

Vyhodnocení marketingového výzkumu „Spokojenost s kulturní, informační a muzejní nabídkou v Kopřivnici“

Hlavním cílem marketingového výzkumu bylo zjistit spokojenost obyvatel města Kopřivnice a místních částí Lubina, Mniší a Vlčovice s kulturní nabídkou v našem městě, se službami Městské knihovny, Městského informačního centra a s nabídkou služeb Regionálního muzea v Kopřivnici.

Primární data pro tento marketingový výzkum byla získána metodou dotazování s použitím dotazníků. Dotazník mohli respondenti vyplnit v tištěné nebo v elektronické podobě. Sběr dat byl prováděn v Kopřivnici a místních částech v červnu 2007.

K zajištění návratnosti dotazníků byli respondenti motivováni možností výhry při slosování odevzdaných dotazníků.

Dotazník obsahoval 20 otázek a 3 otázky zjišťující příslušnost respondentů dle rozlišovacích znaků, kdy jako rozlišovací znaky byly použity příslušnost k části Kopřivnice, věk a vzdělání. Dotazníky mohli účastníci výzkumu odevzdat na 21 sběrných místech v Kopřivnici

Respondenti

Odbor informací a vnějších vztahů distribuoval 5000 dotazníků k vyplnění. Dotazník odevzdalo 1057 respondentů. Z celkového počtu respondentů byla téměř 1/2 (496) respondentů ve věku do 20 let. Tato skutečnost vyplývá z vysoké návratnosti dotazníků poskytnutých k vyplnění žákům 2. stupně kopřivnických škol. Téměř 40 % respondentů (409) bylo ve věku 21-45 let, 12 % odpovídajících bylo starších 45 let.

Své bydliště specifikovalo 93,7 % respondentů. Většina z nich – 88 % bydlí v Kopřivnici, 7 % je z Lubiny, 2 % z Vlčovic a 3 % z Mniší.

36 % dotazovaných má úplné střední vzdělání, 15 % vzdělání vyšší odborné a vysokoškolské, 48 % respondentů jsou studenti, což odpovídá rozlišovacímu znaku – věk respondentů.

Otázka č. 1

„Jaká je podle Vašeho názoru úroveň kulturní nabídky v Kopřivnici?“

Kulturní nabídka v Kopřivnici je na dobré úrovni. Za dobrou ji považuje 70 % dotazovaných, přičemž 18 % ji charakterizuje jako velmi dobrou.

Otázka č. 2

Dotazovaní měli určit **pořadí kulturních aktivit dle oblíbenosti**. Nejvíce oblíbený se jeví film promítaný v kině, dále dotazovaní preferují koncerty moderní hudby, taneční zábavy a plesy. Mezi oblíbené aktivity volně zařadili respondenti ještě taneční aktivity (především Hip Hop), akce před kulturním domem, aktivity se zaměřením na sport a předvedení okrajových kulturních žánrů.

Otázka č. 3

„Určete pořadí prostor, kterým dáváte přednost při návštěvě kulturních představení“

Nejvíce upřednostňovány jsou prostory kulturního domu a venkovní prostory. Respondenti navštěvují kulturní akce také v Domě dětí a mládeže, v kopřivnických školách, v kulturních

domech místních částí. Jako preferované uvedlo také mnoho respondentů prostory v klubu NORA. Zajímavé se pro kulturní nabídku jeví také prostory muzeí a sportovních areálů.

Otázka č. 4

Nejoblíbenější doba pro návštěvu kulturní akce.

Téměř polovina respondentů považuje za nejoblíbenější dobu pro návštěvu kulturní akce víkendové večery, 18 % dotazovaných preferuje víkendová odpoledne. Pouze 4 % respondentů navštěvují kulturní akce rádi dopoledne o víkendu a 5 % ji vyhledávají odpoledne v pracovní dny.

Otázka č. 5

Rozložení kulturní nabídky ve městě v průběhu roku.

Za dobře rozloženou v průběhu roku považuje kulturní nabídku v našem městě 74 % dotazovaných, 16 % ji vnímá dokonce jako velmi dobře rozloženou. Špatně rozložená je kulturní nabídka dle 2 % respondentů, spíše špatně rozložená dle 6 % respondentů.

Otázka č. 6

„Na jakou společensko-kulturní akci v Kopřivnici byste určitě pozvali svou návštěvu?“

Nejpopulárnější akcí se v Kopřivnici jeví kopřivnická pout' s Bartolomějským večerem, své příbuzné či známé by na ni pozvalo 46 % odpovídajících, 26 % respondentů by s přáteli navštívilo Schody a 22 % respondentů by využilo možnosti shlédnout taneční soutěž Tatra. 18 % dotazovaných preferuje Beskyd Model Kit Show a zajímavý je také Motýlek s 15 % preferencí.

Otázka č. 7

Co Vám kulturní nabídce města Kopřivnice chybí?

V následující tabulce je uvedeno 14 nejčtetněji identifikovaných kulturních akcí.

Odpovědi respondentů	Počet odpovědí
koncerty, festivaly	60
akce pro děti	30
koncerty okrajových žánrů	24
diskotéky pro mladé	21
sportovní akce	18
nové filmy v kině, 3D promítání	12
divadelní představení	11
hip hop	11
akce pro střední generace	10
promítání filmů venku	8
taneční vystoupení	8
odborné přednášky, vzdělávací akce	6
výstavy, literární večery	3
srazy zájmových skupin (automobiloví veteráni, historikové)	2

Z uvedené tabulky vyplývá, že nejvíce respondentů postrádá v kulturní nabídce města více koncertů moderní hudby a festivalů konaných ve venkovních prostorech. Často se také objevovaly odpovědi týkající se akcí pro děti. Respondenti by uvítali také nabídku koncertů okrajových žánrů, např. rocku, folku, jazzu, swingu, metalu, techna a punku. Nejvíce žádaný zástupce hudebních stylů byl hip – hop. V odpovědích byly také často uvedené akce pro mládež, kdy respondenti uváděli zejména diskotéky pro náctileté. Také střední generace uvedla, že jí chybí nabídka kultury pro jejich věkovou skupinu.

Otázka č. 8

„Odkud čerpáte informace o kulturní nabídce města Kopřivnice?“

53 % respondentů se dozvídá o kulturní nabídce z plakátovacích ploch, 36 % z vysílání Kabelové televize Kopřivnice, 29 % z Kopřivnických novin. Podstatným zdrojem informací jsou také známí – 25 %.

Otázka č. 9

„Jak často jezdíte za kulturou mimo Kopřivnici?“

Nikdy za kulturou mimo Kopřivnici nejezdí 13 % respondentů. Největší část odpovídajících (30 %) jezdí za kulturou 1x za 3 měsíce, 1x měsíčně jezdí za kulturou 18 % odpovídajících a víckrát za měsíc 13 % odpovídajících. 25 % respondentů vyrazí za kulturou mimo město 1x ročně.

Otázky č. 11 a 12 byly zaměřeny na služby Městského informačního centra

Služby Městského informačního centra využívá 73 % odpovídajících, nevyužívá je 27 % odpovídajících. 68 % dotazovaných je se službami informačního centra spokojeno nebo spíše spokojeno. Městské informační centrum účastníci průzkumu navštěvují především, když chtějí zjistit informace o kulturních, společenských a sportovních akcích ve městě a okolí (31 %) a zajistit na tyto akce vstupenky (25 %). Podstatné procento (17 %) využívá v Městském informačním centru přístupný internet.

Otázky č. 14 – 17 zjišťovaly názor občanů na městskou knihovnu

Městskou knihovnu v Kopřivnici navštěvuje 67 % dotazovaných, téměř ¼ ji navštěvuje 1 x za měsíc, 10 % do knihovny zavítá 1x za půl roku, dalších 10 % 1x ročně. 1x týdně nebo 1x za 14 dní navštíví městskou knihovnu 15 % respondentů. Účastníci průzkumu knihovnu vyhledávají, aby si zde vypůjčili knihy nebo časopisy (58 %), 15 % zde využívá veřejný internet, 10 % z nich chodí do knihovny na besedy či vzdělávací akce.

Spokojenost se službami městské knihovny vyjádřilo ¾ odpovídajících (46 % spokojeno, 21 % spíše spokojeno). S kvalitou knižního fondu jsou dotazovaní většinou 61 % spokojeni.

Otázky č. 18 – 20

Otázky zjišťovaly, zda respondenti navštívili v posledním roce některou z expozic Regionálního muzea v Kopřivnici. Jaký byl důvod jejich návštěvy a spokojenost s navštívenými expozicemi.

Téměř jedna pětina dotazovaných (21 %) nenavštívila v posledním roce žádnou z expozic Regionálního muzea v Kopřivnici. Nevíce z dotazovaných – ½ navštívila v posledním roce Technické muzeum Tatra, a to v průměru 1,8x. 59 respondentů neví, že Regionální muzeum v Kopřivnici existuje.

Druhou nejnavštěvovanější expozicí je expozice v Muzeu fojtství, na třetím místě expozice v Šustalově vile a nejméně navštěvovanou je expozice Dany a Emila Zátopkových.

24 % odpovídajících navštívilo některou z expozic se známými či příbuznými, kteří pobývali v Kopřivnici. 28 % absolvovalo běžnou prohlídku stále expozice a 17 % se zúčastnilo vernisáže. S muzejními expozicemi byla většina 77 % reagujících respondentů spokojena.

Vyhodnocení marketingového výzkumu dle rozlišovacích znaků

Marketingový výzkum proběhl za použití tří rozlišovacích znaků – místo bydliště, věk a nejvyšší dosažené vzdělání. Identifikační otázky jsou důležité pro podrobnější rozbor jednotlivých odpovědí.

Z hlediska reprezentativnosti získaných údajů je důležité sledovat názory respondentů, jejichž počet je dle rozlišovacích znaků nejvyšší.

V následující části budou rozlišovací znaky interpretovány dle nejsilněji zastoupených skupin takto:

- **žáci a studenti do 20 let**, což odpovídá respondentům se základním vzděláním
- **mládež do 20 let s úplným středním vzděláním**
- **středoškolsky vzdělaní od 21 do 45 let**

V Kopřivnici byla nejpočetnější skupina žáků a studentů do 20 let věku, dále mládeže do 20 let s úplným středním vzděláním a středoškolsky vzdělaní respondenti ve věkové kategorii od 21 – 45 let.

V Lubině měli nejčastější zastoupení žáci a studenti do 20 let, pak středoškolsky vzdělaní od 21 - 45 let věku.

Vlčovice měly opět největší zastoupení z řad studentů a mládeže do 20 let věku, pak také středoškolsky vzdělané do 45 let.

Mniší mělo nejvíce respondentů do 20 let, dále středoškolsky vzdělané ve věkových kategoriích od 21- 45 let a od 46 – 65 let věku.

Pro úplnost je důležité dodat, že absolutní většina respondentů byla z Kopřivnice.

Otázka č. 1

Otázku hodnocení kulturní nabídky v Kopřivnici respondenti z Kopřivnice, Lubiny, Vlčovic a Mniší obecně označili za dobrou. Největší zastoupení měli žáci a studenti z Kopřivnice do 20 let, u nichž celých 73 % odpovídajících považuje kulturní nabídku za dobrou. Kopřivnická mládež hodnotí kulturní nabídku také dobře. Zajímavý výsledek byl u respondentů ve věku 21 – 45 let s vysokoškolským vzděláním, přibližně 27 % z nich považuje nabídku za velmi dobrou.

Respondenti z Lubiny ve věku 21 – 45 let se středním vzděláním hodnotí v 83 % nabídku jako dobrou. Ve Vlčovicích jsou s kulturní nabídkou také spíše spokojeni. Studenti z Mnišího hodnotí v 63 % nabídku jako dobrou.

Otázka č. 2

Pořadí kulturních aktivit dle oblíbenosti se u většiny respondentů příliš nelišilo. Kopřivničtí žáci a studenti do 20 let věku upřednostňují filmy, koncerty, diskotéky a taneční zábavy. Podobně je tomu i u stejné skupiny respondentů v Lubině, Vlčovicích a Mniší. Kopřivničané do 45 let také rádi navštěvují koncerty a filmová představení. U občanů Kopřivnice v rozmezí 46 – 65 let se středním vzděláním je nejoblíbenější divadlo. Oblíbenost akcí spojených s hudbou a tancem je tradiční již několik let a zejména kopřivnická mládež často vyhledává takovýto druh zábavy.

Otázka č. 3

Otázka se týkala určení pořadí prostor, kterým dávají respondenti přednost při návštěvě kulturní akce. Mladí Kopřivničané do 20 let (žáci a studenti) nejraději navštěvují venkovní akce a akce v KDK. Mládež ve Vlčovicích odpověděla, že za nejlepší považují akce ve venkovních prostorách, stejně tomu je i v Lubině. Prostory KDK dosáhly nejlepšího výsledku u kopřivnických vysokoškolsky vzdělaných respondentů ve věkové hranici 46 – 65 let, oblíbené jsou však u všech věkových kategorií. Tento fakt lze vysvětlit polohou KDK v centru města a také dostačujícími prostory pro konání akcí.

Otázka č. 4

Respondenti uváděli nejoblíbenější dobu pro návštěvu kulturní akce. Kopřivničtí žáci a studenti do 20 let si oblíbili víkendové večery, kdy přibližně polovina respondentů (47 %) označila tuto dobu za nejoblíbenější. Vysokoškolsky vzdělaní z Kopřivnice ve věku 45 – 65 let si oblíbili večery víkendové (43 %) a večery během pracovního týdne (36 %). Také respondenti ve věku 21 – 45 let se středním vzděláním nejraději volí víkendové večery (53 %), následují i odpoledne.

Mládež v Lubině zvolila jako oblíbenou dobu nejenom víkendové večery, ale i víkendová odpoledne.

Tato otázka je důležitá z hlediska vhodného naplánování harmonogramu akcí. Rozlišovací znaky poukazují na rozdílnou poptávku po volnočasových aktivitách u různých věkových skupin.

Otázka č. 5

Rozložení kulturní nabídky v průběhu roku bylo hodnoceno jako dobré. Celých 86 % kopřivnické mládeže do 20 let označilo rozložení nabídky jako dobré. V Lubině tvoří druhou nejpočetnější skupinu středoškolsky vzdělaní do 45 let, kteří ohodnotili rozložení také jako dobré. Vlčovice mají nejvyšší zastoupení mladých respondentů do 20 let a středoškolsky vzdělaných do 45 let, kteří shodně označili rozložení jako dobré. Mniší má ve stejné kategorii také největší počet respondentů, kteří jsou spokojeni s rozložením nabídky, pouhých 12, 5 % z nich ji považuje za spíše špatnou. Tento výsledek lze vysvětlit i tím, že odpovídajícím nevyhovuje rozložení z důvodu nutnosti dojíždění na akce do Kopřivnice.

Otázka č. 6

Respondenti se vyjadřovali ke společensko - kulturním akcím v Kopřivnici. Studenti z Kopřivnice si nejvíce oblíbili kopřivnickou pout' s Bartolomějským večerem (47 %) a přehlídku Schody (44 %). Respondenti ve věku 46 – 65 let se středním vzděláním volili taneční soutěž Tatra (44 %).

Respondenti z Lubiny ve věku do 20 let navštěvují nejraději kopřivnickou pout' (39 %), ti starší, do 45 let věku, pak také pout' (61 %) a soutěž Tatra (44 %). Odpovídající v Mniším rozložili své odpovědi mezi více oblíbených akcí – kopřivnickou pout', Schody, přehlídku Tatra.

Je zcela patrné, že kopřivnická pout' patří mezi nejoblíbenější akce roku u občanů města, ale i občanů místních částí.

Otázka č. 7

Respondenti měli vypsát, co jim v kulturní nabídce města chybí. Nejvíce odpovědi poskytli respondenti z řad kopřivnických žáků, studentů a mládeže, kteří postrádají zejména Hip Hopové akce, diskotéky pro náctileté a více hudebních akcí pro okrajové žánry. Střední kopřivnická generace do 45 let se středoškolským vzděláním se vyjádřila, že jí chybí více tanečních večerů pro starší, divadelní představení a aktuální filmová nabídka.

Mladí respondenti z Lubiny do 20 let postrádají koncerty a zábavné akce. Středoškoláci jsou obecně spokojeni, objevil se názor, že si vyberou vždy. Respondenti z Vlčovic pouze vyjádřili názor, že by o akcích v Kopřivnici chtěli být více informováni, nechybí jim v nabídce nic podstatného. V Mniším se mezi odpověďmi také nevyskytl žádný významný nedostatek v nabídce, uvítali by jen více filmů v kině.

Otázka č. 8

Otázka se týkala informačních zdrojů o kulturní nabídce. Studenti a mládež v Kopřivnici si nejčastěji hledají tyto informace na plakátovacích plochách, internetu a v Kopřivnických novinách. Respondenti ve věkové kategorii 21 – 45 let také využívají plakátovacích ploch, vysoké procento čerpá informace i z kabelové televize a Kopřivnických novin. Respondenti z Lubiny hledají informace na plakátovacích plochách, internetu a vysoké procento také od známých. Ve Vlčovicích a Mniším je situace obdobná.

Otázka č. 9

Otázka se týkala četnosti výjezdů za kulturou mimo své bydliště. Kopřivničtí žáci a studenti do 20 let odpověděli ve 26 %, že 1 krát ročně. Ti starší, středoškolsky vzdělaní, cestují za kulturou do jiných měst častěji, a to 1 krát za tři měsíce. Mládež z Lubiny dojíždí za kulturou většinou 1 krát ročně, respondenti ve věkové kategorii 21 – 45 let vyjíždějí stejně jako ti z Kopřivnice jednou za čtvrt roku. Mladí lidé z Vlčovic buď nejezdí jinam vůbec nebo na vybrané akce jednou za čtvrt roku. Respondenti v Mniší dojíždějí za kulturou průměrně jednou za čtvrt roku. Možné vysvětlení výsledků z Vlčovic a Mnišího poukazuje na to, že tyto obce poskytují poměrně dobrou nabídku kulturního vyžití, které nenutí jejich občany vyjíždět za zábavou do sousedících měst a obcí.

Otázka č. 10

Zde měli respondenti určit, kam nejčastěji cestují za kulturní nabídkou. Mladí žáci a studenti do 20 let z Kopřivnice nejčastěji (43 %) cestují do Ostravy, oblíbený je i Nový Jičín a Štramberk. Respondenti střední věkové kategorie se shodli v oblíbenosti měst Ostrava a Štramberk. Respondenti z Lubiny v kategorii 21 – 45 let se středním vzděláním jezdí nejčastěji do Ostravy (56 %) a do Štramberku a Nového Jičína (22%). Mládež do 20 let se z Mnišího a Vlčovic nejčastěji cestuje do Ostravy, v odpovědích byla uvedena i Kopřivnice. Střední věková kategorie z těchto obcí upřednostňuje shodně Ostravu a Štramberk. Ostrava je vyhledávána zejména kvůli návštěvám multikina a samozřejmě i z důvodu účasti na různých koncertech a festivalech.

Otázky č. 11 - 12

Otázky se týkaly městského informačního centra. Žáci a studenti do 20 let z Kopřivnice jsou se službami MIC spokojeni (36 %), vysoké procento z nich (23 %) však jeho služeb nevyužívá vůbec. Nejčastěji navštěvují MIC za účelem získávání informací o kulturních, společenských a sportovních akcích ve městě a využívají zde přístup na internet. Kopřivnická generace 21 – 45 let je také spokojena, ale opět poměrně vysoké procento služby MIC nevyužívá. Hledají zde informace o kulturně – společenských akcích a také si zde kupují vstupenky na tyto akce.

Respondenti z Lubiny jsou spíše spokojeni a do MIC si chodí zajišťovat vstupenky na kulturní akce, stejně jako se na ně chodí informovat. Odpovídající z Vlčovic jsou také spíše spokojeni, avšak využívají širší spektrum služeb MIC – zjišťování informací o kulturních, společenských a sportovních akcích, o ubytovacích zařízeních a stravovacích možnostech ve městě, koupi upomínkových předmětů, map či publikací a využívají i internet. Respondenti z Mnišího využívají MIC hlavně pro získávání informací o kulturních akcích a jsou spokojeni se službami.

Výsledky výzkumu poukazují na fakt, že služeb MIC využívají hlavně Kopřivničané. Ti zde vyhledávají informace o kulturních akcích, turistických oblastech a připojují se na internet.

Otázka č. 13

Zde se respondenti vyjadřovali k tomu, co jim ve službách MIC chybí. Z předchozích otázek vyplývá, že jsou respondenti se službami spokojeni, proto se mnoho nápadů v odpovědích nevyskytlo. Lze tedy pouze poukázat na názor mladých respondentů, kteří by uvítali informace o příjezdech a odjezdech vlaků či busů.

Otázky č. 14 – 17

Otázky se týkaly městské knihovny. Zarážejícím zjištěním je skutečnost, že 26 % kopřivnických žáků a studentů a 38 % respondentů ve věkové kategorii 21 – 45 let se středním vzděláním knihovnu nenavštěvují vůbec.

Naopak 33 % kopřivnické mládeže navštěvuje knihovnu 1 krát za měsíc. Půjčují si hlavně knihy nebo časopisy, využívají virtuální polytechnickou knihovnu. Celých 52 % z nich je se službami knihovny a nabídkou knižního fondu spokojeno. Středoškolsky vzdělaní navštěvují knihovnu průměrně 1 krát za měsíc (27 %). Tato skupina si nejvíce půjčuje knihy a časopisy, s knihovnou i knižním fondem jsou spokojeni. Objevily se však i názory zejména vysokoškolských studentů, kteří postrádají odborné tituly a modernější knihy.

Nejlepšího výsledku dosáhla návštěvnost knihovny u vysokoškolsky vzdělaných (35%) od 21 – 45 let věku, kteří chodí do knihovny 1 krát za měsíc, kromě půjčování knih (76 %) navštěvují i besedy a vzdělávací akce (17 %) a jsou spokojeni. Vypisovali však i více námětů na zlepšení – odborné tituly, elektronická rezervace knih, více novinek.

Návštěvnost studentů z Lubiny je rozložena se stejným výsledkem 19,4 % mezi jedenkrát za měsíc a jedenkrát za půl roku. Vysoké procento z nich (26 %) využívá knihovnu pro přístup k internetu, i když hlavní je výpůjčka knih. Většina je spokojena s knihovnou i nabídkou knih.

Respondenti ze skupiny 21 – 45 let se středoškolským vzděláním rozhodla podobně, je zde jen vyšší procento těch, kteří do knihovny nechodí vůbec.

Celých 40 % respondentů studentů z Vlčovic ve věkové kategorii do 20 let nenavštěvuje knihovnu vůbec. Starších respondentů navštěvujících knihovnu je ještě méně (20 %), důvodem je zřejmě nutnost dojíždění a dostupnost knihovny.

Stejná procenta (25 %) dosáhla u respondentů do 20 let z obce Mniší varianta, že knihovnu nenavštěvují nikdy nebo 1 krát za měsíc. Nejčastějším důvodem jejich návštěvy je výpůjčka knih a internet, se službami jsou spíše spokojeni (44 %)

Otázky č. 18 - 20

Respondenti odpovídali na otázky o expozicích Regionálního muzea v Kopřivnici. Studenti z Kopřivnice do 20 let byli nejčastěji v Technickém muzeu z důvodu běžné prohlídky expozice (25 %), se známými či rodinou (20 %) a se školou. Vysoké procento z nich, 26 %, však expozice nenavštívilo. Tato skupina dále navštívila Fojtství, Šustalovu vilu a expozici manželů Zátopkových. Respondenti ve věkové skupině 21 – 45 let také nejčastěji navštívili Technické muzeum při běžné prohlídce (29 %) a s návštěvou či známými (28 %). Tato skupina již vyjádřila také výhrady – zejména expozici Zátopkových hodnotili kvůli přílišné barevnosti. Starší respondenti navštěvují expozice především z důvodů aktuálních výstav a vernisáží a při příležitosti návštěv příbuzných.

Respondenti z Lubiny do 20 let navštěvují nejčastěji technické muzeum, 35 % z nich nejčastěji z důvodu běžné prohlídky. U věkové kategorie do 45 let je vysoké procento těch, kteří expozice nikdy nenavštívili – 28 %. Většina navštěvujících respondentů je však s expozicemi spokojena.

Zhruba 60 % respondentů střední věkové kategorie z Vlčovic nikdy nenavštívilo expozice RMK. Respondenti do 20 let z Mnišeho navštěvují se známými a rodinou nejčastěji Fojtství a jsou spokojeni.

ZÁVĚR

Marketingový výzkum spokojenosti s kulturní, informační a muzejní nabídkou v Kopřivnici přinesl mnoho cenných dat. Odpovědi byly statisticky zpracovány a poté vyhodnoceny tak, aby jejich vypovídací hodnota byla co nejvyšší. Po podrobném rozboru jednotlivých odpovědí lze dojít k několika závěrům.

První série otázek se týkala kulturní nabídky města. Při obecném pohledu na odpovědi je možné říci, že je oblast kultury v Kopřivnici vnímána pozitivně. Vysoké procento spokojenosti s nabídkou vypovídá o tom, že občané nemají zásadní výhrady k místní kultuře. Samozřejmě se vyskytlo několik nápadů, jak kulturní nabídku města oživit. Doporučujeme proto v budoucnu věnovat prostor, např. okrajovým žánrům.

Další otázky souvisely s poskytováním informací a směřovaly hlavně k Městskému informačnímu centru.

Překvapivým výsledkem se stala oblíbenost plakátovacích ploch. Možné vysvětlení může být v tom, že nejvíce respondentů bylo ve věkové kategorii do 20 let, kteří tráví mnoho času ve venkovních prostorách. Naše doporučení se týká zvýšení počtu míst pro plakáty a také větší propagace akcí v místních částech.

Následovaly otázky k městské knihovně. Samotná činnost knihovny je chápána občany kladně, avšak vysoké procento respondentů knihovnu nenavštěvuje. Nejčastější připomínky se týkaly rozšíření nabídky knih o odbornou literaturu a nové tituly.

Poslední část otázek byla věnována expozicím kopřivnického regionálního muzea. Respondenti jsou s expozicemi spokojeni, avšak často je nenavštěvují. Nejčastějším důvodem pro shlednutí expozic je návštěva příbuzných a známých. Potenciál pro zvýšení návštěvnosti spočívá v možnostech spolupráce s místními školami, zájmovými organizacemi a cestovními agenturami.

V závěru je nutné shrnout, že tento marketingový výzkum je důležitý pro další rozhodování v oblasti kultury, informací a muzejnictví. Je podkladem pro vytváření konkrétních opatření a hlavně odrazem názorů cílových skupin, které jsou pro jakákoliv rozhodování zásadní.