

Аналитический отчет о результатах изучения общественного мнения, полученных в ходе опроса зрителей на концертах Кубанского казачьего хора

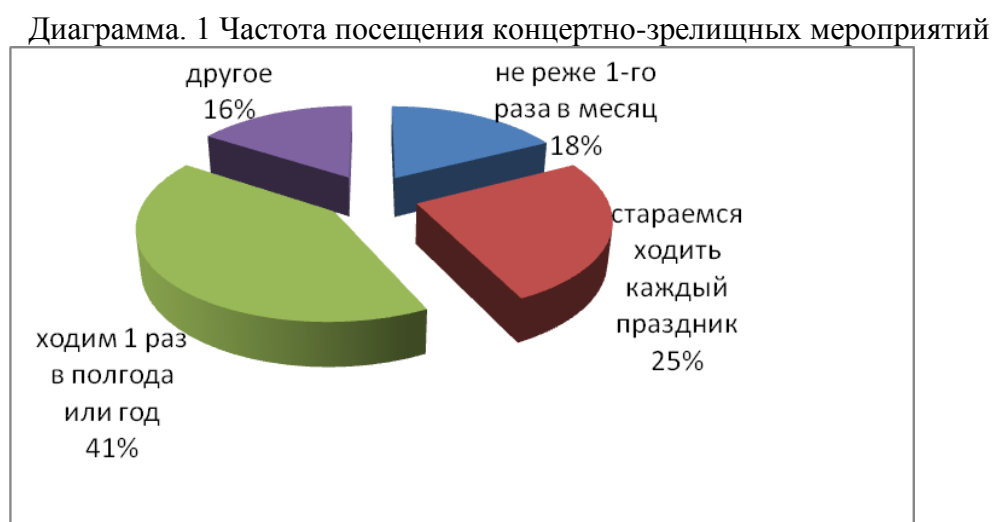
Период проведения анкетирования: апрель-май 2013 г.

Место проведения: г. Краснодар, Центральный концертный зал Кубанского казачьего хора, ул. Красная, 5

Участники анкетирования: случайная выборка среди зрителей на концертах ГА ККХ. Обработано более 500 анкет.

В результате анализа ответов на вопросы в применяемой в ходе опроса анкете были получены следующие результаты.

Вопрос 1. Как часто Вы бываете на концертах и других культурно-зрелищных мероприятиях?



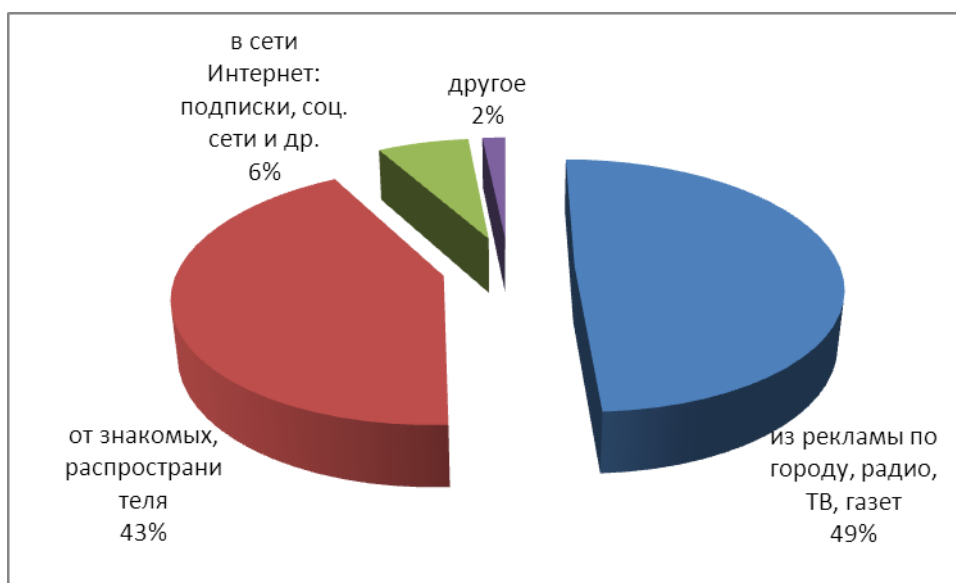
Из диаграммы видно, что 18 % опрошенных зрителей посещают зрелищные мероприятия не реже 1 раза в месяц, 25 % - каждый праздник. Самый распространённый вариант ответов – посещение 1 раз в полгода или год – встретился у 41% респондентов. Данный вариант также характеризует довольно-таки регулярное посещение культурно-зрелищных мероприятий. Отметив вариант «другое», респонденты описали его как очень редкое посещение данных мероприятий, двое – вообще, пришли впервые.

Какое представление в Центральном концертном зале (Красная,5) Вам понравилось и запомнилось больше всего?

Лишь 41 % опрошенных ответили на данный открытый вопрос. Среди вариантов первый по частоте ответ – концерт Кубанского казачьего хора (3 человек отметили Рождественский концерт, 2 – концерт 200-летнего юбилея, 2 – концерт памяти Лизвинского). Трое опрошенных вспомнили посещение концерта

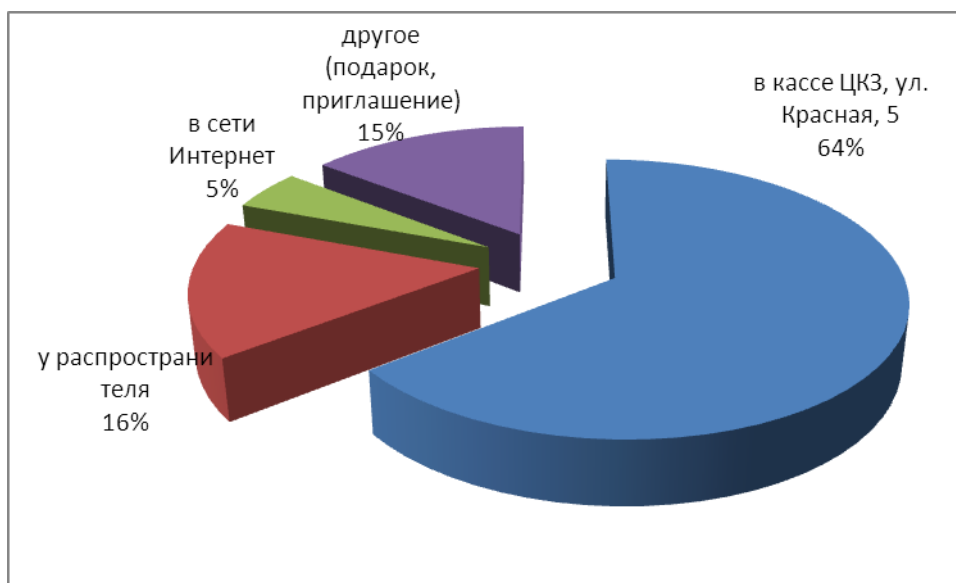
Е.Ваенга, по одному – Г.Лепса, С.Михайлова, новогоднюю сказку, концерт ансамбля «Эрисиони».

Как Вы узнали о концерте Кубанского казачьего хора?



Около половины респондентов – 49% - отметили традиционные виды рекламы в качестве источника информации о предстоящих концертах, 39 % узнали о концерте от знакомых, распространителей билетов. Лишь 7 % отметили Интернет-источники. Данное распределение ответов необходимо учитывать при организации продвижения услуг учреждения.

Где Вы купили билет на концерт Кубанского казачьего хора?



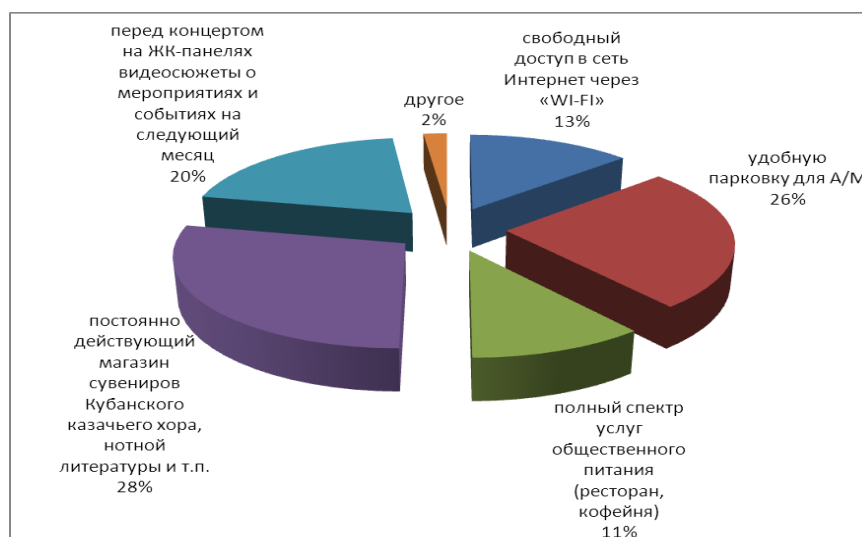
В распределении ответов на данный вопрос преимущество принадлежит традиционному способу покупки билета – в кассе ЦКЗ. Далее примерно поровну распределились доли отметивших вариант «у распространителя» и «другое» (в основном, с расшифровкой «получили в подарок»).

Что Вы ожидаете от посещения концерта Кубанского казачьего хора?



Примечательно, что главным зрительским ожиданием от посещения концерта Кубанского казачьего хора является получение огромного эстетического и духовного наслаждения, что лишний раз подтверждает его высокую нравственно формирующую миссию.

Какие ещё услуги и удобства Вы хотели бы получить в концертном зале Кубанского казачьего хора в следующий раз?



Среди ответов на данный вопрос ни один вариант не является абсолютным лидером, что можно интерпретировать как **отсутствие** явно выраженной неудовлетворённой потребности со стороны зрителей.

Распределение по возрастным характеристикам

Таблица 2 – Перекрёстная группировка данных анкетного опроса

Социально-демографические признаки зрителей	Удельный вес в общем объеме выборки, %	Зрители в группах с разными источниками получения информации					
		из рекламы по городу, радио, ТВ, газет		от знакомых, распространителя		в сети Интернет: подписки, соц. сети и др.	
		Кол-во, чел	% к численности группы	Кол-во, чел	% к численности группы	Кол-во, чел	% к численности группы
1. Пол							
Мужчины	22	4	14	7	27	2	40
Женщины	78	25	86	19	73	3	60
Итого	100	29	100	26	100	5	100
2. Возраст							
до 25 лет	11	5	17	2	8	-	-
25-45 лет	27	7	24	6	23	1	20
45-65 лет	43	12	42	10	38	4	80
старше 65 лет	19	5	17	8	31	-	-
Итого	100	29	100	26	100	5	100
3. Род занятий							
учащийся, студент	11	5	17	2	8	-	-
работаю	51	14	48	12	46	3	60
на заслуженном отдыхе (пенсии)	38	10	35	12	46	2	40
Итого	100	29	100	26	100	5	100

Рассмотрим подробнее первые две строки таблицы. Доля мужчин в выборочной совокупности в целом составила 22%. В то же время удельный вес мужчин с источником информации о концерте «Интернет» оказался выше – 40%, и среди отметивших вариант «от знакомых, распространителя» - 27% мужчин. С женщинами картина подобная. Заметно чаще на концерты приходят женщины, узнающие о концертах от знакомых, распространителя (сравним 78% общей доли женщин с 86% в выделенной группе).

По аналогичному принципу – превышение доли потребителей разного возраста и рода занятий (в группах с разным источником информации) над их долей в общем объеме выборки – мы выделили жирным шрифтом соответствующие клетки по всей таблице 2.

Иными словами, базовую выборку можно было бы разделить на три группы (сегмента), используя такой признак сегментации, как источник получения информации о концертах и мероприятиях. Самым многочисленным в составе выборочной совокупности оказался сегмент зрителей, узнающих о концертах из

рекламы (46% общего объема выборки), в структуре которых преобладают работающие женщины (86%) возрастной категории 45-65 лет.

На втором месте по численности находится сегмент зрителей с источником информации «от знакомых, распространителя» (41% выборки). В этом сегменте женщин зафиксировано заметно меньше, чем в предыдущем (73%). Их возраст также в диапазоне 45-65 лет, работающие и пенсионеры.

Самый малочисленный сегмент в общем объеме выборки – зрители, получающие информацию, в основном, посредством сети Интернет (8%). Здесь также преобладают женщины (60%), 45-65 лет, работающие. Мужчин в этой группе оказалось 20%, наибольший результат среди сегментов с разными источниками информации.

Данные исследования помогут значительно улучшить рекламно-информационные мероприятия и повысить качество информирования и обслуживания населения во время концертных мероприятий Кубанского казачьего хора.