organizowanych w regionie – lokalizacje

■ Bardzo dobrze
 ■ Raczej dobrze
 ■ Ani dobrze, ani źle
 ■ Raczej źle
 ■ Bardzo źle
 ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

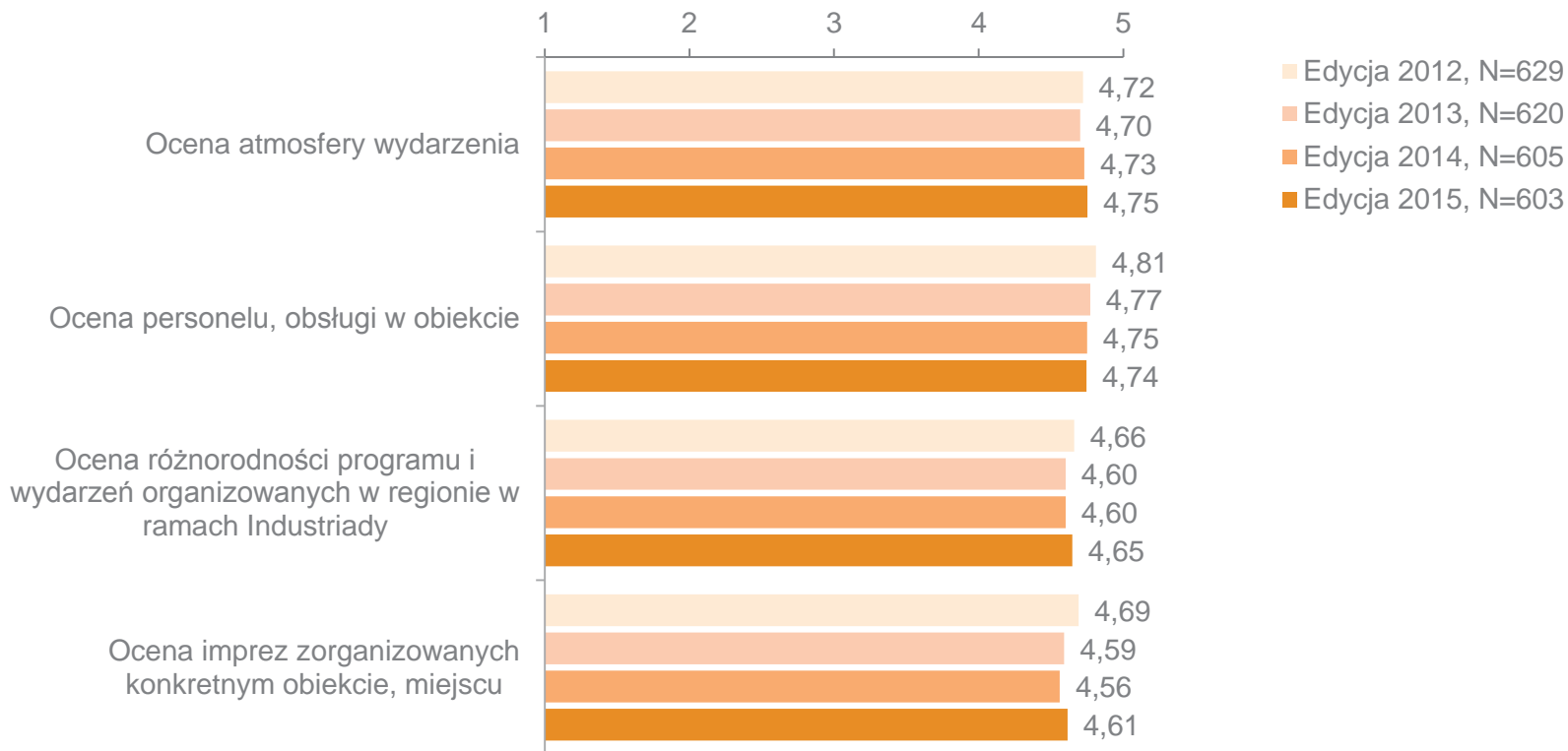


Ocena imprez organizowanych w danym obiekcie – lokalizacje

■ Bardzo dobrze ■ Raczej dobrze ■ Ani dobrze, ani źle ■ Raczej źle ■ Bardzo źle ■ Nie wiem, trudno powiedzieć



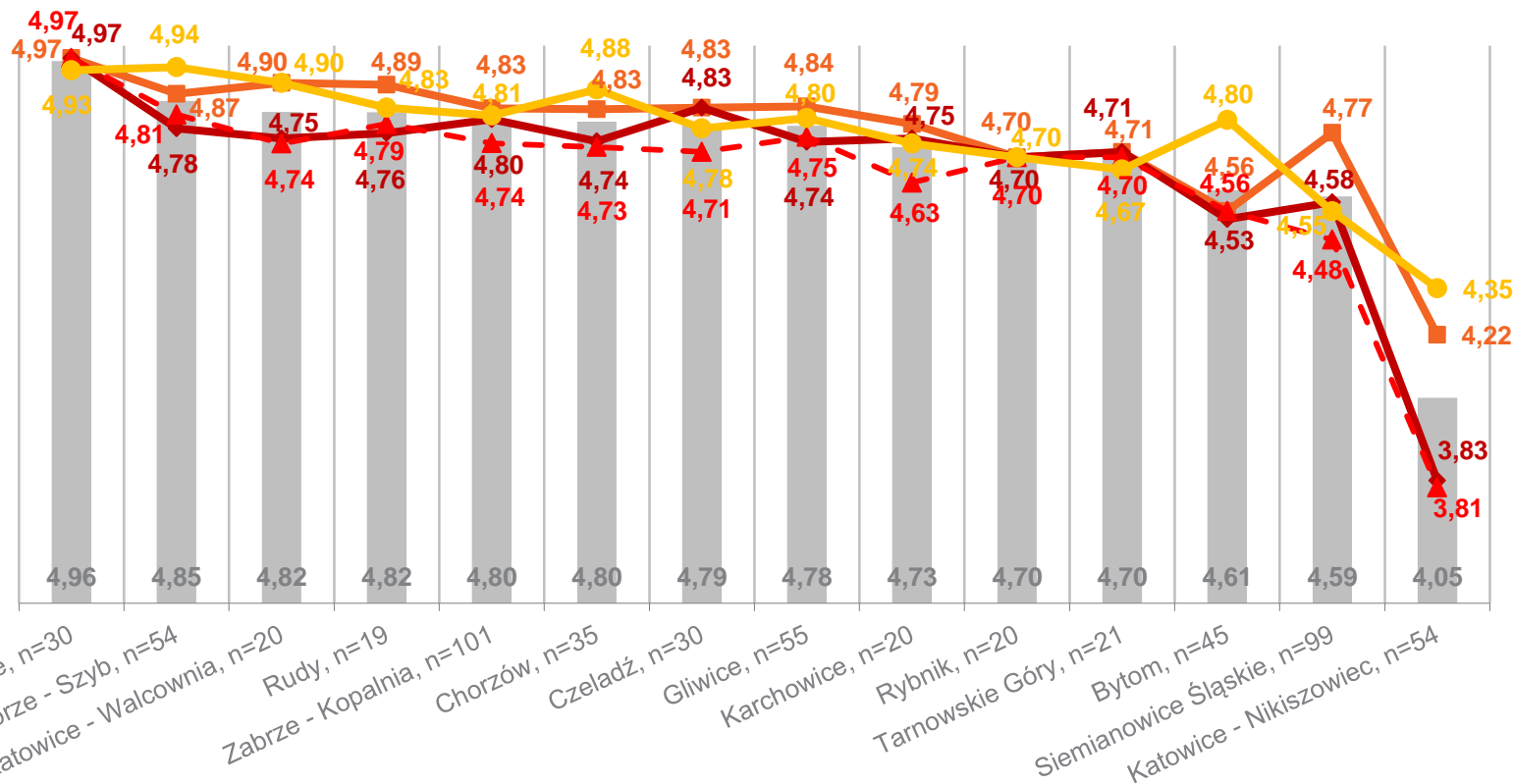
Szczegółowa ocena Industriady – porównanie średnich



Biorąc pod uwagę średnie ocen, wyniki tegorocznej edycji były nieco wyższe w porównaniu do zanotowanych w poprzednim roku.

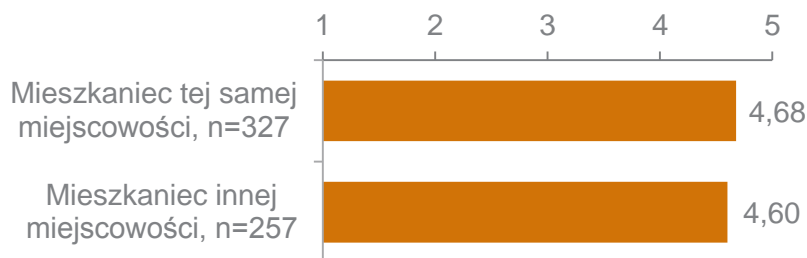
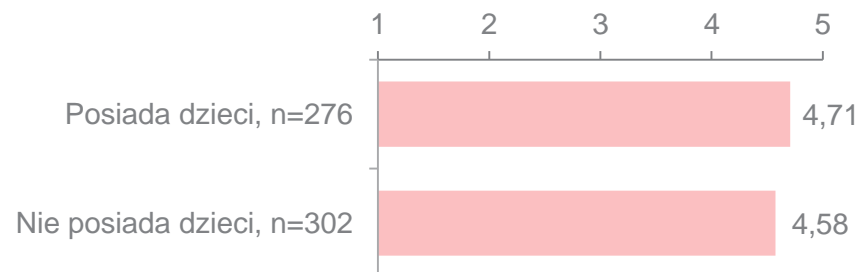
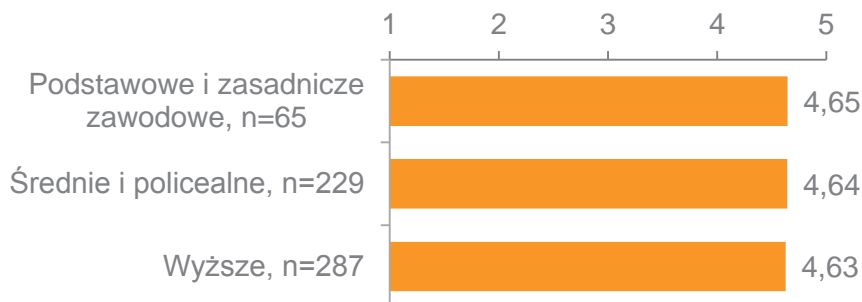
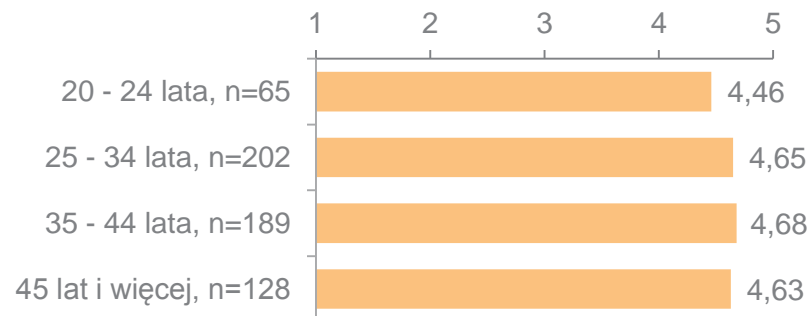
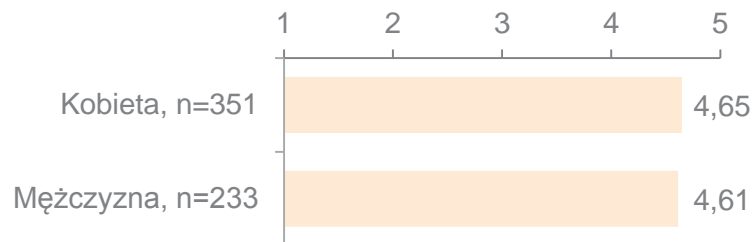
Ocena Industriady – lokalizacje - porównanie średnich

- Łączna ocena w obiekcie
- Ocena atmosfery wydarzenia
- ◆ Ocena różnorodności programu i wydarzeń
- ▲ Ocena imprez zorganizowanych w tym konkretnym obiekcie, miejscu
- Ocena personelu, obsługi, w tym wolontariuszy w obiekcie



Łączna ocena w obiekcie to średnia ocen szczegółowych: atmosfery, różnorodności programu, imprez organizowanych w danym obiekcie oraz personelu w obiekcie.

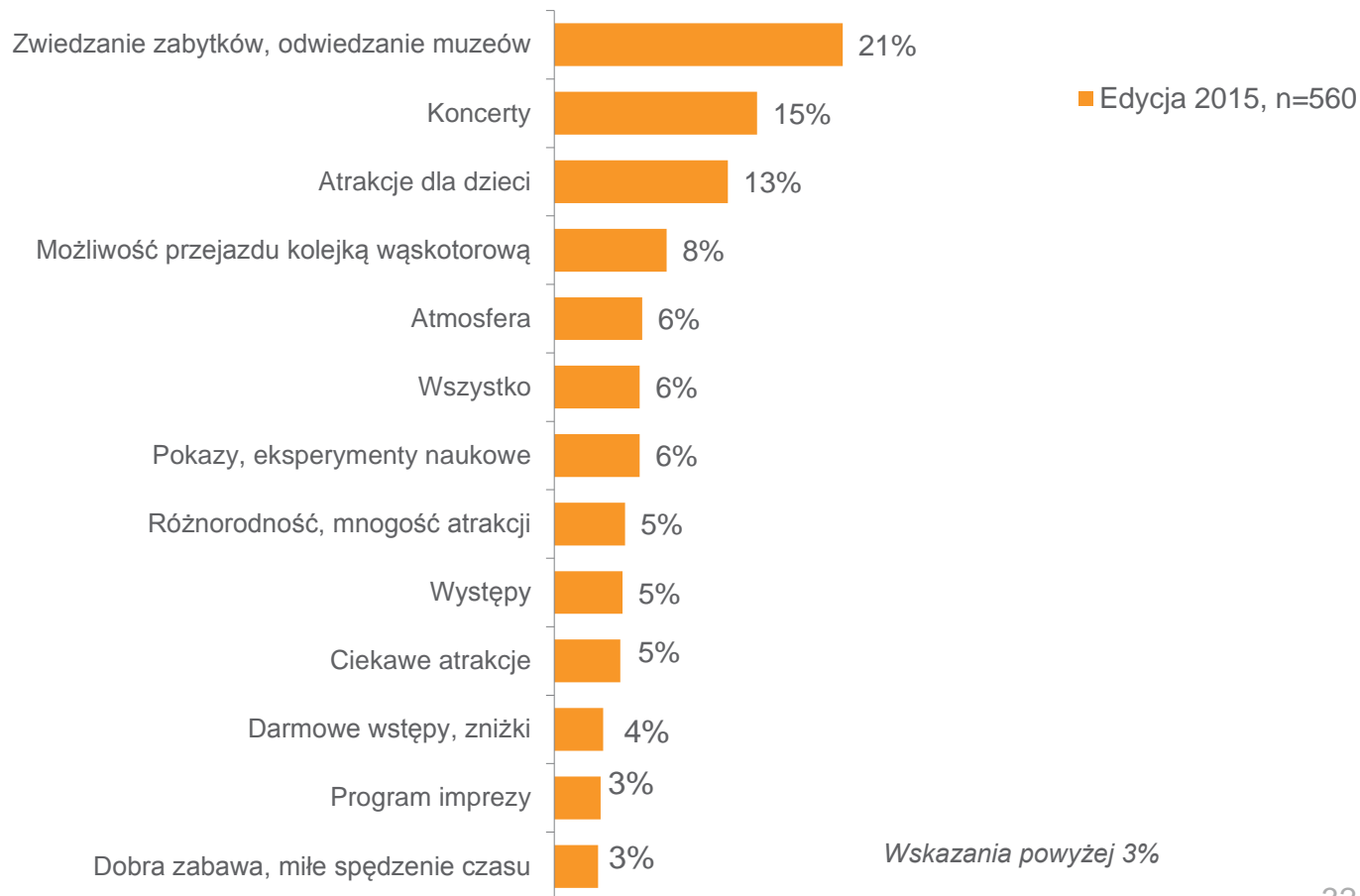
Ocena Industriady – porównanie średnich wśród grup respondentów



Ocena Industriady w grupach respondentów wyodrębnionych ze względu na zmienne społeczno-demograficzne były zbliżone. Różnice w ocenach były istotne (w sensie statystycznym) jedynie w przypadku osób posiadających i nie posiadających dzieci.

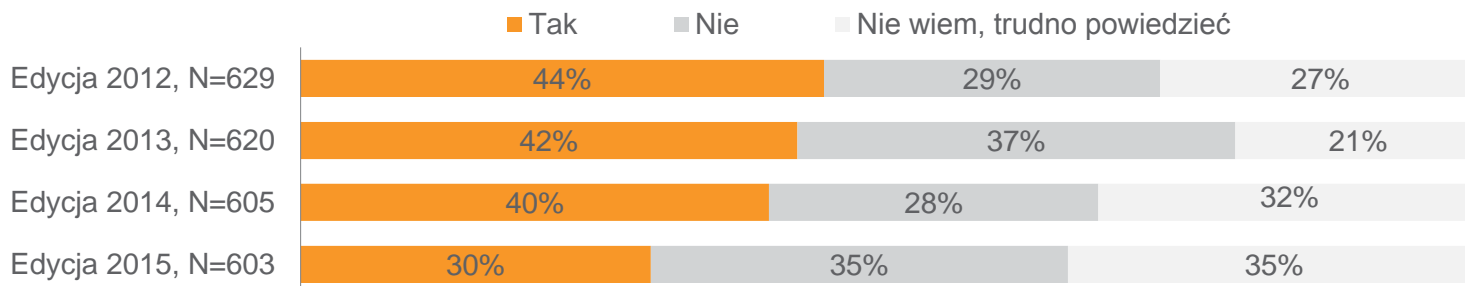
Najbardziej podobające się atrakcje

- P24B. Co się Panu/i najbardziej podoba spośród atrakcji oferowanych w ramach Industriady 2015?
- Respondenci, którzy ocenili imprezę pozytywnie. Pytanie otwarte. Możliwość wielu odpowiedzi.



Rekomendacje co do sposobów ulepszeń

- P38. Czy Pana/Pani zdaniem jest coś, co organizatorzy mogliby ulepszyć w przyszłych edycjach Industriady tak, aby ten festiwal był jeszcze bardziej atrakcyjny dla uczestników?
- Wszyscy respondenci.



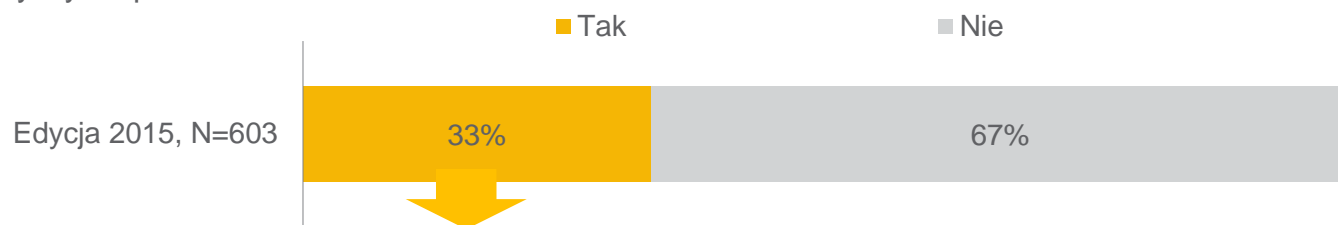
Ponad 1/4 propozycji usprawnień najczęściej dotyczyła poprawy polityki informacyjnej i lepszej promocji imprezy.

Wskazania powyżej 4%

Korzystanie z bezpłatnego transportu kolejowego

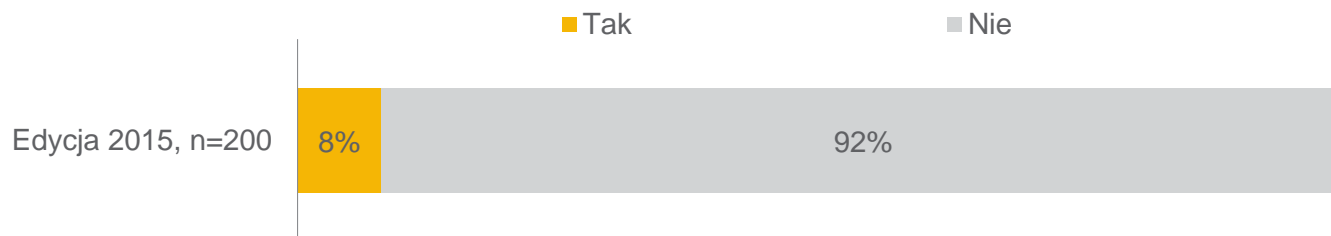
- P25. Czy słyszał Pan/i o możliwości skorzystania z bezpłatnego transportu KOLEJOWEGO zorganizowanego dla uczestników Industriady 2015?

- Wszyscy respondenci.



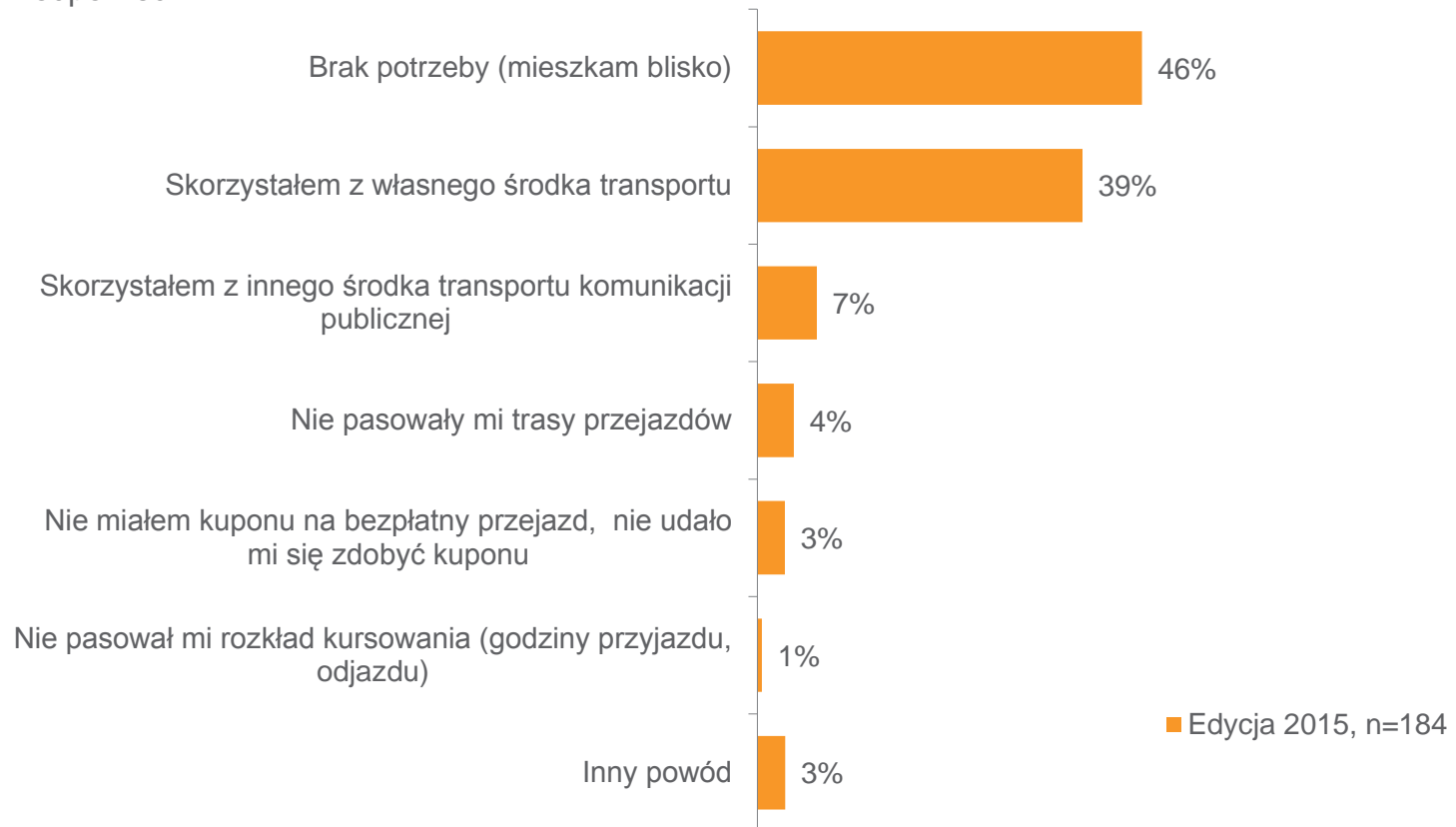
- P26. Czy korzystał/a Pan/i z bezpłatnego transportu KOLEJOWEGO zorganizowanego dla uczestników Industriady 2015?

- Respondenci, którzy słyszeli o bezpłatnym transporcie kolejowym.



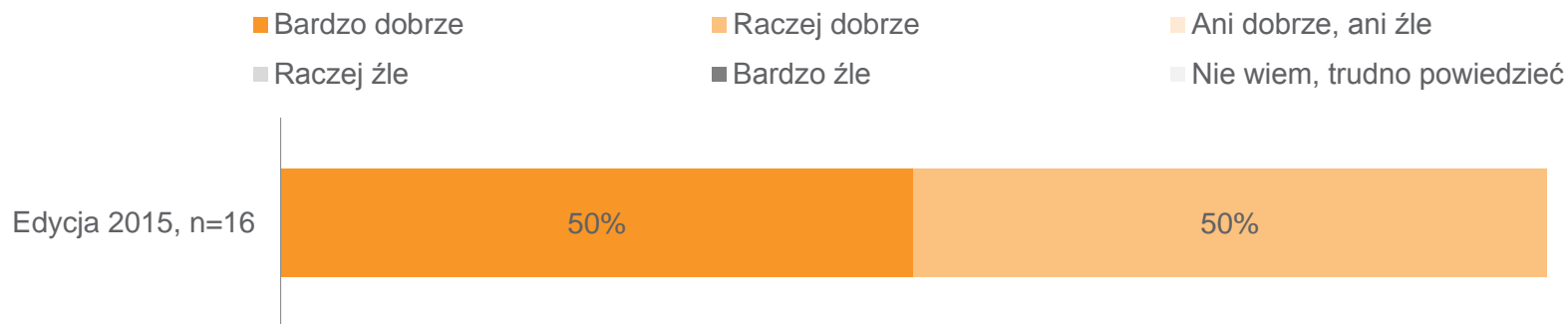
Powody niekorzystania z bezpłatnego transportu kolejowego

- P27. Dlaczego nie?
- Respondenci, którzy nie korzystali z bezpłatnego transportu kolejowego. Możliwość wielu odpowiedzi.



Ocena organizacji transportu kolejowego

- P28. Jak ogólnie ocenia Pan/i organizację transportu KOLEJOWEGO dla uczestników imprezy?
- Respondenci, którzy korzystali z bezpłatnego transportu kolejowego.

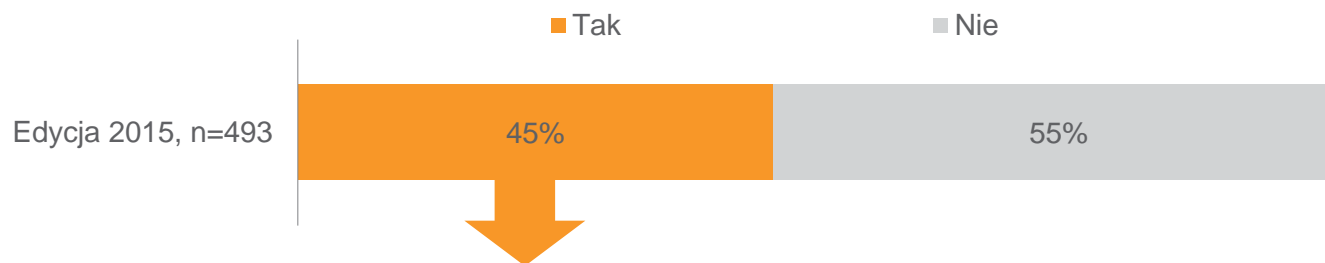


- P29. Czy zamierza Pan/i skorzystać dziś z bezpłatnego transportu kolejowego dla uczestników imprezy?
- Respondenci, którzy słyszeli o bezpłatnym transporcie kolejowym

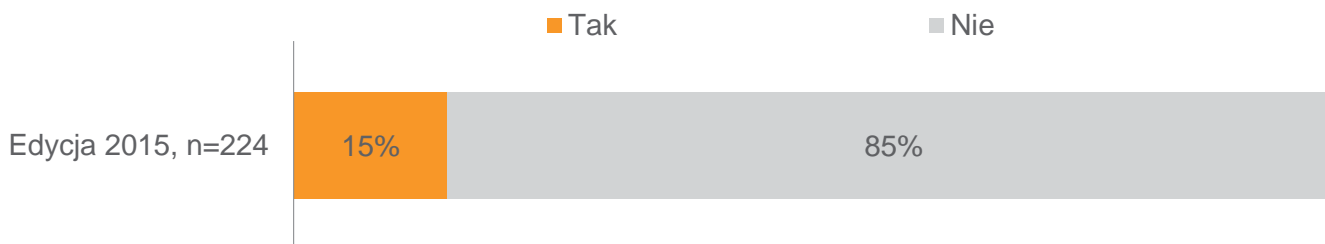


Korzystanie z bezpłatnego transportu mikrobusem

- P30. Czy słyszał Pan/i o możliwości skorzystania z bezpłatnego transportu MIKROBUSOWEGO zorganizowanego dla uczestników Industriady 2015?
- Respondenci, z lokalizacji: BYTOM, CHORZÓW, CZELADŹ, GLIWICE, KATOWICE, SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE, ZABRZE.

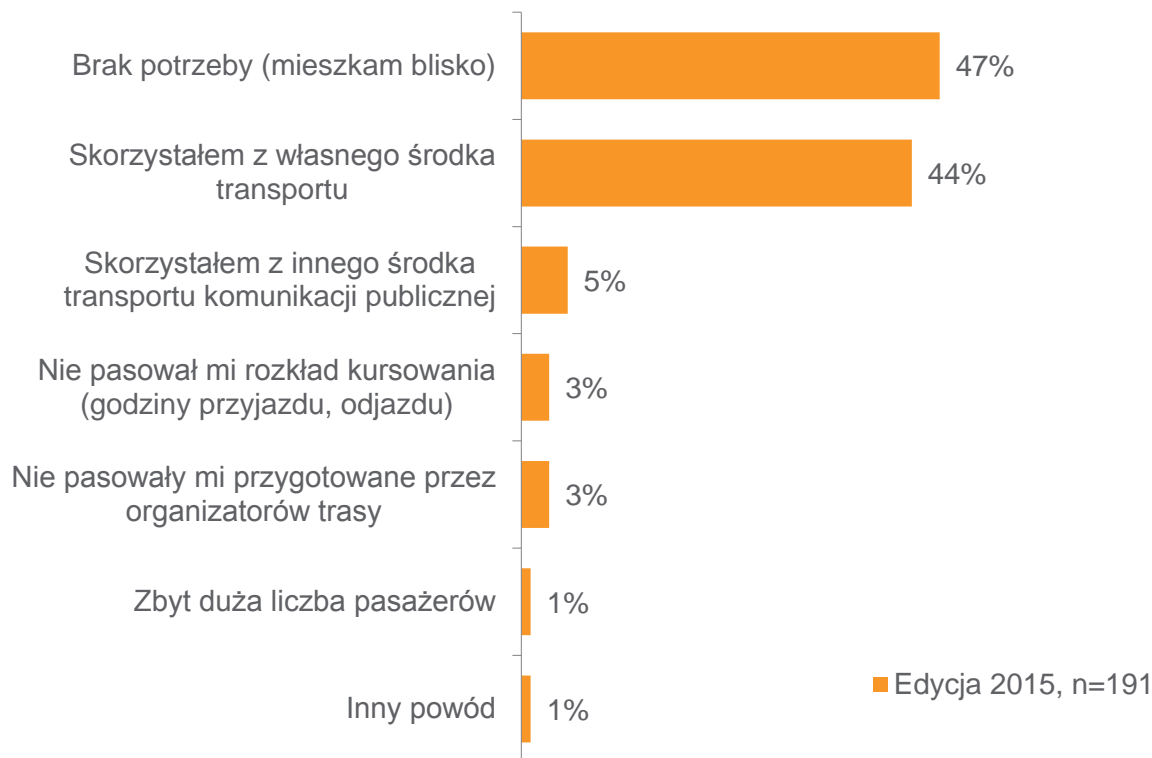


- P31. Czy korzystał/a Pan/i z bezpłatnego transportu MIKROBUSOWEGO zorganizowanego dla uczestników Industriady 2015?
- Respondenci, z lokalizacji: BYTOM, CHORZÓW, CZELADŹ, GLIWICE, KATOWICE, SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE, ZABRZE, którzy słyszeli o bezpłatnym transporcie mikrobusem.



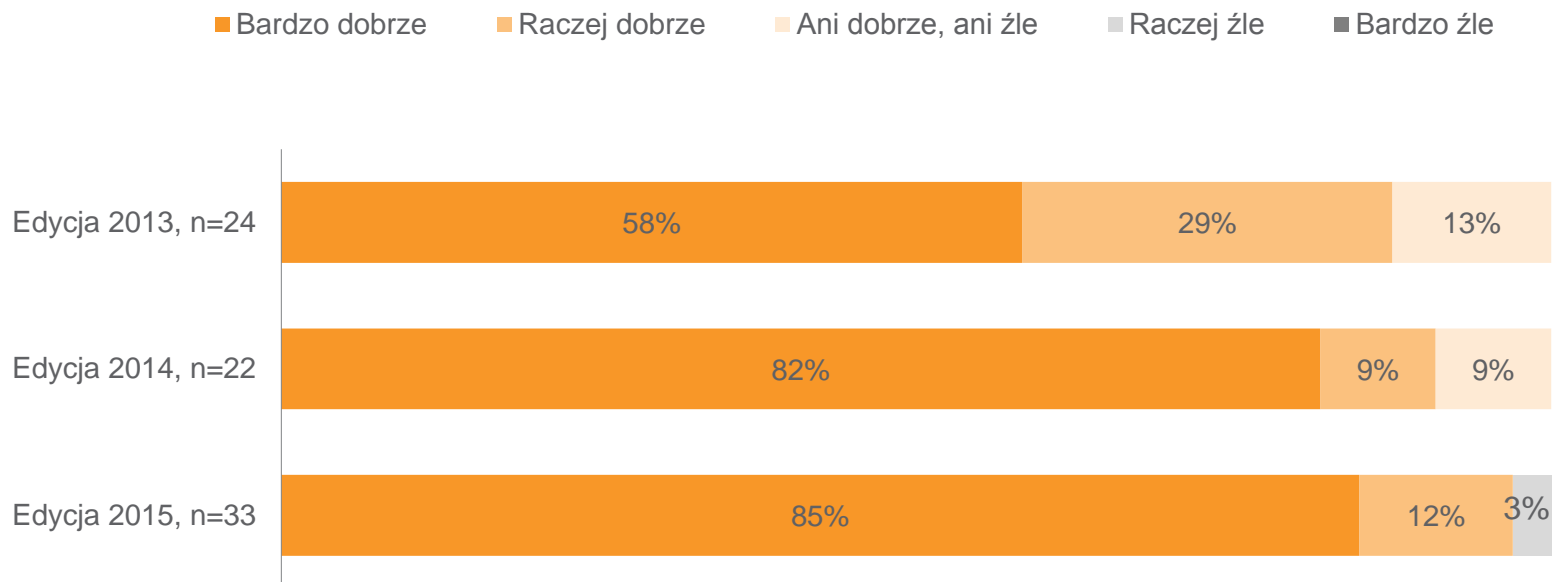
Powody niekorzystania z bezpłatnego transportu mikrobusowego

- P32. Dlaczego nie?
- Respondenci, z lokalizacji: BYTOM, CHORZÓW, CZELADŹ, GLIWICE, KATOWICE, SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE, ZABRZE, którzy nie korzystali z bezpłatnego transportu mikrobusowego. Możliwość wielu odpowiedzi.



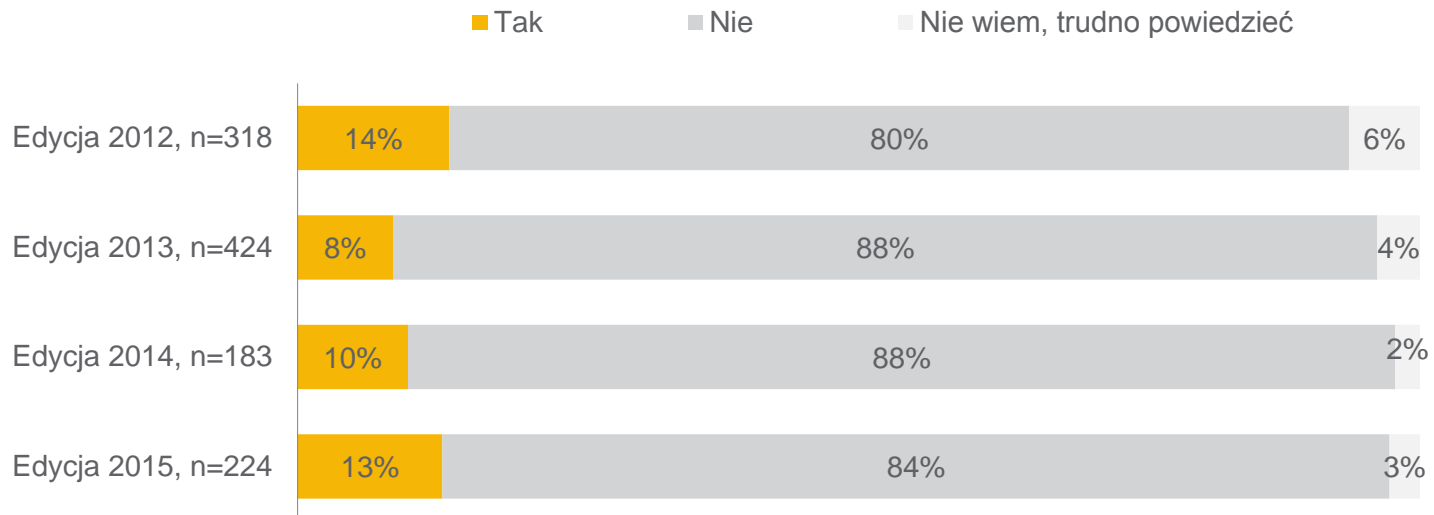
Ogólna ocena organizacji transportu mikrobusowego

- P33. Jak ogólnie ocenia Pan/i organizację transportu MIKROBUSOWEGO dla uczestników imprezy?
- Respondenci, z lokalizacji: BYTOM, CHORZÓW, CZELADŹ, GLIWICE, KATOWICE, SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE, ZABRZE, którzy korzystali z bezpłatnego transportu mikrobusowego.



Zamiar skorzystania z transportu mikrobusowego

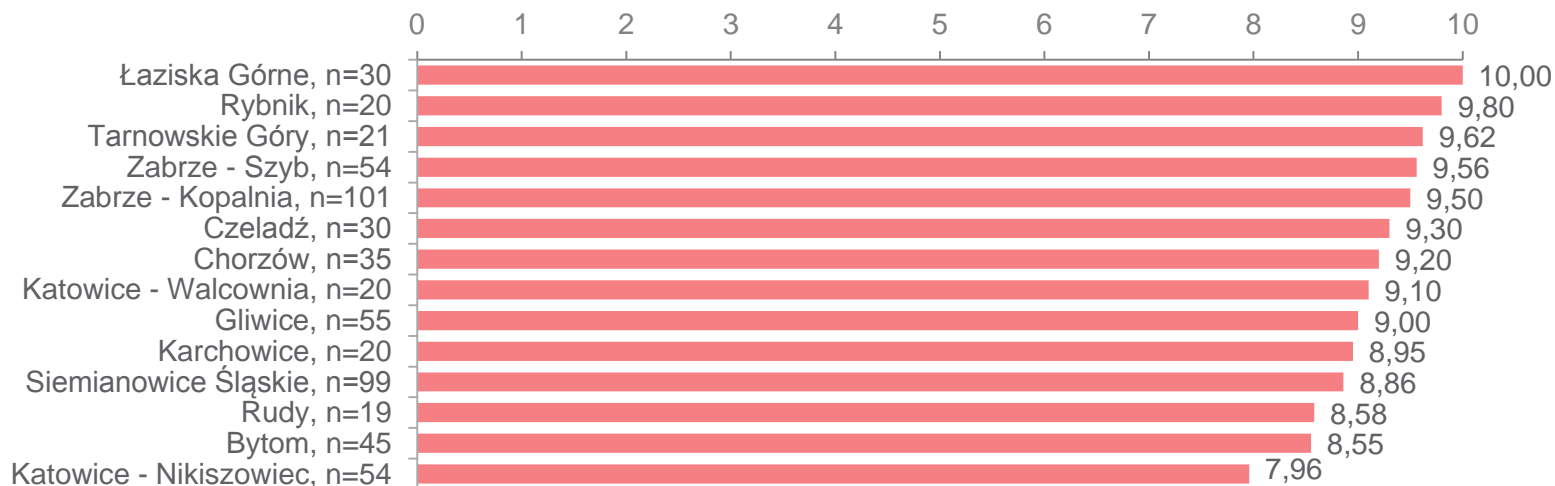
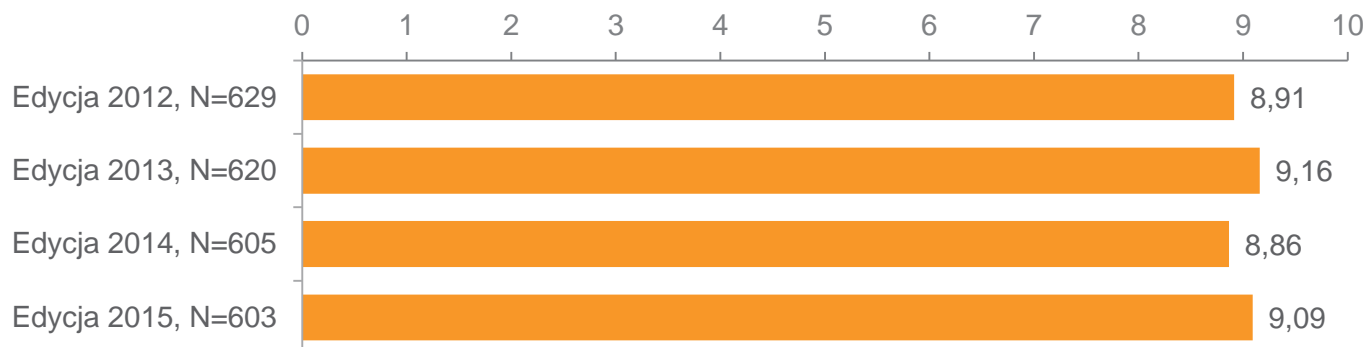
- P34. Czy zamierza Pan/i skorzystać dziś z bezpłatnego transportu MIKROBUSOWEGO dla uczestników imprezy?
- Respondenci, z lokalizacji: BYTOM, CHORZÓW, CZELADŹ, GLIWICE, KATOWICE, SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE, ZABRZE, którzy słyszeli o bezpłatnym transporcie mikrobusowym.



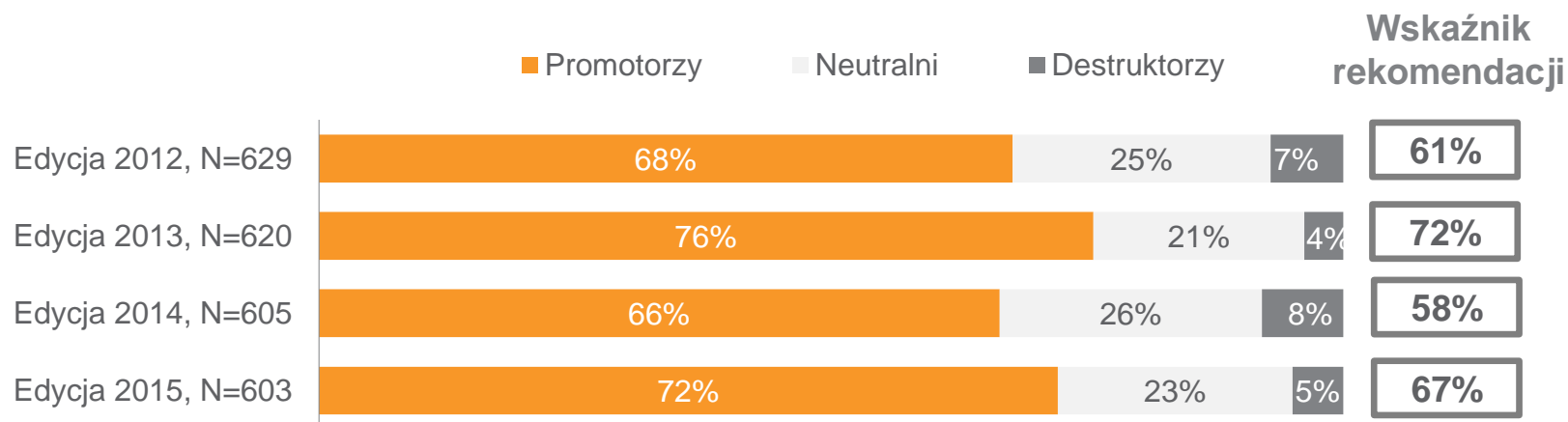
Skłonność do polecenia uczestnictwa w Industriadzie

- P35. Na ile chętnie poleciliby Pan/i lub nie polecili/a uczestnictwa w Industriadzie znajomym lub rodzinie? Proszę posłużyć się skalą od 0 do 10, gdzie 0 oznacza zdecydowanie nie polecilibym uczestnictwa w tym festiwalu, a 10 – zdecydowanie polecilibym uczestnictwo.

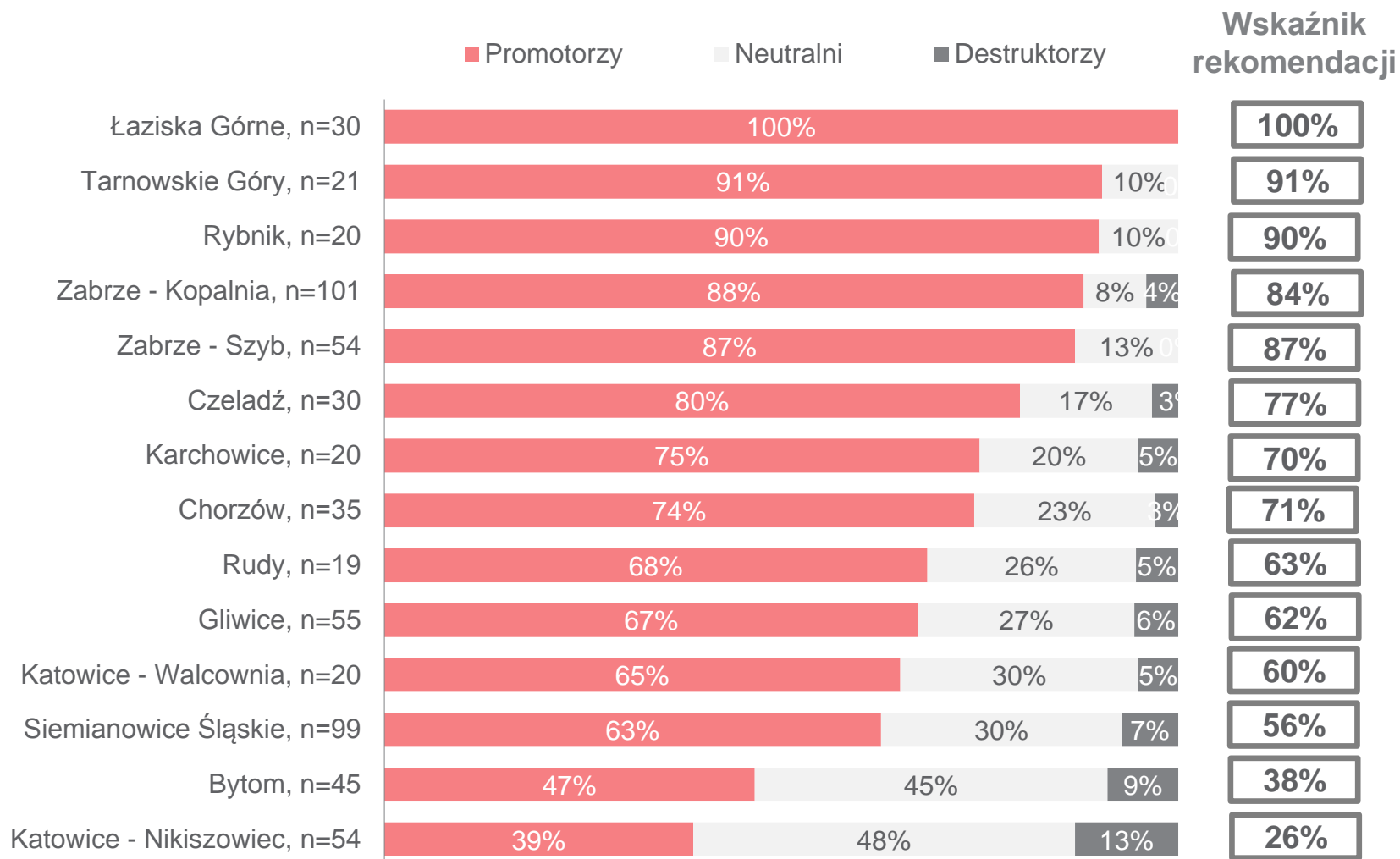
- Wszyscy respondenci.



Wskaźnik rekomendacji



Wskaźnik rekomendacji - lokalizacje



Zamiar udziału w kolejnych edycjach Industriady

- P37. Czy zamierza Pan/i wziąć udział w kolejnej edycji Industriady w przyszłym roku?
- Wszyscy respondenci.



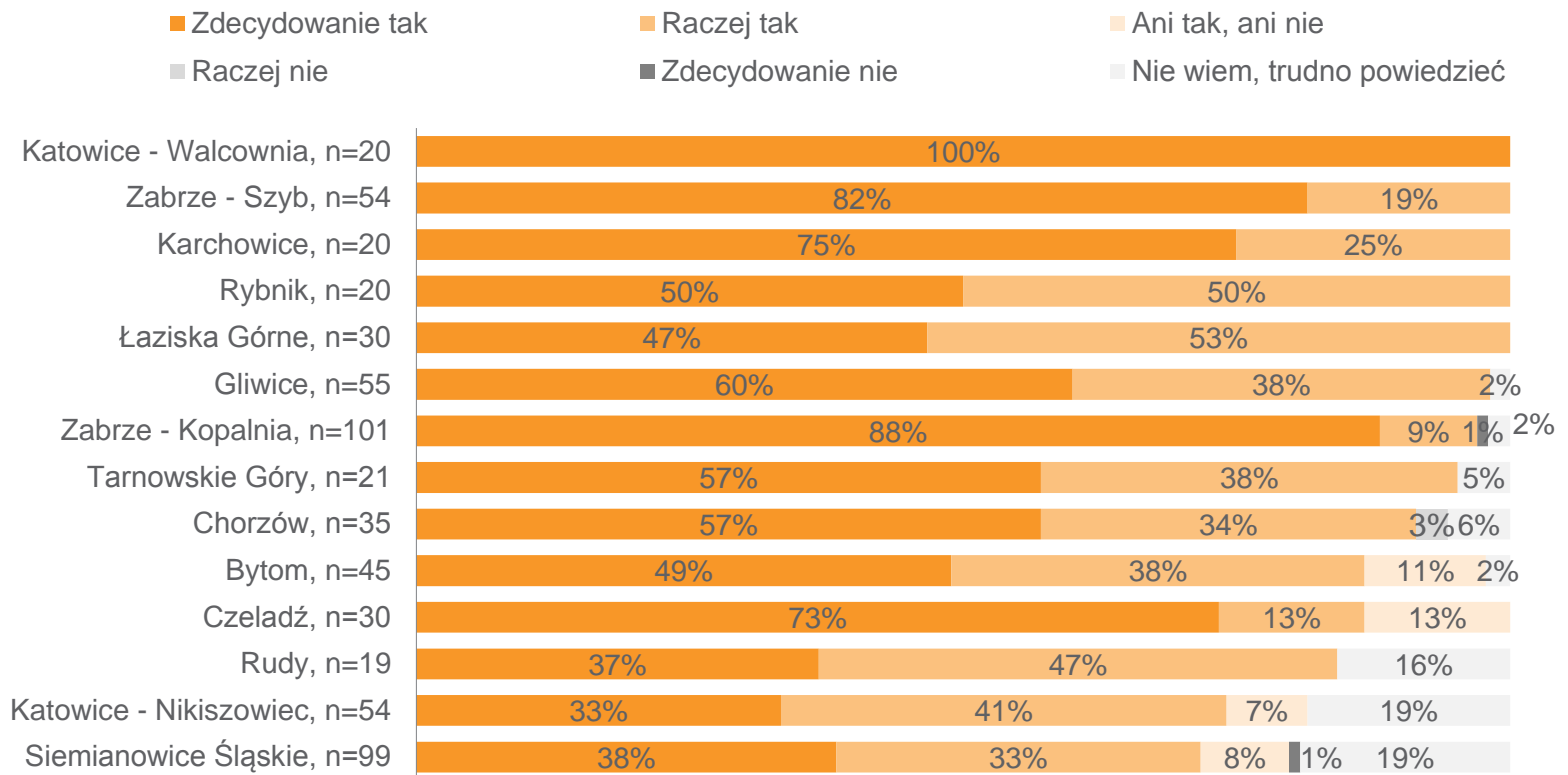
89% badanych zadeklarowało chęć udziału w kolejnej edycji Industriady w przyszłym roku. Biorąc pod uwagę lokalizację najczęściej deklaracja taka dotyczyła uczestników imprezy w Walcowni Cynku w Katowicach (wykres na kolejnym slajdzie).

Zamiar udziału w kolejnych edycjach częściej deklarowały osoby starsze niż młodsze.

Zamiar udziału w kolejnych edycjach Industriady – lokalizacje

■ P37. Czy zamierza Pan/i wziąć udział w kolejnej edycji Industriady w przyszłym roku?

■ Wszyscy respondenci.

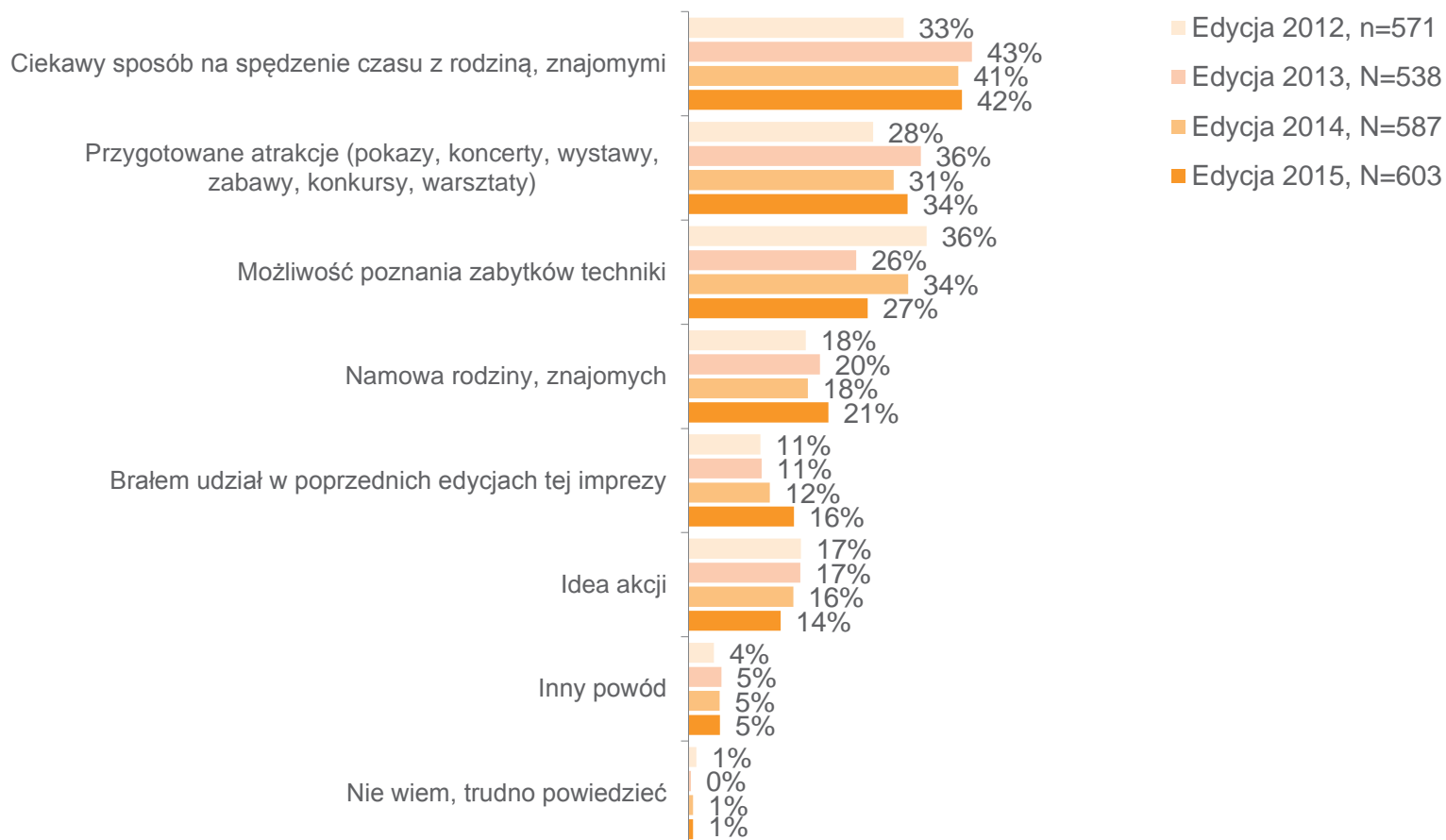




MODEL UCZESTNICTWA W INDUSTRIADZIE

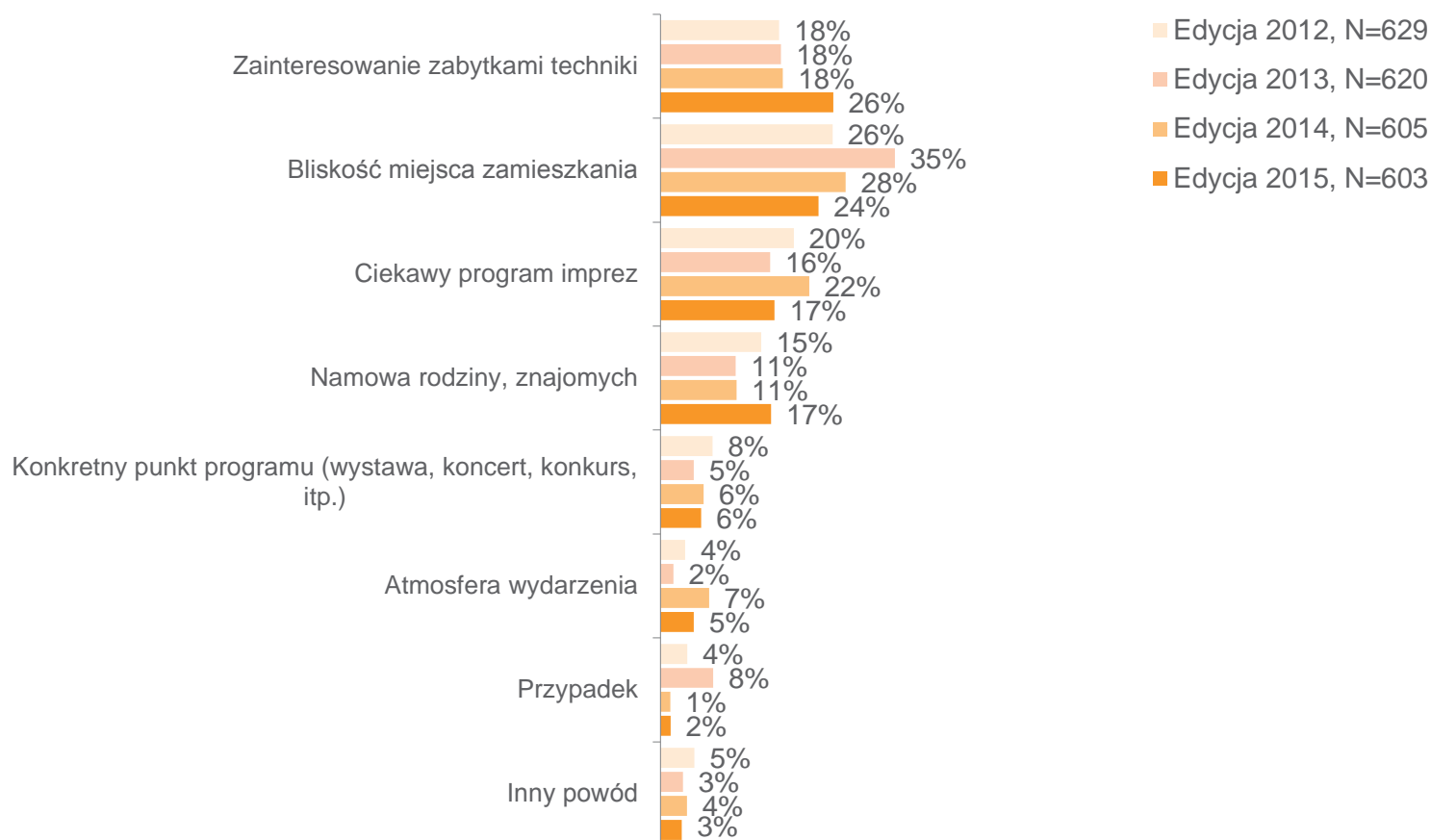
Czynniki, które zachęciły do udziału w Industriadzie

- P4. Co ogólnie zachęciło Pana/Panią do wzięcia udziału w Industriadzie 2015?
- Respondenci, którzy znali nazwę Industriada. Możliwość wielu odpowiedzi.



Czynniki, które zachęciły do wizyty w konkretnym obiekcie, miejscu

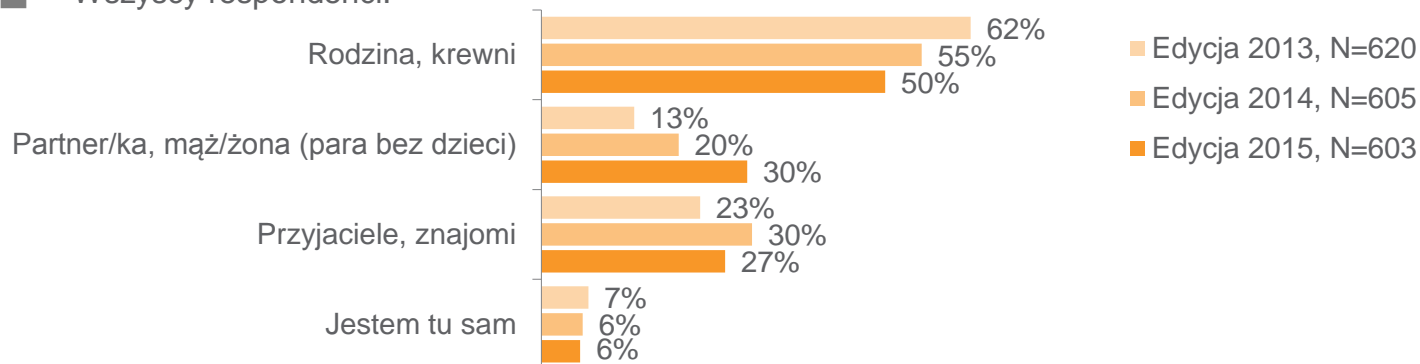
- P5. A dlaczego zdecydował/a się Pan/i na wizytę w tym konkretnym obiekcie, miejscu?
- Wszyscy respondenci. Możliwość jednej odpowiedzi.



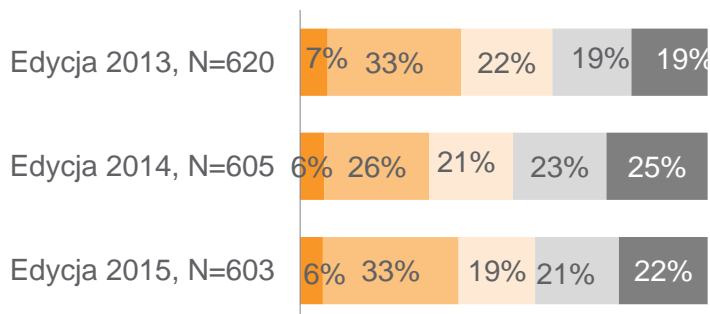
Liczba osób towarzyszących

■ P14. Kto towarzyszy Panu/i podczas pobytu na tej imprezie?

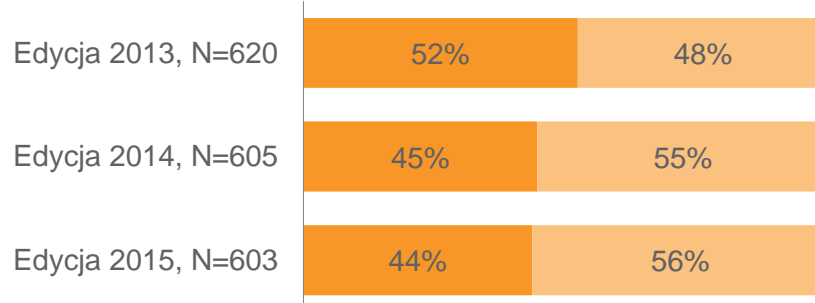
■ Wszyscy respondenci.



■ Sam/a
 ■ Trzy osoby
 ■ Grupa 5 lub więcej osób
 ■ Dwie osoby
 ■ Cztery osoby

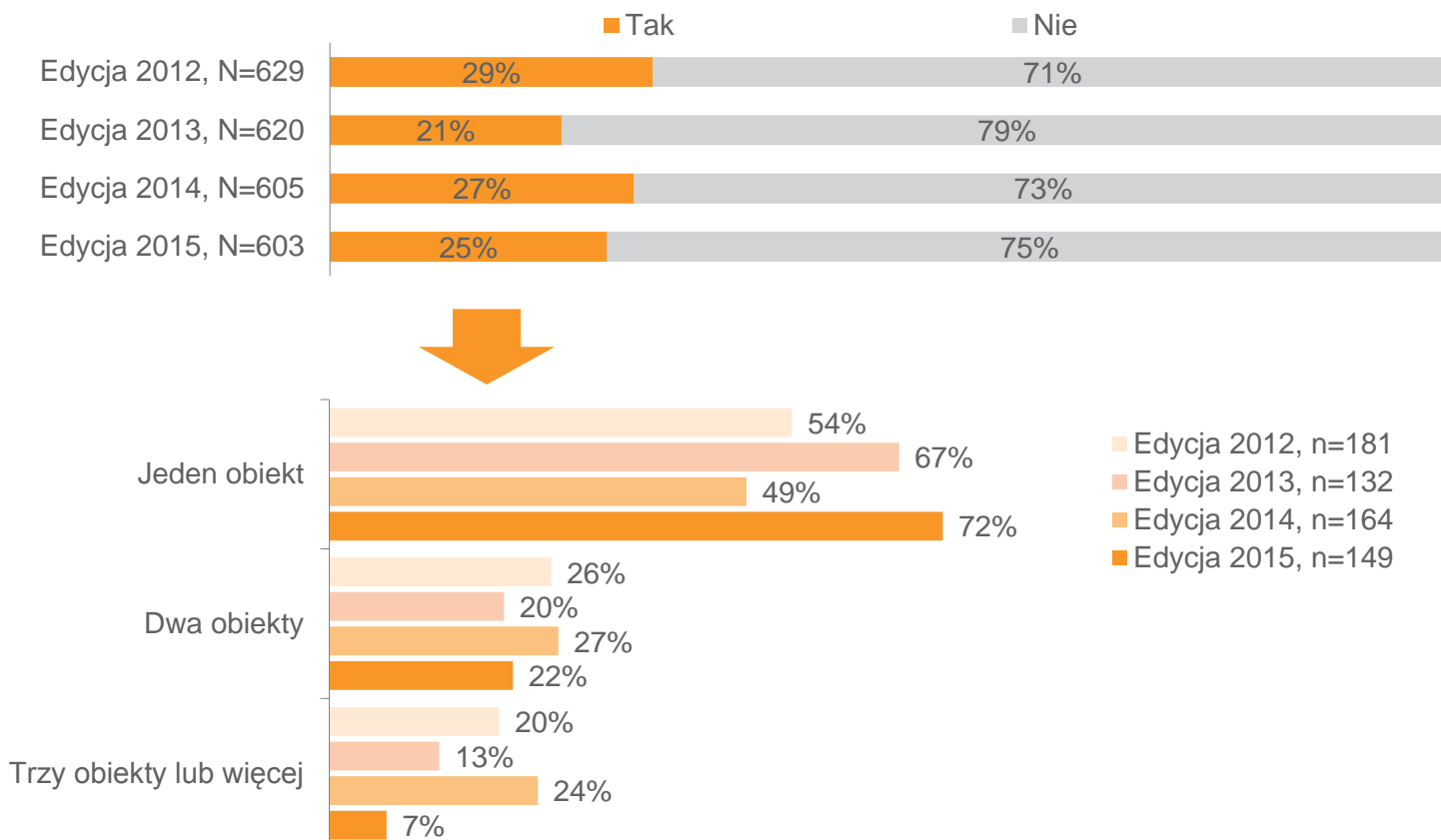


■ Wizyta z dziećmi
 ■ Wizyta bez dzieci



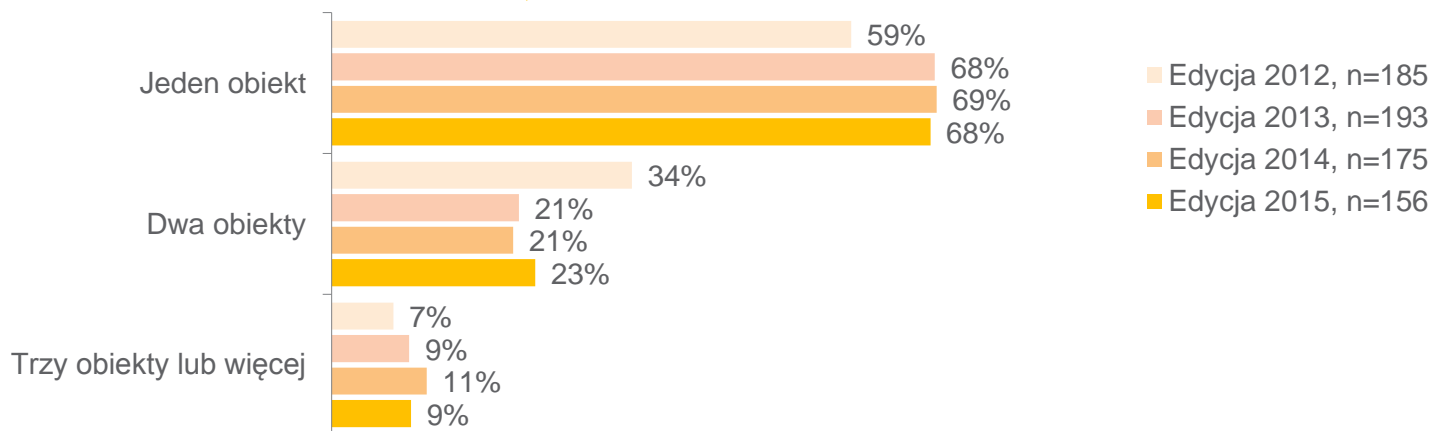
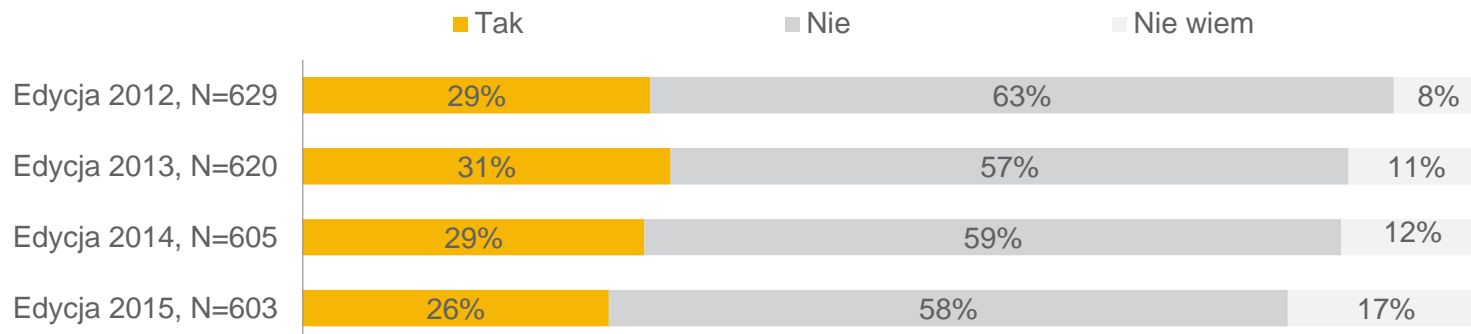
Odwiedzenie innych obiektów w ramach Industriady

- P15. Czy odwiedził/a Pan/i dziś również inne obiekty, miejsca, w których organizowane są imprezy w ramach Industriady 2015? Jeśli tak, to ile?
- Wszyscy respondenci.



Zamiar odwiedzenia innych obiektów w ramach Industriady

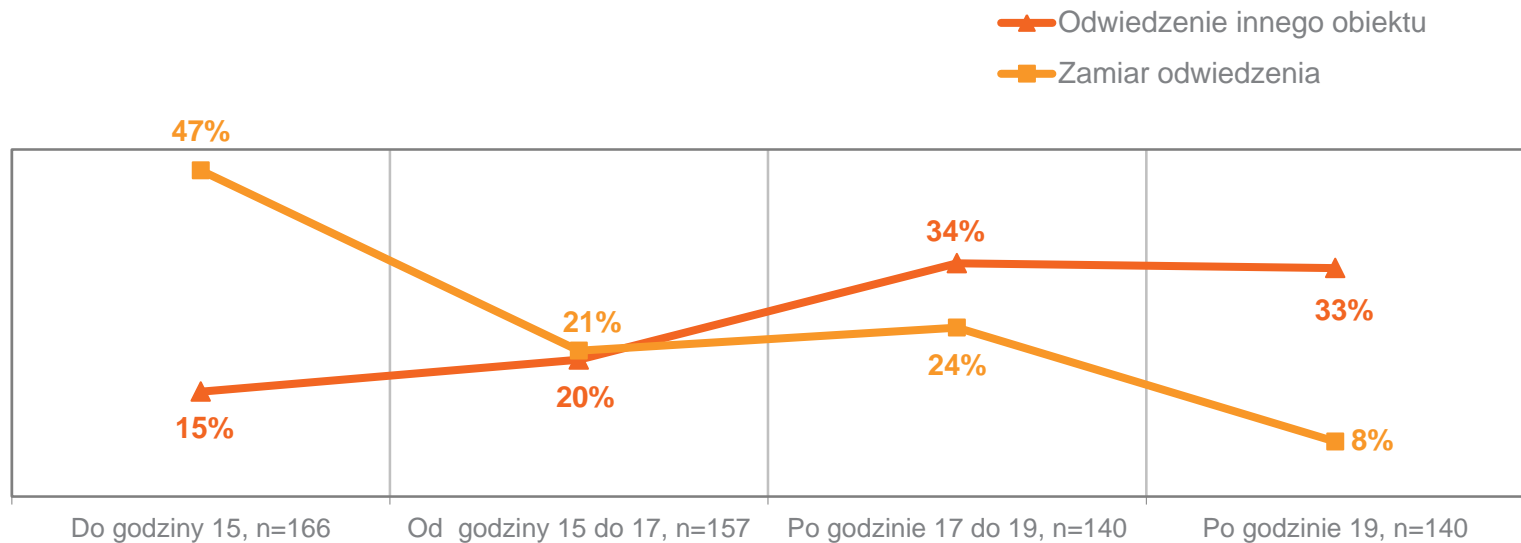
- P17. Czy zamierza Pan/i odwiedzić jeszcze inne objekty, miejsca, w których organizowane są imprezy w ramach Industriady 2015? Jeśli tak, to ile?
- Wszyscy respondenci.



Najczęstsze kierunki przemieszczania się

Skąd?	%	Lokalizacja (miejsce ankietowania)	%	Dokąd?
Tarnowskie Góry, Kopalnia Srebra	9%	Bytom, Górnośląskie Koleje Wąskotorowe, n=45	9%	Zabrze, Szyb Maciej
Chorzów, Huta Królewska	29%	Chorzów, Szyb Prezydent, n=35	6%	Siemianowice Śląskie, Park Tradycji/Katowice, Nikiszowiec
Katowice, Muzeum Śląskie	13%	Czeladź, Galeria Sztuki Współczesnej, n=30	10%	Siemianowice Śląskie, Park Tradycji
Rudziniec, Śluza - Kanał Gliwicki	7%	Gliwice, Radiostacja Gliwice, n=55	5%	Zabrze, Szyb Maciej/Zabrze, Szyb Luiza
Tarnowskie Góry, Kopalnia Srebra	10%	Karchowice, Zabytkowa Stacja Wodociągowa Zawada, n=20	15%	Gliwice, Radiostacja
Katowice, Szyb Wilson	17%	Katowice, Nikiszowiec, n=54	9%	Siemianowice Śląskie, Park Tradycji
Katowice, Fabryka Porcelany	20%	Katowice, Walcownia Cynku, n=20	15%	Katowice, Nikiszowiec
-	-	Łaziska Górne, Muzeum Energetyki, n=30	3%	Siemianowice Śląskie, Park Tradycji
Rudziniec, Śluza - Kanał Gliwicki	16%	Rudy, Zabytkowa Kolejka Wąskotorowa, n=19	5%	Walcownia Cynku/Szyb Ignacy/Radiostacja/Muzeum Techniki Sanitarnej
-	-	Rybnik, Kopalnia Ignacy-Hoym, n=20	-	-
Chorzów, Szyb Prezydent/Katowice, Park Tradycji	2%	Siemianowice Śląskie, Park Tradycji, n=99	1%	Tarnowskie Góry, Sztolnia Czarnego Pstrąga
Zabrze, Kopalnia Guido	17%	Zabrze, Szyb Maciej, n=54	11%	Gliwice, Radiostacja
Zabrze, Szyb Maciej	8%	Zabrze, Kopalnia Guido, n=101	21%	Zabrze, Szyb Maciej

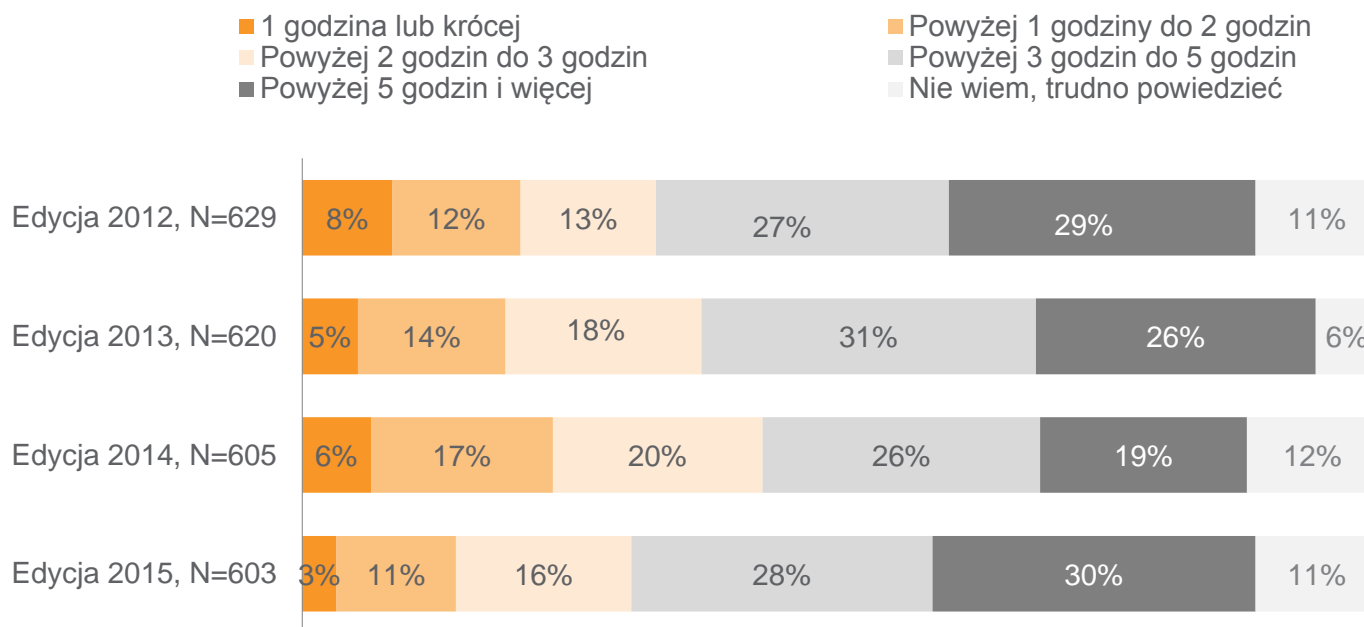
Odwiedzenie i zamiar odwiedzenia innych obiektów w ramach INDUSTRIADY 2015 w podziale na rozkład godzinowy



Wykres prezentuje odsetki respondentów deklarujących odwiedzenie oraz zamiar odwiedzenia innego obiektu w ramach Industriady 2015. Za podstawę przyjęto godziny rozpoczęcia przeprowadzania wywiadu.

Długość pobytu

- P19. Ile czasu zamierza Pan/i spędzić na uczestnictwie w wydarzeniach w ramach Industriady 2015? Chodzi o łączną długość pobytu - czas spędzony do tej pory i planowany.
- Wszyscy respondenci.



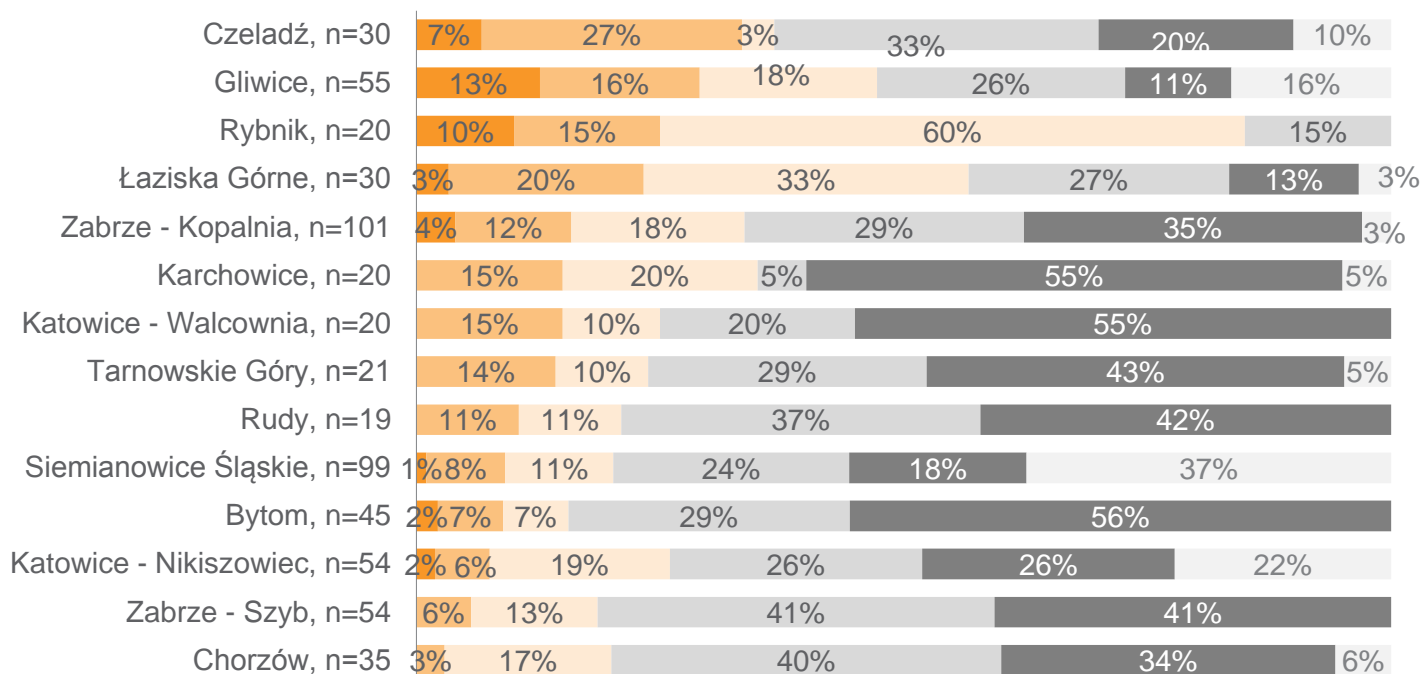
W porównaniu do poprzedniej edycji wzrósł udział osób, które spędziły na uczestnictwie w wydarzeniach w ramach Industriady więcej niż 5 godzin.

Długość pobytu – lokalizacje

■ P19. Ile czasu zamierza Pan/i spędzić na uczestnictwie w wydarzeniach w ramach Industriady 2015? Chodzi o łączną długość pobytu - czas spędzony do tej pory i planowany.

■ Wszyscy respondenci.

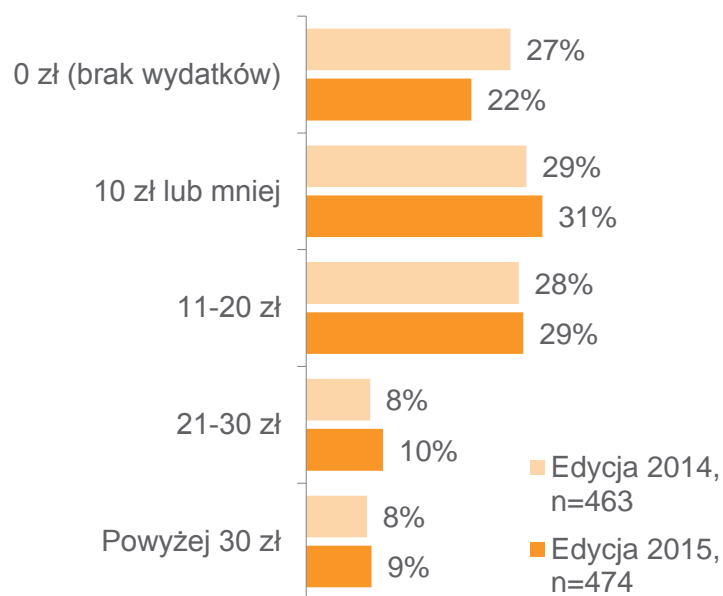
- 1 godzina lub krócej
- Powyżej 1 godziny do 2 godzin
- Powyżej 2 godzin do 3 godzin
- Powyżej 3 godzin do 5 godzin
- Powyżej 5 godzin i więcej
- Nie wiem, trudno powiedzieć



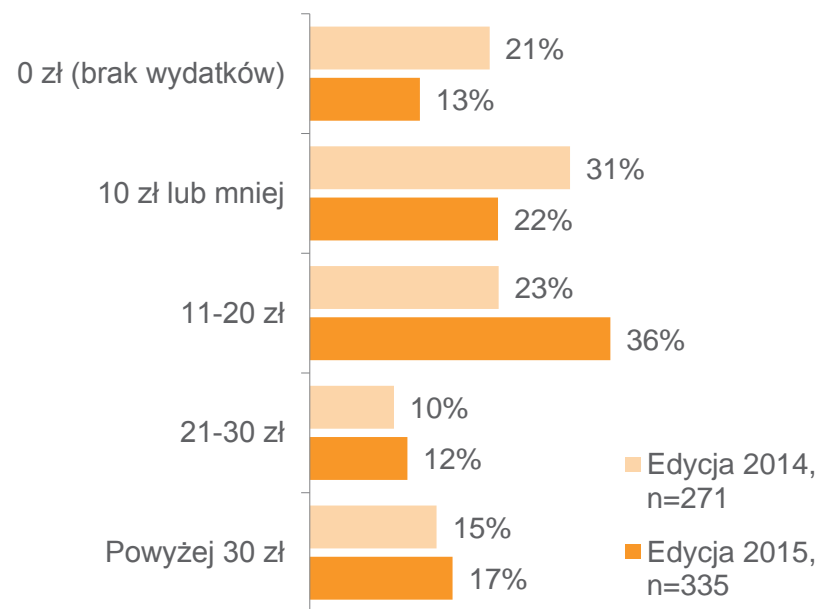
Wydatki

- P21. Myśląc o swoim dotychczasowym uczestnictwie w wydarzeniach w ramach Industriady ile wyniosły Pana/Panią koszty w przeliczeniu na osobę? Proszę uwzględnić wydatki na jedzenie, napoje, zakupy, wejściówki i wszelkie inne atrakcje.
- Wszyscy respondenci. Wyłączono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”.

Wydatki poniesione

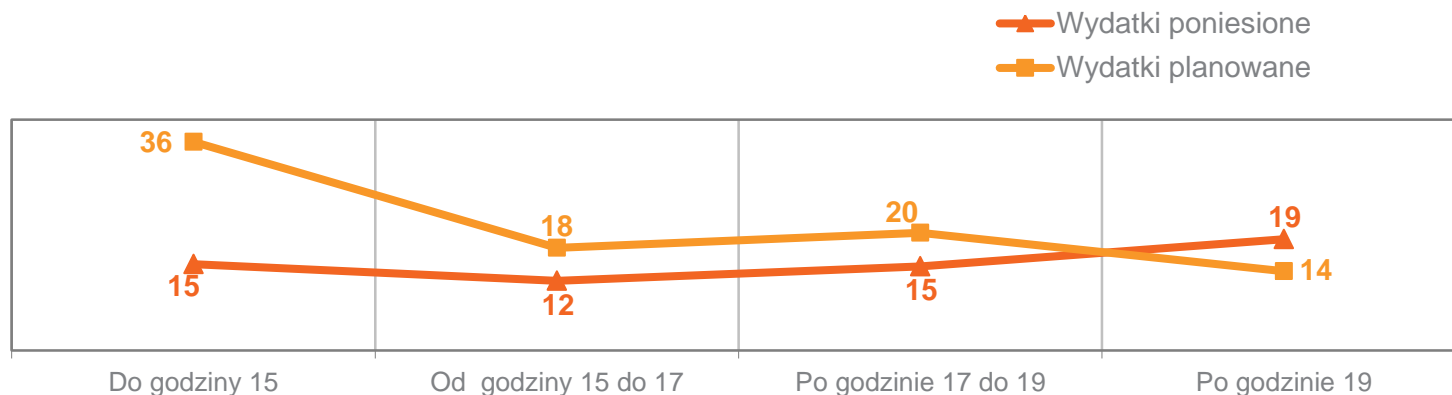


Wydatki planowane

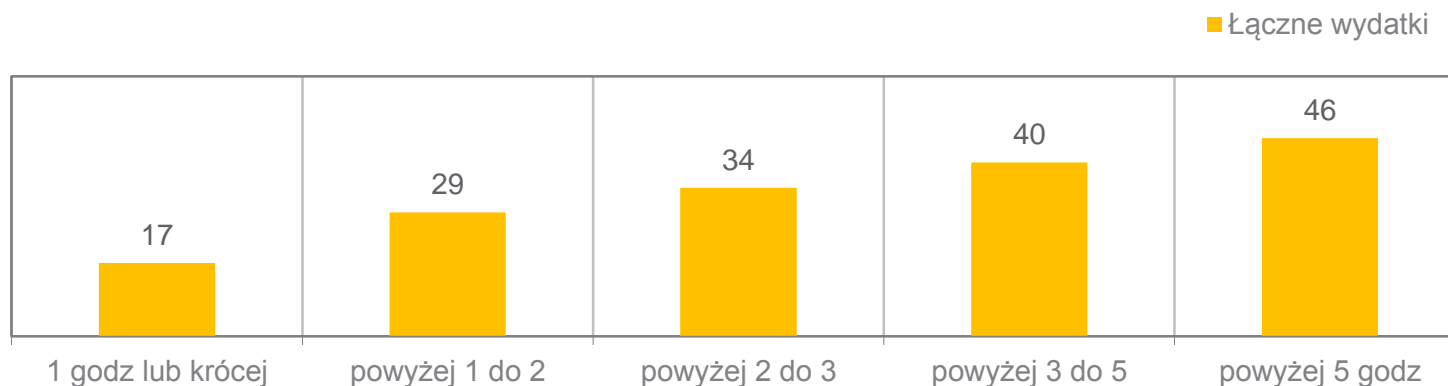


Średnia łącznych wydatków: planowanych i poniesionych wyniosła 40 zł (w Edycji 2014: 30 zł).

Wydatki w podziale na rozkład godzinowy oraz długość pobytu



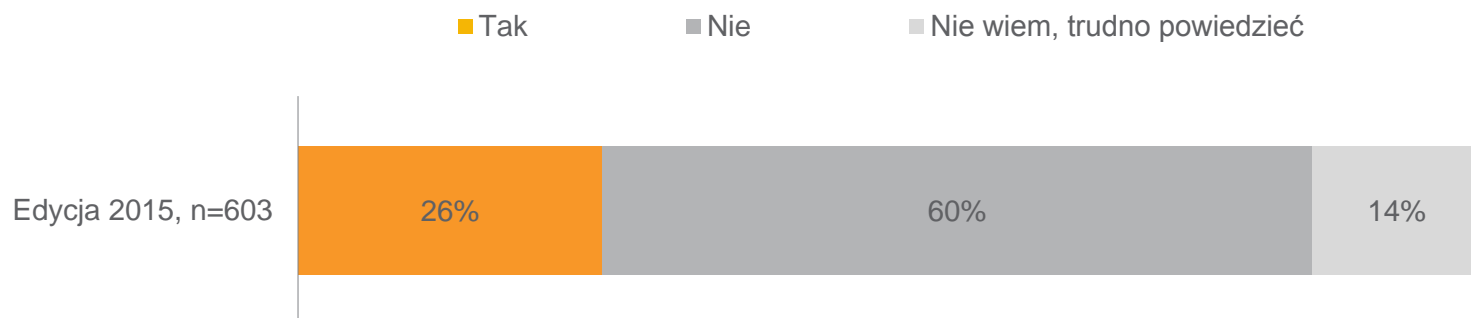
Wykres prezentuje średnie kwoty wydatków poniesionych i planowanych (w zł). Za podstawę przyjęto godziny rozpoczęcia przeprowadzania wywiadu.



Wykres prezentuje średnie kwoty wydatków poniesionych i planowanych (w zł) w zależności od długości pobytu na Industriadzie.

Uczestnictwo w biletowanych wydarzeniach

- P20. Czy uczestniczył/a Pan/i z okazji Industriady 2015 lub zamierza uczestniczyć w jakimkolwiek wydarzeniu, które wymagało od Pan/i zakupu biletu wstępu?
- Wszyscy respondenci.

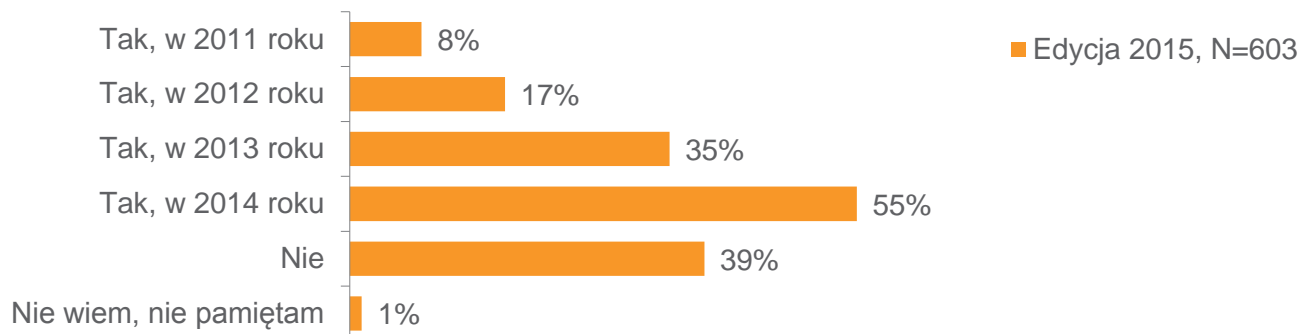
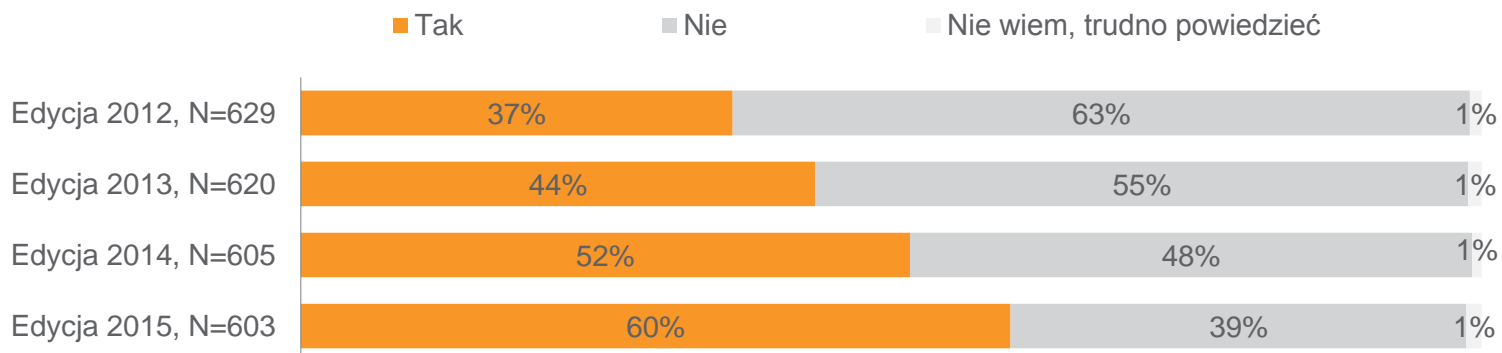


Okolo co czwarty badany uczestniczył lub zamierzał uczestniczyć w wydarzeniach biletowanych.

Pytanie dodane w edycji 2015.

Uczestnictwo w poprzedniej edycji festiwalu

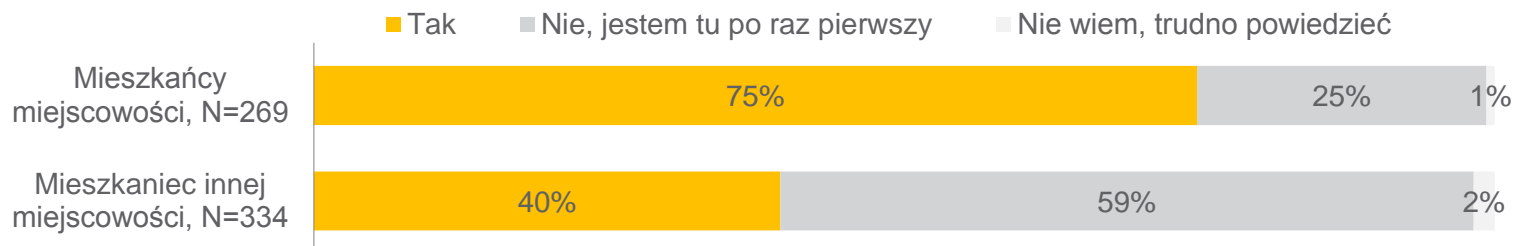
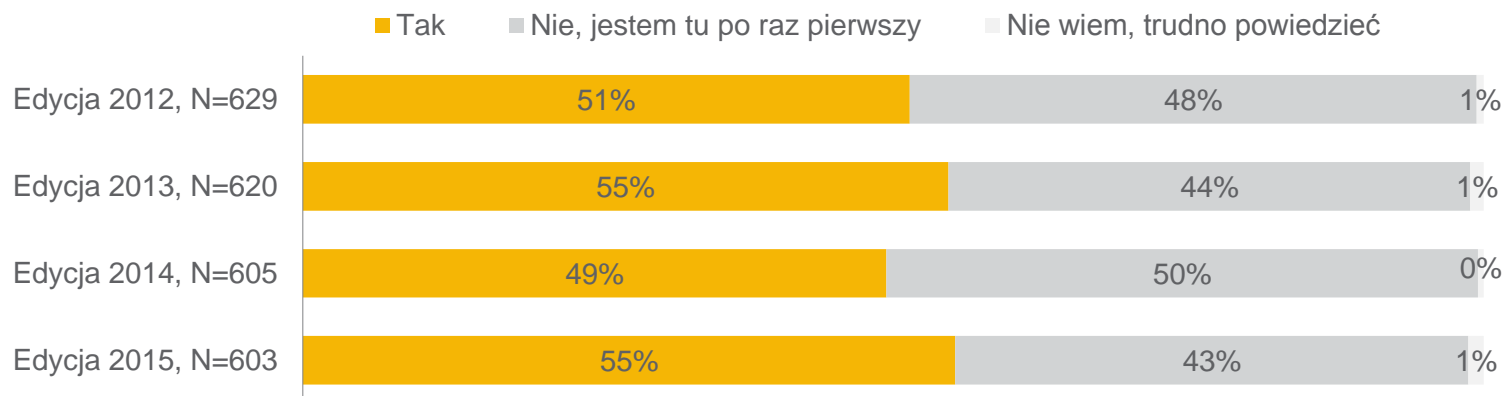
- P36. Czy brał/a Pan/i udział w poprzednich edycjach festiwalu Industriada? Jeśli tak, w którym roku?
- Wszyscy respondenci.



Odwiedzanie zabytków techniki

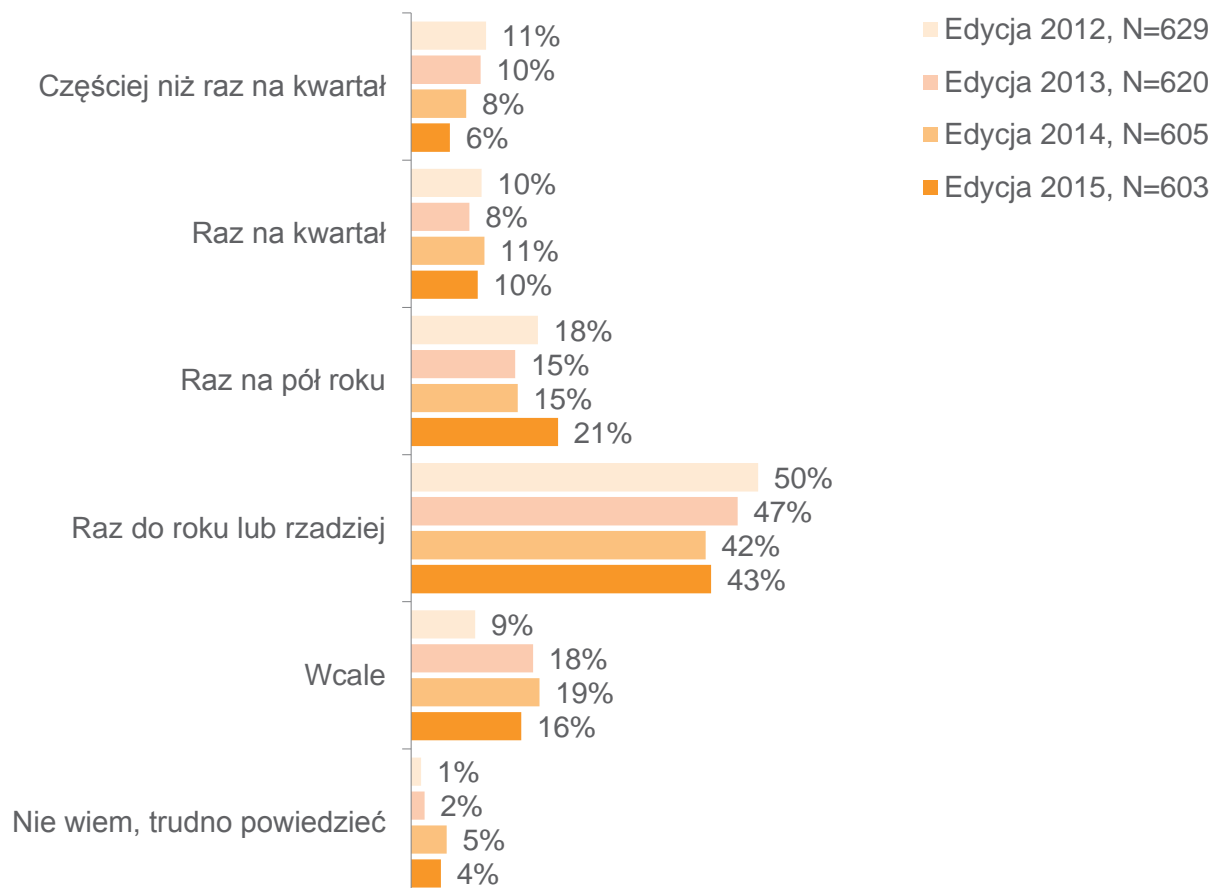
■ P39. Czy był/a Pan/i kiedykolwiek wcześniej w tym obiekcie (zabytku), w którym teraz jesteśmy?

■ Wszyscy respondenci.



Częstość odwiedzania zabytków techniki

- P40. Jak często odwiedza Pan/i zabytki techniki na terenie województwa śląskiego?
- Wszyscy respondenci.





PROFIL UCZESTNIKÓW

Płeć i wiek

Lokalizacja	PŁEĆ		WIEK			
	Kobiety	Mężczyźni	20-24 lata	25-34 lata	35-44 lata	45 lat i więcej
Bytom, n=45	49%	51%	20%	42%	27%	11%
Chorzów, n=35	54%	46%	23%	20%	37%	20%
Czeladź, n=30	57%	43%	17%	33%	33%	17%
Gliwice, n=55	49%	51%	9%	27%	36%	27%
Karchowice, n=20	65%	35%	0%	45%	50%	5%
Katowice, n=74	55%	45%	18%	36%	26%	20%
Łaziska Górne, n=30	73%	27%	0%	47%	30%	23%
Rudy, n=19	58%	42%	5%	58%	32%	5%
Rybnik, n=20	70%	30%	5%	20%	30%	45%
Siemianowice Śląskie, n=99	56%	44%	17%	32%	22%	28%
Tarnowskie Góry, n=21	67%	33%	5%	33%	29%	33%
Zabrze, n=155	68%	32%	5%	35%	39%	21%
EDYCJA 2015, N=603	60%	40%	11%	35%	32%	22%

Wykształcenie i posiadanie dzieci

Lokalizacja	WYKSZTAŁCENIE			POSIADANIE DZIECI	
	Podstawowe	Średnie i policealne	Wyższe	Posiada dzieci	Nie posiada dzieci
Bytom, n=45	7%	34%	59%	34%	66%
Chorzów, n=35	11%	46%	43%	31%	69%
Czeladź, n=30	7%	47%	47%	30%	70%
Gliwice, n=55	7%	47%	45%	62%	38%
Karchowice, n=20	5%	15%	80%	70%	30%
Katowice, n=74	3%	31%	66%	49%	51%
Łaziska Górne, n=30	10%	47%	43%	47%	53%
Rudy, n=19	0%	42%	58%	68%	32%
Rybnik, n=20	45%	45%	10%	60%	40%
Siemianowice Śląskie, n=99	23%	54%	24%	24%	76%
Tarnowskie Góry, n=21	10%	48%	43%	52%	48%
Zabrze, n=155	10%	32%	58%	61%	39%
EDYCJA 2015, N=603	11%	40%	49%	48%	52%

Ocena sytuacji ekonomicznej i miejsce zamieszkania

Lokalizacja	SUBIEKTYWNA OCENA SYTUACJI EKONOMICZNEJ			MIEJSCE ZAMIESZKANIA	
	Poniżej średniej	Średnia	Dobra lub bardzo dobra	Mieszkańcy tej samej miejscowości	Mieszkańców innej miejscowości
Bytom, n=45	2%	45%	52%	24%	76%
Chorzów, n=35	3%	34%	63%	37%	63%
Czeladź, n=30	0%	43%	57%	57%	43%
Gliwice, n=55	7%	56%	36%	67%	33%
Karchowice, n=20	0%	37%	63%	0%	100%
Katowice, n=74	3%	51%	46%	54%	46%
Łaziska Górne, n=30	7%	50%	43%	17%	83%
Rudy, n=19	0%	47%	53%	0%	100%
Rybnik, n=20	20%	55%	25%	85%	15%
Siemianowice Śląskie, n=99	14%	52%	34%	48%	52%
Tarnowskie Góry, n=21	0%	95%	5%	24%	76%
Zabrze, n=155	3%	48%	49%	49%	51%
EDYCJA 2015, N=603	5%	50%	45%	45%	55%

Profil uczestników

Główną motywacją udziału w Industriadzie była dla nich możliwość spędzenia czasu z rodziną oraz ciekawy program imprez w danym obiekcie. Najczęściej brali udział w wydarzeniach do godziny 15. Byli w towarzystwie dzieci. Brali udział w poprzednich edycjach festiwalu.

Charakterystyka grupy: kobiety w wieku 35-44 lata, wykształcenie średnie lub wyższe.

Do udziału w Industriadzie zachęciły ich przygotowane atrakcje oraz konkretny punkt programu w danej lokalizacji (np. koncert). Nie przyszli w towarzystwie dzieci. Najczęściej brali udział w wydarzeniach mających miejsce po godzinie 19. Brali udział w poprzednich edycjach Industriady.

Charakterystyka grupy: osoby młodsze, w wieku 20-44 lata.

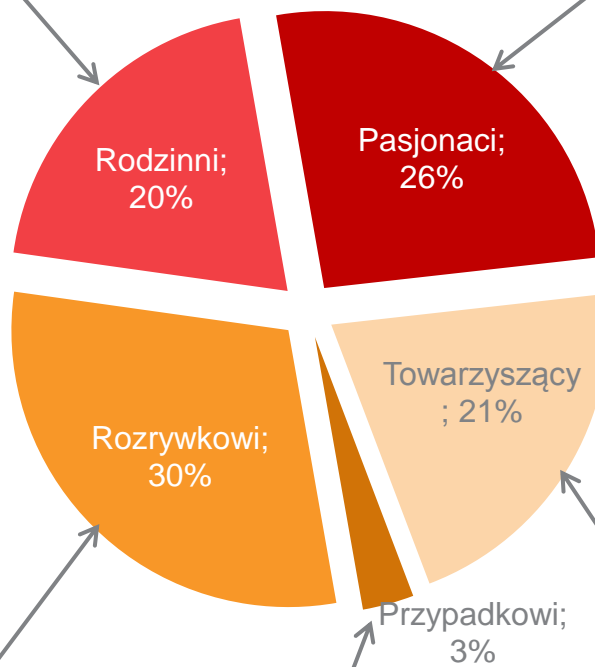
Trafili na Industriadę najczęściej przez przypadek lub za namową znajomych. Nie przyszli w towarzystwie dzieci. Najczęściej byli obecni pomiędzy 15 a 19. Charakterystyka grupy: mężczyźni z najmłodszej (20-25 lat) i najstarszej (45+) grupy wiekowej.

Interesują się zabytkami techniki, wzięli udział w Industriadzie ze względu na możliwość ich poznania. Nie przyszli w towarzystwie dzieci. Spędzili na Industriadzie powyżej 5 godzin.

Brali udział w poprzednich edycjach. Charakterystyka grupy: kobiety i mężczyźni w wieku 25-34 lata, wykształcenie wyższe.

Wzięli udział w Industriadzie namówieni przez rodzinę, znajomych oraz ze względu na bliskość miejsca zamieszkania. Nie przyszli w towarzystwie dzieci. Nie brali udziału w poprzednich edycjach Industriady.

Charakterystyka grupy: osoby 25-44 lata, wykształcenie średnie.





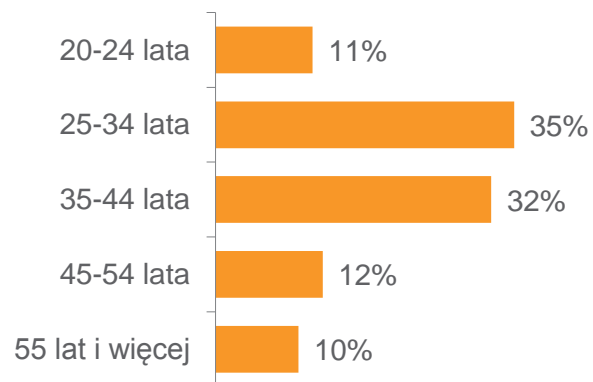
INFORMACJE O RESPONDENTACH

Płeć i wiek

- M1. Płeć.
- 2015: N=603, wszyscy respondenci.



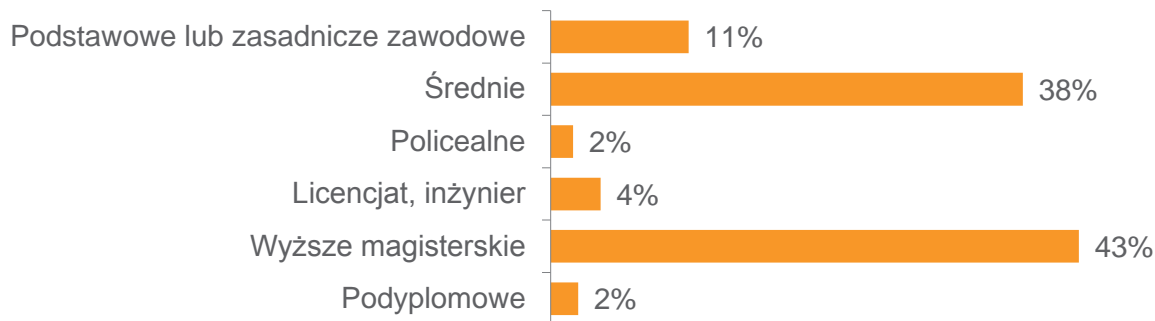
- S1. Do której z następujących grup wiekowych Pan/i się zalicza?
- 2015: N=603, wszyscy respondenci.



Wykształcenie i sytuacja zawodowa

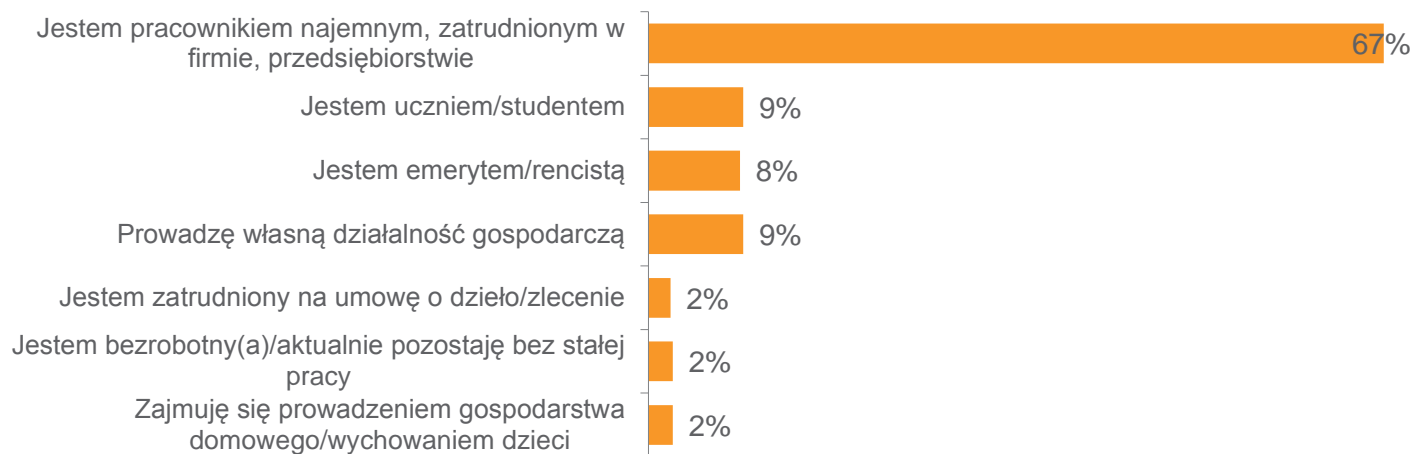
■ M2. Jakie wykształcenie uzyskał/a Pan/i do tej pory?

■ 2015: N=603, wszyscy respondenci.



■ M5. Jaka jest Pana/Pani aktualna sytuacja zawodowa?

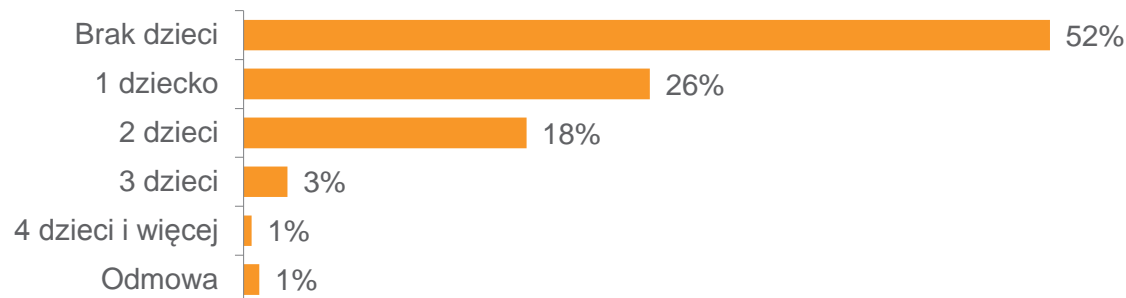
■ 2015: N=603, wszyscy respondenci.



Liczba dzieci i sytuacja ekonomiczna

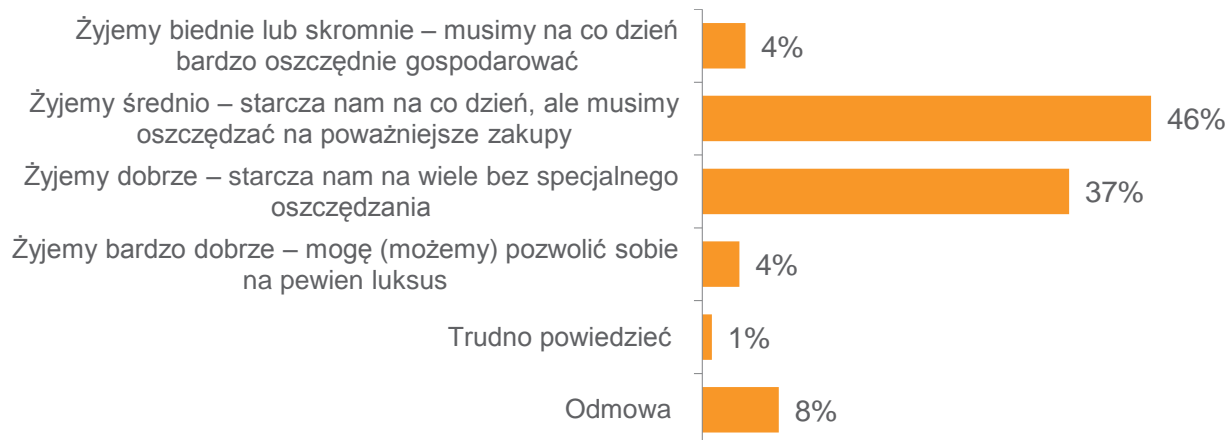
■ M4. Czy posiada Pan/i dzieci poniżej 18 roku życia? Jeśli tak, to ile?

■ 2015: N=603, wszyscy respondenci.



■ M6. Jak Pan/i ocenia sytuację materialną swoją (swojej rodziny)?

■ 2015: N=603, wszyscy respondenci.





ARC Rynek i Opinia Sp. z o. o.
ul. Juliusza Słowackiego 12
01-627 Warszawa
tel.: +48 022 584 85 00
fax.: +48 022 584 85 01
e-mail: agnieszka.doktorska@arc.com.pl

TO, CO ISTOTNE