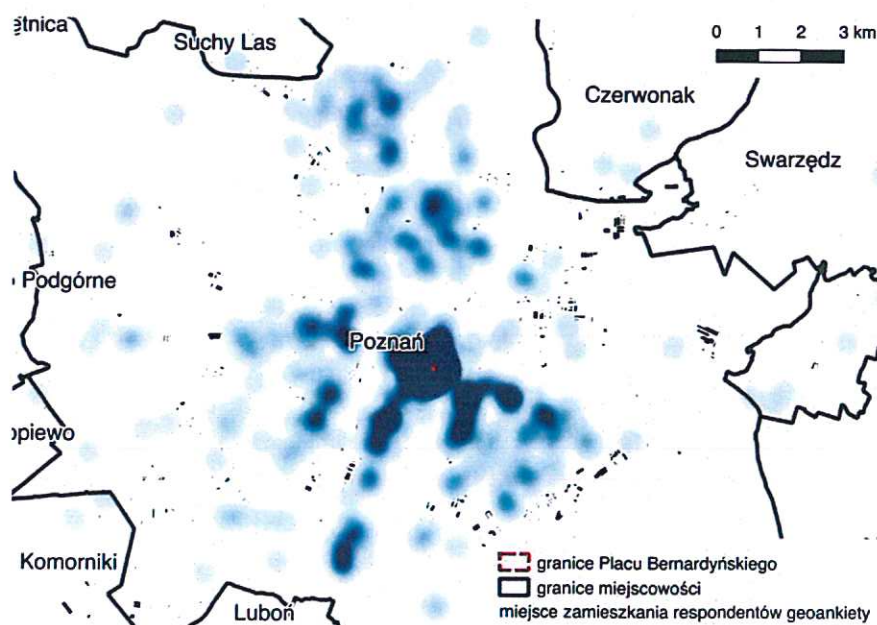


III. Wyniki geoankiety: Plac Bernardyński

3.1. Charakterystyka respondentów geoankiety

Liczba i pochodzenie terytorialne respondentów

W badaniach ankietowych na temat funkcjonowania i zagospodarowania Placu Bernardyńskiego w Poznaniu wzięty udział 1102 osoby, Frekwencja respondentów w przypadku odpowiedzi na pytania wahała się od 96,5 % (odpowiadający na pytanie o motyw odwiedzin placu) po 51,7% (odpowiadający na pytanie o funkcjonowanie targowiska). Na pytania otwarte odpowiadało od 10-15 % biorących udział w geoankiecie. Zróżnicowany udział ankietowanych wynika z charakteru pytań, w przypadku bardziej szczegółowych, część respondentów nie decydowała się na zaznaczenie wskazywanych w ankiecie wariantów odpowiedzi. Stosunkowo niska frekwencja (ok. 60%) dotyczyła też pytań związanych z metryczką respondenta (pytania o status zawodowy, płeć, wiek lub wykształcenie).

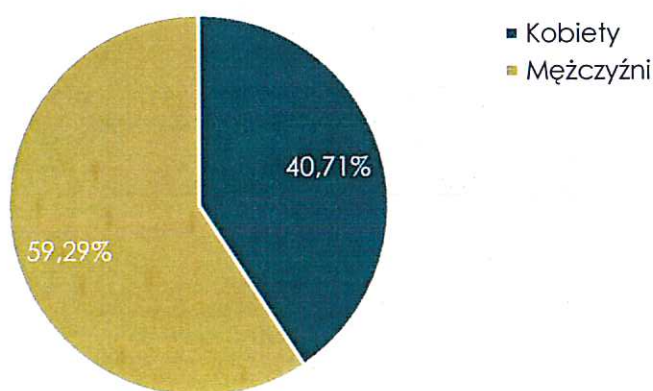


Ryc. 4. Miejsce zamieszkania respondentów geoankiety dot. Placu Bernardyńskiego.

Ryc. 4 przedstawia rozkład przestrzenny miejsc zamieszkania uczestników badania geoankietowego. Na mapie wyraźna jest koncentracja respondentów mieszkających w okolicach Placu Bernardyńskiego, w śródmieściu Poznania. Kolejne koncentracje to osiedla Rataj, dzielnica Wilda, Dębiec oraz Łazarz i Grunwald. Znaczna część respondentów zamieszkuje także dzielnice północne, głównie osiedla Piątkowa. Generalnie więc rozkład miejsc zamieszkania odpowiada zagęszczeniom ludności miasta, ze szczególną reprezentacją mieszkańców osiedla Stare Miasto.

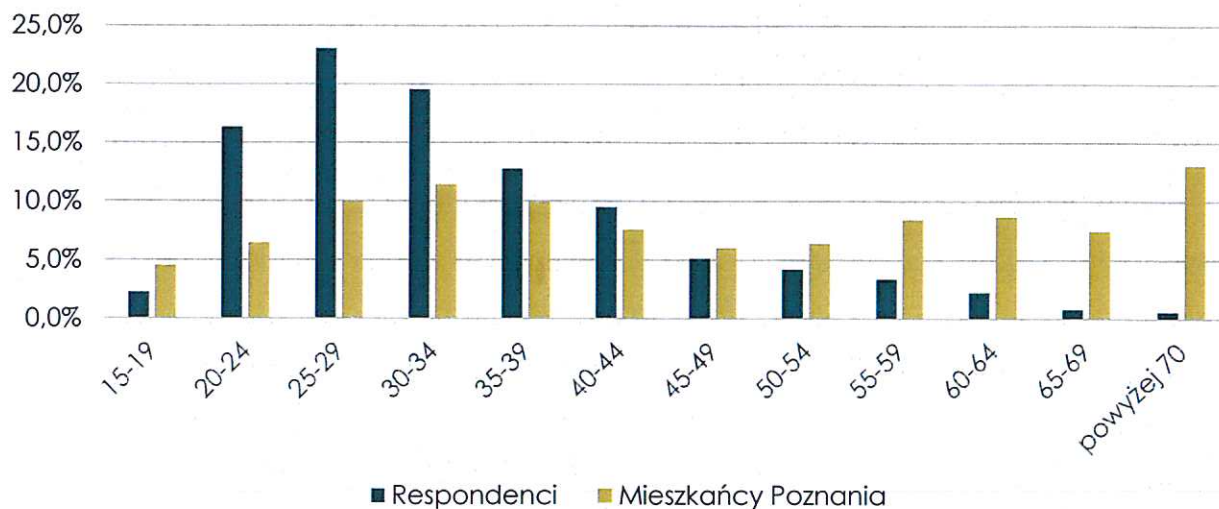
Struktura demograficzna respondentów

Swoje dane demograficzne podało 619 respondentów (56,2%) ogółu. Wśród nich 59,3% zadeklarowało płeć męską a 40,7% żeńską (ryc. 10.). Obliczony wskaźnik feminizacji 68,6 kobiet na 100 mężczyzn odbiega od średniej wartości dla Poznania. Dla całej populacji miasta wynosi on 115,0 (www.poznan.pl/fakty_liczby). Oznacza to w badaniach znaczną nadreprezentację mężczyzn. Nadreprezentacja przedstawicieli płci męskiej jest charakterystycznym zjawiskiem dla dotychczas prowadzonych na terenie aglomeracji poznańskiej badań geoankietowych. W przypadku badania realizowanego w celu wskazania kierunków zagospodarowania Placu Bernardyńskiego dysproporcja ta jest szczególnie wysoka. Trudno to wytłumaczyć przedmiotem konsultacji, co do którego zainteresowanie mężczyzn jak i kobiet powinno być jednakowe.



Ryc. 5. Struktura płci respondentów geoankiety dot. Placu Bernardyńskiego.

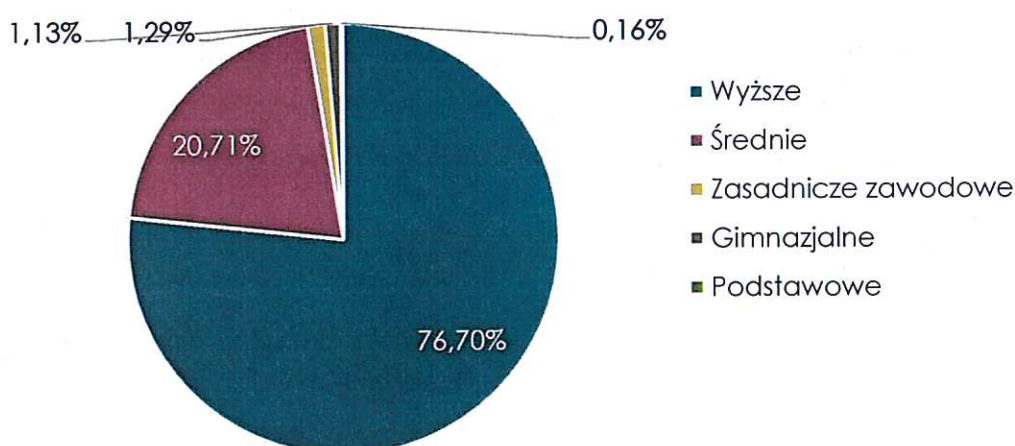
Rycina 6. przedstawia strukturę ankietowanych wg pięcioletnich grup wieku. W badaniach założono uczestnictwo osób liczących powyżej 14 lat. Struktura wieku respondentów geoankiety w dużym, ale niewiernym stopniu odzwierciedla strukturę wieku mieszkańców Poznania. Uzyskaną próbę można tylko częściowo uznać za reprezentatywną dla każdej grupy wieku. Wśród ankietowanych widoczna jest nadwyżka osób w wieku od 20. do 44. roku życia – co jest charakterystyczne dla konsultacji drogą internetową. Osoby będące przedstawicielami tej grupy wiekowej posiadają zarówno wysokie kompetencje w zakresie korzystania z narzędzi internetowych, jak i częściej i aktywniej interesują się sprawami lokalnymi. Liczba ankietowanych w stosunku do populacji miasta jest szczególnie wysoka w przedziale 20-34 lat. Niedoreprezentowane jest widoczne w najstarszej i najmłodszej grupie wieku. W ankiecie wzięty udział tylko 23 osoby (3,6%) w wieku powyżej 60 lat i 14 osób (2,2%) w wieku 15-19 lat.



Ryc. 6. Struktura demograficzna respondentów geoankiety dot. Placu Bernardyńskiego w odniesieniu do struktury wieku mieszkańców Poznania.

Struktura społeczno-zawodowa respondentów

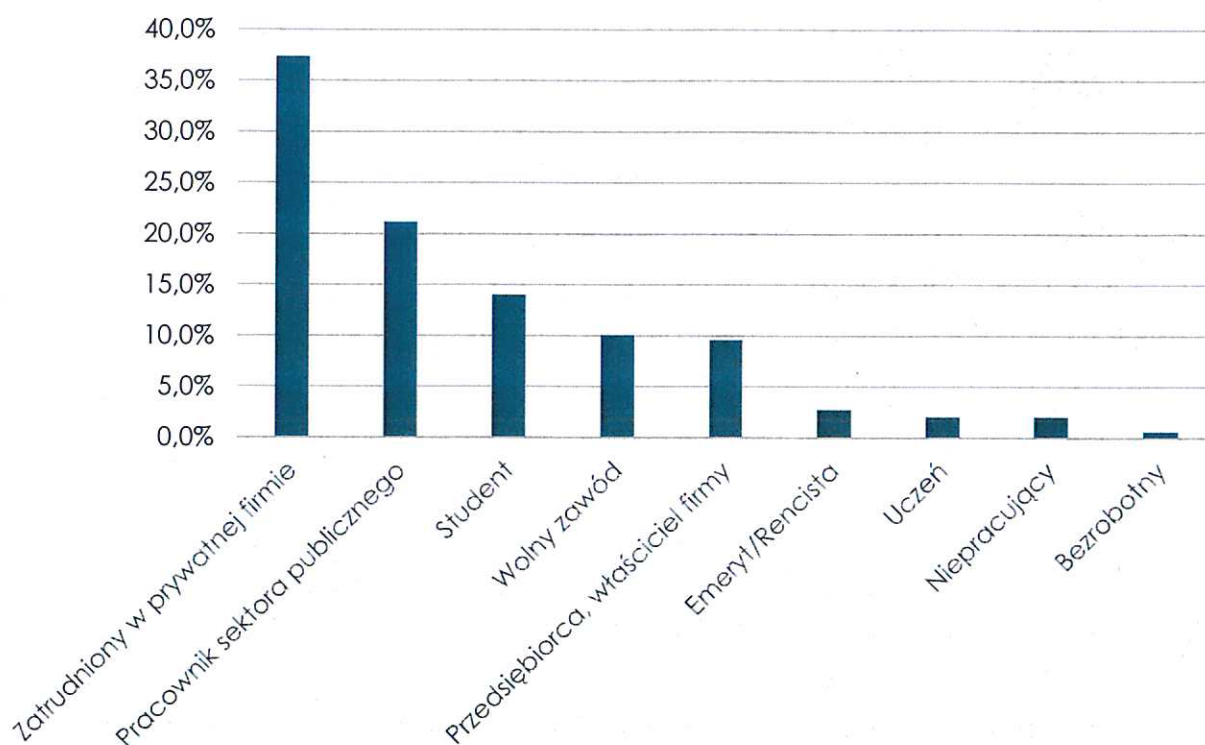
Konsultacje geoankietowe spotkały się największym odzewem wśród osób z wykształceniem wyższym (ryc. 7.). Grupa ta stanowiła 76,7% respondentów, co stanowi wskaźnik niemal dwukrotnie wyższy niż przeciętnie odsetek osób z tym wykształceniem w Poznaniu. Wykształceniem średnim legitymowało się 20,7 % ankietowanych. Łącznie te dwie grupy stanowiły 98,4% wszystkich uczestników badania. Tu również zjawiskiem normlanym jest korzystanie z narzędzi konsultacji internetowych osób generalnie lepiej wykształconych.



Ryc. 7. Struktura wykształcenia respondentów geoankiety dot. Placu Bernardyńskiego.

Biorąc pod uwagę status zawodowy respondentów (604 osoby udzieliły tej informacji), największy odsetek – 37,4% - stanowiły osoby zatrudnione w firmach prywatnych (ryc. 8.). Szczególnie cieszy ta frekwencja (podobnie jak przedsiębiorców), gdyż osoby te z reguły deklarują brak czasu na udział w tradycyjnych konsultacjach organizowanych przez urząd miasta. Duży udział w konsultacjach mieli także respondenci pracujący w sektorze publicznym (21,2%) oraz przedsiębiorcy (9,6%). Na uwagę zasługuje relatywnie duży odsetek przedstawicieli wolnych zawodów (10,1%). W badaniu udział wzięli także studenci (86 ankietowanych -14 %), co uzasadnia znaczny odsetek respondentów w wieku 20-24 lata. Pozostałe grupy (niepracujący, emeryci, renciści, bezrobotni) stanowiły 7% wszystkich respondentów. Najmniej licznie

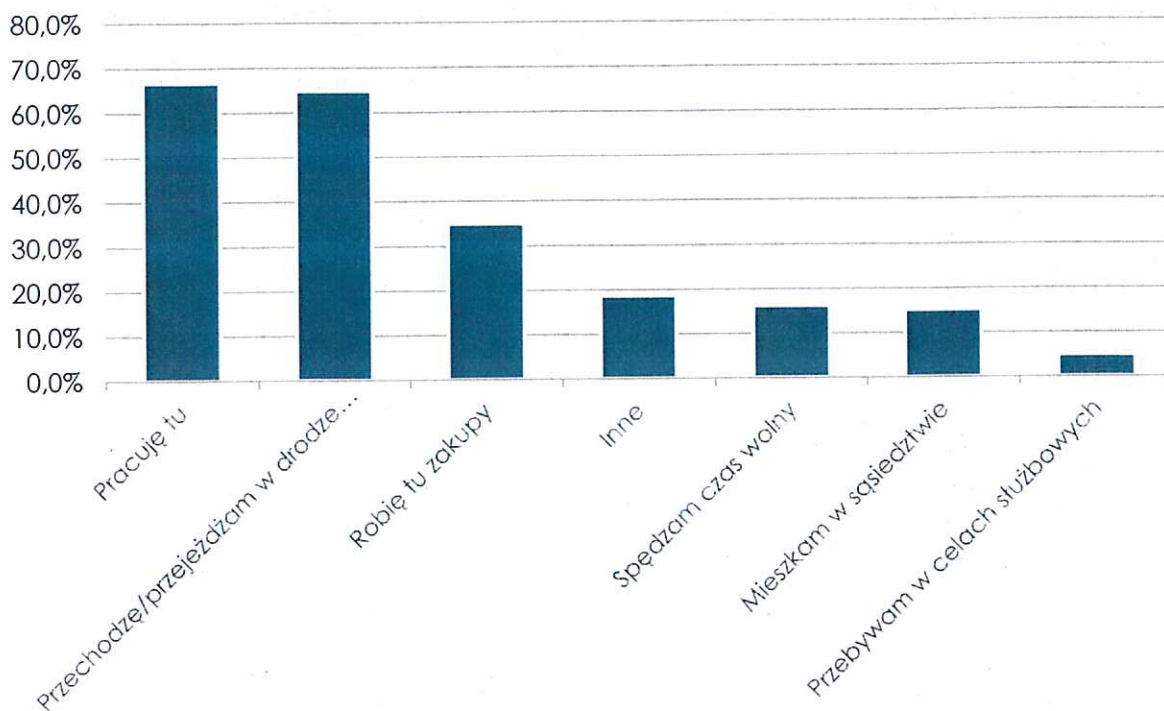
reprezentowana była grupa osób niepracujących i bezrobotnych (łącznie 2,8%) oraz uczniów szkół ponadgimnazjalnych (13 osób -2,2% ogółu).



Ryc. 8. Status zawodowy respondentów geoankiety dot. Placu Bernardyńskiego.

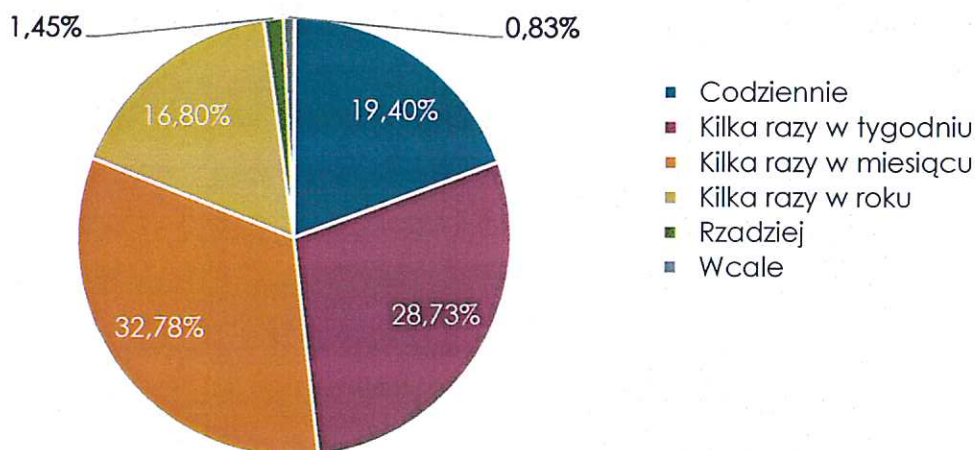
3.2. Motywy i częstość odwiedzin

Opinie i oceny respondentów związane są ściśle z ich znajomością miejsc o które są pytani. Z tego względu istotnym było poznanie czy i jak często ankietowani przebywają na placu oraz z jakich powodów. Dla największej liczby spośród badanych - 66,8 % w pobliżu placu znajduje się ich miejsce pracy. 64,9% wskazało, że przechodzi przez plac lub mija go w drodze do pracy bądź szkoły. Jedna trzecia respondentów (35%) robi tu zakupy a 16,3% spędza na Placu Bernardyńskim czas wolny. Obszar ten jest więc dla większości respondentów miejscem ich przemieszczeń na dziennej ścieżce życia.



Ryc. 9. Struktura odpowiedzi na pytanie „W jakim celu odwiedza Pan/i Plac Bernardyński?”

Rycina 10. przedstawia strukturę odpowiedzi na pytanie „Jak często przebywa Pan/i na Placu Bernardyńskim lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie?”. Co piąty respondent (19,4% ogółu) na placu jest codziennie. Dwie trzecie ankietowanych również dość często przebywa na placu: kilka razy w tygodniu (28,7%) oraz kilka razy w miesiącu (32,8%). Oznacza to, że zdecydowana większość respondentów jest blisko związana z placem, a przyszłe zmiany w jego funkcjonowaniu lub zagospodarowaniu mogą mieć znaczący wpływ na ich warunki życia.



Ryc. 10. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak często przebywa Pan/i na Placu Bernardyńskim lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie?”

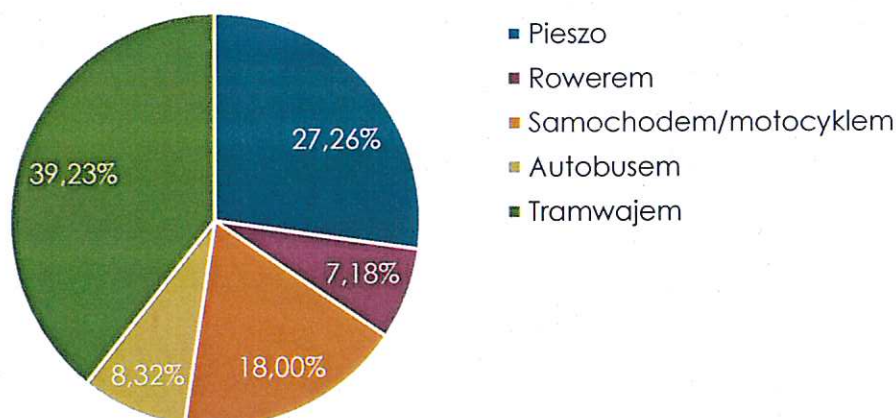
Tabela 1. przedstawia rozkład godzinowy odwiedzin placu. W dni robocze (pn.-pt.) najczęściej osób odwiedza Plac Bernardyński w godzinach rannych (6-10) oraz popołudniowych (14-18). Niewiele osób deklaruje przebywanie na placu w godzinach nocnych. Z kolei w weekendy, największa frekwencja na placu ma miejsce w godzinach południowych (szczególnie w sobotę) oraz popołudniowych (szczególnie w niedzielę) i wieczornych.

Tab. 1. Liczba odpowiedzi na pytanie: W jakich dniach i godzinach najczęściej przebywa Pan/i na Placu?

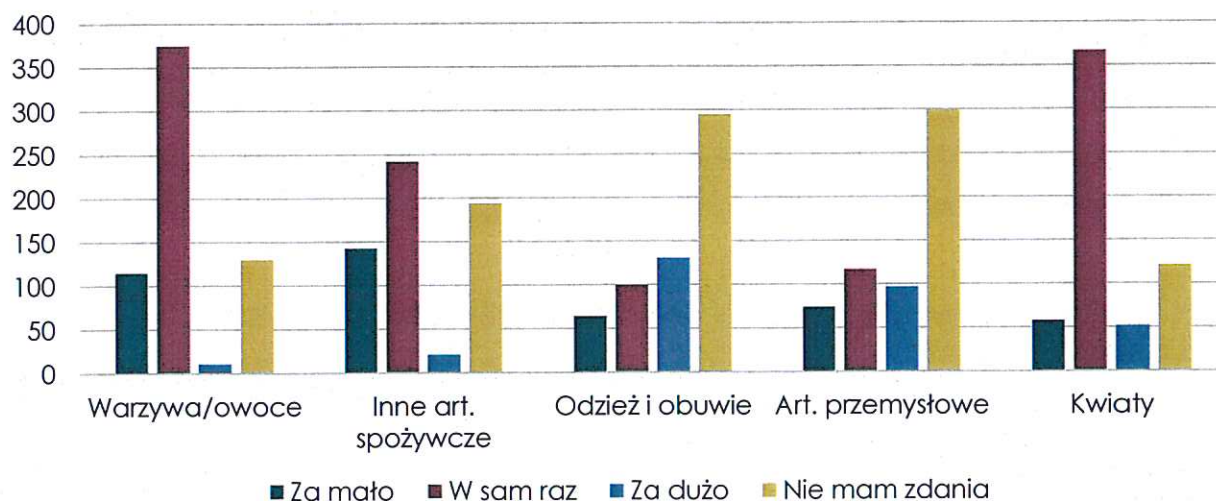
	6.00-10.00	10.00-14.00	14.00-18.00	18.00-22.00	22.00-6.00
Poniedziałek	218	122	269	177	15
Wtorek	204	125	279	113	15
Środa	213	123	278	122	14
Czwartek	203	124	278	125	15
Piątek	207	118	281	169	50
Sobota	107	224	177	191	67
Niedziela	37	115	156	140	35

Położenie Placu Bernardyńskiego w Śródmieściu i dobra dostępność transportowa determinuje sposób docierania do niego przez respondentów (ryc. 11.) Blisko połowa przybywa na plac komunikacją publiczną: 39,2% tramwajem lub

autobusem (8,3%). Aż 27,2% przybywa na plac pieszo. Ze środków transportu indywidualnego.



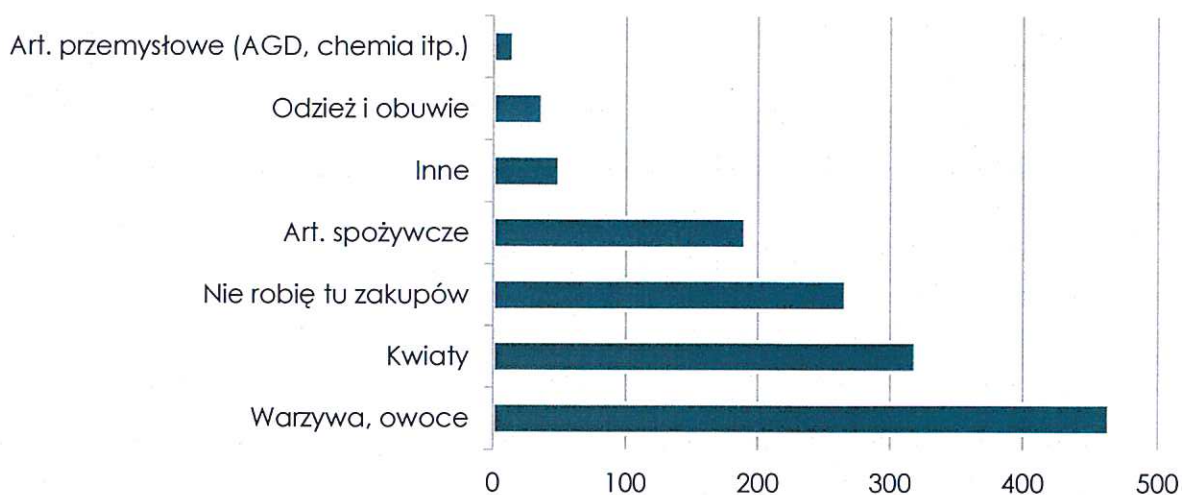
Ryc. 11. Struktura odpowiedzi na pytanie „W jaki sposób najczęściej dociera Pan/i na Plac Bernardyński?”



Ryc. 12. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i wybór i dostępność poszczególnych rodzajów towarów na Placu Bernardyńskim?”

Z uwagi na fakt, że główną funkcją handlową Placu Bernardyńskiego jest działalność handlowa, zapytano respondentów „Jakiego rodzaju zakupy robią oni najczęściej na placu?”. Na pytanie to odpowiedziało 839 osób, z czego 266 zadeklarowało, że zakupów na placu nie robi. Pozostałe 75,6% realizuje tu zakupy. Do

towarów kupowanych najczęściej należą: warzywa i owoce (80,1% ankietowanych klientów targowiska). W dalszej kolejności kupowane artykuły to kwiaty (55,7%) oraz inne artykuły spożywcze (33,1%). Znacznie mniejszym zainteresowaniem cieszą się odzież i obuwie (tylko 6,5 % kupujących nabywa je na placu) oraz artykuły przemysłowe, chemiczne itp. (mniej niż 3%). Wskazuje to na zainteresowanie kupujących głównie artykułami typowymi dla targowisk spożywczych, szczególnie owocowo-warzywnymi i kwiatami.



Ryc. 13. Ranking najczęstszych zakupów na Placu Bernardyńskim według wskazań respondentów geoankiety.

3.3. Ocena funkcji i zagospodarowania

W kolejnej części badania ankietowani mieli za zadanie ocenić poszczególne aspekty funkcjonowania i zagospodarowania Placu Bernardyńskiego. Odpowiedzi na pytania udzielane były za pomocą tzw. „suwaka” od oceny bardzo złej (1) do bardzo dobrej (10). W celu łatwiejszej prezentacji struktury odpowiedzi na tego typu pytania, posegregowano je w pięć kategorii o równej rozpiętości. Dodatkowo, formuła ta pozwala na wyliczenie średniej z odpowiedzi.

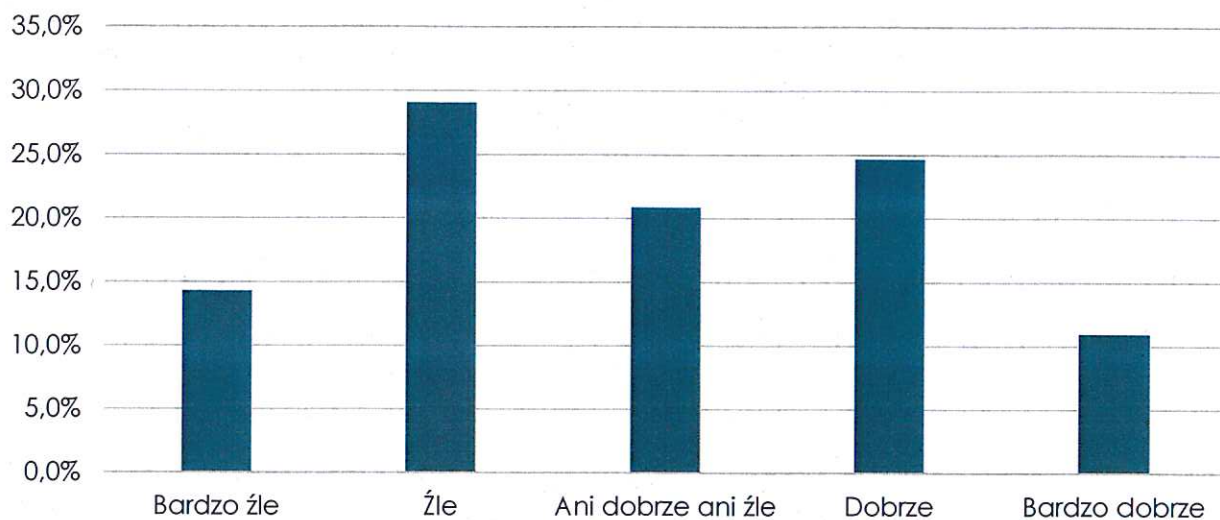
Zbiorcze wyniki dla tego bloku pytań przedstawione zostały w poniższej tabeli. Jednocześnie szczegółową strukturę ocen w poszczególnych kategoriach obrazują ryciny 14. – 24.

Tab. 2. Funkcjonowanie i zagospodarowanie Placu Bernardyńskiego w ocenie respondentów

Oceniana kategoria	Liczba odpowiedzi	Średnia ocena
Łatwość dojazdu komunikacją miejską	595	8,4
Kontakt ze sprzedawcami i atmosfera zakupów	427	7,0
Godziny funkcjonowania targowiska	397	6,0
Atrakcyjność cenowa sprzedawanych towarów	405	5,5
Łatwość poruszania się po placu	529	5,5
Jakość i różnorodność sprzedawanych towarów	502	5,3
Bezpieczeństwo publiczne na placu	438	5,3
Łatwość dotarcia samochodem	506	4,5
Estetyka i funkcjonalność kiosków handlowych	598	2,9
Estetyka i funkcjonalność straganów	633	2,9
Możliwość zaparkowania samochodu	531	2,4

Zdecydowanie najlepiej ocenianym aspektem Placu Bernardyńskiego jest łatwość dojazdu komunikacją miejską ze średnią ocen 8,4 i udziałem ocen bardzo dobrych na poziomie 53%. Respondenci wysoko cenią także kontakt ze sprzedawcami i atmosferę zakupów na targowisku. Inne aspekty działalności handlowej, takiej jak jakość, różnorodność i atrakcyjność cenowa sprzedawanych towarów godziny funkcjonowania targowiska uzyskują oceny przeciętne (5,3-6,0), podobnie jak łatwość poruszania się po placu oraz bezpieczeństwo publiczne. Oceny respondentów wyraźnie spadają w odniesieniu do elementów transportu samochodowego, w szczególności w zakresie możliwości parkingowych. Najstąbiej ocenianym aspektem jest estetyka i

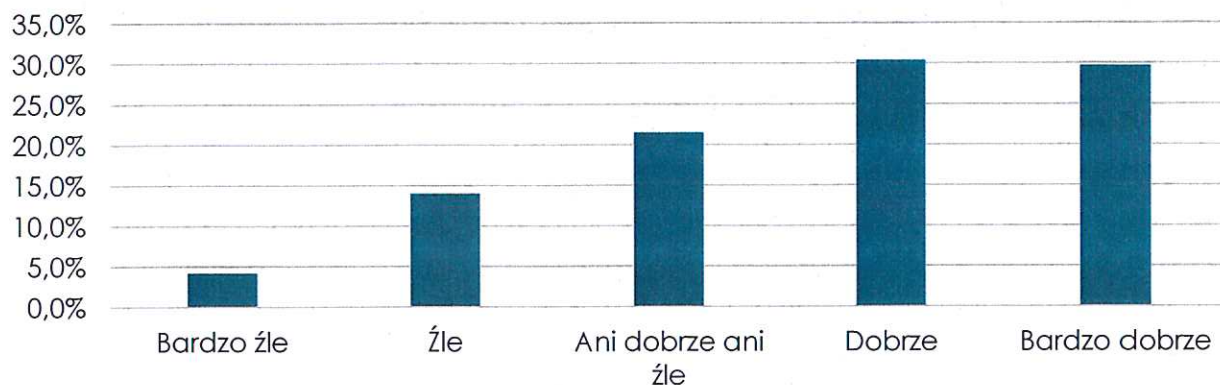
funkcjonalność straganów oraz kiosków handlowych (średnia ocena 2,9, po ok. 45 % ocen bardzo złych)



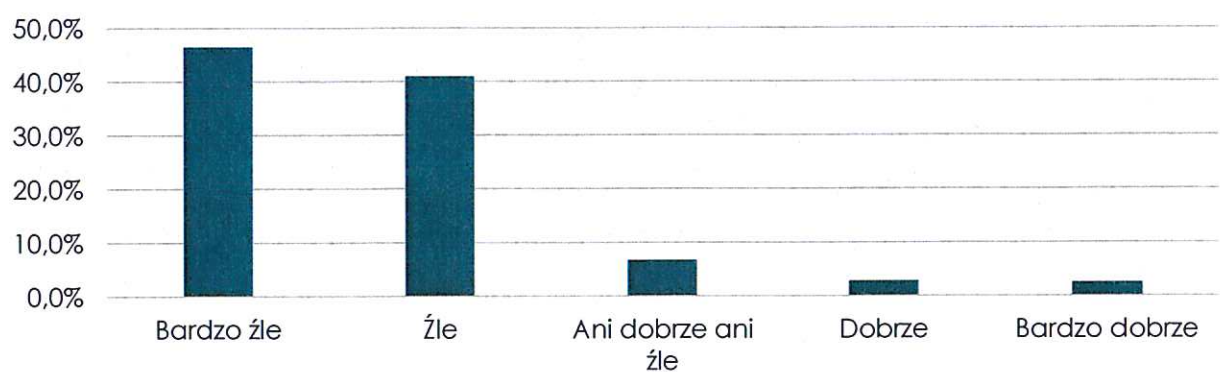
Ryc. 14. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i jakość i różnorodność sprzedawanych na Placu Bernardyńskim towarów?”



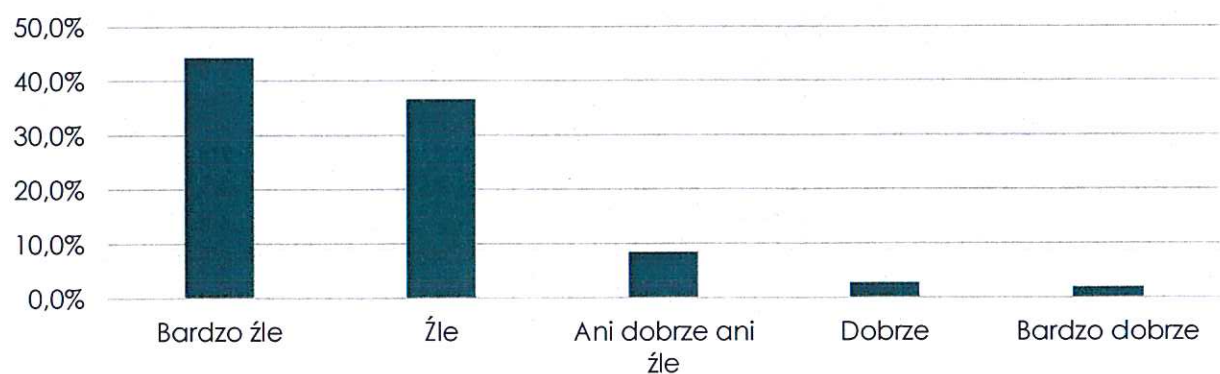
Ryc. 15. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i atrakcyjność cenową sprzedawanych na Placu Bernardyńskim towarów?”



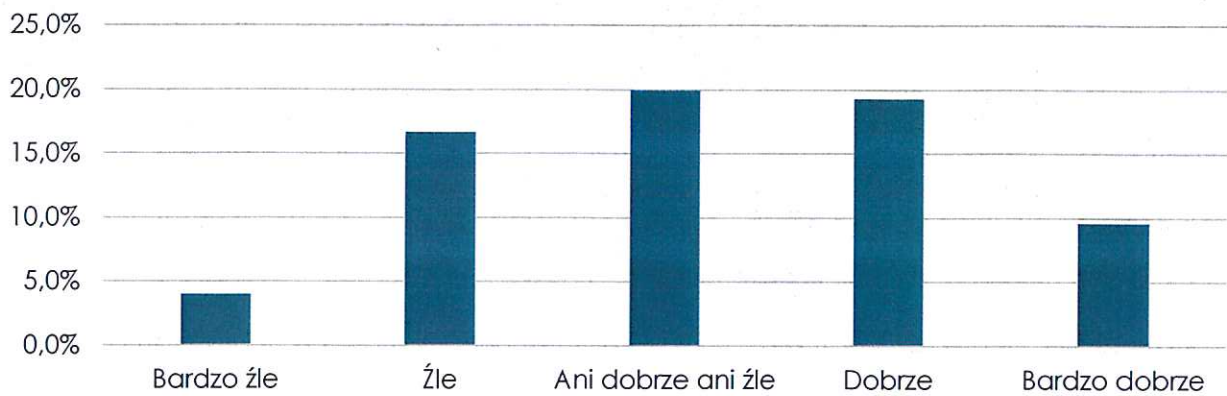
Ryc. 16. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i kontakt ze sprzedawcami i atmosferę zakupów na Placu Bernardyńskim?”



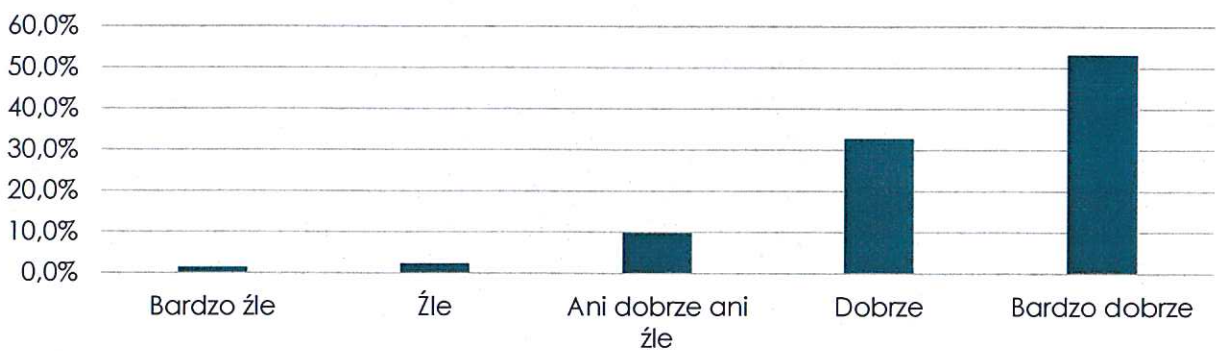
Ryc. 17. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i estetykę i funkcjonalność straganów na Placu Bernardyńskim?”



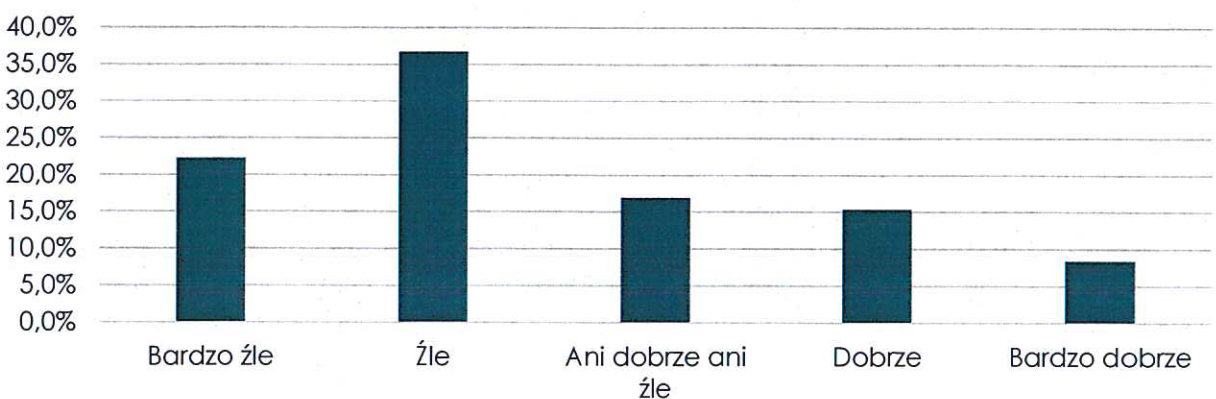
Ryc. 18. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i estetykę i funkcjonalność pawilonów handlowych na Placu Bernardyńskim?”



Ryc. 19. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i godziny funkcjonowania targowiska na Placu Bernardyńskim?”



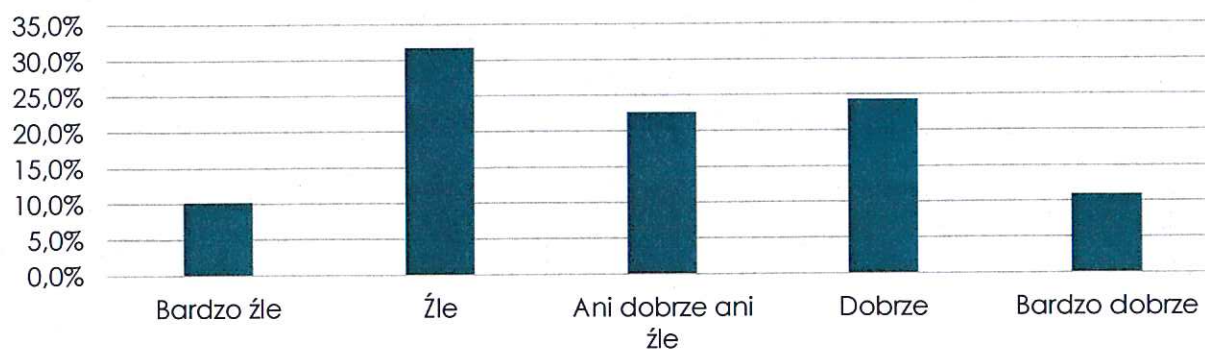
Ryc. 20. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i łatwość dojazdu komunikacją miejską na Plac Bernardyński?”



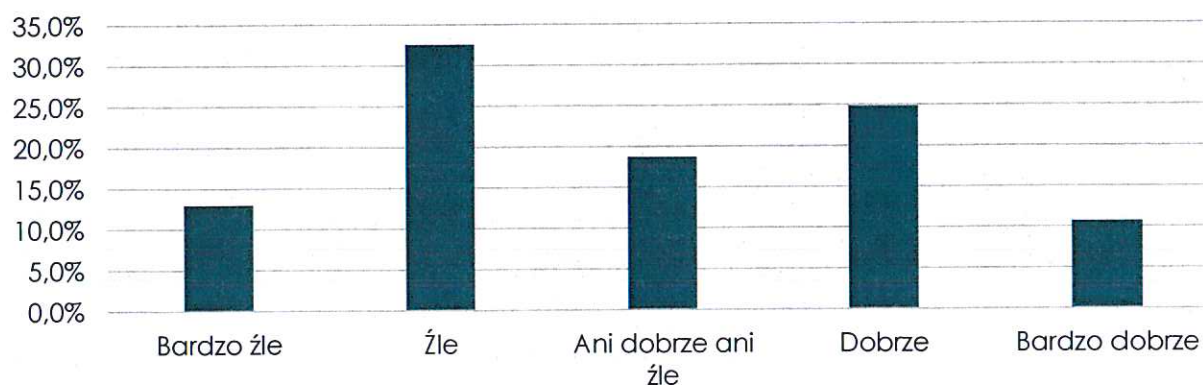
Ryc. 21. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i łatwość dotarcia na Plac Bernardyński samochodem?”



Ryc. 22. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i zaparkowania samochodem na Placu Bernardyńskim?”



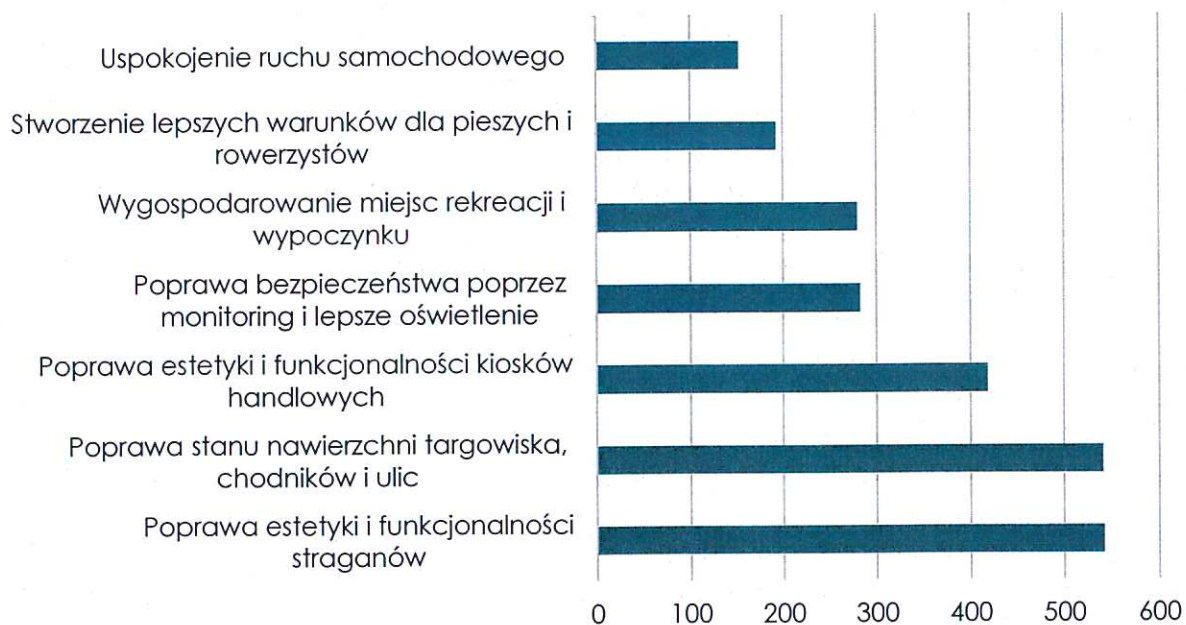
Ryc. 23. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i łatwość poruszania się po Placu Bernardyńskim?”



Ryc. 24. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i bezpieczeństwo publiczne na Placu Bernardyńskim?”

3.4. Postulowane kierunki przekształceń funkcjonalnych i przestrzennych

W obliczu przedstawionych wyżej ocen poszczególnych aspektów funkcjonowania i zagospodarowania Placu Bernardyńskiego, nie wywołują zaskoczenia odpowiedzi udzielone przez respondentów na pytanie dotyczące priorytetów jego modernizacji. Spośród siedmiu dostępnych opcji uczestnicy badania za najistotniejszy element wymagający zmiany w pierwszej kolejności uznali poprawę estetyki i funkcjonalności straganów oraz jakości nawierzchni targowiska, chodników i ulic (obie odpowiedzi po 78% wskazań). Jako trzecie najważniejsze wyzwanie uznać należy poprawę estetyki i funkcjonalności kiosków handlowych (60%). Wyraźnie zaznaczył się więc priorytet kwestii infrastrukturalnych, związanych bezpośrednio z funkcją targowiskową i jej bezpośrednim otoczeniem. Na dalszych miejscach zestawienia znalazły się poprawa bezpieczeństwa poprzez monitoring i lepsze oświetlenie (41%) i wygospodarowanie miejsc rekreacji i wypoczynku (40%). Najmniej wskazań uzyskały elementy ze sfery organizacji transportu na Placu czyli stworzenie lepszych warunków dla pieszych i rowerzystów (28%) oraz uspokojenie ruchu samochodowego (22%).



Ryc. 25. Ranking elementów zagospodarowania Placu Bernardyńskiego koniecznych do zmiany według liczby wskazań respondentów.

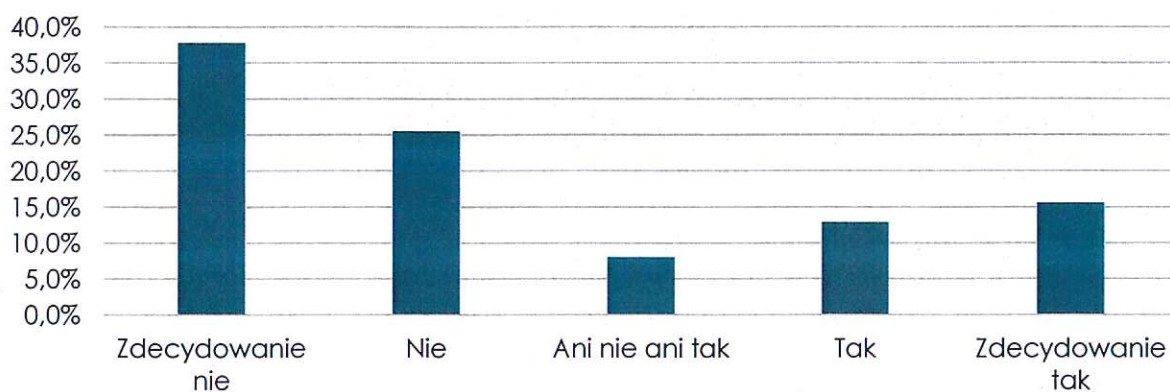
Uczestnikom ankiety przedstawiono także wybrane propozycje dotyczące zmiany organizacji handlu na targowisku. Za pomocą metody „suwaka” mogli oni ustosunkować się do każdej opcji wybierając od odpowiedzi „zdecydowanie nie zgadzam się” (1) do „zdecydowanie zgadzam się” (10). Podobnie jak w poprzedniej serii pytań, w celu łatwiejszej prezentacji struktury odpowiedzi, posegregowano je w pięć kategorii o równej rozpiętości. Dodatkowo, formuła ta pozwala na wyliczenie średniej z odpowiedzi.

Zbiorcze wyniki dla tego bloku pytań przedstawione zostały w poniższej tabeli. Jednocześnie szczegółową strukturę ocen w poszczególnych kategoriach obrazują ryciny 26 – 34.

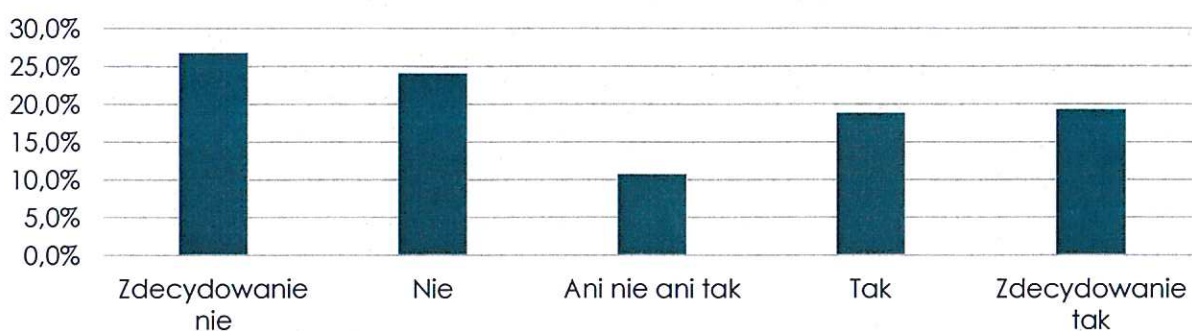
Tab. 3. Propozycje zmian w organizacji handlu na Placu Bernardyńskim w ocenie respondentów

Oceniana propozycja	Liczba odpowiedzi	Średnia ocena
Wydłużenie godzin funkcjonowania targowiska	393	6,4
Wygospodarowanie przestrzeni przeznaczonej dla tzw. food-trucków	553	6,0
Zmniejszenie liczby kiosków handlowych	481	5,1
Dopuszczenie handlu tylko za pomocą mobilnych straganów (demontowanych po godzinach handlu)	484	4,6
Likwidacja kiosków handlowych	481	4,3
Ograniczenie asortymentu sprzedawanych towarów w kioskach tylko do kwiatów	491	4,0
Dopuszczenie handlu tylko w wybrane dni robocze tygodnia	510	2,7
Skrócenie godzin funkcjonowania targowiska	381	2,7
Dopuszczenie handlu tylko w weekendy	508	2,0

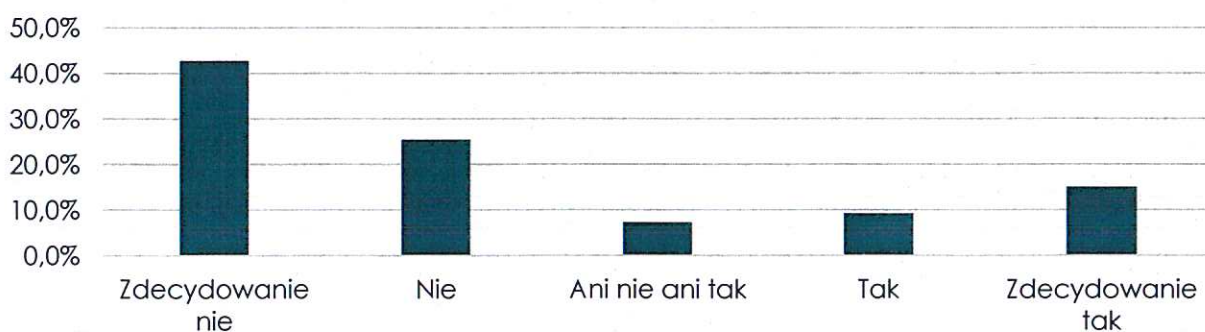
Większość z przedstawionych opcji zmian organizacji handlu na targowisku nie zdobyła większej aprobaty ankietowanych. Stosunkowo najwięcej zwolenników miało wydłużenie godzin funkcjonowania targowiska oraz wygospodarowanie przestrzeni przeznaczonej dla tzw. food-trucków (średnie ocen powyżej 6,0; 53-55% tak lub zdecydowanie tak). W przypadku pozostałych propozycji przeważały oceny na „nie” lub „zdecydowanie nie”. Szczególnie propozycje dotyczące ograniczenia dni i godzin handlu spotkały się ze zdecydowanym sprzeciwem (średnie ocen poniżej 2,0-2,7, 85-93% głosów na nie). Mniejszy opór budziły zmiany dotyczące kiosków handlowych (zmniejszenie liczby, ograniczenie asortymentu sprzedawanych towarów tylko do kwiatów, czy też najmniej popularna – całkowita likwidacja) oraz dopuszczenie handlu tylko za pomocą mobilnych straganów (demontowanych po godzinach handlu), ale i tutaj sceptyków było więcej niż zwolenników.



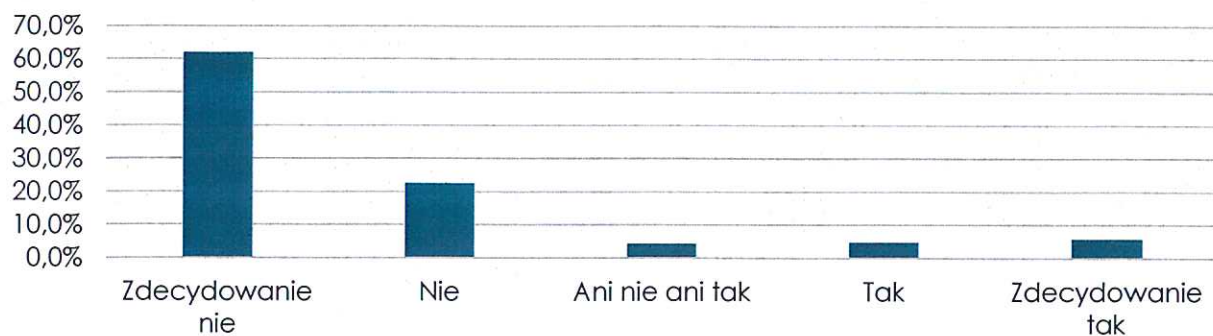
Ryc. 26. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za likwidacją kiosków handlowych na Placu Bernardyńskim?”



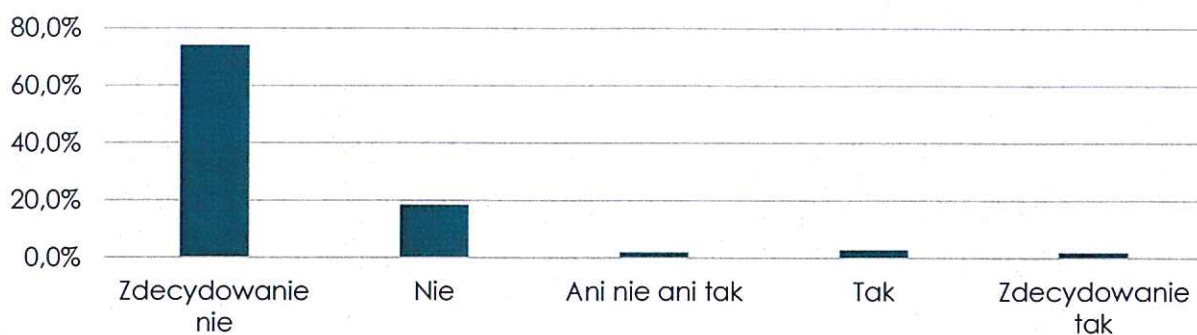
Ryc. 27. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za zmniejszeniem liczby kiosków handlowych na Placu Bernardyńskim?”



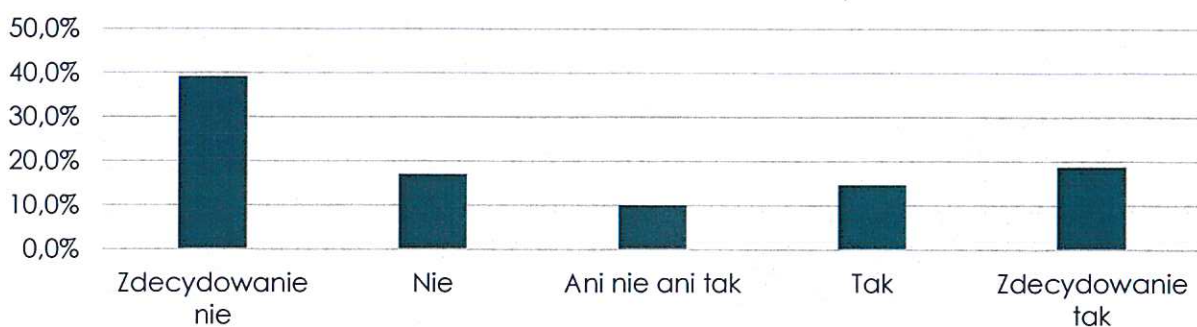
Ryc. 28. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za ograniczeniem sprzedawanych towarów na Placu Bernardyńskim?”



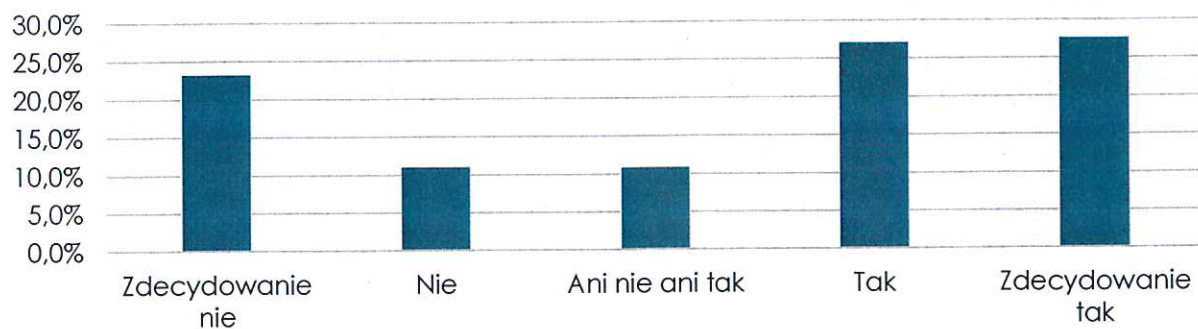
Ryc. 29. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za dopuszczeniem handlu na Placu Bernardyńskim tylko w wybrane dni robocze?”



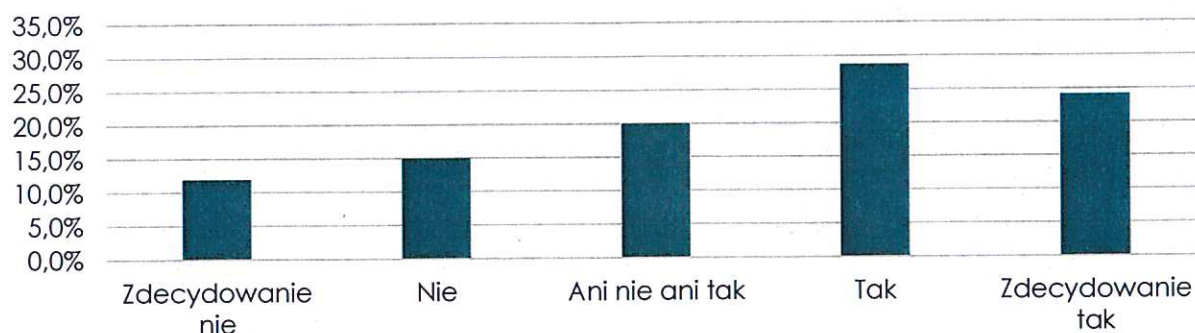
Ryc. 30. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za dopuszczeniem handlu na Placu Bernardyńskim tylko w weekendy?”



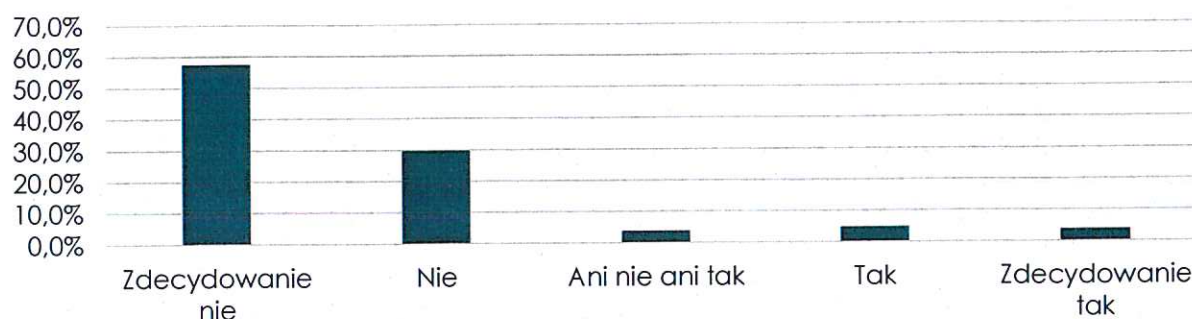
Ryc. 31. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za dopuszczeniem handlu na Placu Bernardyńskim tylko za pomocą mobilnych straganów demontowanych po godzinach handlu?”



Ryc. 32. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za wygospodarowaniem na Placu Bernardyńskim przestrzeni przeznaczanej dla tzw. food trucków pojazdów lub mobilnych przyczep z których sprzedaje się jedzenie?”



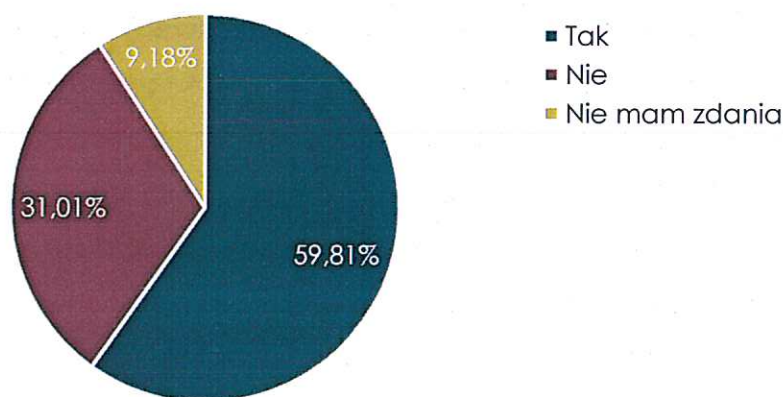
Ryc. 33. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za wydłużeniem godzin funkcjonowania targowiska na Placu Bernardyńskim?”



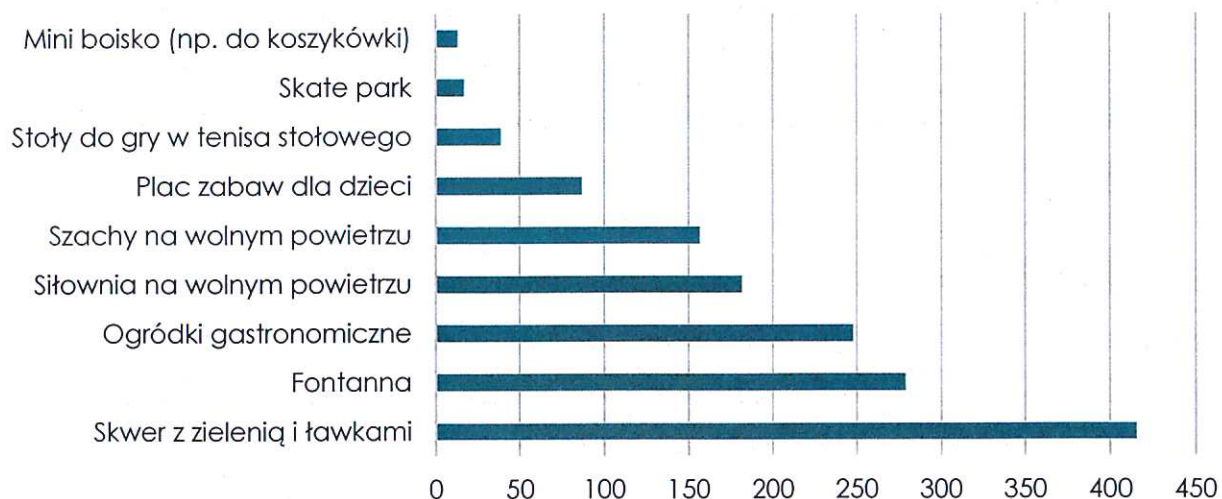
Ryc. 34. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za skróceniem godzin funkcjonowania targowiska na Placu Bernardyńskim?”

Na podstawie wyników ankiety można stwierdzić, iż jej uczestnicy nie oczekują zdecydowanych zmian w organizacji handlu na targowisku, a akceptowane propozycje dotyczą albo jego rozszerzenia godzinowego albo uzupełnienia o funkcje gastronomiczne.

Istotnym elementem przeprowadzonych badań była kwestia wprowadzenia na Placu Bernardyńskim funkcji rekreacyjno-wypoczynkowych. Uczestnicy ankiety odpowiadali na pytanie „Czy na Placu Bernardyńskim powinna zostać wygospodarowana wydzielona przestrzeń rekreacyjno-wypoczynkowa nawet kosztem zmniejszenia powierzchni targowiska?”. Blisko 60% odpowiedzi na „tak” wskazuje na dość szeroką akceptację tej idei. Spośród konkretnych elementów zagospodarowania takiej przestrzeni, respondenci najchętniej wskazywali skwer z zielenią (79%), dość duże poparcie uzyskały także takie propozycje jak fontanna (53%) i ogródki gastronomiczne (47%). Wydaje się, że w obliczu stosunkowo niewielkiej powierzchni placu, trudno wprowadzić tam inne elementy wyposażenia rekreacyjnego, tym bardziej że wskazywano je rzadziej (siłownia na wolnym powietrzu, stoły do szachów, plac zabaw) lub wręcz marginalnie (stoły do ping-ponga, skate-park, mini-boisko).

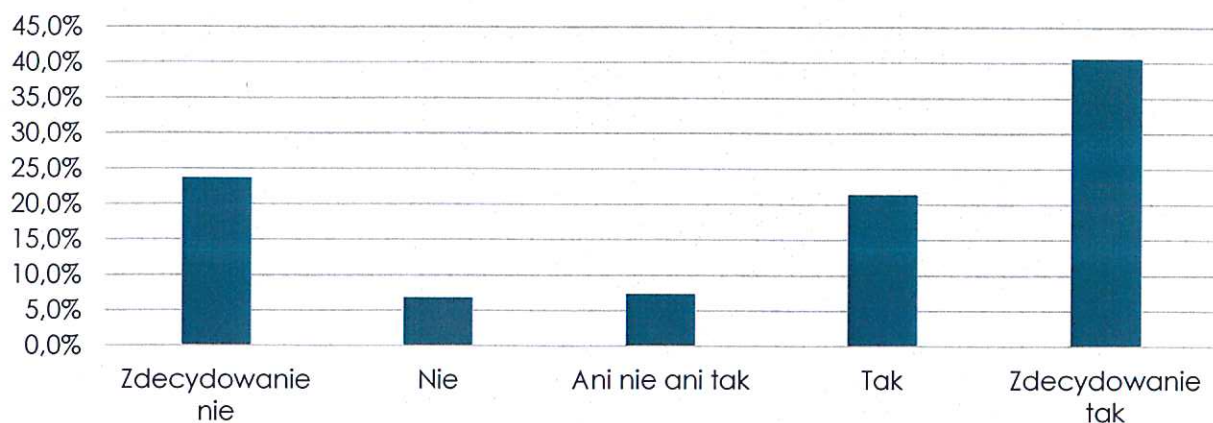


Ryc. 35. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy na Placu Bernardyńskim powinna zostać wygospodarowana wydzielona przestrzeń rekreacyjno-wypoczynkowa, nawet kosztem zmniejszenia powierzchni targowiska?”

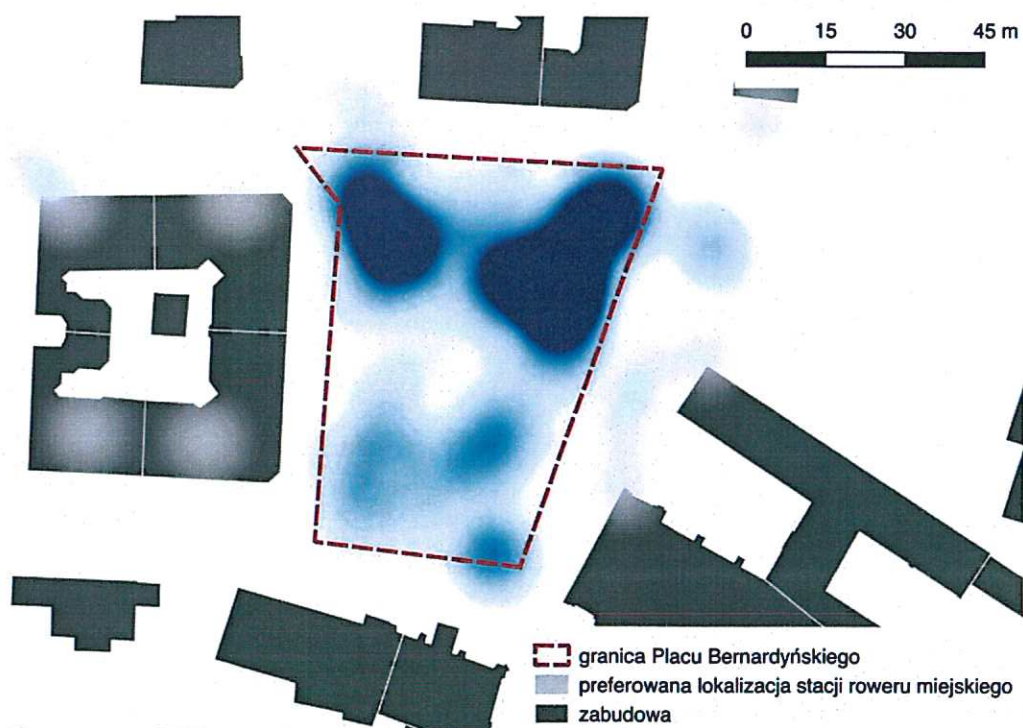


Ryc. 36. Ranking elementów zagospodarowania części rekreacyjno-wypoczynkowej Placu Bernardyńskiego według liczby wskazań.

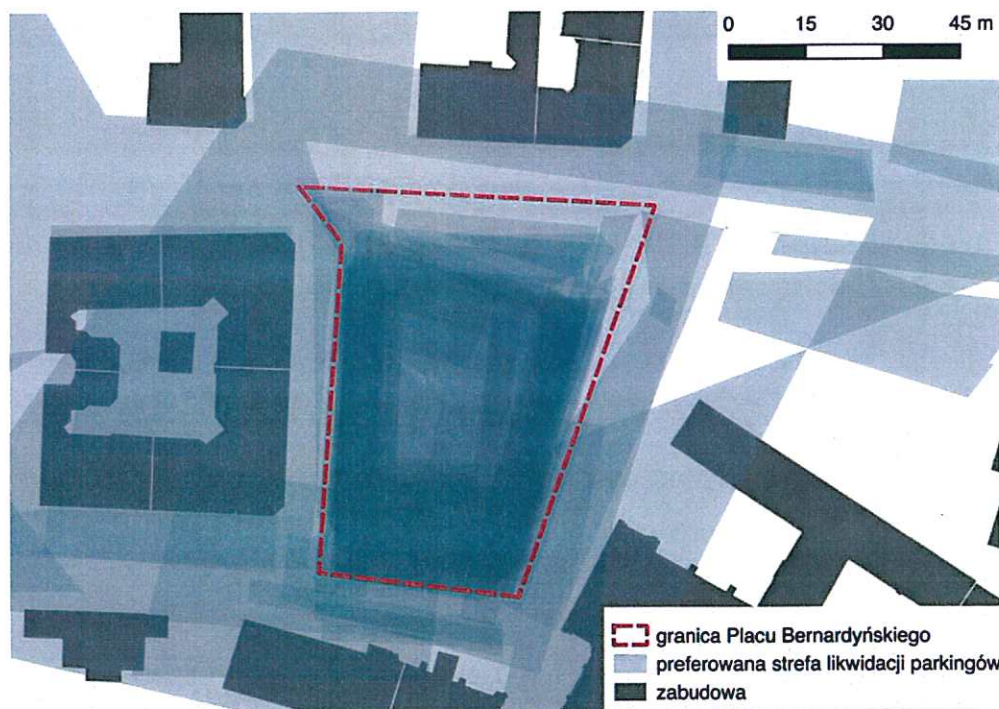
W zakresie układu komunikacyjnego jedyną powszechnie akceptowaną zmianą jest wprowadzenie stacji roweru miejskiego, którą popiera 62% badanych. Warto zauważyć, iż w stosunkowo niewielkiej odległości od placu znajduje się stacja u zbiegu ulic Zielonej i Podgórznej. Znacznie więcej kontrowersji budzą propozycje dotyczące miejsc parkingowych. Zarówno ich ograniczenie jak i zwiększenie liczby nie spotykają się z akceptacją większości ankietowanych, przy czym nieco wyższe jest poparcie dla drugiej z prezentowanych opcji (42% w stosunku do 34%). Ograniczenie miejsc parkingowych budzi sprzeciw 61% respondentów, ale prawie połowa (49%) jest również przeciw zwiększeniu ich liczby. Należy stwierdzić, że przedstawione propozycje wywołują bardzo jednoznaczne postawy ankietowanych. Najczęściej wskazywane odpowiedzi na „suwaku” to 1 i 10.



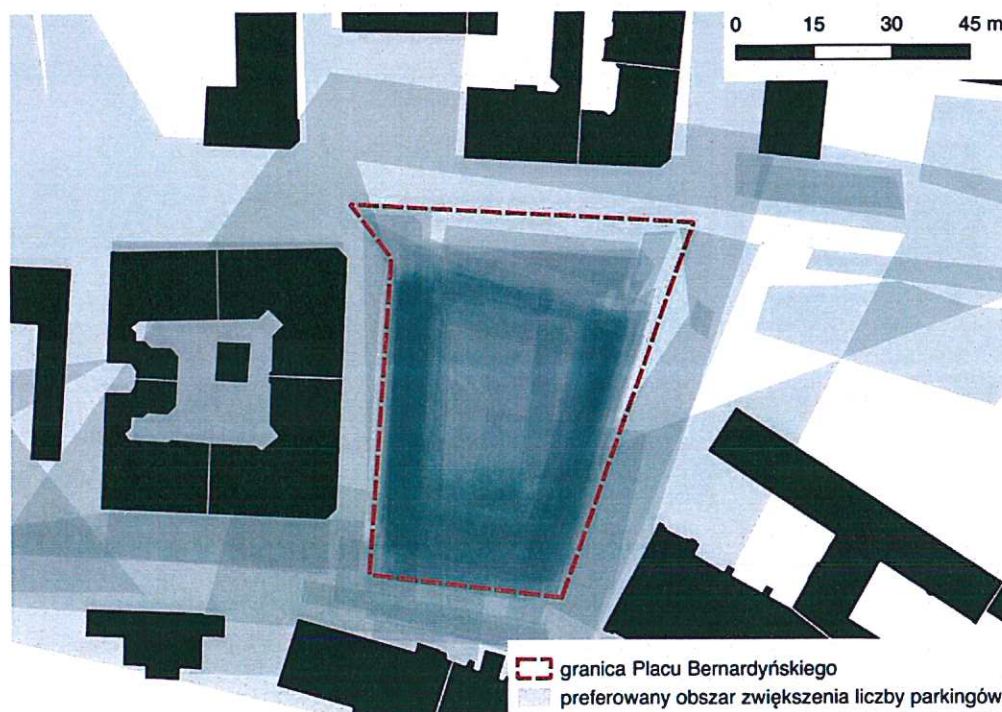
Ryc. 37. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy na Placu Bernardyńskim powinna zostać utworzona stacja roweru miejskiego?”



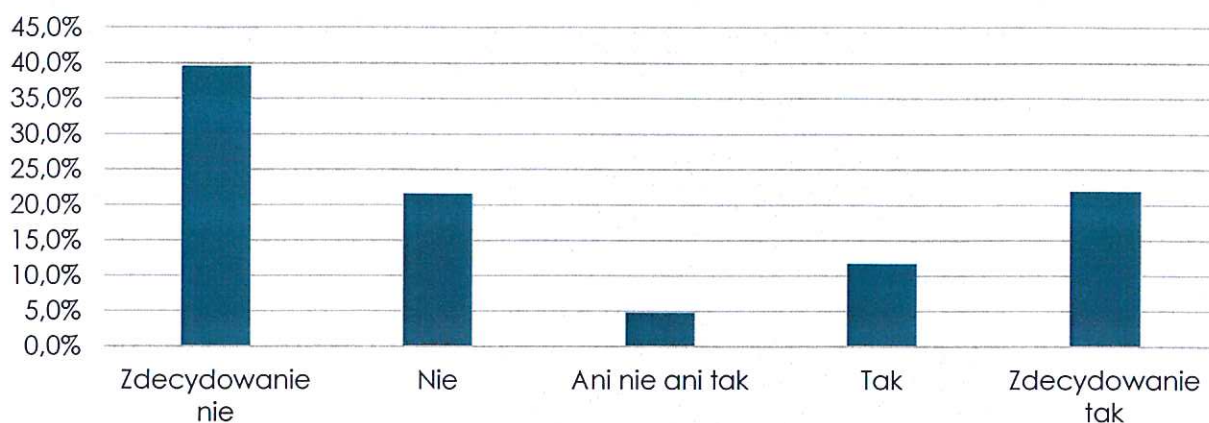
Ryc. 38. Preferowane strefy lokalizacji stacji roweru miejskiego.



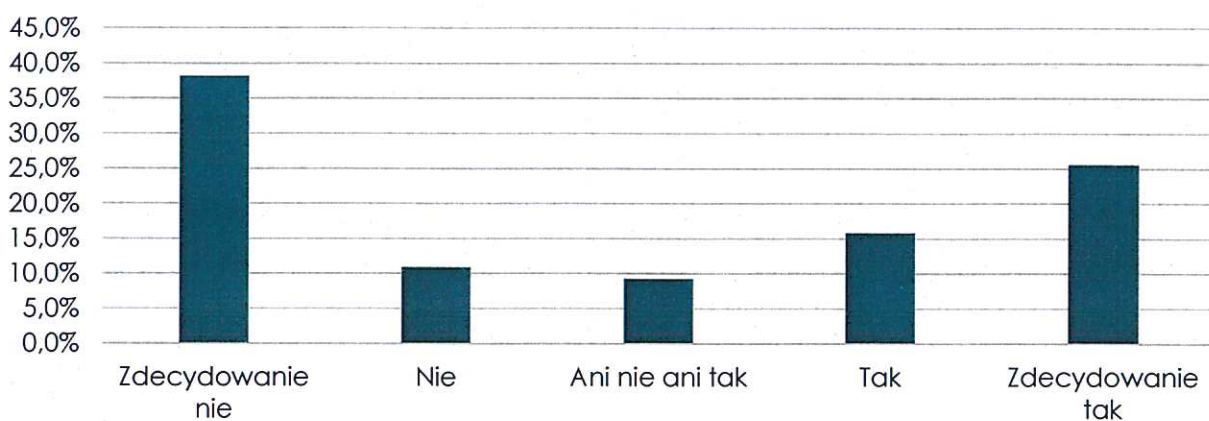
Ryc. 39. Preferowane przez respondentów geoankiety obszary likwidacji parkingów na Placu Bernardyńskim.



Ryc. 40. Preferowane przez respondentów geoankiety obszary zwiększenia liczby parkingów na Placu Bernardyńskim.



Ryc. 41. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy na Placu Bernardyńskim powinna zostać ograniczona liczba miejsc parkingowych?”

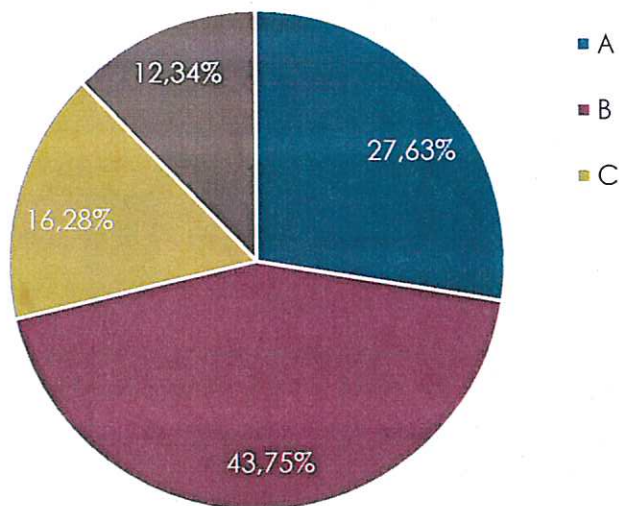


Ryc. 42. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy na Placu Bernardyńskim powinna zostać zwiększona liczba miejsc parkingowych?”

Podsumowaniem bloku pytań o postulowane kierunki przekształceń Placu Bernardyńskiego był wybór jednego z czterech wariantów dla jego przyszłości:

- A. Bez radykalnych zmian – istniejące targowisko w nowej lepszej jakości
- B. Zmodernizowane targowisko z wydzieloną strefą rekreacyjno-wypoczynkową
- C. Targowisko ze straganami mobilnymi (codziennie rozkładanymi i składanymi po godzinach handlu), przestrzeń placu uwolniona wieczorami

D. Publiczny plac miejski o charakterze rekreacyjno-wypoczynkowym z targami wyłącznie sezonowymi lub funkcjonującymi tylko w wybrane dni tygodnia

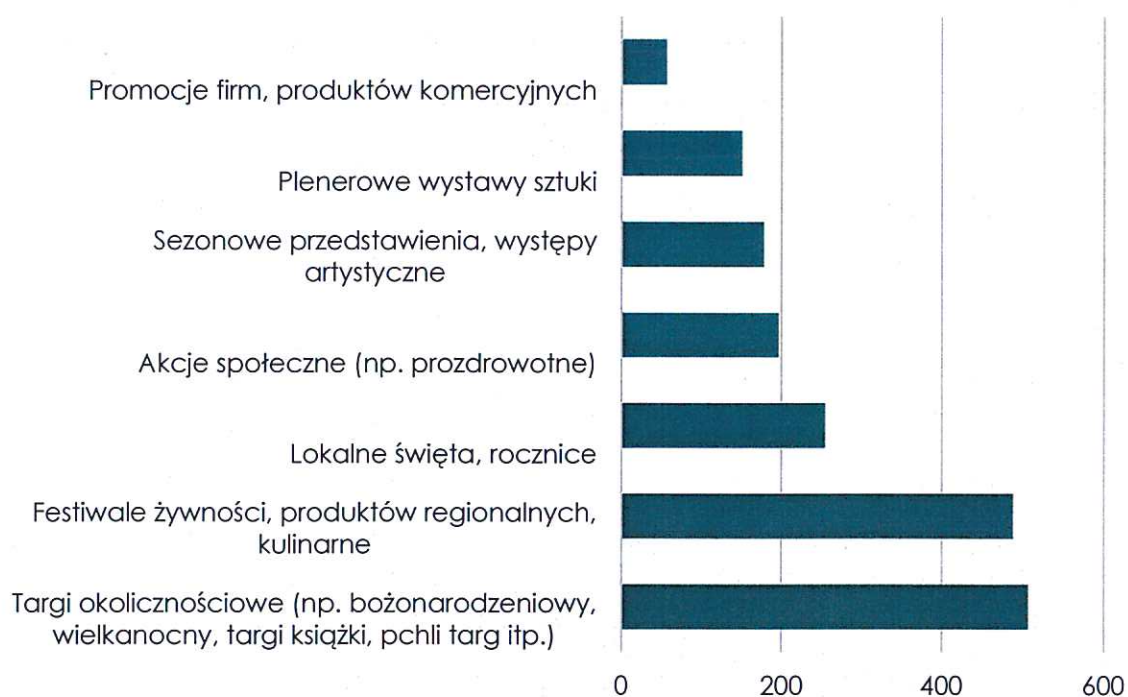


Ryc. 43. Struktura preferencji w zakresie poszczególnych wariantów przyszłego zagospodarowania Placu Bernardyńskiego.

Największe poparcie uzyskał wariant B (44%), a drugi w kolejności był wariant A (28%). Bardziej radykalne warianty C i D spotkały się ze znacznie mniejszą akceptacją (16 i 12%). Uzyskane w tym pytaniu wyniki są spójne z odpowiedziami udzielanymi wcześniej przez respondentów. Uczestnicy badania chcą pozostawienia funkcji handlowej jako dominującej, jednak pragną jej istotnego odnowienia estetycznego oraz uzupełnienia o elementy rekreacyjno-wypoczynkowe. Jednocześnie bardzo dużą akceptację (powyżej 80%) uzyskują propozycje organizacji na placu targów okolicznościowych oraz festiwali żywności i produktów regionalnych. Prowadzi to do wniosku, iż rekomendowanym rozwiązaniem dla Placu Bernardyńskiego jest:

- kompleksowa modernizacja targowiska z nową aranżacją przestrzeni, umożliwiającą wygospodarowanie małego skweru z zielenią, zapewniającego miejsce wypoczynku;

- dostosowanie układu części handlowej placu do organizacji targów i festiwali tematycznych, w tym stref gastronomicznych, przy pozostawieniu straganów jako stałego elementu wyposażenia;
- wyłonienie operatora/menedżera dla targowiska, który stworzy całoroczny kalendarz imprez handlowych i będzie zarządzał ich organizacją (pozyskanie kupców/wystawców, promocja, wystroj i aranżacja straganów).



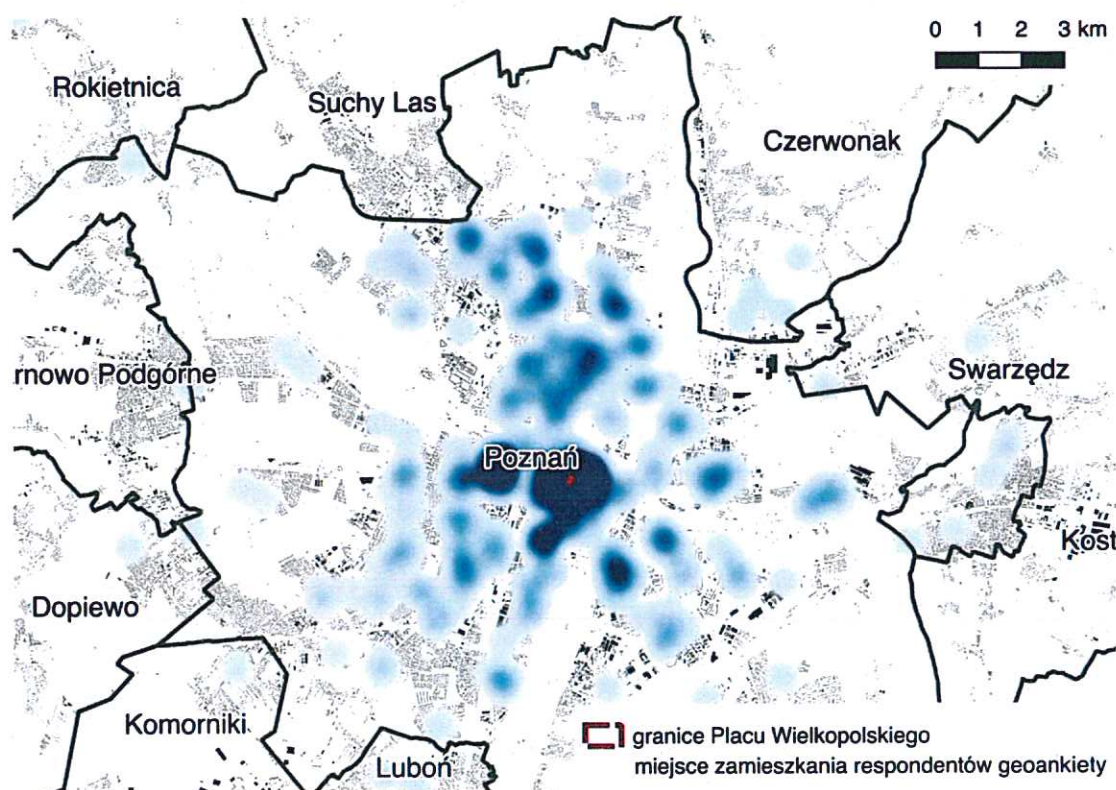
Ryc. 44. Ranking wydarzeń, które powinny być zorganizowane na zmodernizowanym Placu Bernardyńskiego według liczby wskazań respondentów.

IV. Wyniki geoankiety: Plac Wielkopolski

4.1. Charakterystyka respondentów geoankiety

Liczba i pochodzenie terytorialne respondentów

W badaniach ankietowych na temat funkcjonowania i zagospodarowania Placu Wielkopolskiego w Poznaniu wzięty udział 784 osoby, czyli o 318 mniej niż w przypadku Placu Bernardyńskiego (tam w badaniu uczestniczyły 1102 osoby). Frekwencja respondentów w przypadku odpowiedzi na różne pytania wahała się od 96,7% (odpowiadający na pytanie o motywów odwiedzin placu) po 57,2% (odpowiadający na pytanie o funkcjonowanie targowiska). Na pytania otwarte odpowiadało od 10-15% biorących udział w geoankiecie.

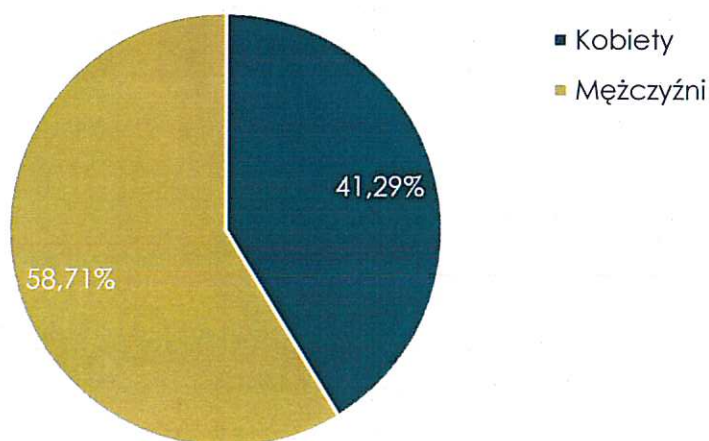


Ryc. 45. Miejsca zamieszkania respondentów geoankiety dot. Placu Wielkopolskiego.

Ryc. 45 przedstawia rozkład przestrzenny miejsc zamieszkania uczestników badania geoankietowego. Na mapie wyraźna jest koncentracja respondentów mieszkających w okolicach Placu Wielkopolskiego, w śródmieściu Poznania. Kolejne duże koncentracje to mieszkańcy osiedli Jeżyce i Grunwald. Mniejsze koncentracje respondentów występują na osiedlach wielkopłytyowych: Piątkowo i Rataje. Generalnie więc rozkład miejsc zamieszkania odpowiada zagęszczeniu ludności miasta, ze szczególną reprezentacją mieszkańców osiedla Stare Miasto.

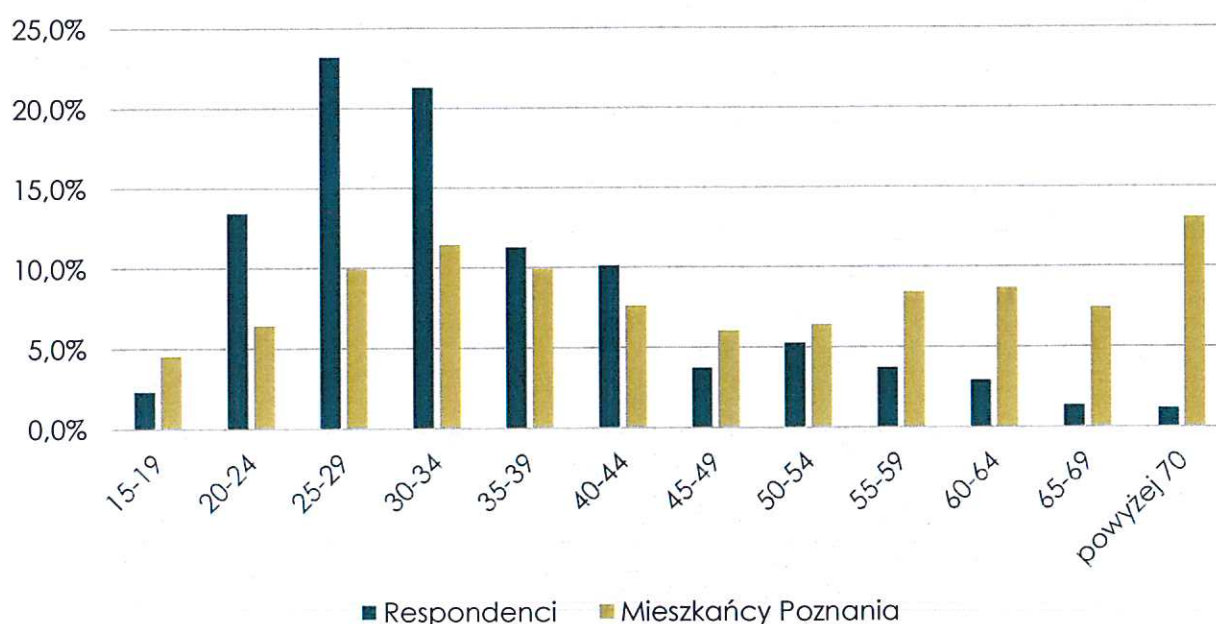
Struktura demograficzna respondentów

Swoje dane demograficzne podało 511 respondentów (65,2% ogółu). Wśród nich 58,7% zadeklarowało płeć męską a 41,3% żeńską (ryc. 10.). Obliczony wskaźnik feminizacji 70,4 kobiet na 100 mężczyzn odbiega od średniej wartości dla Poznania. Dla całej populacji miasta wynosi on 115,0 (www.poznan.pl/fakty_liczby). Oznacza to w badaniach znaczną nadreprezentację mężczyzn. Nadreprezentacja przedstawicieli płci męskiej jest typowym zjawiskiem dla dotychczas prowadzonych na terenie aglomeracji poznańskiej badań geoankietowych (podobny wynik osiągnięto także dla Placu Bernardyńskiego). Trudno to wytłumaczyć przedmiotem konsultacji, co do którego zainteresowanie mężczyzn jak i kobiet powinno być jednakowe.



Ryc. 46. Struktura płci respondentów geoankiety dot. Placu Wielkopolskiego.

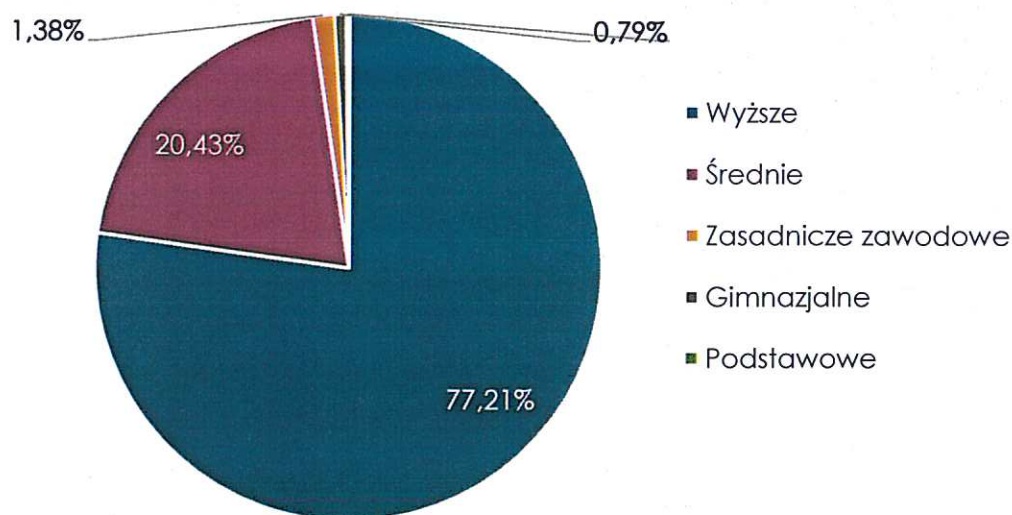
Rycina 47. przedstawia strukturę ankietowanych wg pięcioletnich grup wieku. W badaniach założono uczestnictwo osób liczących powyżej 14 lat. Struktura wieku respondentów geoankiety w dużym, ale niewiernym stopniu odzwierciedla strukturę wieku mieszkańców Poznania. Uzyskaną próbę można tylko częściowo uznać za reprezentatywną dla każdej grupy wieku. Wśród ankietowanych widoczna jest nadwyżka osób w wieku od 20. do 34. roku życia – co jest charakterystyczne dla konsultacji drogą internetową. Osoby będące przedstawicielami tej grupy wiekowej posiadają zarówno wysokie kompetencje w zakresie korzystania z narzędzi internetowych, jak i częściej i aktywniej interesują się sprawami lokalnymi. Niedoreprezentowane jest widoczne w najstarszej i najmłodszej grupie wieku. W ankiecie wzięły udział tylko 28 osoby (5,4%) w wieku powyżej 60 lat i 12 osób (2,3%) w wieku 15-19 lat.



Ryc. 47. Struktura demograficzna respondentów geoankiety dot. Placu Wielkopolskiego w odniesieniu do struktury wieku mieszkańców Poznania.

Struktura społeczno-zawodowa respondentów

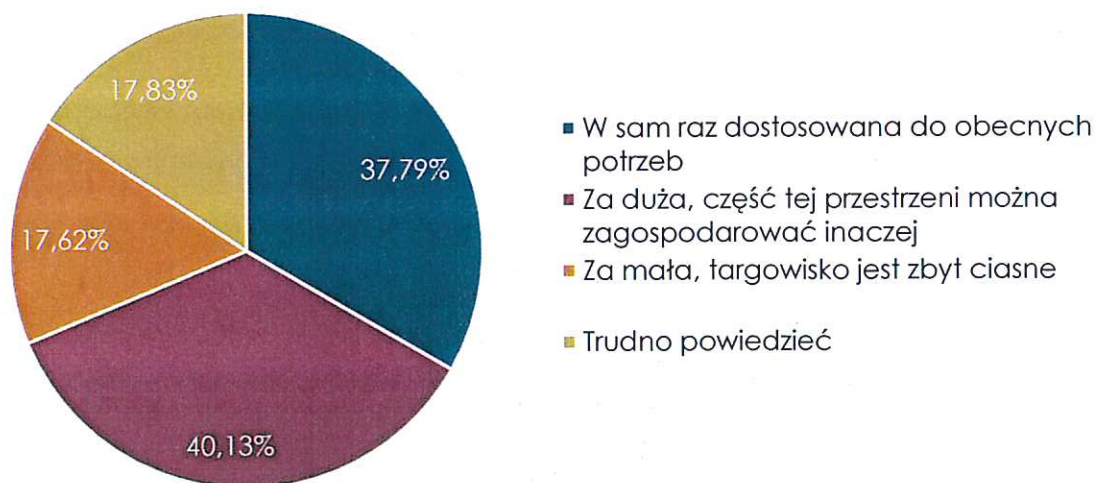
Konsultacje geoankietowe spotkały się największym odzewem wśród osób z wykształceniem wyższym (ryc. 48.). Grupa ta stanowiła 77,2 % i była zbliżona do badań Placu Bernardyńskiego (tam 76,7% respondentów). Wskaźnik ten jest niemal dwukrotnie wyższy niż przeciętnie odsetek osób z tym wykształceniem w Poznaniu. Wykształceniem średnim legitymowało się 20,4 % ankietowanych. Łącznie te dwie grupy stanowiły 97,6% wszystkich uczestników badania. Tu również zjawiskiem normlanym jest korzystanie z narzędzi konsultacji internetowych przez osoby lepiej wykształcone.



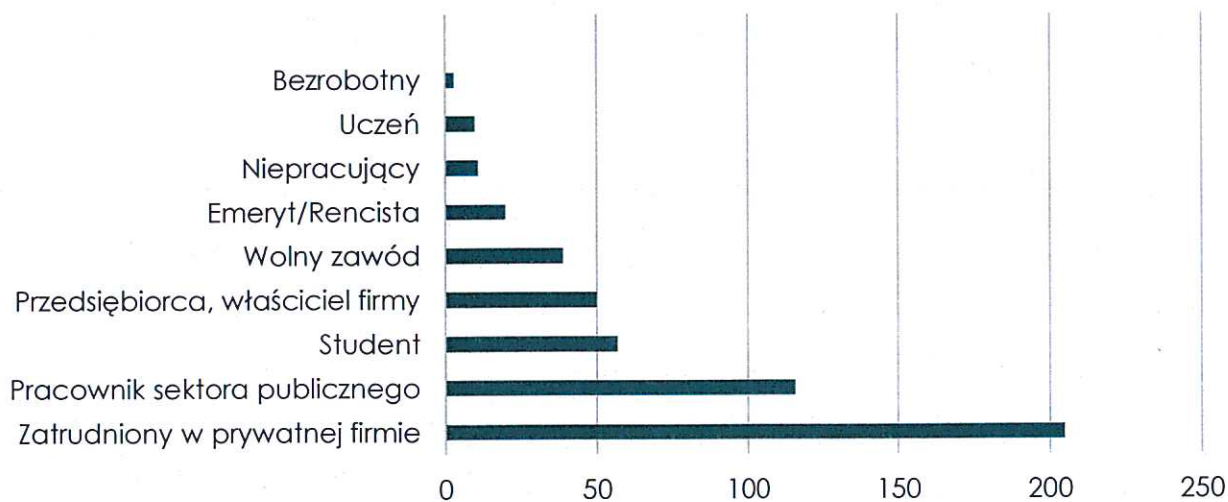
Ryc. 48. Struktura wykształcenia respondentów geoankiety dot. Placu Wielkopolskiego.

Biorąc pod uwagę status zawodowy respondentów (511 osób udzieliło tej informacji), największy odsetek – 40,1% - stanowiły osoby zatrudnione w firmach prywatnych (ryc. 49.). Frekwencję tę należy uznać za bardzo wysoką (podobnie jak przedsiębiorców – 9,4%), gdyż osoby te z reguły deklarują brak czasu na udział w tradycyjnych konsultacjach organizowanych przez urząd miasta. Duży udział w badaniu mieli także respondenci pracujący w sektorze publicznym (22,7%). Na uwagę zasługuje relatywnie duży odsetek przedstawicieli wolnych zawodów (7,6%). W badaniu udział wzięli także studenci (57 ankietowanych - 11 %), co uzasadnia znaczny odsetek respondentów w wieku 20-24 lata. Najmniej licznie reprezentowana była grupa osób

niepracujących i bezrobotnych (łącznie 6,6%) oraz uczniów szkół ponadgimnazjalnych (10 osób - 2% ogółu).



Ryc. 49. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i aktualną powierzchnię części targowiskowej na Placu Wielkopolskim?”



Ryc. 50. Status zawodowy respondentów geankiety dot. Placu Wielkopolskiego.