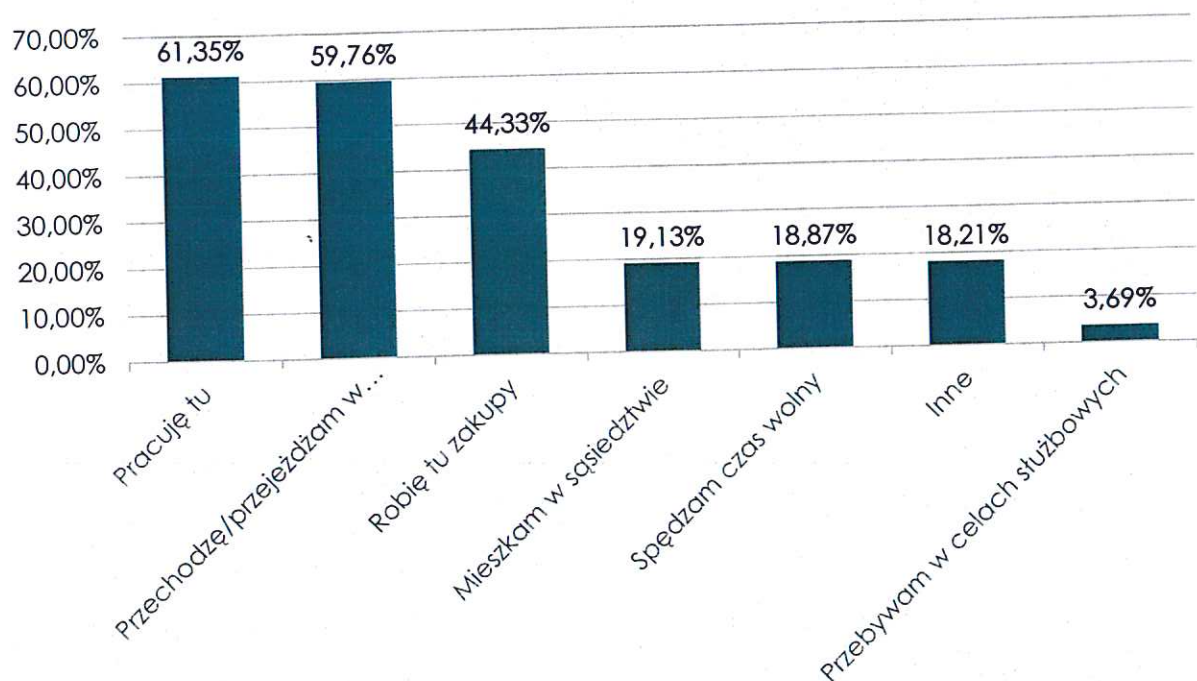


4.2. Motywy i częstość odwiedzin

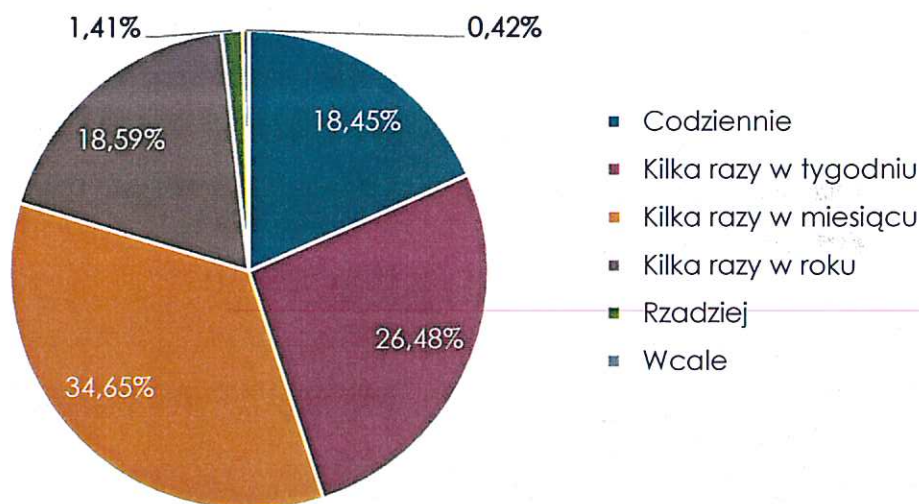
Opinie i oceny respondentów związane są ściśle z ich strukturą poznawczą, znajomością miejsc o które są pytani. Z tego względu istotnym było poznanie czy i jak często ankietowani przebywają na placu oraz z jakich powodów. Dla największej liczby spośród 758 badanych - 61,3 % - w pobliżu placu znajduje się ich miejsce pracy. 59,8% wskazało, że przechodzi przez plac lub mija go w drodze do pracy bądź szkoły. Prawie co drugi z respondentów (44,3%) robi tu zakupy a 18,9% spędza na Placu Wielkopolskim czas wolny. Obszar ten jest więc dla większości respondentów ważnym miejscem, głównie dla ich przemieszczeń na „diennej ścieżce życia”.



Ryc. 51. Struktura odpowiedzi na pytanie „W jakim celu odwiedza Pan/i Plac Wielkopolski?”

Rycina 52. przedstawia strukturę odpowiedzi na pytanie „Jak często przebywa Pan/i na Placu Wielkopolskim lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie?”. Na pytanie to odpowiedziało 710 ankietowanych. Prawie co piąty respondent (18,5% ogółu) na placu

przebywa codziennie. Prawie dwie trzecie ankietowanych dość często odwiedzają plac: kilka razy w tygodniu (26,5%) oraz kilka razy w miesiącu (34,7%). 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.



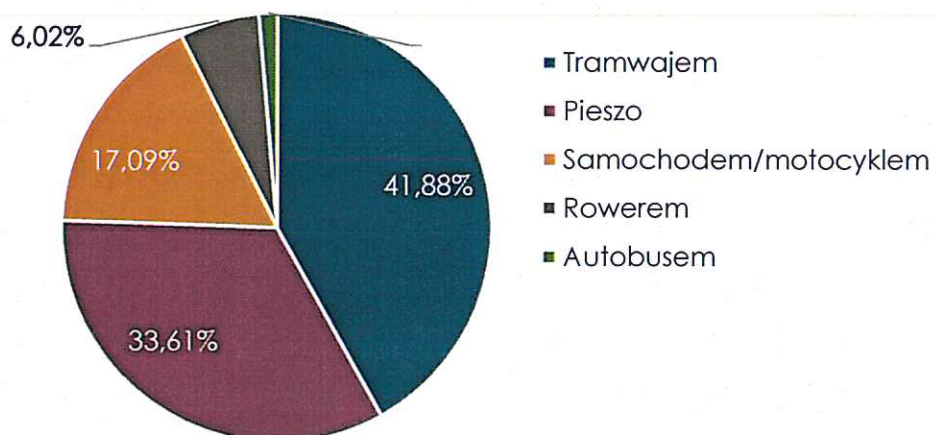
Ryc. 52. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak często przebywa Pan/i na Placu Wielkopolskim lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie?”

Tabela 4. przedstawia rozkład godzinowy odwiedzin placu. W dni robocze (pn.-pt.) więcej osób odwiedza plac w godzinach rannych (6-10) oraz jeszcze więcej w godzinach popołudniowych (14-18). Niewiele osób deklaruje przebywanie na placu w godzinach wieczornych (za wyjątkiem piątku) oraz nocnych. Z kolei w weekendy, największa frekwencja na placu ma miejsce w godzinach południowych i wieczornych (szczególnie w sobotę). Zarówno w sobotę jak i niedzielę poranne oraz nocne odwiedziny placu przez respondentów są już rzadkością

Tab. 4. Rozkład godzinowy odwiedzin Placu Wielkopolskiego

	6.00-10.00	10.00-14.00	14.00-18.00	18.00-22.00	22.00-6.00
Poniedziałek	146	119	200	81	12
Wtorek	130	114	184	79	12
Środa	138	108	200	81	17
Czwartek	139	108	192	82	15
Piątek	134	104	224	160	57
Sobota	65	174	153	178	70
Niedziela	33	102	137	101	27

Położenie Placu Wielkopolskiego w śródmieściu i dobra dostępność transportowa determinuje sposób docierania do niego przez respondentów (ryc. 53.). Blisko połowa przybywa na plac komunikacją publiczną: 41,9% tramwajem lub autobusem (1,4%). Aż 33,6 % przybywa na plac pieszo. Ze środków transportu indywidualnego (samochód, motocykl) korzysta 17,1 % respondentów. Stosunkowo dużo (6%) przybywa na plac rowerem.

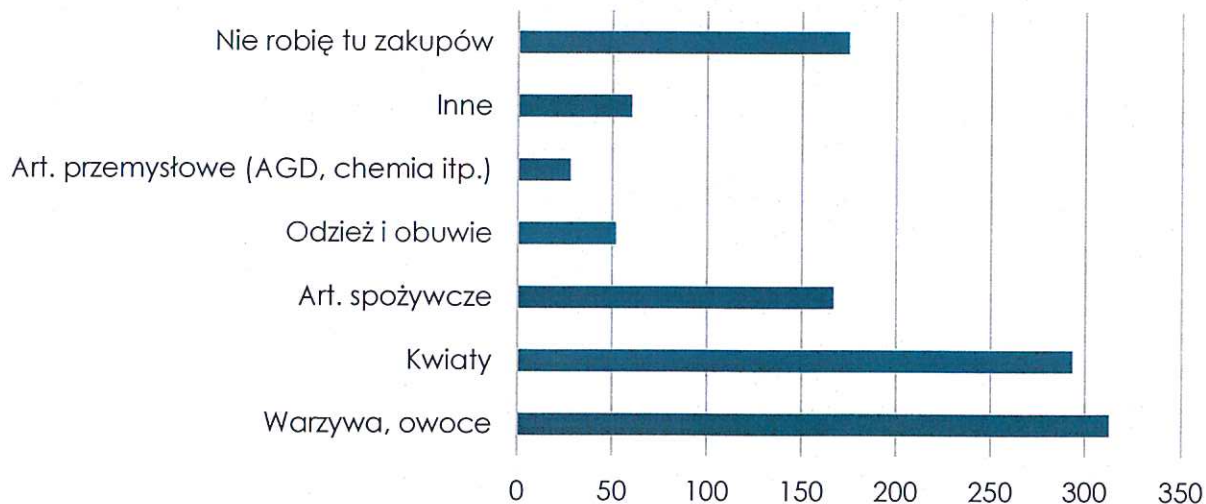


Ryc. 53. Struktura odpowiedzi na pytanie „W jaki sposób najczęściej dociera Pan/i na Plac Wielkopolski?”



Ryc. 54. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i aktualną powierzchnię części targowiskowej na Placu Wielkopolskim?”

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 653 osoby, z czego 175 (26,8%) zadeklarowało, że zakupów na placu nie robi. Pozostałe 73,2% realizuje tu zakupy. Do towarów kupowanych najczęściej należą: warzywa i owoce (65% ankietowanych klientów targowiska). W dalszej kolejności kupowane artykuły to kwiaty (61,5%) oraz inne artykuły spożywcze (35%). Znacznie mniejszym zainteresowaniem kupujących na placu cieszą się odzież i obuwie (tylko 10,9 % respondentów nabywa je na placu) oraz artykuły przemysłowe, chemiczne itp. (mniej niż 4,3%). Wskazuje to na zainteresowanie kupujących głównie artykułami typowymi dla targowisk spożywczych, szczególnie owocowo-warzywnymi i kwiatami.



Ryc. 55. Ranking najczęstszych zakupów na Placu Wielkopolskim według wskazań respondentów geoankiety.

4.3. Ocena funkcji i zagospodarowania

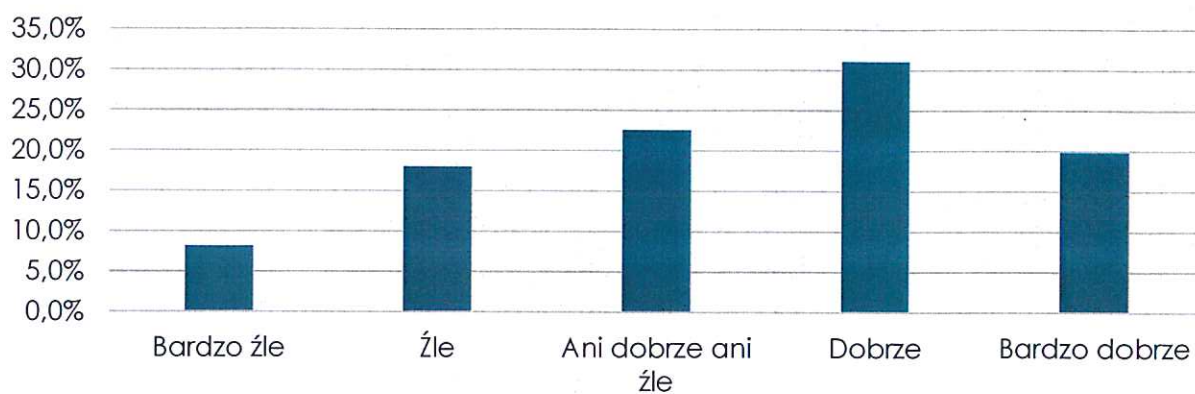
W kolejnej części badania ankietowani mieli za zadanie ocenić poszczególne aspekty funkcjonowania i zagospodarowania Placu Bernardyńskiego. Odpowiedzi na pytania udzielane były za pomocą tzw. „suwaka” od oceny bardzo złej (1) do bardzo dobrej (10). W celu łatwiejszej prezentacji struktury odpowiedzi 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 ryc. 56-67.

Tab. 5. Funkcjonowanie i zagospodarowanie Placu Bernardyńskiego w ocenie respondentów

Oceniana kategoria	Liczba odpowiedzi	Średnia ocena
Łatwość dojazdu komunikacją miejską	501	8,2
Kontakt ze sprzedawcami i atmosfera zakupów	387	7,1
Godziny funkcjonowania targowiska	347	6,4
Jakość i różnorodność sprzedawanych towarów	437	6,3
Łatwość poruszania się po placu	474	5,3
Bezpieczeństwo publiczne na placu	354	5,3
Łatwość dotarcia samochodem	390	5,2
Atrakcyjność cenowa sprzedawanych towarów	375	5,2
Estetyka i funkcjonalność kiosków handlowych	475	3,8
Możliwość zaparkowania samochodu	410	3,7
Estetyka i funkcjonalność straganów	500	3,5
Jakość przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowej w części nie zajętej przez targowisko	456	3,5

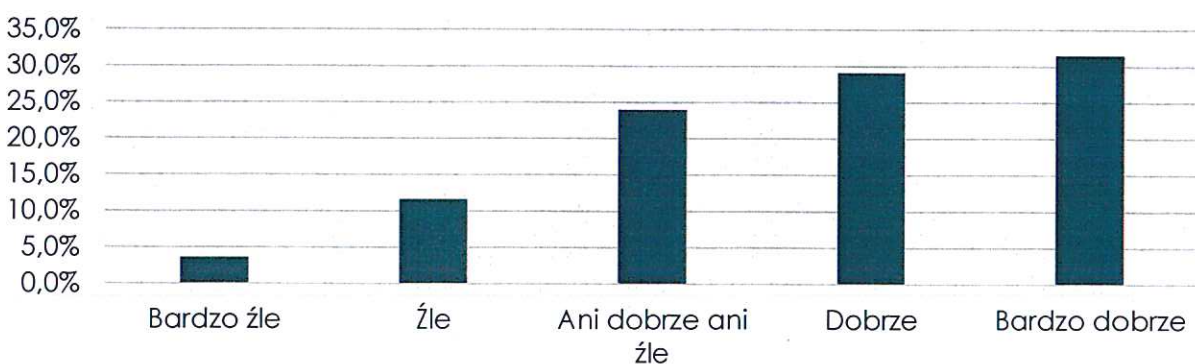
Zdecydowanie najlepiej ocenianym aspektem Placu Wielkopolskiego jest łatwość dojazdu komunikacją miejską ze średnią ocen 8,2 i udziałem ocen bardzo dobrych na poziomie 53%. Respondenci wysoko cenią także kontakt ze sprzedawcami i atmosferę zakupów na targowisku. Inne aspekty działalności handlowej, takie jak jakość, różnorodność i atrakcyjność cenowa sprzedawanych towarów godziny funkcjonowania targowiska uzyskują oceny przeciętne (5,2-6,4), podobnie jak łatwość poruszania się po placu oraz bezpieczeństwo publiczne. W odniesieniu do elementów transportu samochodowego, respondenci wyżej oceniają łatwość dotarcia samochodem (5,2) niż możliwość jego zaparkowania (3,7). Najstąbiej ocenianym aspektem jest sama infrastruktura targowiska czyli estetyka i funkcjonalność straganów oraz pawilonów handlowych, a także jakość przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowej w części nie zajętej przez targowisko (średnie oceny w przedziale 3,5-3,8, 31-40% ocen bardzo złych).



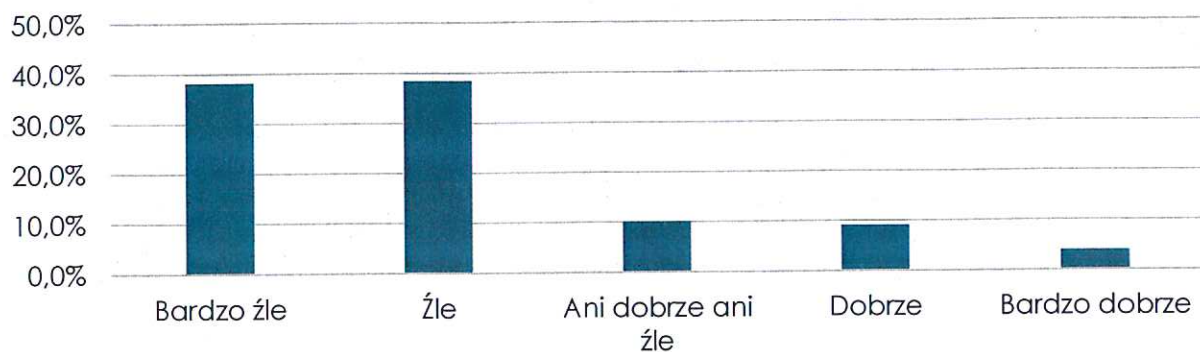
Ryc. 56. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i jakość i różnorodność sprzedawanych na Placu Wielkopolskim towarów?”



Ryc. 57. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i atrakcyjność cenową sprzedawanych na Placu Wielkopolskim towarów?”



Ryc. 58. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i kontakt ze sprzedawcami i atmosferę zakupów na Placu Wielkopolskim?”



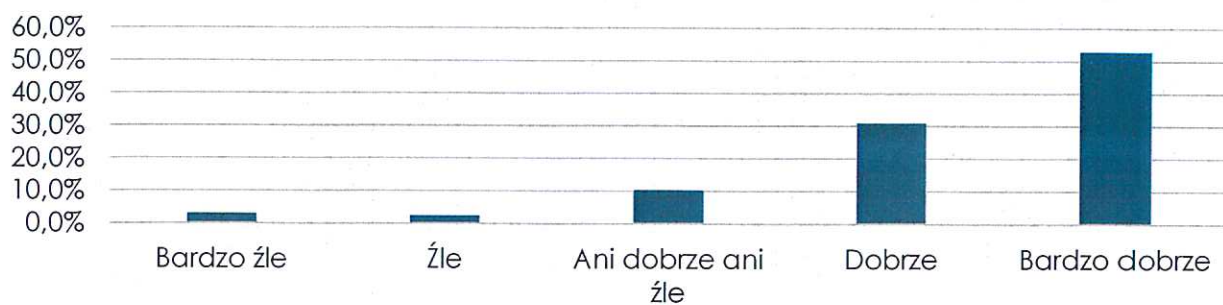
Ryc. 59. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i estetykę i funkcjonalność straganów na Placu Wielkopolskim?”



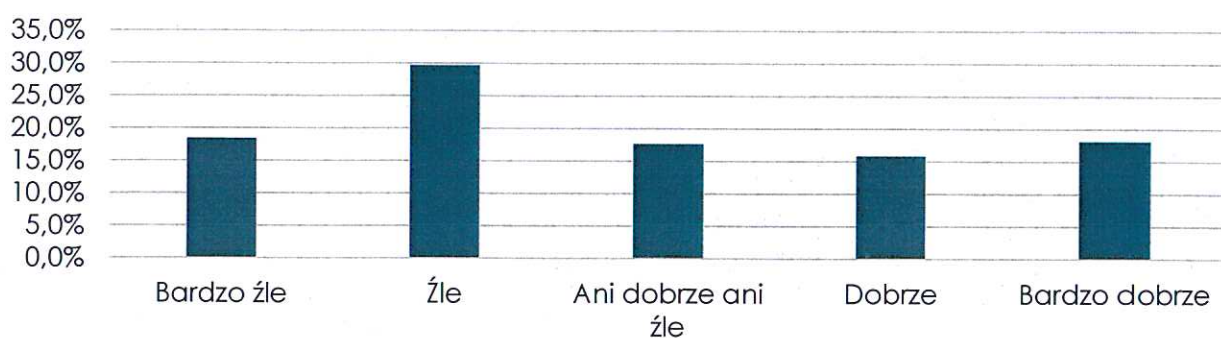
Ryc. 60. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i estetykę i funkcjonalność pawilonów handlowych na Placu Wielkopolskim?”



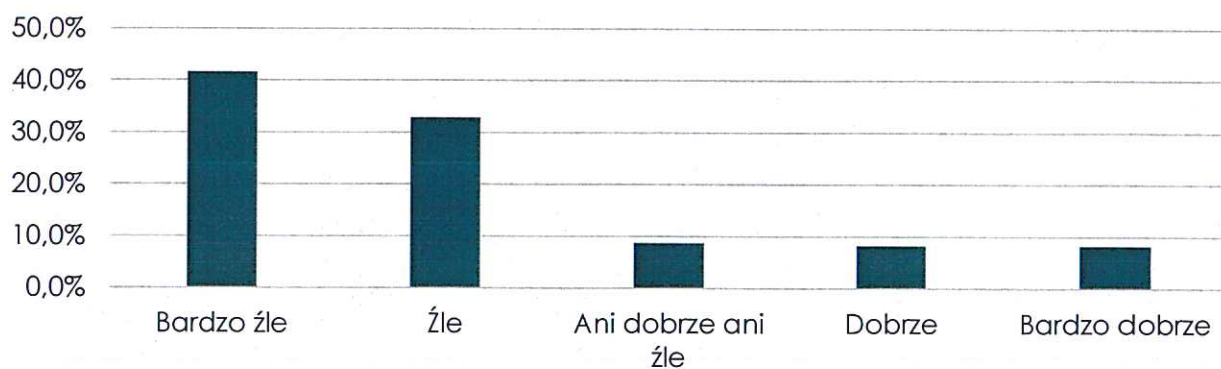
Ryc. 61. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i godziny funkcjonowania targowiska na Placu Wielkopolskim?”



Ryc. 62. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i łatwość dojazdu komunikacją miejską na Plac Wielkopolskim?”



Ryc. 63. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i łatwość dotarcia na Plac Wielkopolski samochodem?”



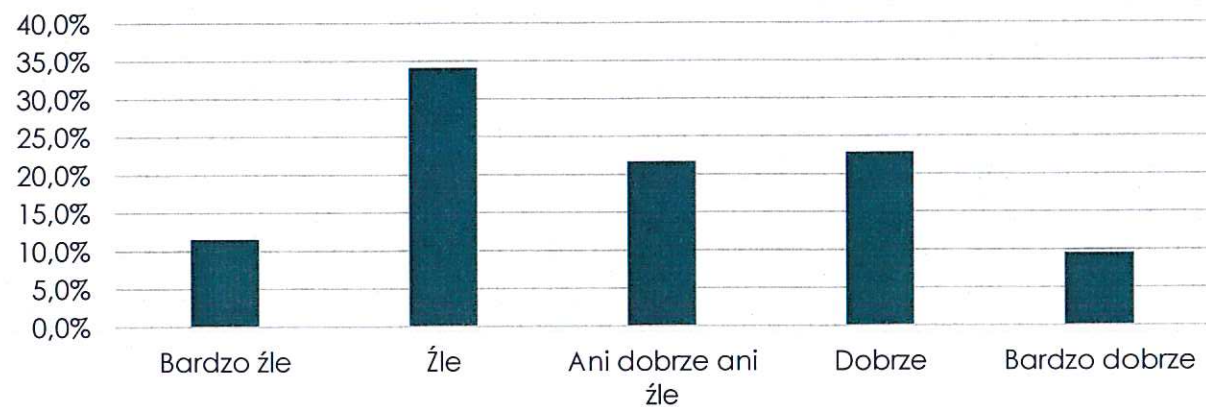
Ryc. 64. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i zaparkowania samochodem na Placu Wielkopolskim?”



Ryc. 65. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i łatwość poruszania się po Placu Wielkopolskim?”



Ryc. 66. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i jakość przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowej w części nie zajętej przez targowisko?”



Ryc. 67. Struktura odpowiedzi na pytanie „Jak ocenia Pan/i bezpieczeństwo publiczne na Placu Wielkopolskim?”

4.4. Postulowane kierunki przekształceń funkcjonalnych i przestrzennych

Konsekwencją przedstawionych wyżej ocen poszczególnych aspektów funkcjonowania i zagospodarowania Placu Wielkopolskiego są odpowiedzi udzielone przez respondentów na pytanie dotyczące priorytetów jego modernizacji. Spośród sześciu 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 (kolejno 76,5% i 66,6% ankietowanych). Jako trzecie najważniejsze wyzwanie uznać należy poprawę jakości miejsc do rekreacji i wypoczynku (53%). Wyraźnie zaznaczył się więc priorytet kwestii infrastrukturalnych, związanych bezpośrednio z funkcją targowiskową i jej bezpośrednim otoczeniem. Na dalszym miejscu zestawienia znalazły się stworzenie lepszych warunków dla pieszych i rowerzystów (36,8%), oraz poprawa bezpieczeństwa poprzez monitoring i lepsze oświetlenie (32,3%). Warto zauważyć, iż działania w zakresie poprawy ruchu pieszego i rowerowego nie powinny wiązać się bezpośrednio z nadmiernym uspokojeniem ruchu samochodowego. Opcja ta uzyskała najmniej wskazań ze wszystkich przedstawionych propozycji (16,1%)



Ryc. 68. Ranking elementów zagospodarowania Placu Wielkopolskiego 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.

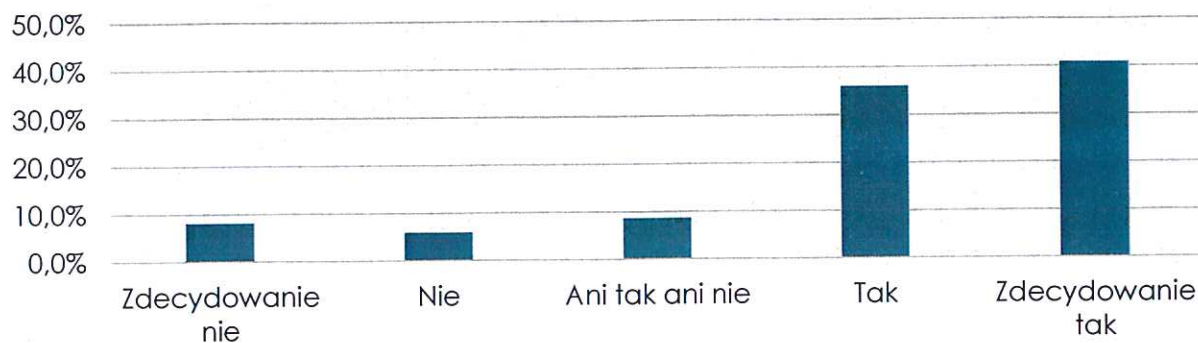
Zbiorcze wyniki dla tego bloku pytań przedstawione zostały w poniższej tabeli. Jednocześnie szczegółową strukturę ocen w poszczególnych kategoriach obrazują ryciny 69-76.

Tab. 6. Propozycje zmian w organizacji handlu na Placu Wielkopolskim w ocenie respondentów

Oceniana propozycja	Liczba odpowiedzi	Średnia ocena
Podział targowiska wg rodzaju sprzedawanych towarów	435	7,5
Wydłużenie godzin funkcjonowania targowiska	344	6,2
Wygospodarowanie przestrzeni przeznaczonej dla tzw. food-trucków	476	6,1
Dopuszczenie handlu tylko za pomocą mobilnych straganów	426	3,8
Ograniczenie asortymentu sprzedawanych towarów w kioskach tylko do kwiatów	435	3,4
Skrócenie godzin funkcjonowania targowiska	360	2,6
Dopuszczenie handlu tylko w wybrane dni robocze tygodnia	456	2,5
Dopuszczenie handlu tylko w weekendy	462	1,8

Większość z przedstawionych opcji zmian organizacji handlu na targowisku nie zdobyła aprobaty ankietowanych. Najlepiej przyjętą propozycją było wprowadzenie funkcjonalnego podziału targowiska według rodzaju sprzedawanych towarów (np. warzywa i owoce, odzież, art. przemysłowe). Przy średniej ocen 7,5, aż 77% ankietowanych wyraziło się pozytywnie o takim rozwiązaniu

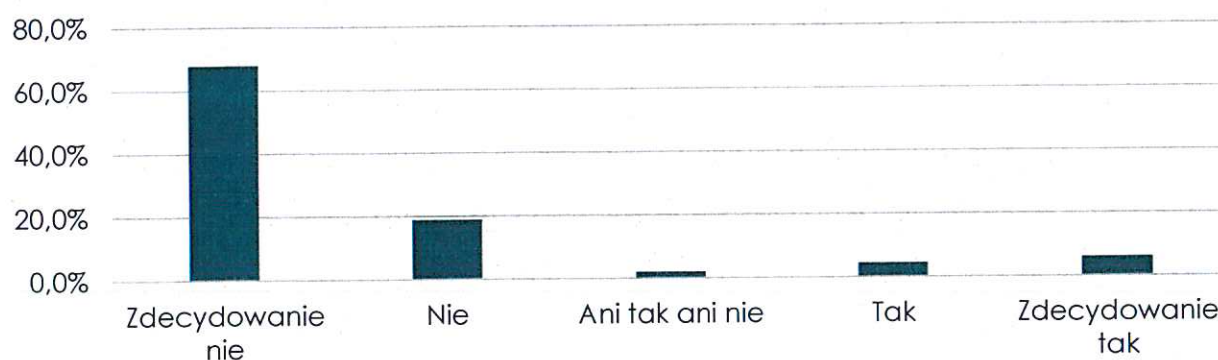
Przewagę opinii aprobujących miało również wydłużenie godzin funkcjonowania targowiska oraz wygospodarowanie przestrzeni przeznaczonej dla tzw. food-trucków (średnie ocen powyżej 6,0; 56-57% tak lub zdecydowanie tak). W przypadku pozostałych propozycji przeważały oceny na „nie” lub „zdecydowanie nie”. Szczególnie propozycje dotyczące ograniczenia dni i godzin handlu spotkały się ze zdecydowanym sprzeciwem (średnie ocen 1,8-2,6, 87-94% głosów na nie). Mniejszy opór budziły zmiany dotyczące ograniczenia asortymentu pawilonów handlowych oraz dopuszczenie handlu tylko za pomocą mobilnych straganów, ale i tutaj sceptyków było więcej niż zwolenników.



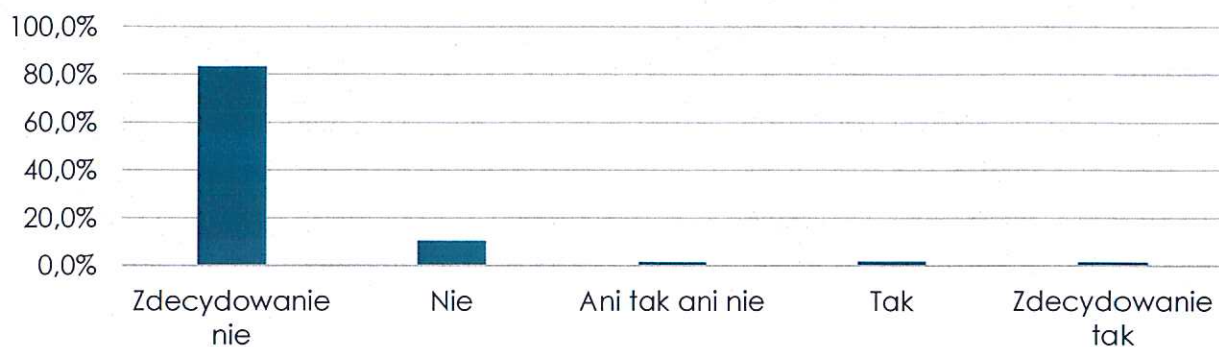
Ryc. 69. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za podziałem targowiska na Placu Wielkopolskim według rodzajów sprzedawanych towarów (np. warzywa i owoce, odzież, art. Przemysłowe)?”



Ryc. 70. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za ograniczeniem asortymentu sprzedawanych na Placu Wielkopolskim towarów w pawilonach tylko do kwiatów?”



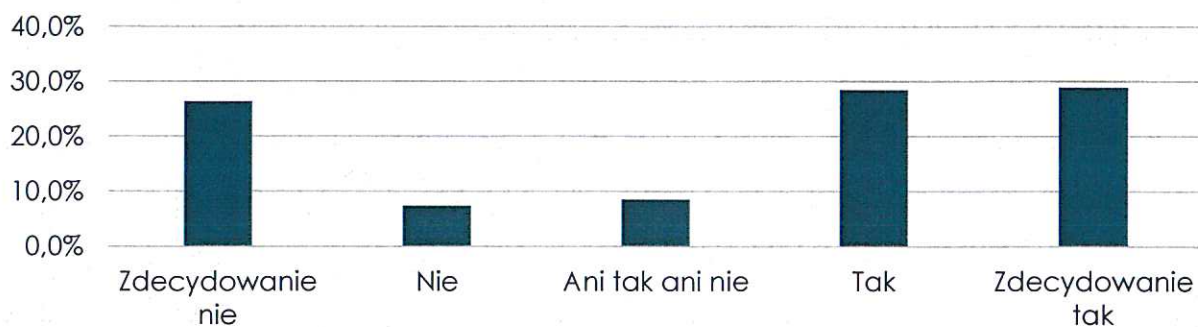
Ryc. 71. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za dopuszczeniem handlu na Placu Wielkopolskim tylko w wybrane dni robocze?”



Ryc. 72. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za dopuszczeniem handlu na Placu Wielkopolskim tylko w weekendy?”



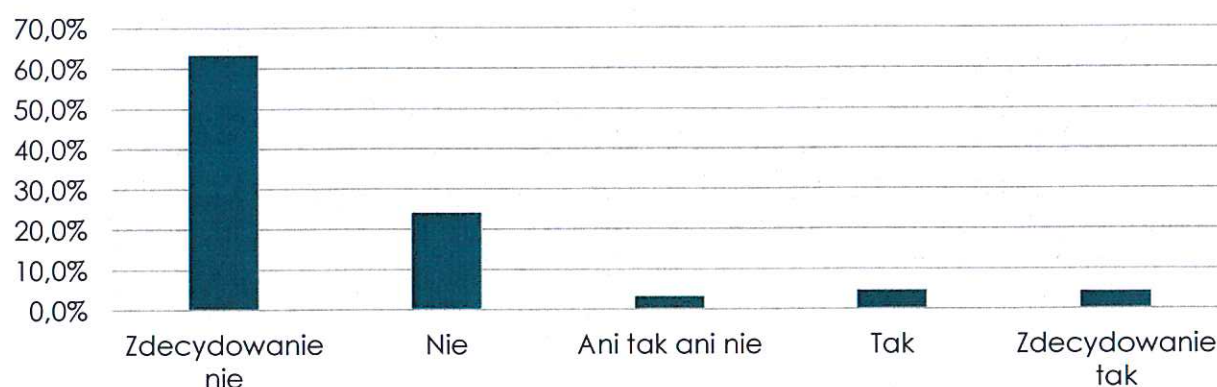
Ryc. 73. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za dopuszczeniem handlu na Placu Wielkopolskim za pomocą mobilnych straganów po godzinach handlu?”



Ryc. 74. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za wygospodarowaniem na Placu Wielkopolskim przestrzeni przeznaczonej dla tzw. food trucków, pojazdów lub mobilnych przyczep z których sprzedaje się jedzenie?”

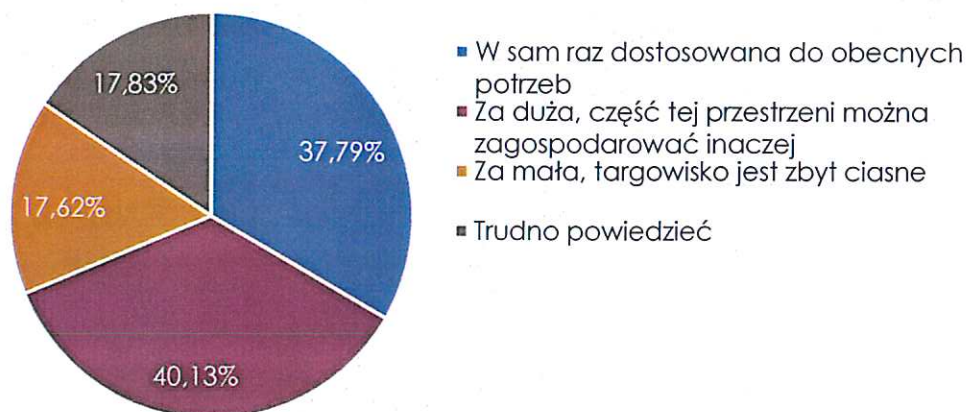


Ryc. 75. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za wydłużeniem godzin funkcjonowania targowiska na Placu Wielkopolskim?”



Ryc. 76. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za skróceniem godzin funkcjonowania targowiska na Placu Wielkopolskim?”

Oceniając podział funkcjonalny przestrzeni placu, dokładnie 1/3 ankietowanych stwierdziła, iż aktualna powierzchnia części targowiskowej na placu jest w sam raz dostosowana do obecnych potrzeb. Nieco większa grupa (35%) stwierdziła jednak, iż targowisko jest za duże, a część tej przestrzeni można zagospodarować inaczej. Znacznie mniej osób (16%) wyraziło pogląd przeciwny, wskazując, iż targowisko jest aktualnie zbyt ciasne.

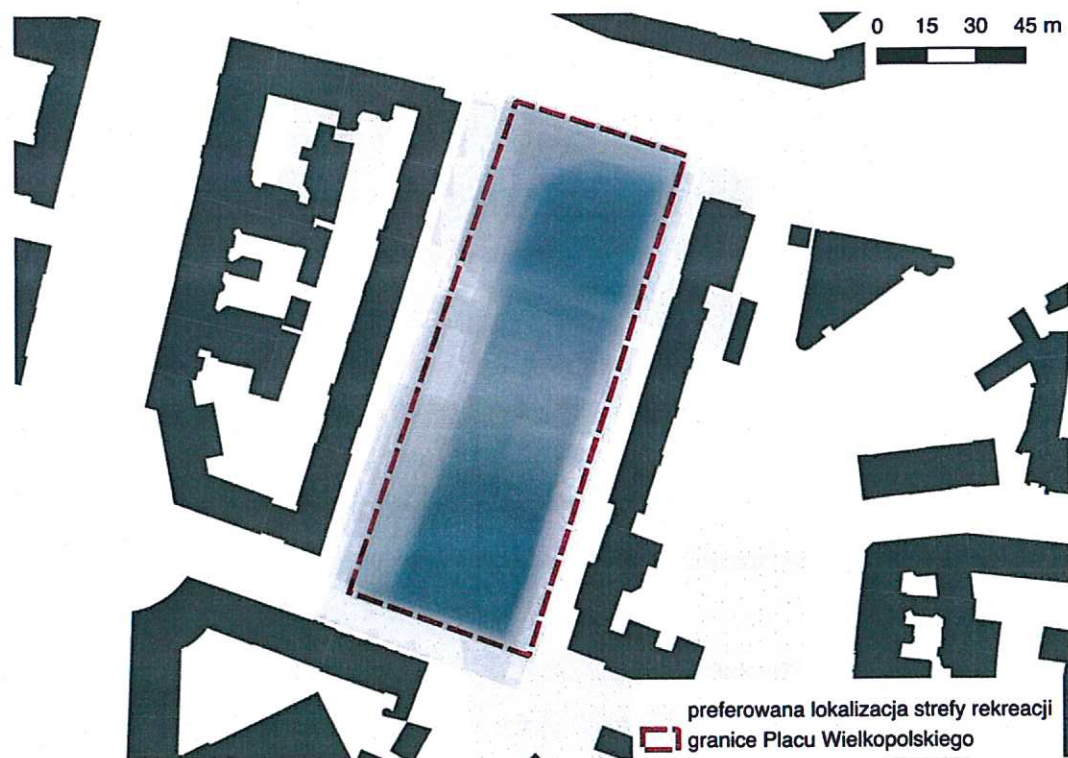


Ryc. 77. Struktura odpowiedzi respondentów na pytanie o ocenę powierzchni części targowiskowej Placu Wielkopolskiego.

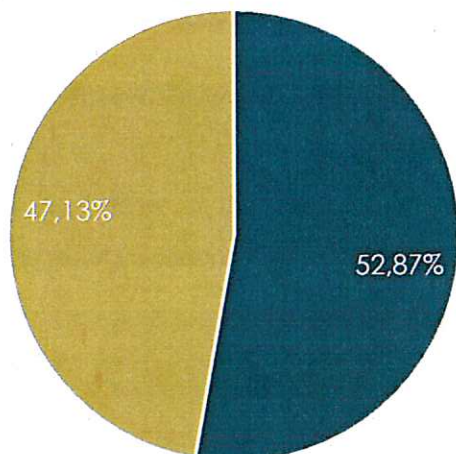
Istotnym elementem przeprowadzonych badań była kwestia funkcjonowania na Placu Wielkopolskim przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowych. Ich aktualna jakość została oceniona bardzo nisko (por. ryc. 66), a jednocześnie, jak wskazano wyżej, istnieje spore poparcie dla możliwości przeznaczenia na te cele nawet części obecnego targowiska. Mając do wyboru dwie opcje dla lokalizacji przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowej:

- tak jak obecnie, czyli mniejszy skwer przy pawilonach kwiatowych i większa przestrzeń w północnej części placu (przy ul. Solnej),
- zmianę lokalizacji, czyli przesunięcie targowiska na północ w stronę ul. Solnej i wygospodarowanie większej części rekreacyjno-wypoczynkowej w uwolnionej od handlu środkowej lub południowej części Placu,

uczestnicy ankiety podzielili się praktycznie po połowie (53 do 47%).



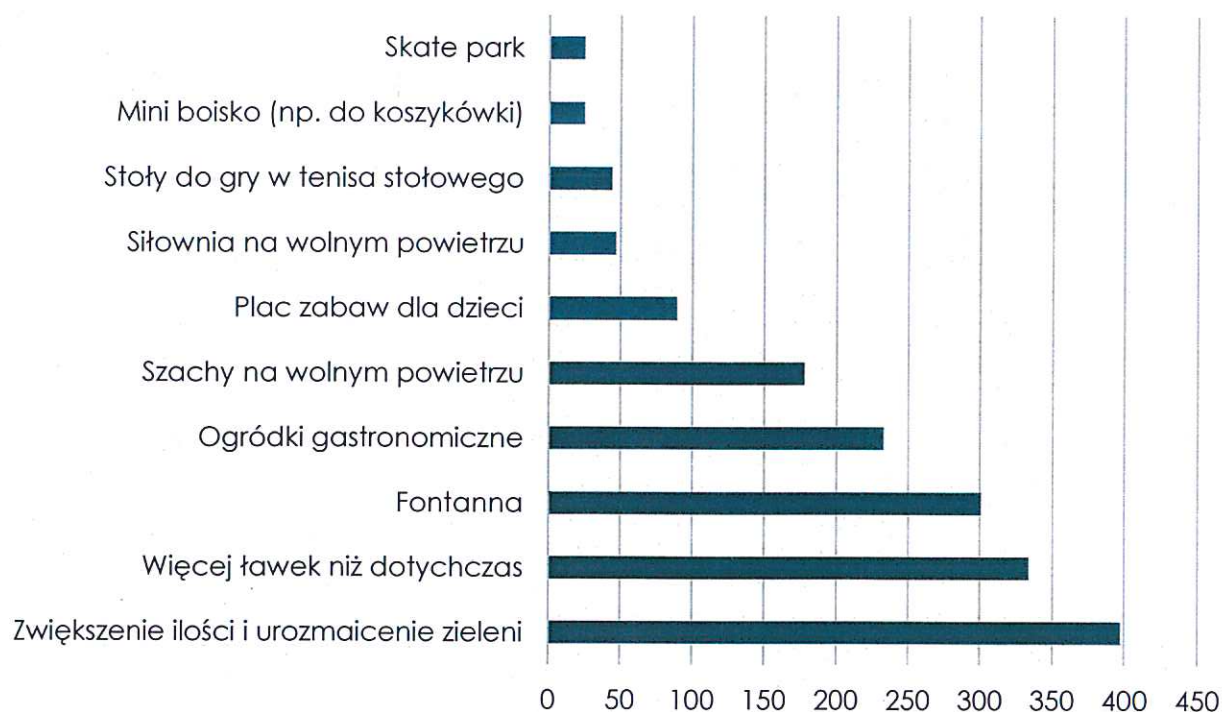
Ryc. 78. Preferowana lokalizacja strefy rekreacyjnej na Placu Wielkopolskim.



- Tak jak obecnie, czyli mniejszy skwer przy pawilonach kwiatowych i większa przestrzeń w północnej części placu (przy ul. Solnej)
- Zmiana lokalizacji, czyli przesunięcie targowiska na północ w stronę ul. Solnej i wygospodarowanie większej części rekreacyjno-wypoczynkowej w uwolnionej od handlu środkowej lub południowej części Placu

Ryc. 79. Struktura odpowiedzi w zakresie preferowanej lokalizacji przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowej.

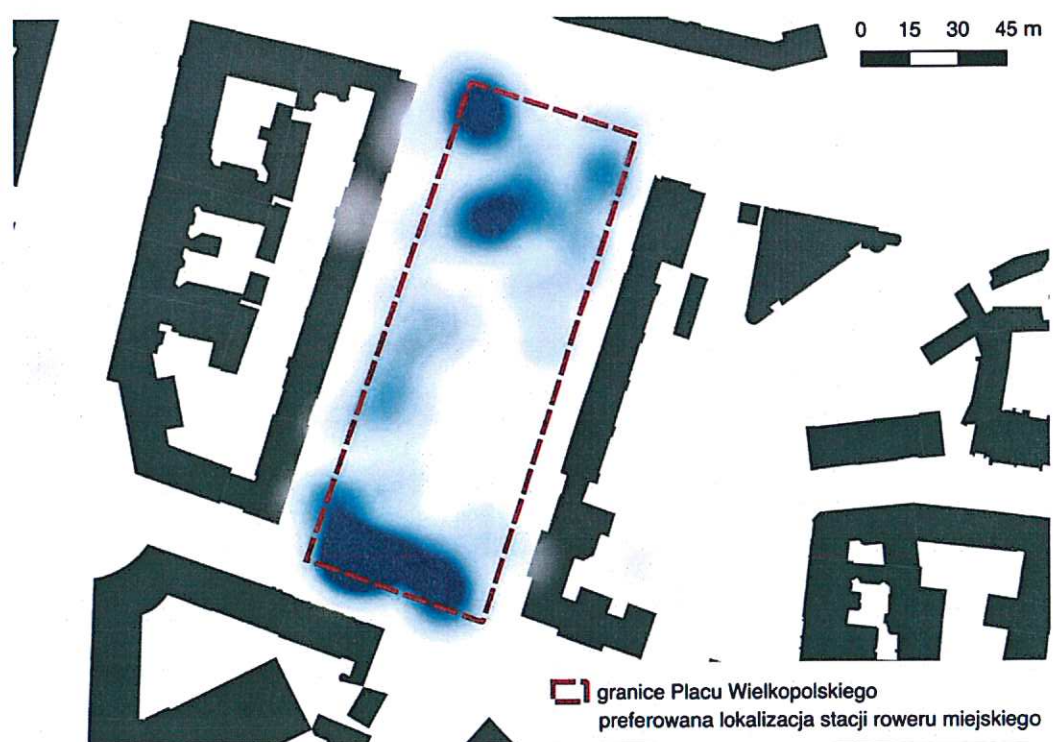
Spśród konkretnych elementów zagospodarowania rekreacyjno-wypoczynkowej, respondenci najchętniej wskazywali zwiększenie ilości i urozmaicenie zieleni (84%), dość duże poparcie uzyskały także takie propozycje jak zwiększenie liczby ławek (71%), fontanna (64%), ogródki gastronomiczne (49%) i stoły do szachów (38%). Mniejszą aprobatę wykazano wobec innych elementów wyposażenia rekreacyjnego (plac zabaw, siłownia na wolnym powietrzu, stoły do ping-ponga, skate-park, mini-boisko).



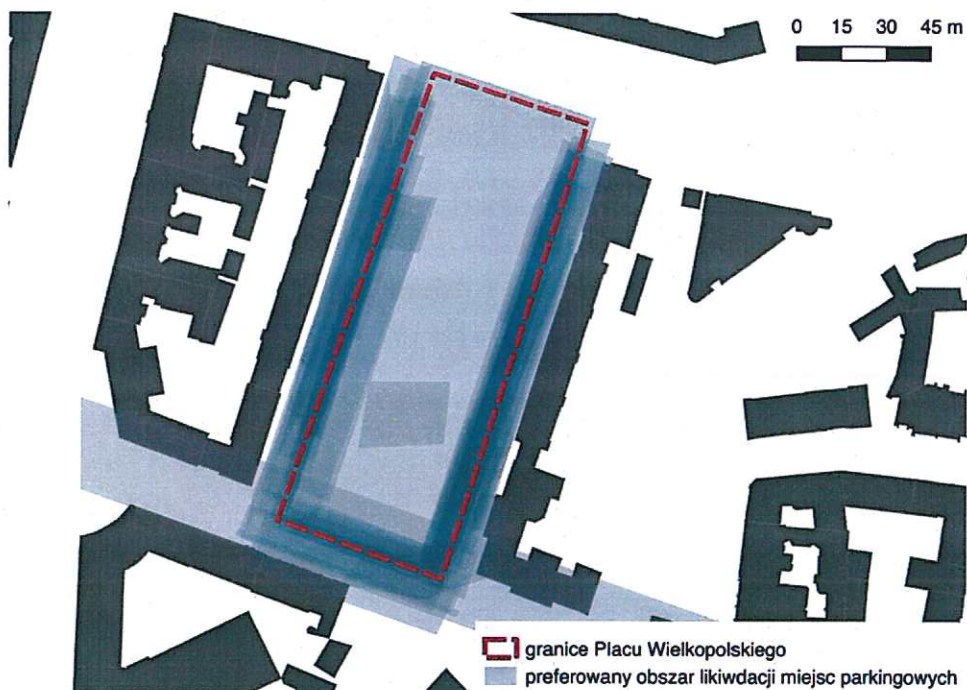
Ryc. 80. Ranking elementów zagospodarowania części rekreacyjno-wypoczynkowej Placu Wielkopolskiego według liczby wskazań.

W zakresie układu komunikacyjnego akceptowaną zmianą jest wprowadzenie stacji roweru miejskiego (lokalizacje z mapy), którą popiera 71% badanych oraz lokalizacja przystanku autobusowego na Solnej na wysokości Placu Wielkopolskiego (67%). Nie zyskała natomiast uznania propozycja przeniesienia przystanku tramwajowego bliżej ulicy Solnej (70% głosów na nie). Duże kontrowersje budzą

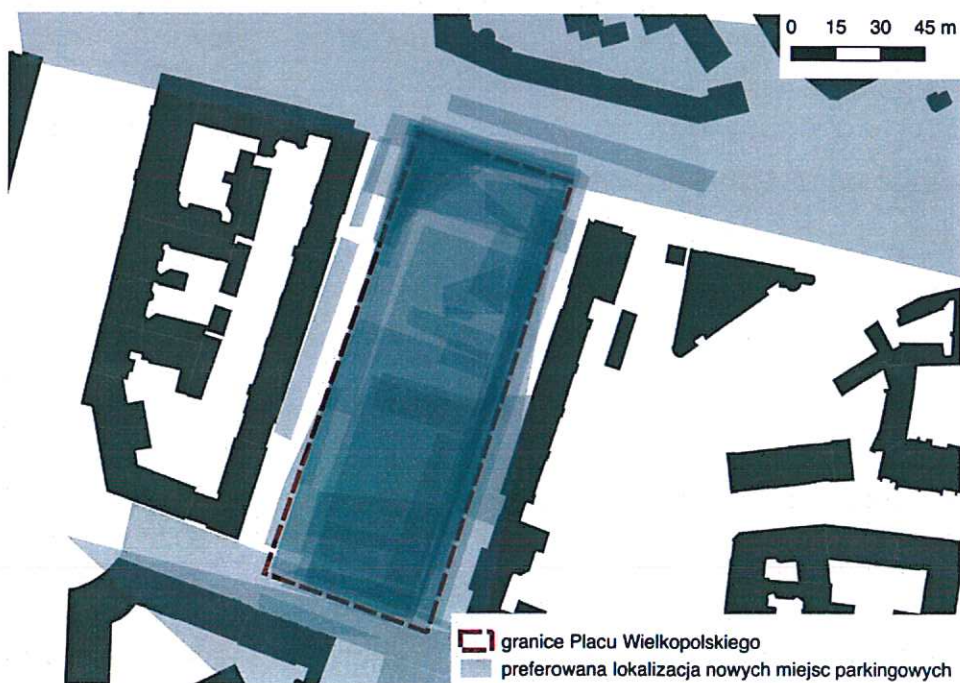
propozycje dotyczące miejsc parkingowych. Zarówno ich ograniczenie jak i zwiększenie liczby nie spotykają się z akceptacją większości ankietowanych, przy czym wyższe jest poparcie dla drugiej z prezentowanych opcji (41% w stosunku do 31%). Ograniczenie miejsc parkingowych budzi sprzeciw 64% respondentów, 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.



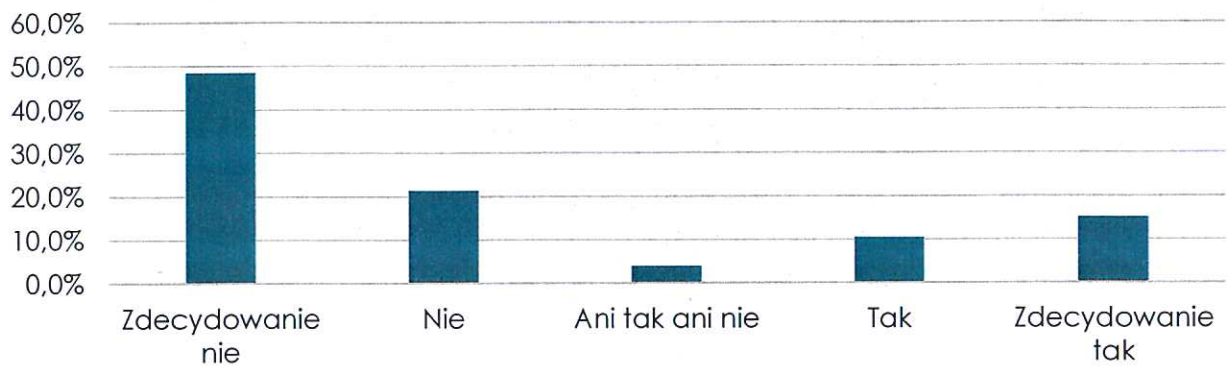
Ryc. 81. Preferowana przez respondentów lokalizacja stacji roweru miejskiego.



Ryc. 82. Preferowany przez respondentów obszar likwidacji miejsc parkingowych.



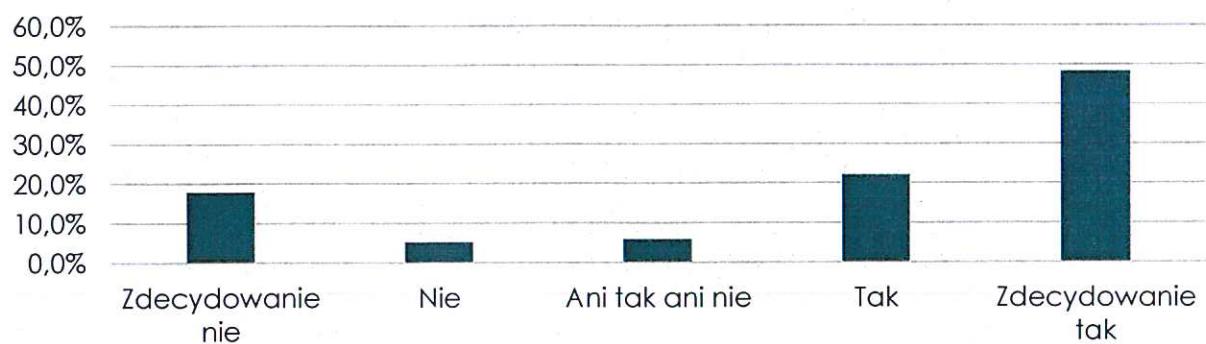
Ryc. 83. Preferowany przez respondentów obszar lokalizacji nowych miejsc parkingowych.



Ryc. 84. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za przeniesieniem przystanku tramwajowego na ulicy Solnej?”



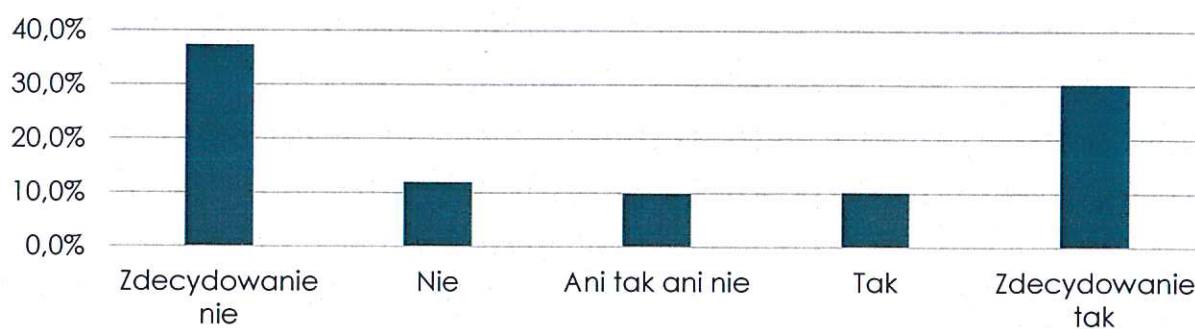
Ryc. 85. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za lokalizacją przystanku autobusowego na ul. Solnej na wysokości Placu Wielkopolskiego?”



Ryc. 86. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za utworzeniem na Placu Wielkopolskim stacji dla rowerów miejskich?”



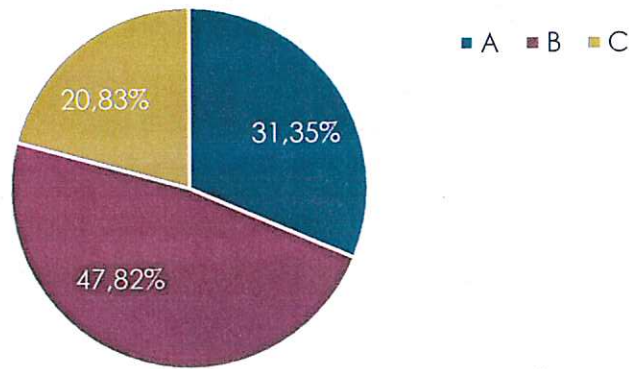
Ryc. 87. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za ograniczeniem na Placu Wielkopolskim liczby miejsc parkingowych?”



Ryc. 88. Struktura odpowiedzi na pytanie „Czy jest Pan/i za zwiększeniem na Placu Wielkopolskim liczby miejsc parkingowych?”

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

- A. Bez radykalnych zmian – istniejące targowisko w nowej lepszej jakości;
- B. Zmodernizowane targowisko z nowym rozmieszczeniem straganów i stref rekreacyjno-wypoczynkowych;
- C. Targowisko ze straganami mobilnymi (codziennie rozkładanymi i składanymi po godzinach handlu), przestrzeń placu uwolniona wieczorami i w dni większych wydarzeń społeczno-kulturalnych.



Ryc. 89. Struktura preferencji w zakresie poszczególnych wariantów przyszłego zagospodarowania Placu Wielkopolskiego.

Największe poparcie uzyskał wariant B (48%), a drugi w kolejności był wariant A (31%). Najbardziej radykalny wariant C spotkał się ze znacznie mniejszą akceptacją (21%). 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 podniesienia jakości elementów rekreacyjno-wypoczynkowych. Jednocześnie dużą akceptację (powyżej 60%) uzyskują propozycje organizacji na placu targów okolicznościowych oraz festiwali żywności i produktów regionalnych, choć skala tego poparcia jest mniejsza niż w przypadku Placu Bernardyńskiego. Rekomendowanym rozwiązaniem dla Placu Wielkopolskiego jest:

- kompleksowa modernizacja targowiska z nową aranżacją przestrzeni, umożliwiającą specjalizację tematyczną poszczególnych części i wygospodarowanie nowej przestrzeni rekreacyjno-wypoczynkowej o wysokiej jakości;
- 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, wystrój i aranżacja straganów).



Ryc. 90. Ranking wydarzeń, które powinny być zorganizowane na zmodernizowanym Placu Wielkopolskim według liczby wskazań respondentów.