

A photograph of a market stall filled with various vegetables. In the foreground, there are large bunches of carrots, leeks, and potatoes. Behind them, crates are filled with red onions, white onions, and garlic. A woman is visible in the background, looking at her phone. The stall is covered by a green and white striped awning.

Raport z konsultacji społecznych dotyczących przyszłości Rynku Jeżyckiego w Poznaniu

13 października 2017 r.

Zdjęcie: www.miastopoznaj.pl



Konsultujemy
Badania i konsultacje społeczne

Zleceniodawca i zespół badawczy

Badanie realizowane na zlecenie:

Urząd Miasta Poznania
Biuro Koordynacji Projektów

Wykonawca badania:



Zespół badawczy:

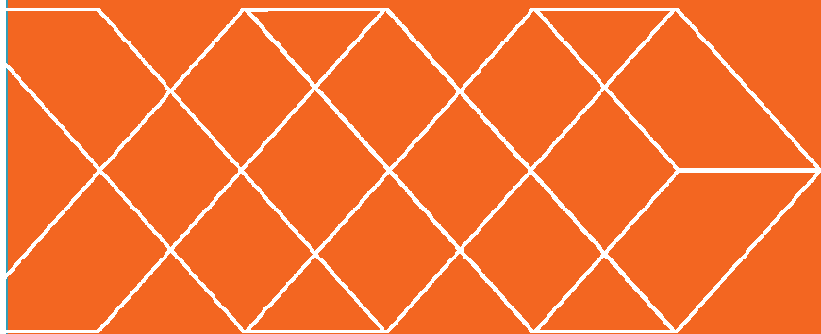
dr Maciej Milewicz
Krzysztof Mączka

Termin realizacji:

Wrzesień – Październik 2017 r.

Spis treści

Cele i sposób przeprowadzenia konsultacji	4
Wyniki	17
1. Jak docieramy na Rynek Jeżycki?	18
2. Skąd są klienci i kupcy z Rynku Jeżyckiego?	28
3. Zakupy na Rynku Jeżyckim (częstotliwość)	36
4. Ocena Rynku Jeżyckiego	40
5. Ocena propozycji zmian	49
6. Inne pomysły na Rynek Jeżycki – pytanie otwarte	58
7. Niechęć do zakupów na Rynku Jeżyckim - powody	63
8. Kupcy na Rynku Jeżyckim – parkowanie i rozładunek towarów	65
Podsumowanie	73



Cele i sposób przeprowadzenia konsultacji

Cele konsultacji

**Zebranie opinii dotyczących
zagospodarowania Rynku
Jeżyckiego.**

**Ocena proponowanych
rozwiązań**

Zaproponowanie rekomendacji

**Opinie zebrane w procesie konsultacji mają stanowić wkład do prac
projektowych dla tego terenu w przyszłości.**

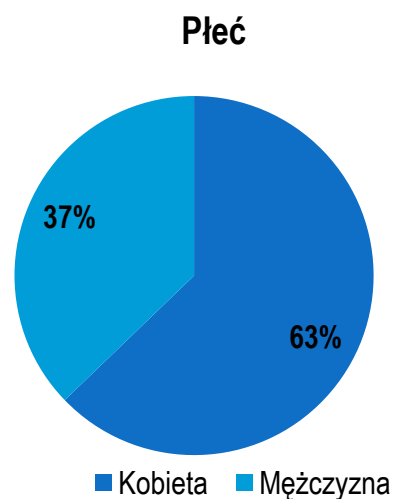
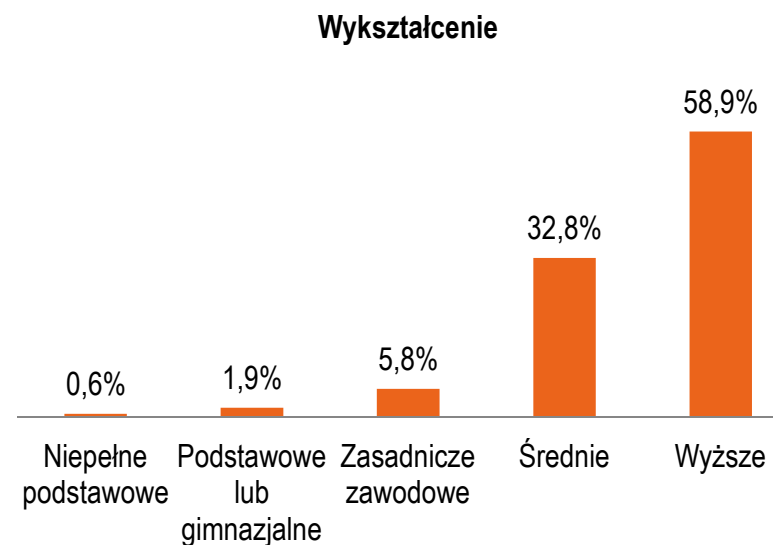
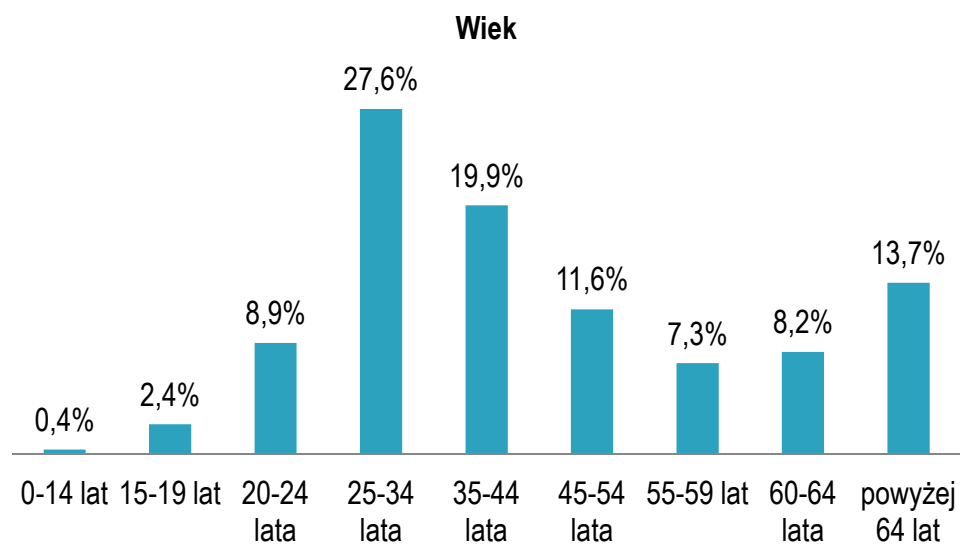


Metody pozyskiwania opinii



Razem: 1617 osób, które wypowiedziały się w konsultacjach społecznych!

Struktura uczestników konsultacji ogółem (N=1617)



Spacer badawczy i spotkanie z interesariuszami

W ramach przygotowań do procesu konsultacji zorganizowano spacer badawczy oraz spotkanie z kluczowymi interesariuszami. Odbyły się one 31 października o godzinie 15.00 na terenie Rynku Jeżyckiego.

Celem spaceru było wylistowanie głównych problemów związanych z funkcjonowaniem targowiska oraz wskazanie potencjalnych punktów do zbierania ankiet od klientów.

Spotkanie z interesariuszami poświęcone było doprecyzowaniu zakresu kwestionariuszy badawczych oraz scenariusza wywiadów indywidualnych. Poruszono na nim również kwestie organizacyjne związane z planowanym procesem konsultacji.

W spotkaniach wzięli udział przedstawiciele Stowarzyszenia Kupców Poznańskich, Spółki Targowiska, Rady Osiedla Jeżyce, Urzędu Miasta Poznania oraz firmy Konsultujemy.



Zdjęcia: Urząd Miasta Poznania

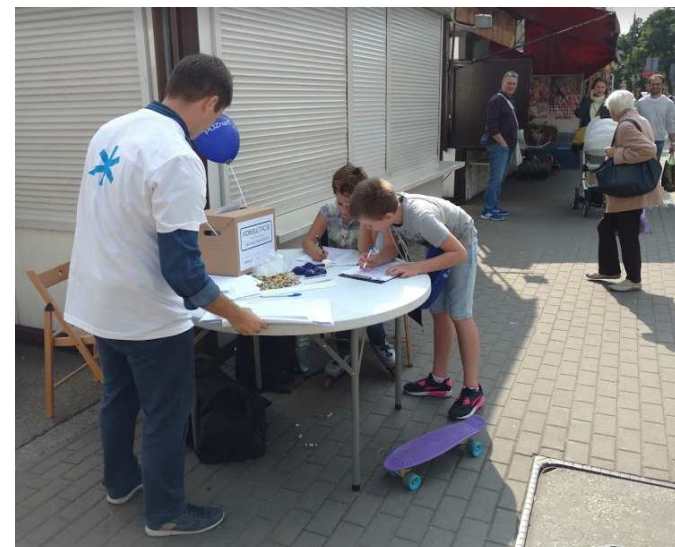
Badanie ankietowe w formie punktów konsultacyjnych (N=732)

Lokalizacje punktów: obligatoryjne i fakultatywne



Punkty działały rotacyjnie:

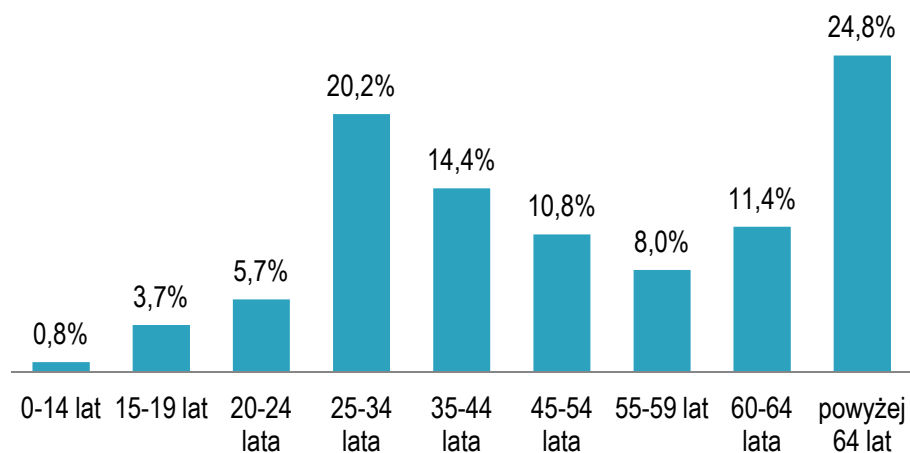
1. w sobotę 9 września, 3 punkty w godzinach od 9.00-14.30
2. w poniedziałek 11 września, 3 punkty w godzinach od 9.00-14.30
3. we wtorek 12 września, 3 punkty w godzinach od 9.00-12.30



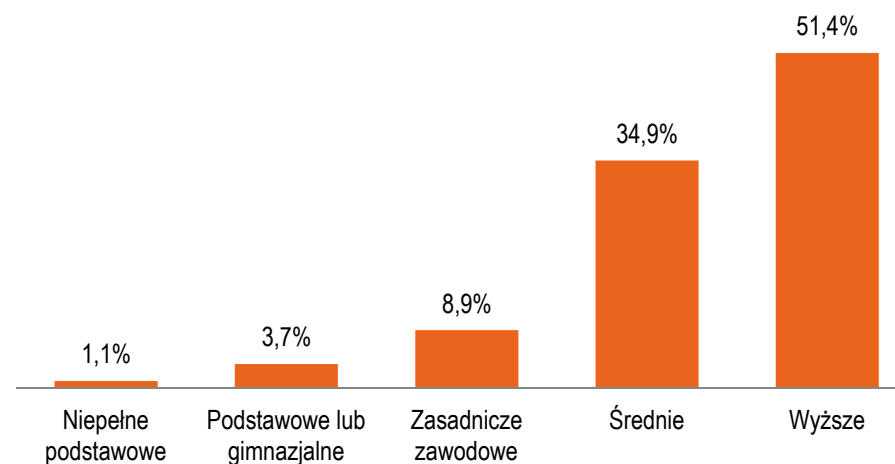
Konsultujemy
Badania i konsultacje społeczne

Struktura próby w punktach konsultacyjnych

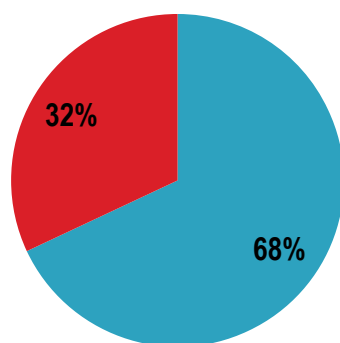
Wiek, N=721



Wykształcenie, N=722

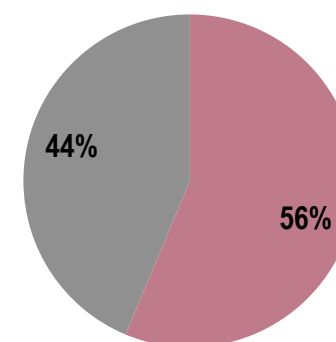


Płeć, N=725



■ Kobieta ■ Mężczyzna

Rodzaj respondenta, N=732



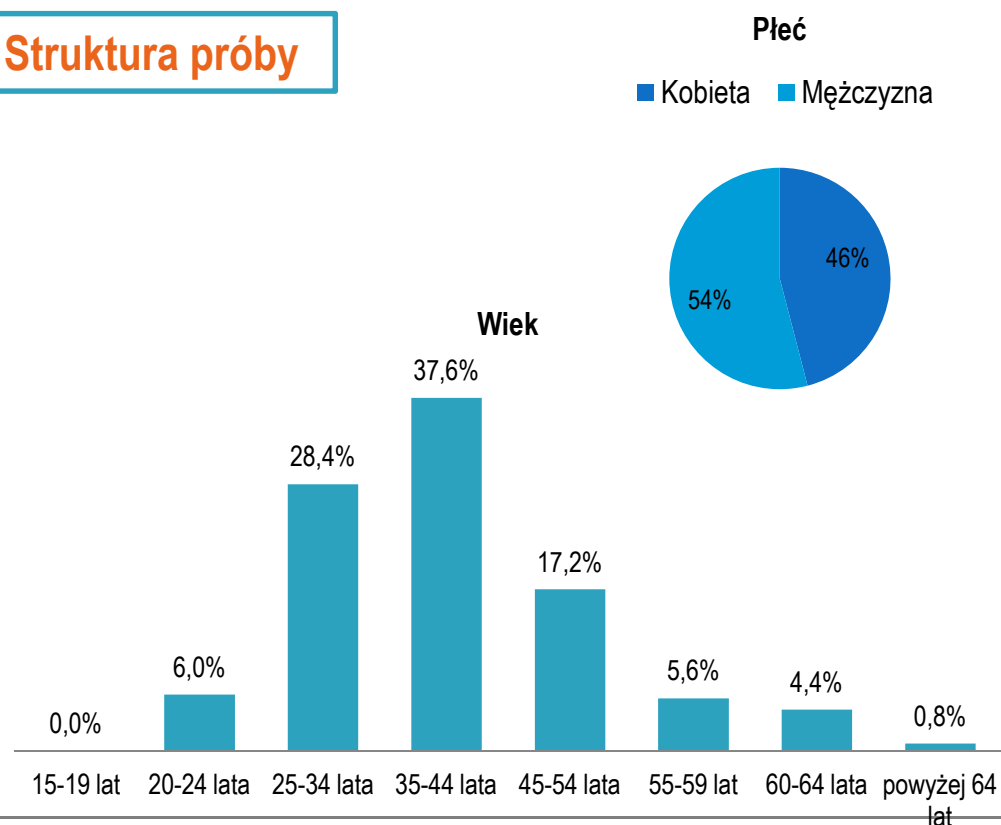
■ Co trzecia osoba wchodząca na Rynek ■ Ochotnik

Badanie telefoniczne CATI (N=250)

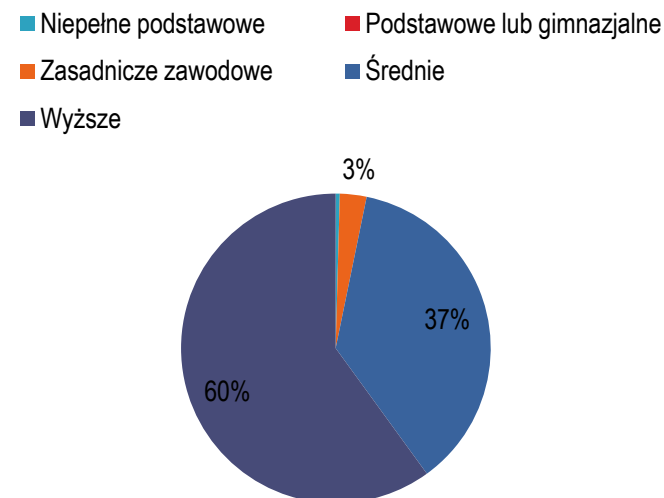
CATI to wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny (Computer Assisted Telephone Interviewing) obejmujący użytkowników telefonów komórkowych i stacjonarnych.

Badanie telefoniczne skierowane było do mieszkańców Jeżyc.

Struktura próby



Wykształcenie



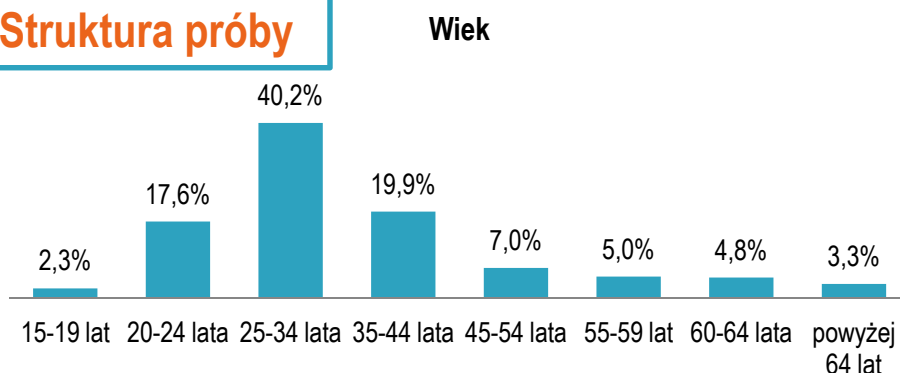
Konsultujemy
Badania i konsultacje społeczne

Badanie internetowe CAWI (N=483)

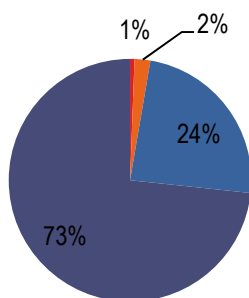
Badanie CAWI (Computer Assisted Web Interview) to przeprowadzeniu wywiadu z respondentem za pośrednictwem internetu. Kwestionariusz takiej ankiety umieszczony był na profilu fb Konsultujemy oraz na stronie www.poznan.pl/odnowa

Technika nie pozwala uzyskać wyników reprezentatywnych, gdyż wypełnienie ankiety zależy od zainteresowania respondenta.

Struktura próby

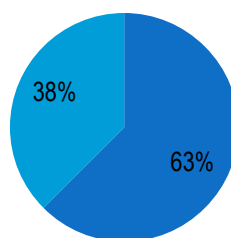


Wykształcenie



Płeć

■ Kobieta ■ Mężczyzna



- Niepełne podstawowe
- Zasadnicze zawodowe
- Wyższe
- Podstawowe lub gimnazjalne
- Średnie

Jaka przyszłość Rynku Jeżyckiego w Poznaniu? Zapraszamy do udziału w konsultacjach społecznych organizowanych przez Miasto Poznań, udostępnianie linka i wypełnienie krótkiej ankiety:

<http://bit.ly/2jjiRsP> ✓

fot. poznanmojemasto.com ✓



👤 Zasięg: 28 865 osób

Zobacz wyniki

👍 Lubię to!

💬 Komentarze

🔄 Udostępnij

👍❤️😄 355

Chronologicznie

66 udostępnień



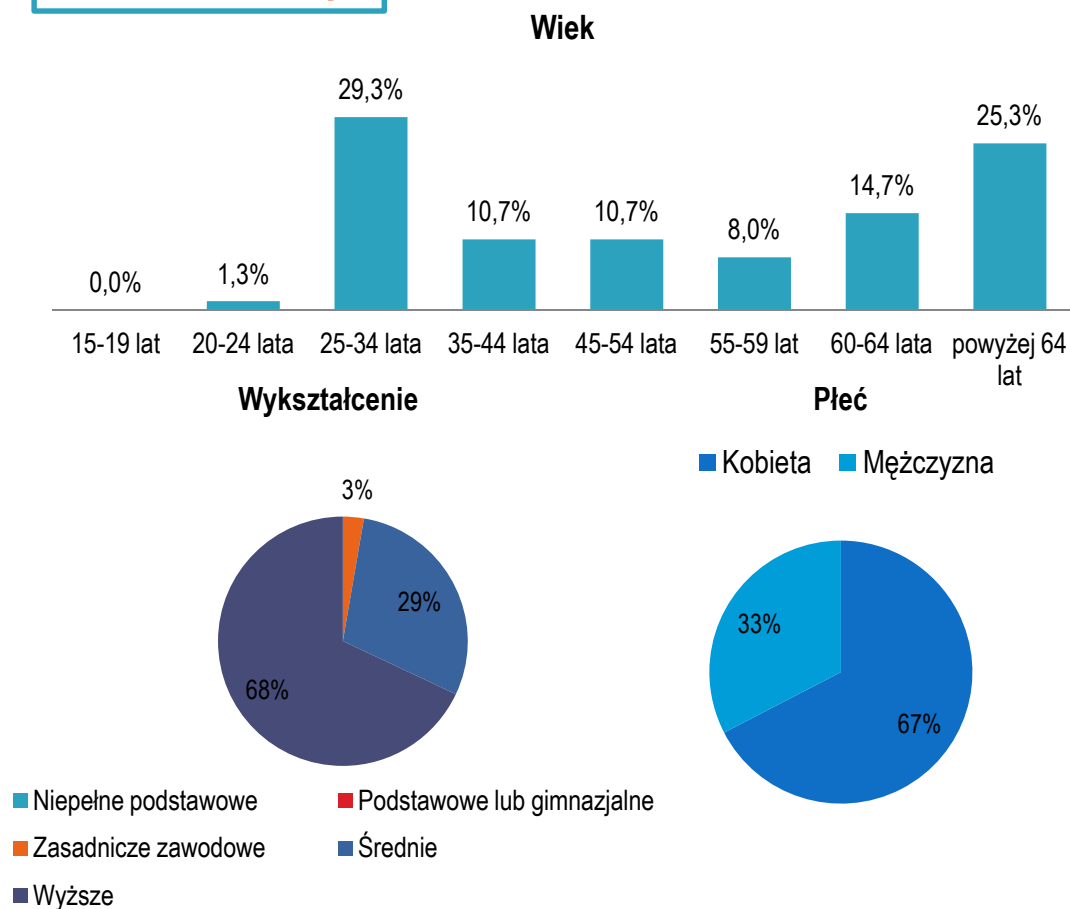
Konsultujemy

Badania i konsultacje społeczne

Badanie ankietowe pocztowe (N=75)

W ramach konsultacji dostarczono za pośrednictwem Poczty Polskiej kwestionariusze do 2000 spośród ponad 6000 gospodarstw domowych. Można było je oddać w dwóch punktach zlokalizowanych na Rynku Jeżyckim (kwiaciarnia Patrycja) i w jego bliskim sąsiedztwie (cukiernia Elite).

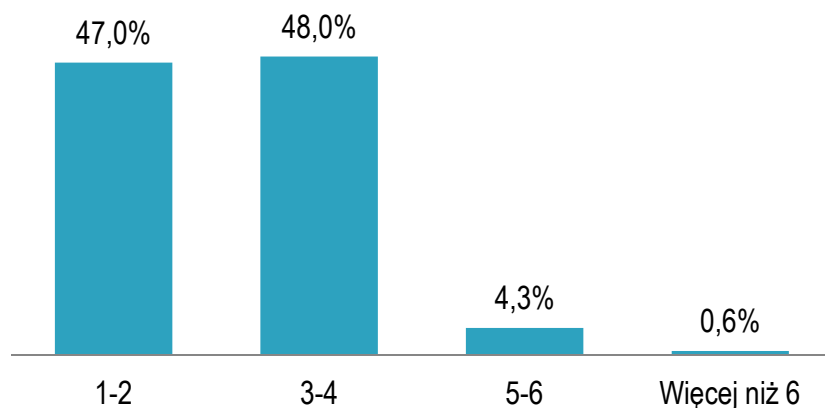
Struktura próby



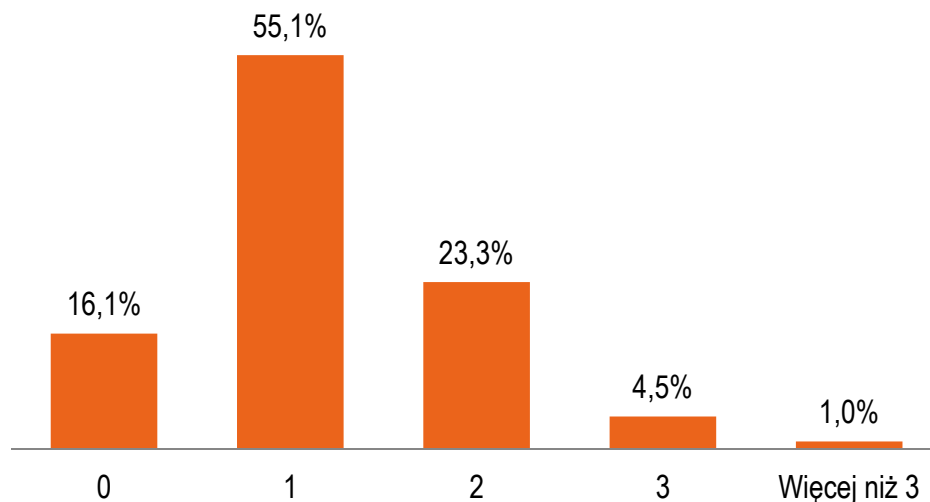
UP	Obszar	Łączna liczba punktów adresowych gospodarstw domowych po uwzględnieniu zastrzeżeń	Próba liczby całkowite
Poznań 2	Asnyka (cała)	62	19
Poznań 37	Dąbrowskiego (od skrzyżowania ze Staszica do skrzyżowania z Kochanowskiego)	559	172
Poznań 2		678	208
Poznań 2	Kochanowskiego (cała)	212	65
Poznań 37	Kościelna (od skrzyżowania z Dąbrowskiego do skrzyżowania z Poznańską)	1135	349
Poznań 37	Kraszewskiego (od skrzyżowania z Sienkiewicza do skrzyżowania z Dąbrowskiego)	242	74
Poznań 2	Mansfelda (cała)	11	3
Poznań 2	Mikołaja Reja (cała)	89	27
Poznań 2	Plac Adama Asnyka (cała)	57	18
Poznań 37	Poznańska (od skrzyżowania z Kościelną do skrzyżowania z Kochanowskiego)	662	204
Poznań 2	Prusa (cała)	300	92
Poznań 2	Romka Strzałkowskiego (cała)	276	85
Poznań 2	Rynek Jeżycki (cała)	25	8
Poznań 2	Sienkiewicza (od skrzyżowania z Kochanowskiego do skrzyżowania z Kraszewskiego)	213	65
Poznań 2	Słowackiego (od skrzyżowania z Wawrzyniaka do skrzyżowania z Kochanowskiego)	400	123
Poznań 37		38	12
Poznań 37	Staszica (cała)	516	159
Poznań 37	Szamarzewskiego (od skrzyżowania z Kraszewskiego do skrzyżowania ze Staszica)	563	173
Poznań 37	Wawrzyniaka (od skrzyżowania z Szamarzewskiego do skrzyżowania z Dąbrowskiego)	207	64
Poznań 2	Żurawia (cała)	259	80
	Razem	6504	2000

Struktura próby – mieszkańcy Jeżyc (CATI, CAWI, poczta) – dodatkowe informacje

Liczba osób zamieszkujących w gospodarstwie domowym, N=808

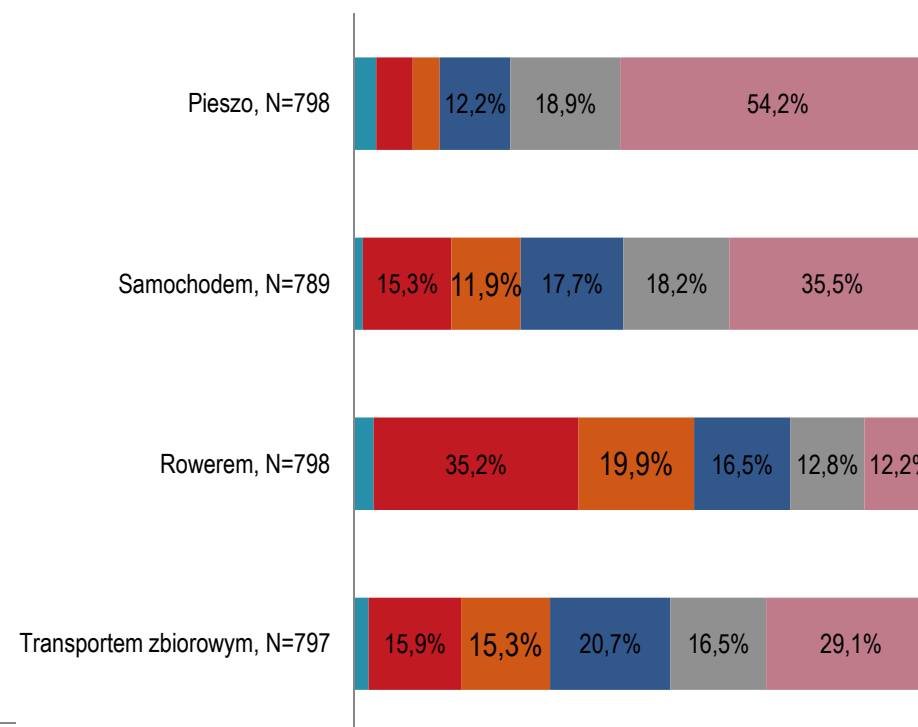


Liczba samochodów, N=806



W jaki sposób przemieszcza się P. po Poznaniu?

- Nie umiem ocenić
- Nigdy
- Raz w miesiącu lub rzadziej
- Kilka razy w miesiącu (w 2-7 dni miesiąca)
- Kilka razy w tygodniu
- Codziennie lub prawie codziennie (w 4-6 dni tygodnia)



Kupcy – badanie ankietą audytoryjną (N=62)

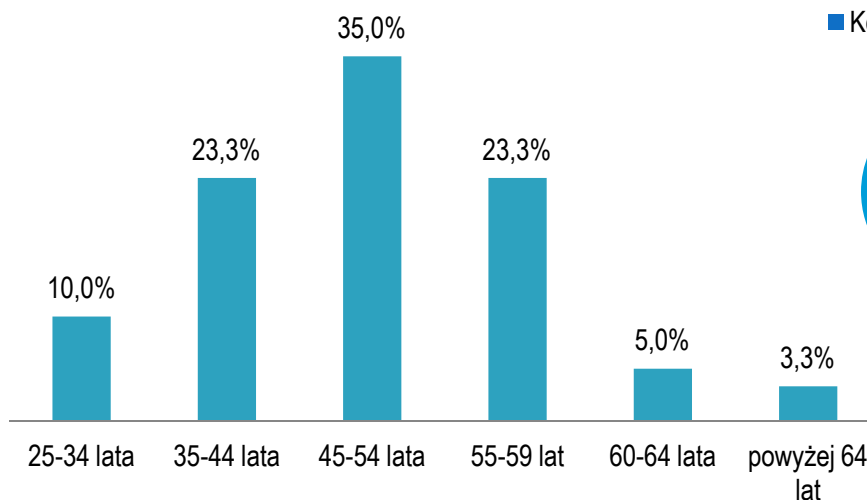
Kwestionariusze ankiety zostały rozdyskrybuowane i zebrane wśród osób kupców handlujących na Rynku Jeżyckim za pośrednictwem Stowarzyszenia Kupców Poznańskich. Z rozdanych 100 kwestionariuszy zebrano 60 wypełnionych ankiet. Dodatkowo przeprowadzono 15 indywidualnych wywiadów pogłębionych, z których raport znajduje się w osobnym dokumencie.

Struktura próby



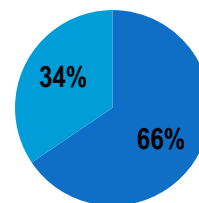
Zdjęcie: www.gloswielkopolski.pl

Wiek

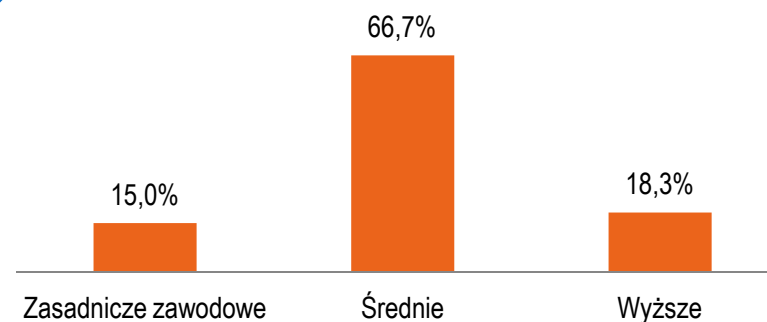


Płeć

■ Kobieta ■ Mężczyzna



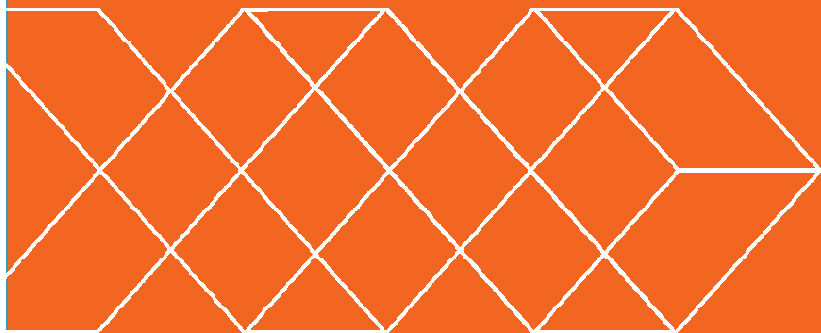
Wykształcenie



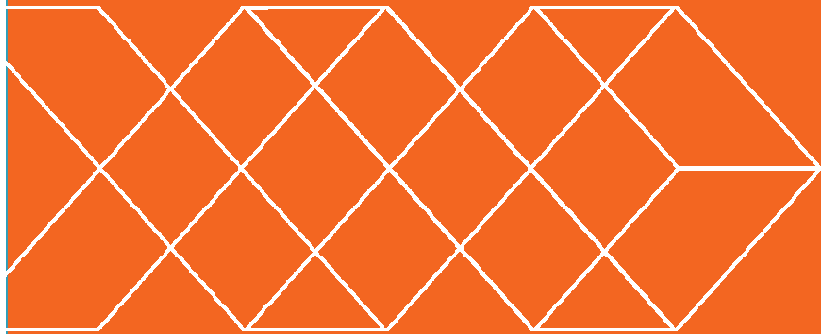
Konsultujemy
Badania i konsultacje społeczne

Liczba odmów

Sposób zbierania danych	Liczba odmów
Punkty konsultacyjne N=732	962
09-09-2017 (sobota):	206
11-09-2017 (poniedziałek):	390
12-09-2017 (wtorek):	366
Ankieta pocztowa N=75	1925 (dostarczono 2000 ankiet)
Ankiety audytoryjna – kupcy N=62	38 (dostarczono 100 ankiet)



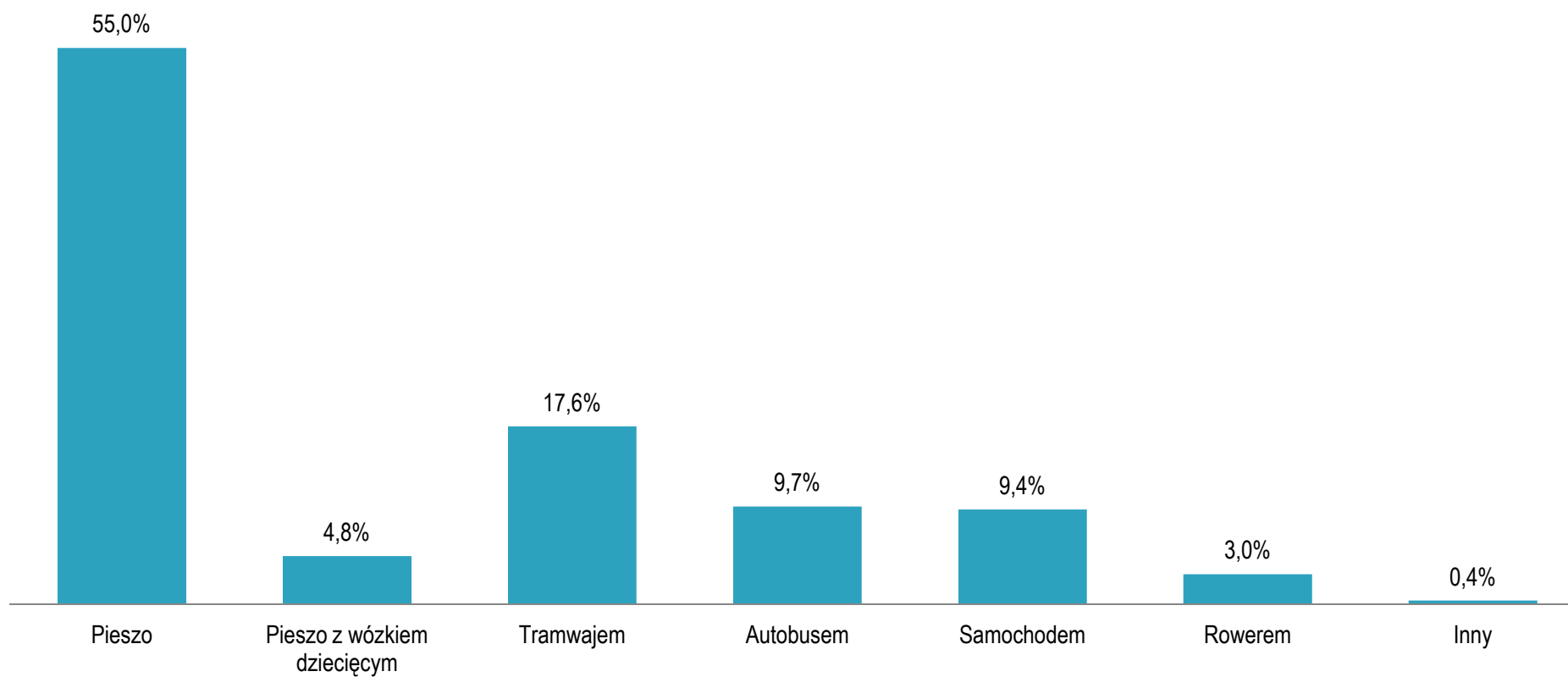
Wyniki



1. Jak docieramy na Rynek Jeżycki?

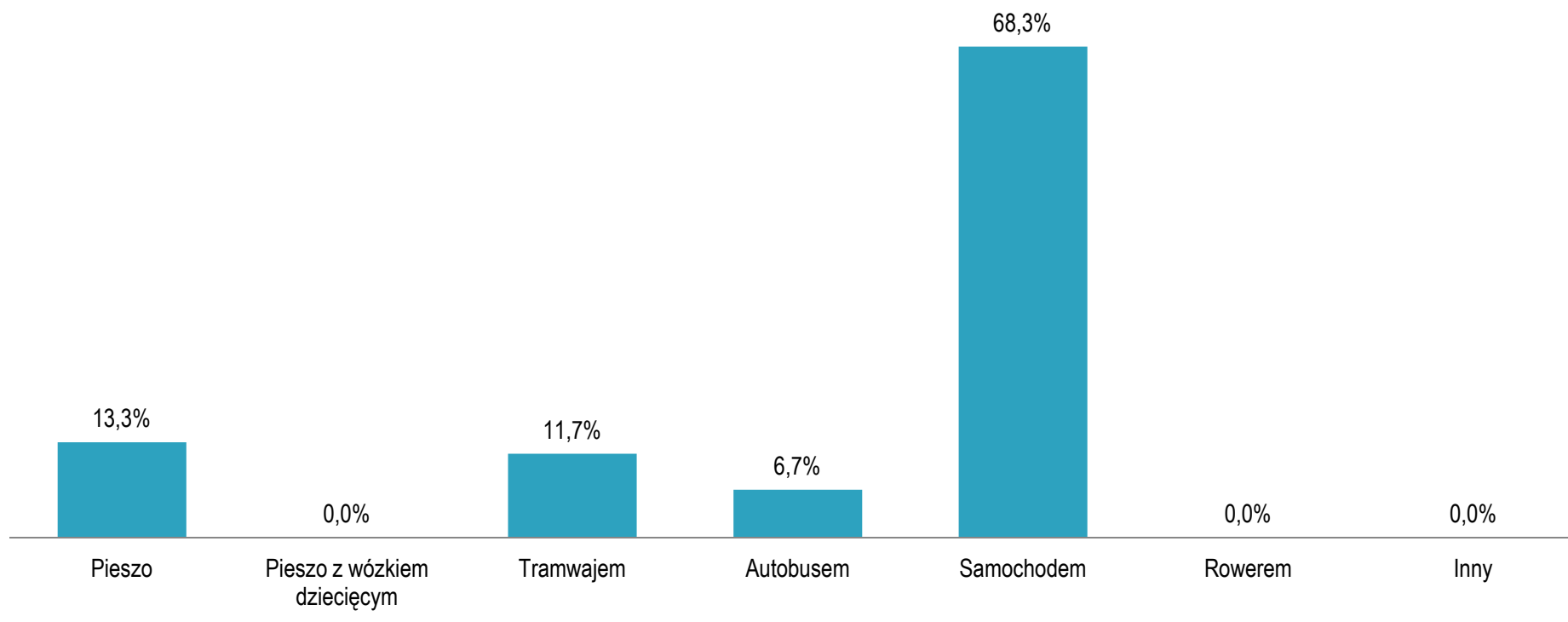
W jaki sposób dziś P. tu dotarł? (N=709)

Klienci Rynku Jeżyckiego - w dniu przeprowadzania badania - w zdecydowanej większości dotarli do targowiska pieszo (55% oraz pieszo z wózkiem dziecięcym 4,8%) lub komunikacją publiczną (tramwajem 17,6%, autobusem 9,7%). Co dziesiąty przyjechał na Rynek samochodem (9,4%).



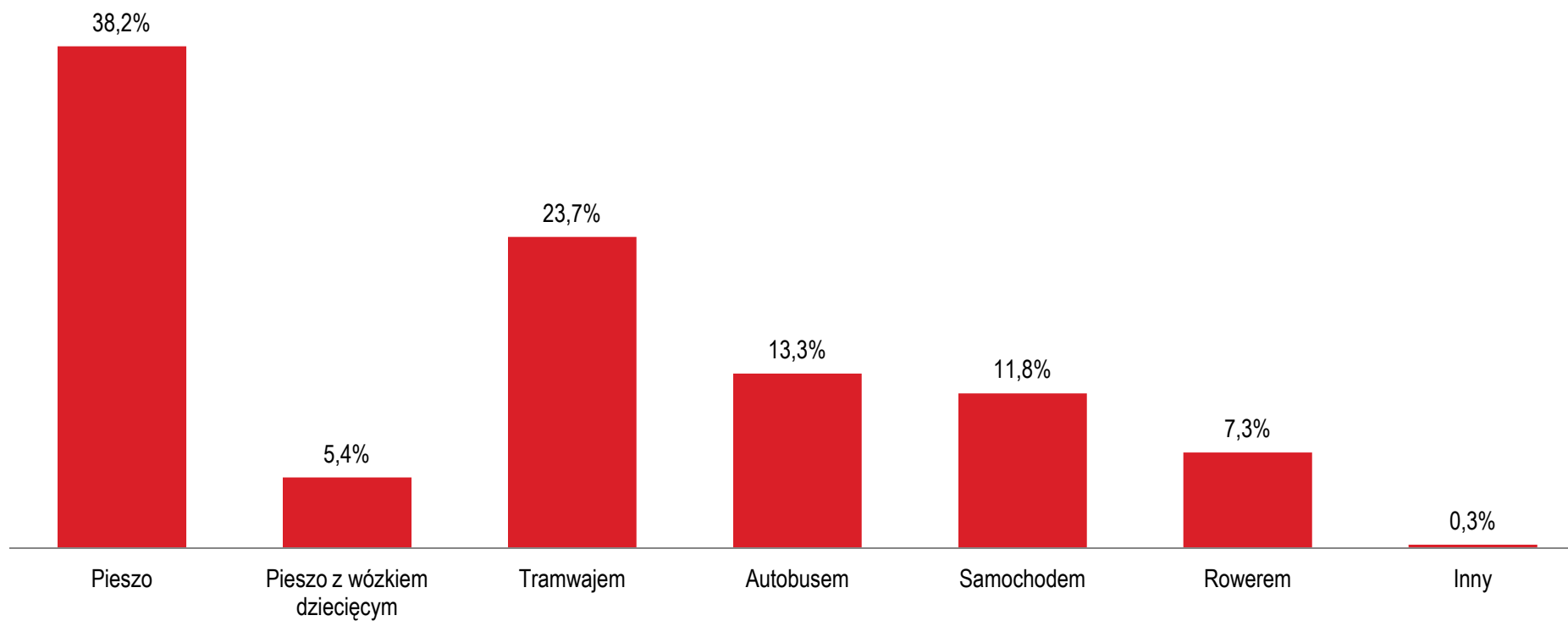
W jaki sposób dziś P. tu dotarł? (N=60)

W przypadku kupców, zdecydowana większość z nich dotarła na Rynek samochodem (68,3%). Prawie co piąty z nich dotarł na Rynek środkami komunikacji publicznej (tramwajem 11,7%, autobusem 6,7%).



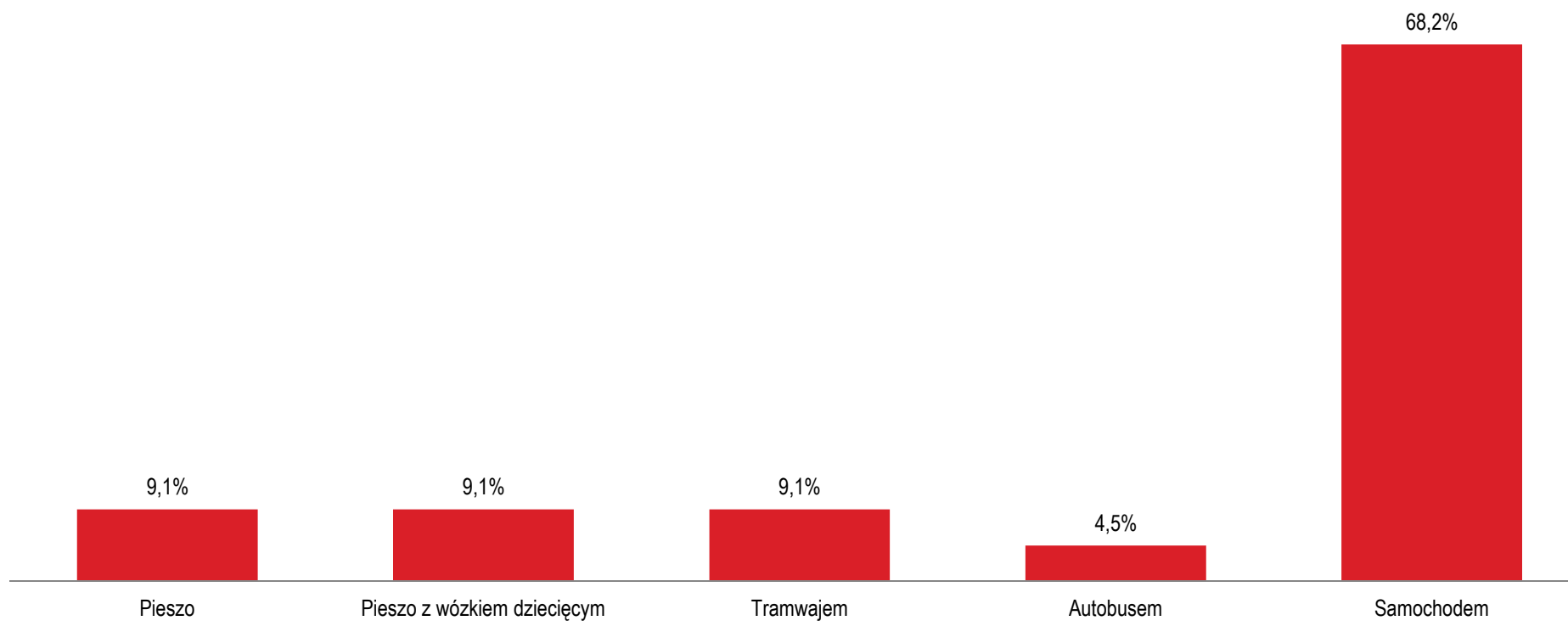
Czy zdarza się, że dociera tu P. w inny sposób? W jaki? (N=668)

Innym sposobem docierania przez klientów do Rynku Jeżyckiego jest docieranie pieszo (38,2%) oraz transportem publicznym (tramwajem 23,7%, autobusem 13,3%). Prawie co ósmy (11,8%) dociera samochodem.



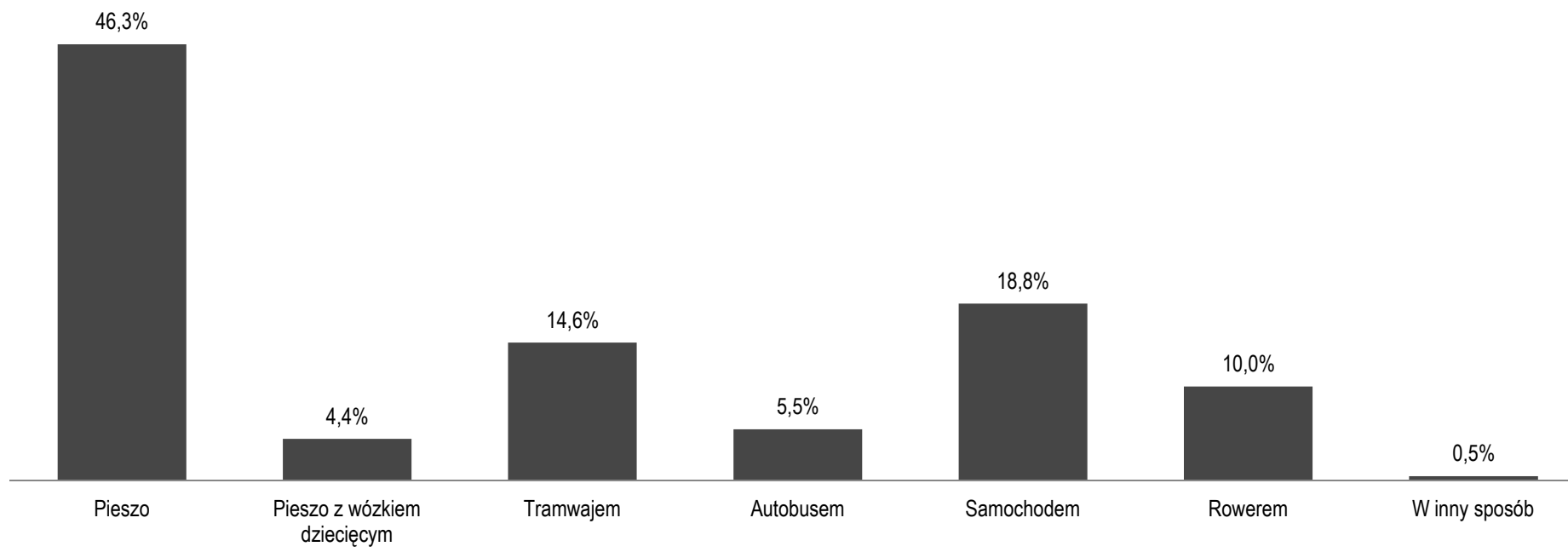
Czy zdarza się, że dociera tu P. w inny sposób? W jaki? (N=22)

W przypadku kupców inną formą docierania do Rynku jest głównie transport samochodowy (68,2%).



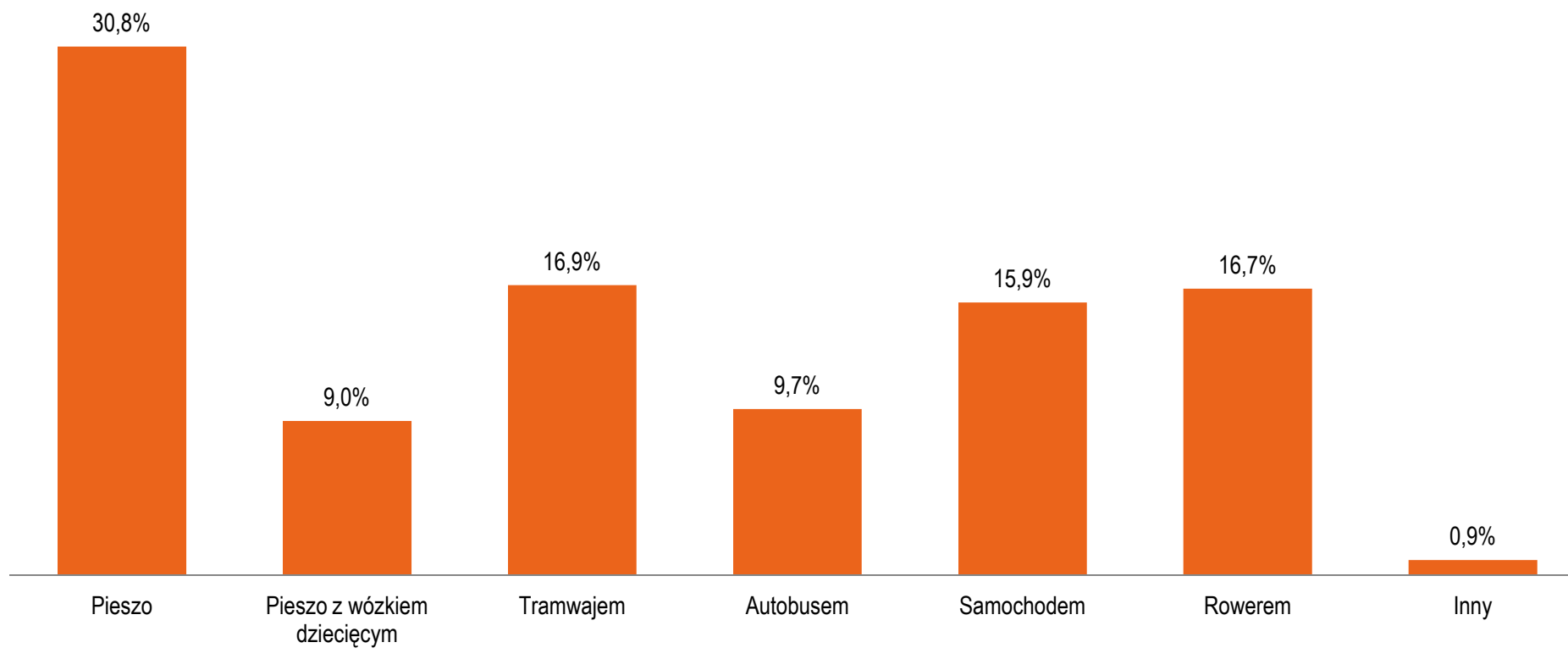
W jaki sposób dociera P. najczęściej na targowisko na Rynku Jeżyckim? (N=1284)

Mieszkańcy Jeżyc najczęściej docierają na Rynek pieszo (46,3% oraz 4,4% pieszo z wózkiem), rzadziej samochodem (18,8%) czy transportem zbiorowym (tramwajem 14,6%, autobusem 5,5%). Co dziesiąty z mieszkańców dojeżdża do Rynku rowerem (10%).



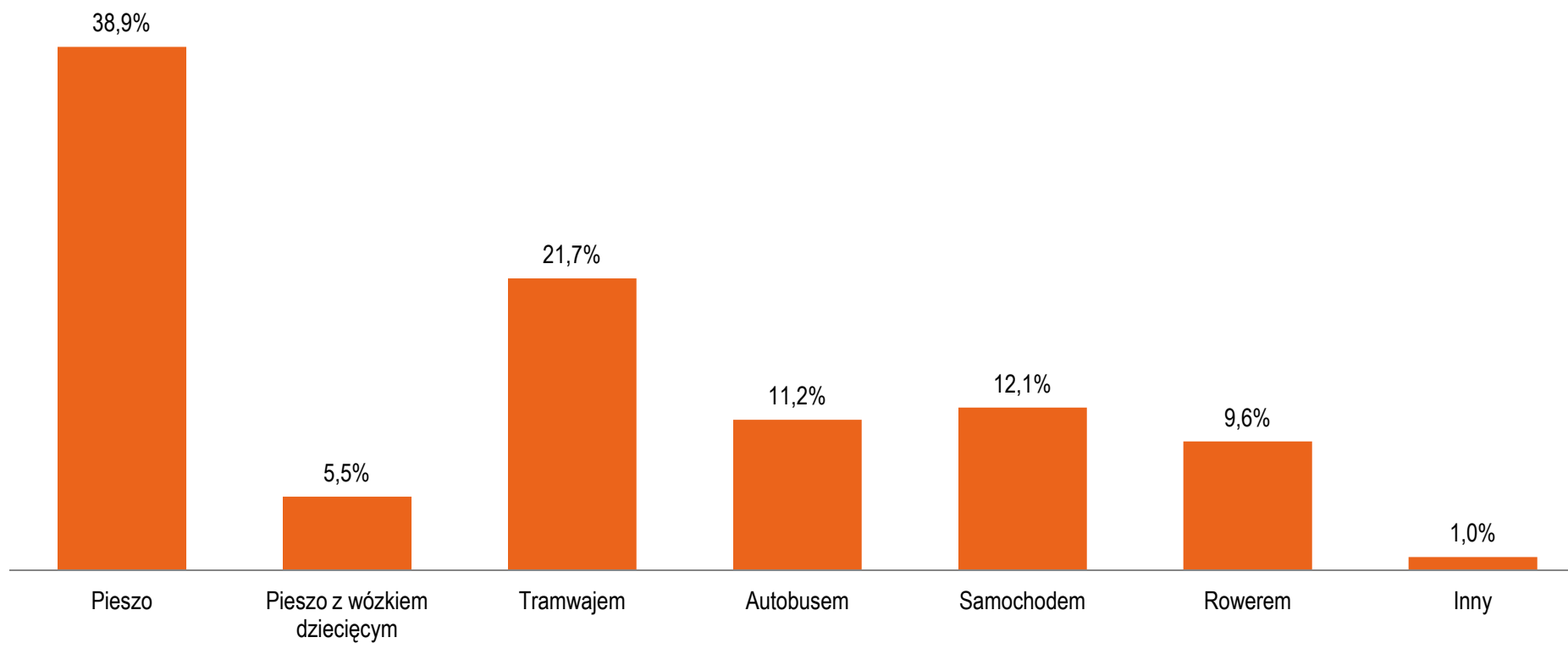
W jaki sposób najbardziej chciałby P. docierać na targowisko na Rynku Jeżyckim? (N=1888)

Najbardziej pożądanym środkiem transportu na Rynek Jeżycki jest poruszanie się pieszo (30,8% oraz 9% pieszo z wózkiem dziecięcym) oraz komunikacją publiczną (tramwajem 16,9% i autobusem 9,7%). Docierając do Rynku uczestnicy konsultacji nieco częściej preferowali rower (16,7%) niż samochód (15,9%).



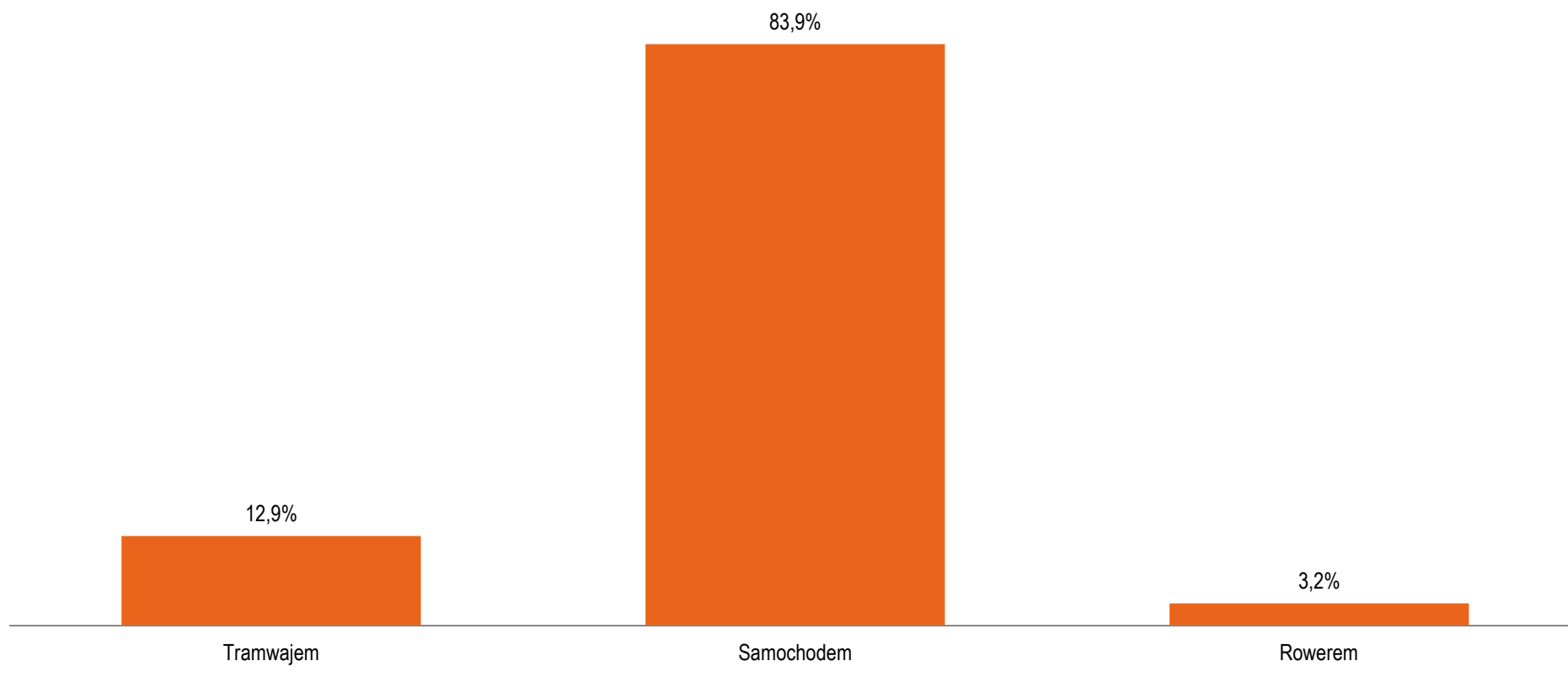
W jaki sposób najbardziej chciałby P. docierać na targowisko na Rynku Jeżyckim? (N=678)

Najbardziej pożądanym środkiem transportu na Rynek Jeżycki z punktu widzenia klientów jest poruszanie się pieszo (38,9% oraz 5,5% wózkiem dziecięcym) oraz transport zbiorowy (tramwaj 21,7% i autobus 11,2%). Co ósmy chciałby docierać na zakupy samochodem (12,1%), a co dziesiąty (9,6%) rowerem.



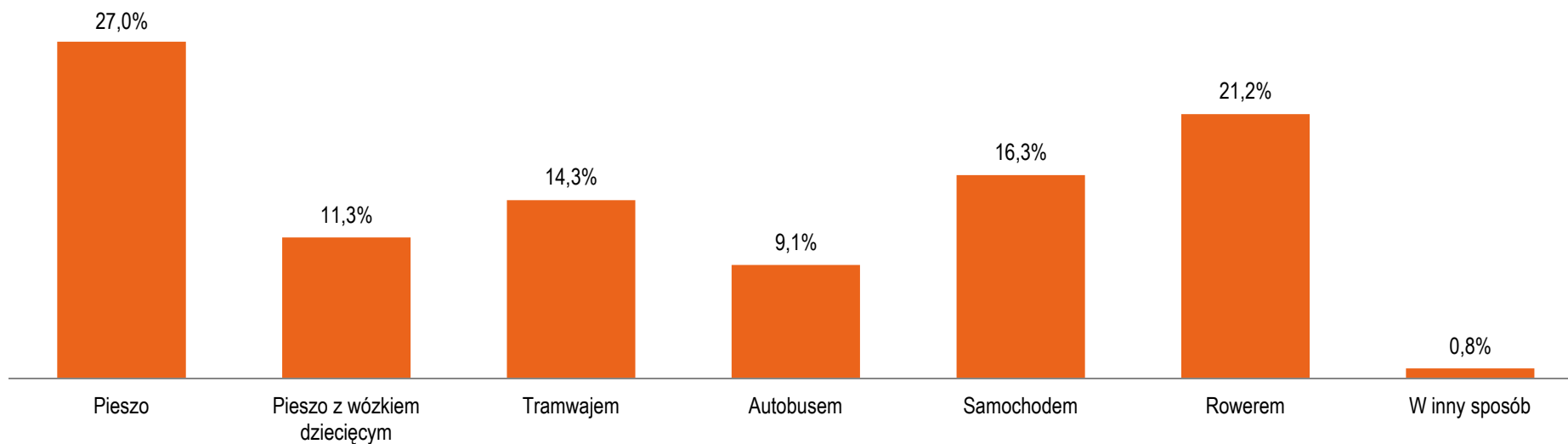
W jaki sposób najbardziej chciałby P. docierać na targowisko na Rynku Jeżyckim? (N=31)

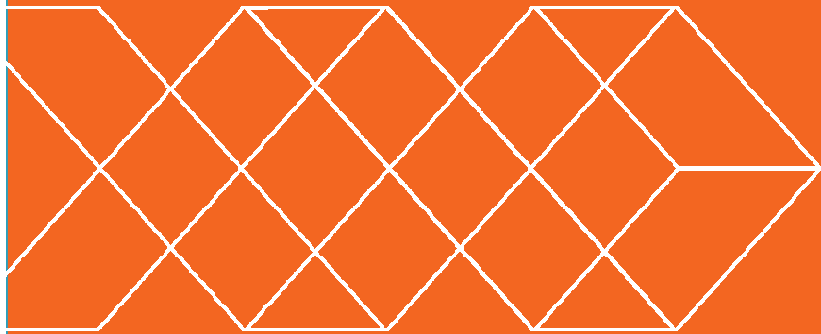
Dla kupców najbardziej pożądaną formą transportu jest poruszanie się samochodem (83,9%).



W jaki sposób najbardziej chciałby P. docierać na targowisko na Rynku Jeżyckim?

Mieszkańcy Jeżyc wskazują dość zróżnicowane i wyrównane preferencje, jeśli chodzi o najbardziej pożądane formy docierania na Rynek. Najwięcej osób wybiera poruszanie się pieszo (27% oraz pieszo z wózkiem dziecięcym 11,3%). Transport zbiorowy wskazuje łącznie 23,4% (tramwaj 14,3%, autobus 9,1%). Co piąty (21,2%) chciałby docierać do Rynku rowerem, a co szósty (16,3%) samochodem.

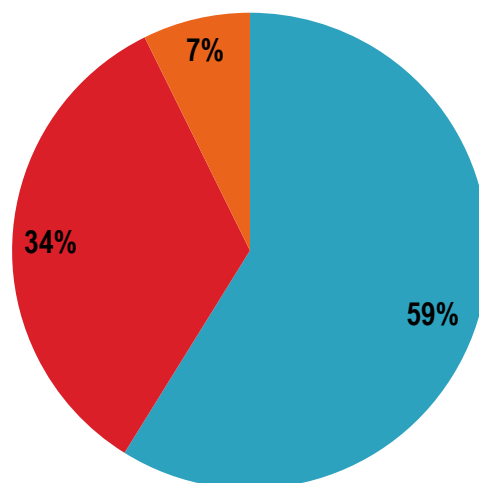




2. Skąd są klienci i kupcy Rynku Jeżyckiego?

Skąd P. tu przyszedł/przyjechał? (N=695)

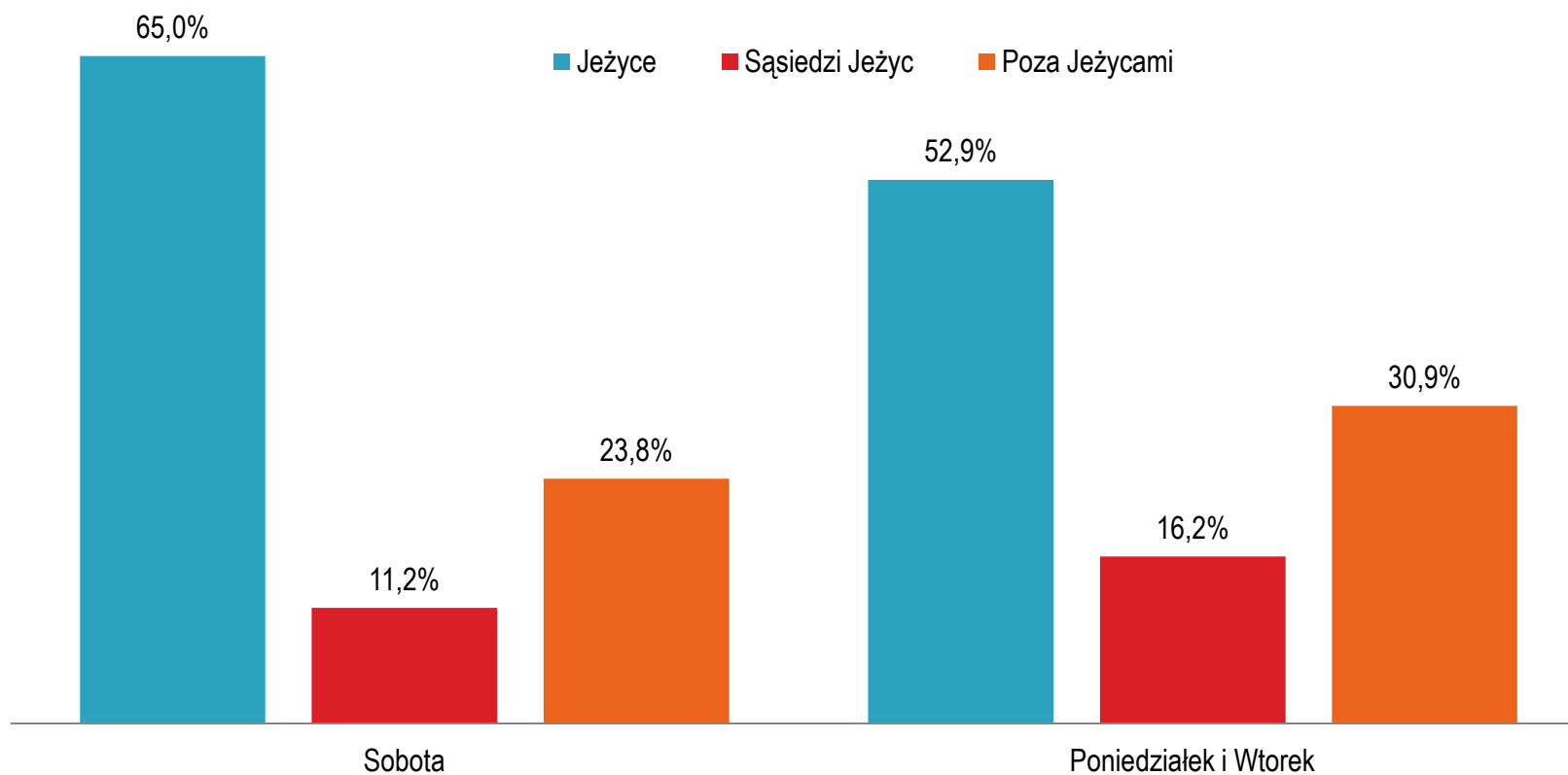
Prawie 60% klientów Rynku Jeżyckiego to osoby mieszkające na Osiedlu Jeżyce w graniach ulic Żeromskiego-Bukowska-Roosevelta. Nieco ponad jedna trzecia dociera na Rynek z innego miejsca w Poznaniu. 7% przebadanych klientów było osobami spoza Poznania.



- Z innego miejsca na Osiedlu Jeżyce (granice: Żeromskiego-Bukowska-Roosevelta-tory)
- Z innego miejsca w Poznaniu – z jakiej dzielnicy?
- Spoza Poznania

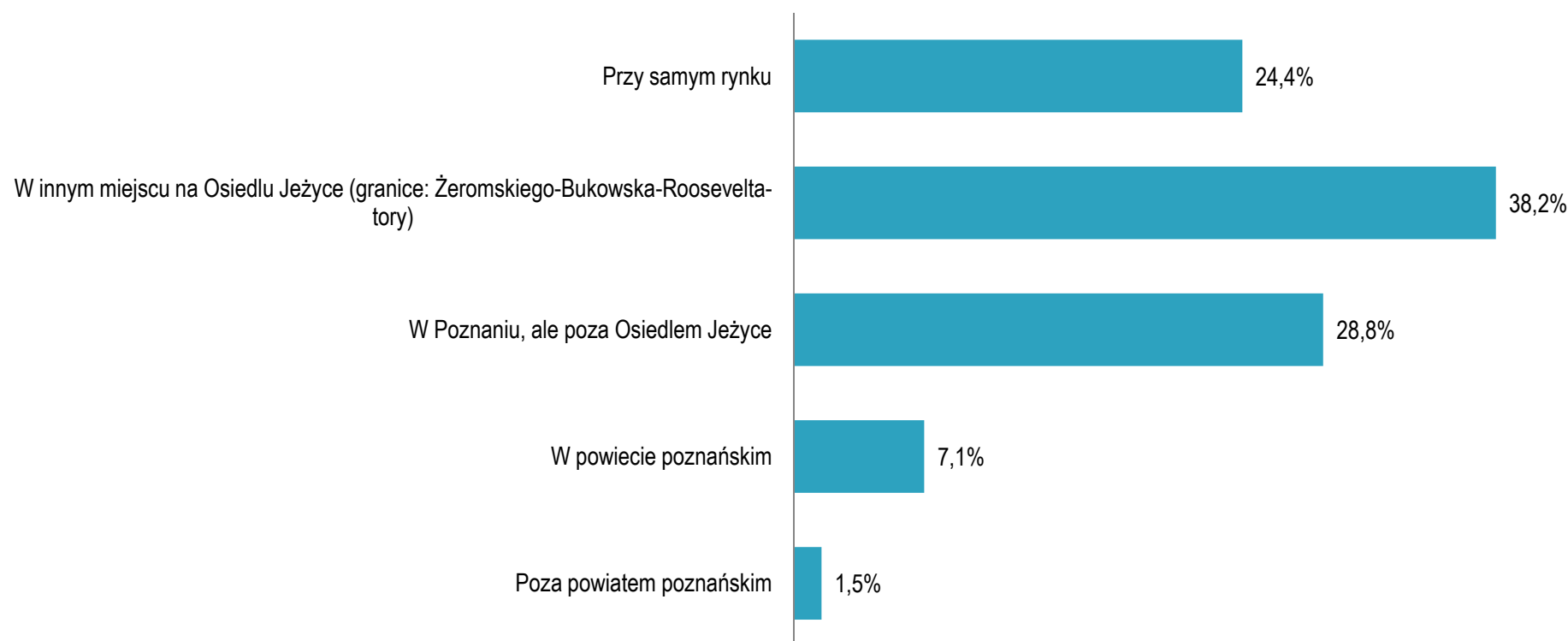
Udział typu klientów ze względu na dzień zakupów (N=609)

W sobotę zakupów dokonuje więcej klientów zamieszkujących Jeżycę niż ma to miejsce w dni powszednie (65% do 52,9%). W poniedziałek i wtorek częściej można było spotkać klientów spoza Jeżyc (30,9% do 23,8%) i sąsiadów (16,2% do 11,2%).



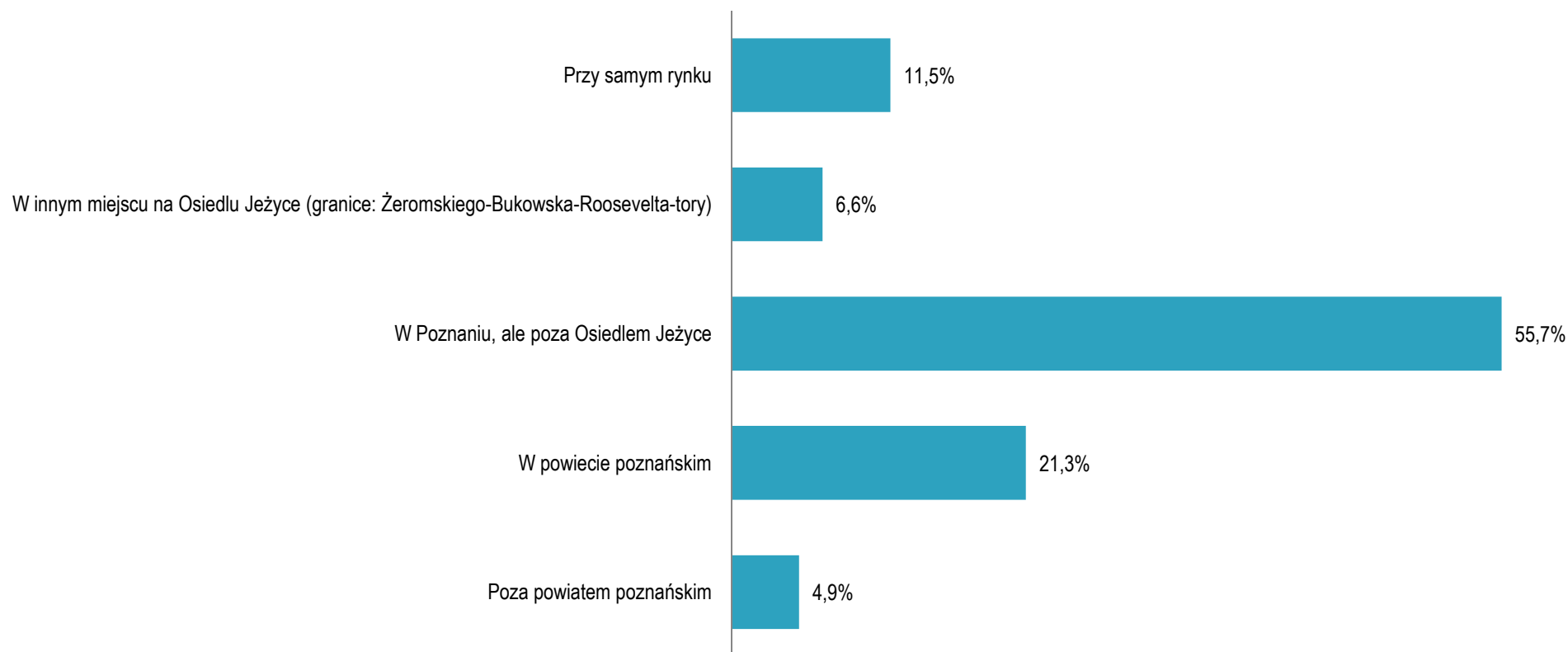
Gdzie P. mieszka? (N=722)

Najwięcej klientów mieszka w innym miejscu na Osiedlu Jeżyce (38,2%) - prawie co czwarty swoje mieszkanie ma zlokalizowane tuż przy samym Rynku (24,4%), a prawie co trzeci (28,8%) w Poznaniu poza Jeżycami. Zamieszkanie w powiecie poznańskim zadeklarowało 7,1% respondentów.



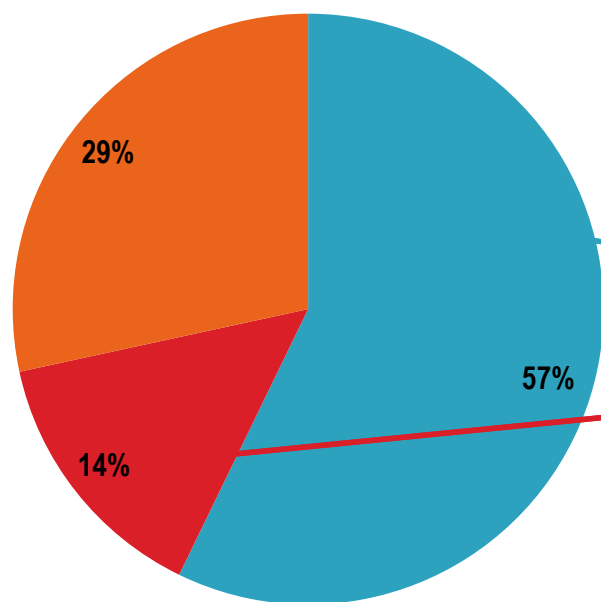
Gdzie P. mieszka? (N=61)

W przypadku kupców większość z nich mieszka w Poznaniu, ale poza Osiedlem Jeżyce (55,7%) lub w powiecie poznańskim (21,3%), a nawet poza nim (4,9%). Przy samym Rynku mieszka 11,5% handlujących, a w innym miejscu na Osiedlu Jeżyce 6,6%.

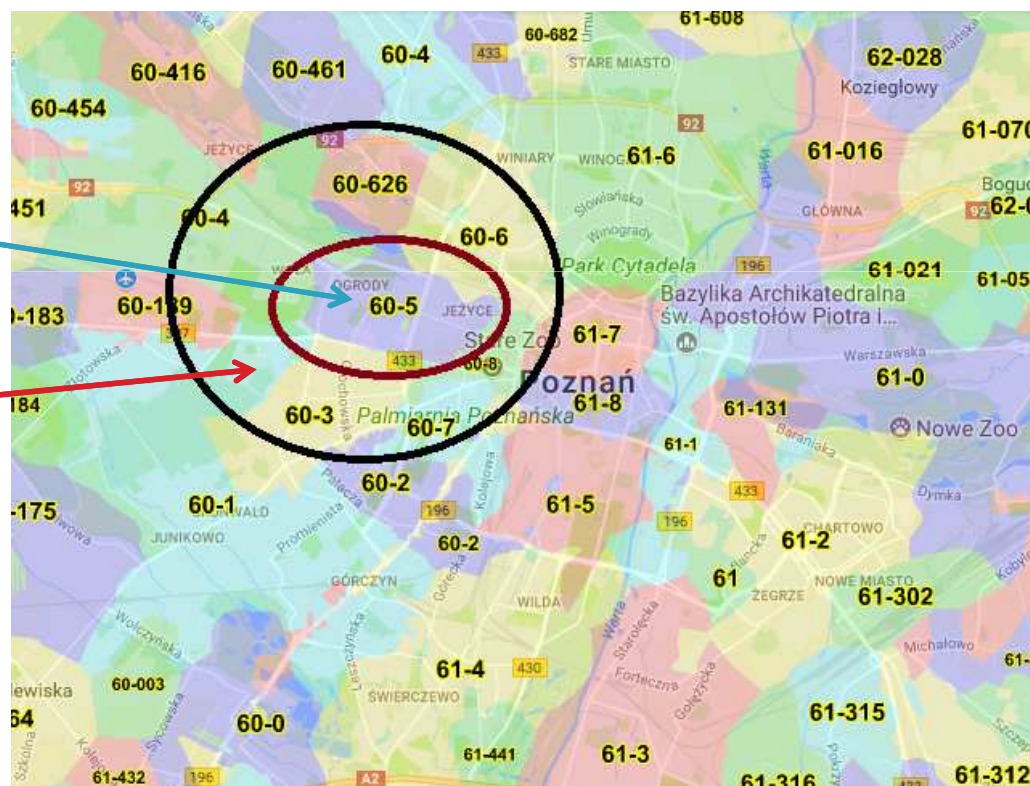


Gdzie P. mieszka? – kody pocztowe (N=612)

Analiza w oparciu o kody pocztowe pokazuje, że ponad połowa respondentów pochodzi z Jeżyc (57%), bliscy sąsiedzi stanowią 15% wskazań, natomiast 28% respondentów swoje miejsce zamieszkania ma zlokalizowane głównym i peryferyjnym obszarem Jeżyc.

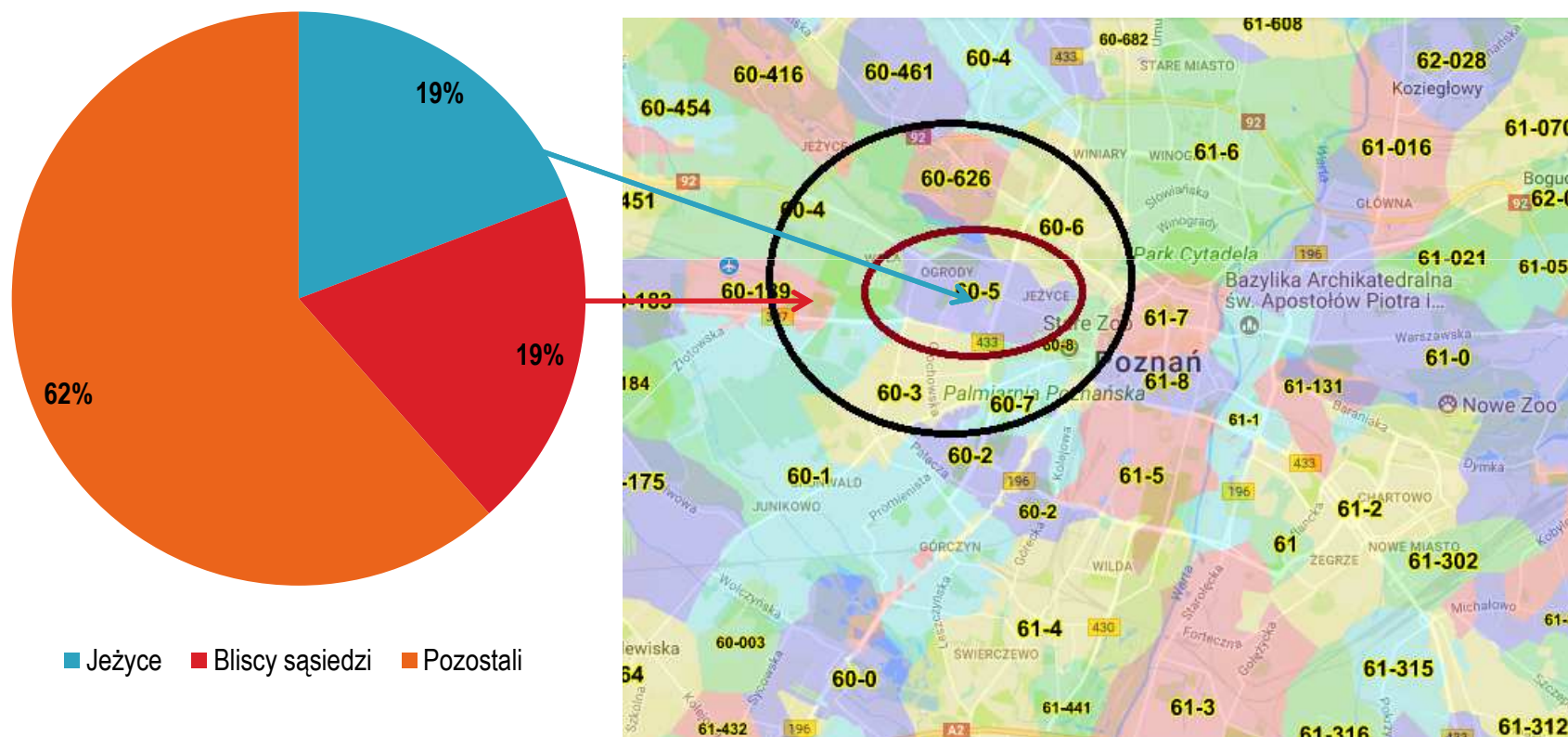


■ Jeżyc ■ Bliscy sąsiedzi ■ Pozostali



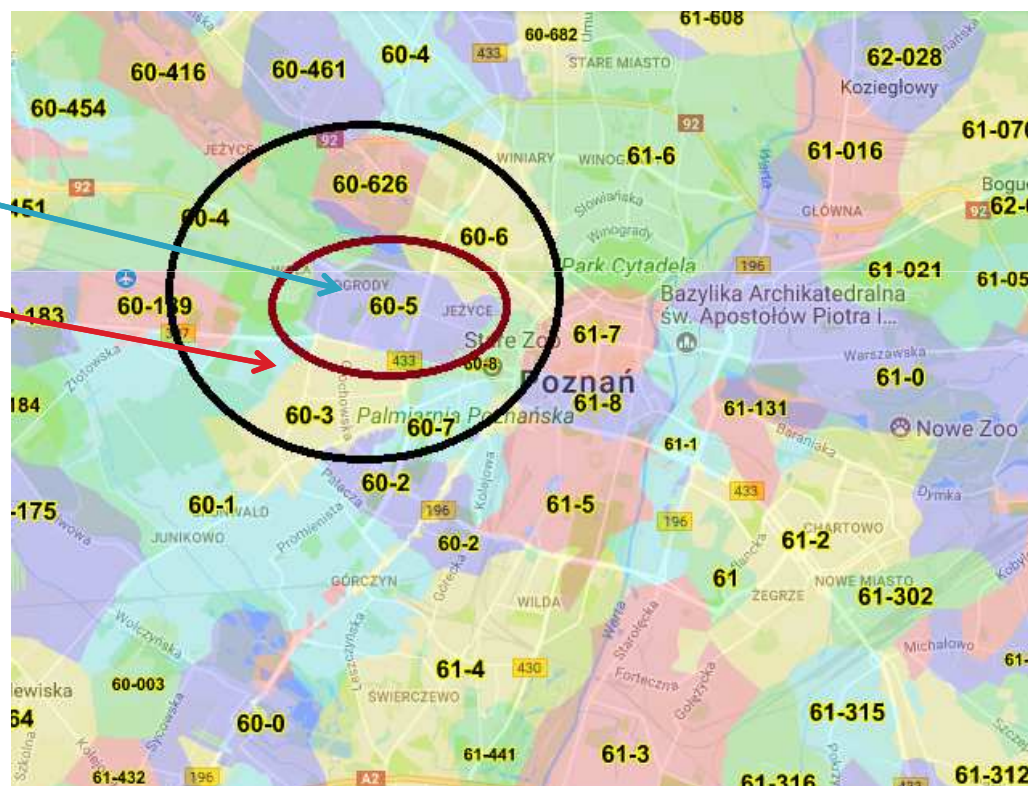
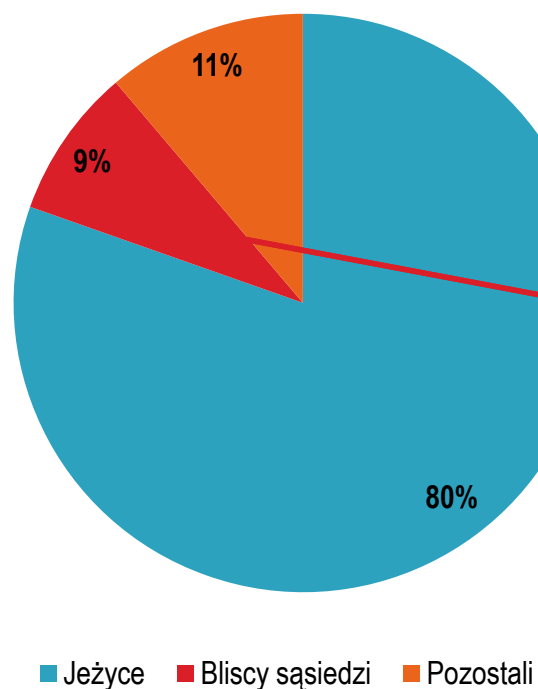
Gdzie P. mieszka? – kody pocztowe (N=52)

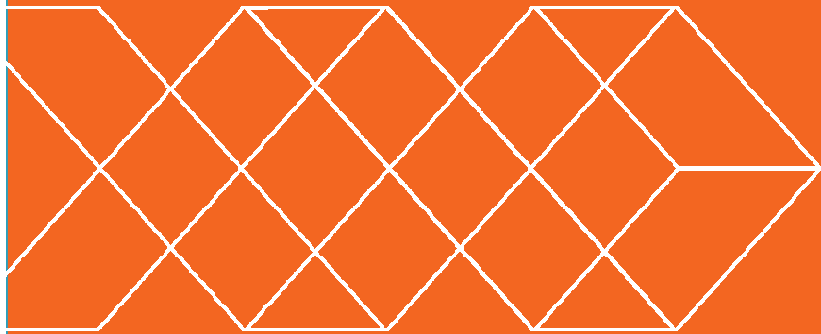
W przypadku kupców, bazując na danych z kodów pocztowych, zdecydowana większość z nich (62%) mieszka poza rdzeniem, na który składają się Jeżyce i przyległe do nich dzielnice.



Gdzie P. mieszka? – kody pocztowe (N=807)

Wśród osób wypełniających ankiety dedykowane mieszkańcom Jeżyc 81% jako miejsce zamieszkania wskazało Jeżycę, a 8% osiedla przyległe (bliscy sąsiedzi).

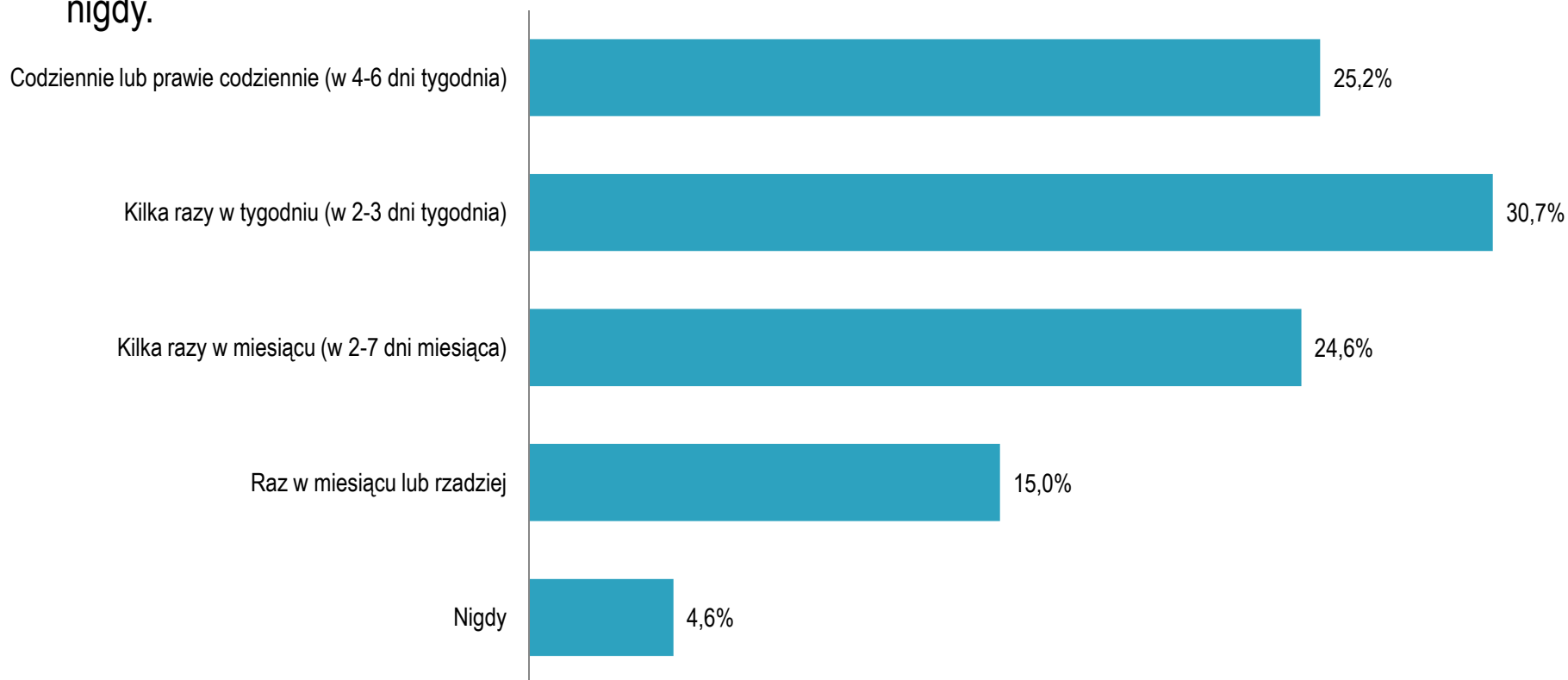




3. Zakupy na Rynku Jeżyckim (częstotliwość)

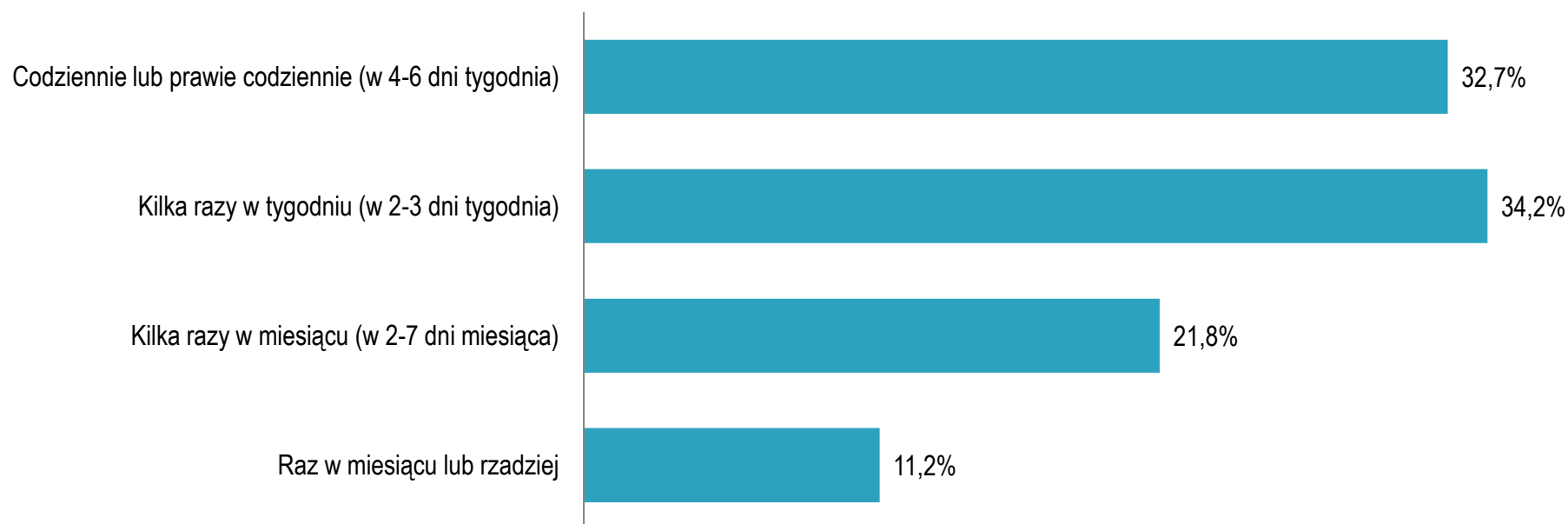
Jak często robi Pan/i zakupy na targowisku przy Rynku Jeżyckim? (N=1538)

Ogół respondentów robi zakupy na Rynku Jeżyckim kilka razy w tygodniu (30,7%), przy czym jedna czwarta robi to codziennie lub prawie codziennie (25,2%) i kilka razy w miesiącu (24,6%). Prawie co szósty badany robi zakupy raz w miesiącu lub rzadziej, a 4,6% nie pojawia się na Rynku Jeżyckim nigdy.



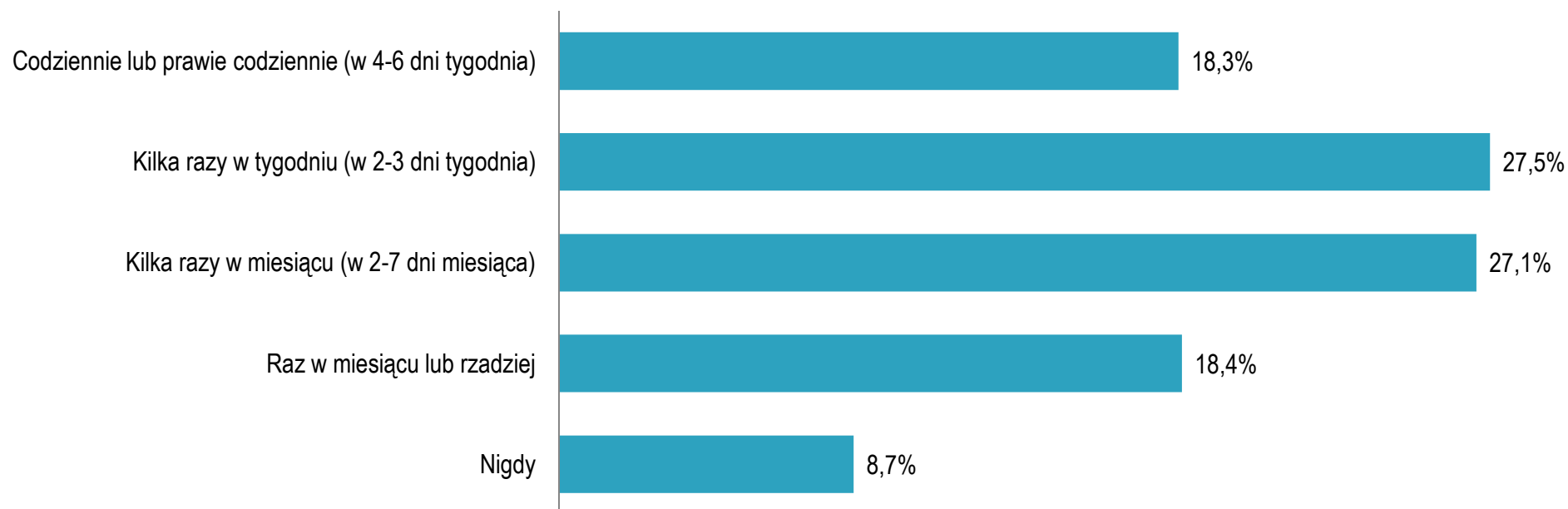
Jak często robi Pan/i zakupy na targowisku przy Rynku Jeżyckim? (N=730)

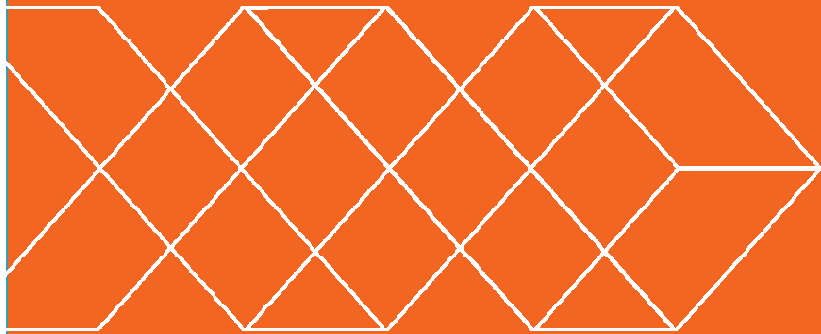
Klienci robią zakupy na Rynku Jeżyckim kilka razy w tygodniu (34,2%) oraz codziennie lub prawie codziennie (32,7%). Co piąty robi je kilka razy w miesiącu (21,8%), a co dziesiąty raz w miesiącu lub rzadziej (11,2%).



Jak często robi Pan/i zakupy na targowisku przy Rynku Jeżyckim? (N=808)

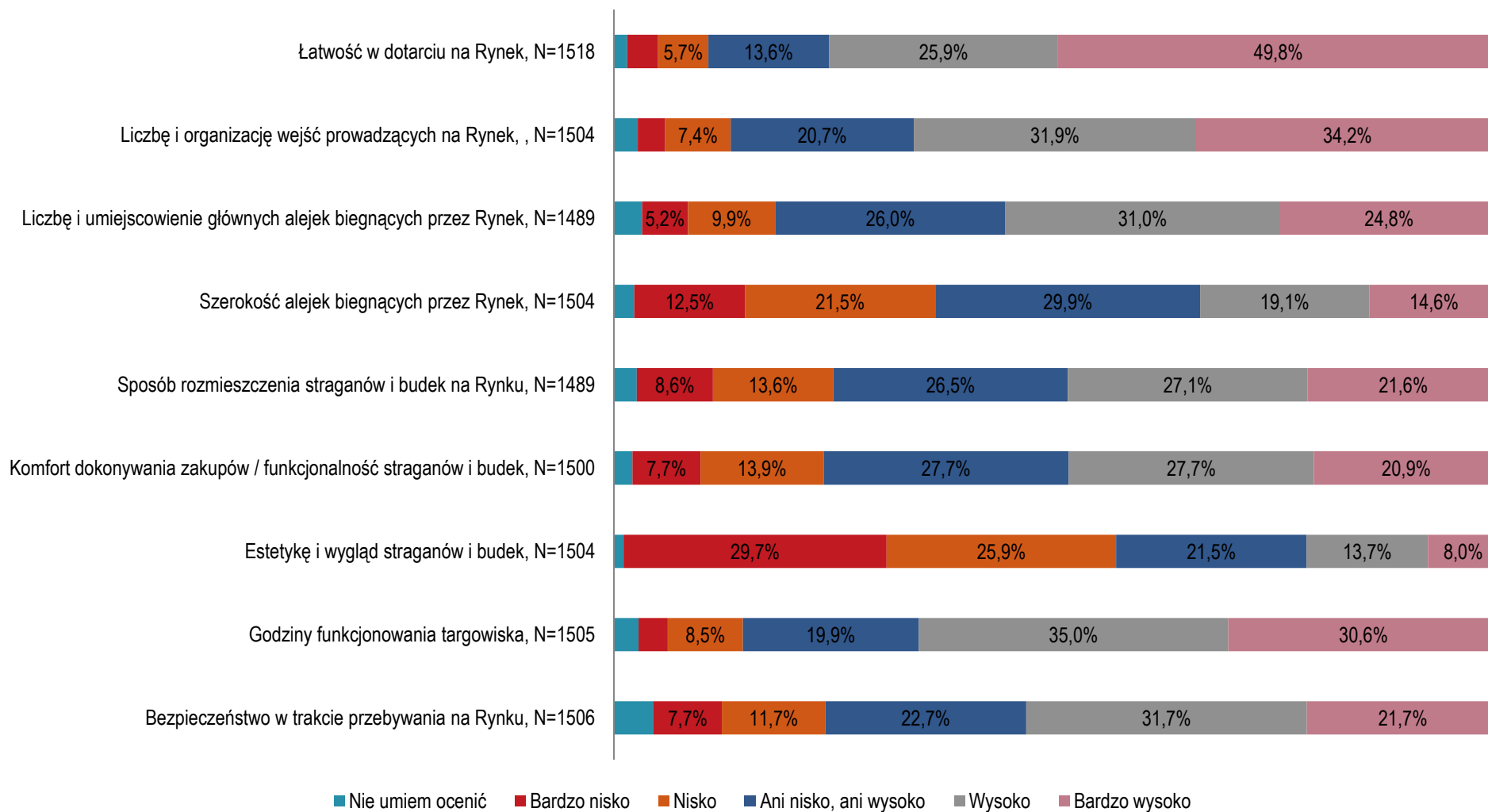
Mieszkańcy Jeżyc najczęściej robią zakupy na Rynku Jeżyckim kilka razy w tygodniu (27,5%) lub kilka razy w miesiącu (27,1%). Prawie co piąty (18,3%) robi zakupy na targowisku codziennie lub prawie codziennie oraz raz w miesiącu lub rzadziej (18,4%).





4. Ocena Rynku Jeżyckiego

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a by P.



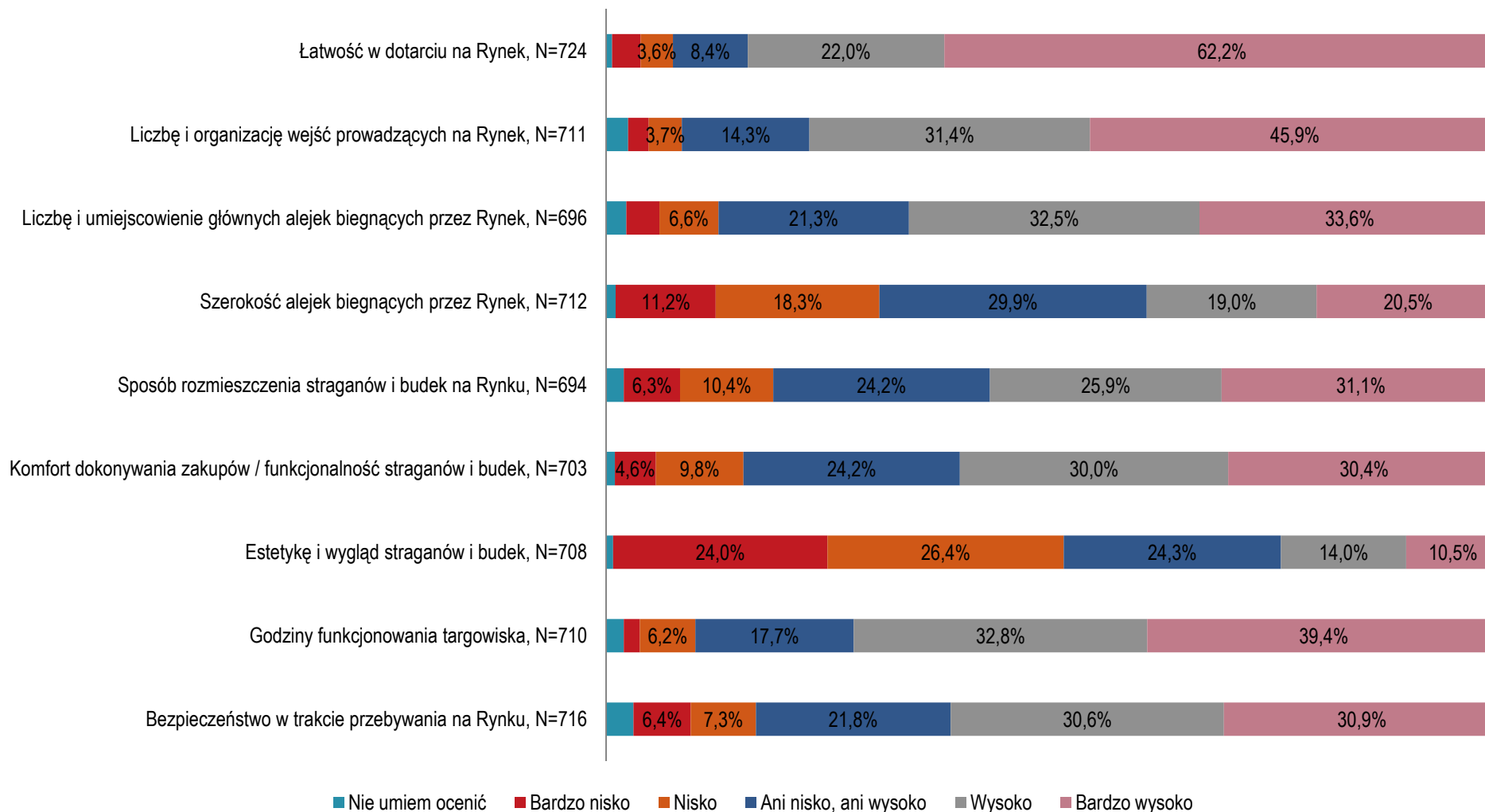
Ogół respondentów najlepiej ocenia:

- a) łatwość w dotarciu na Rynek (75,7% pozytywnych wskazań)
- b) liczbę i organizację wejść prowadzących na Rynek (66,1% pozytywnych wskazań)
- c) godziny funkcjonowania targowiska (65,6% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniana jest:

- a) estetyka i wygląd straganów i budek (55,6% negatywnych wskazań)
- b) szerokość alejek biegnących przez Rynek (34% negatywnych wskazań)

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a by P.



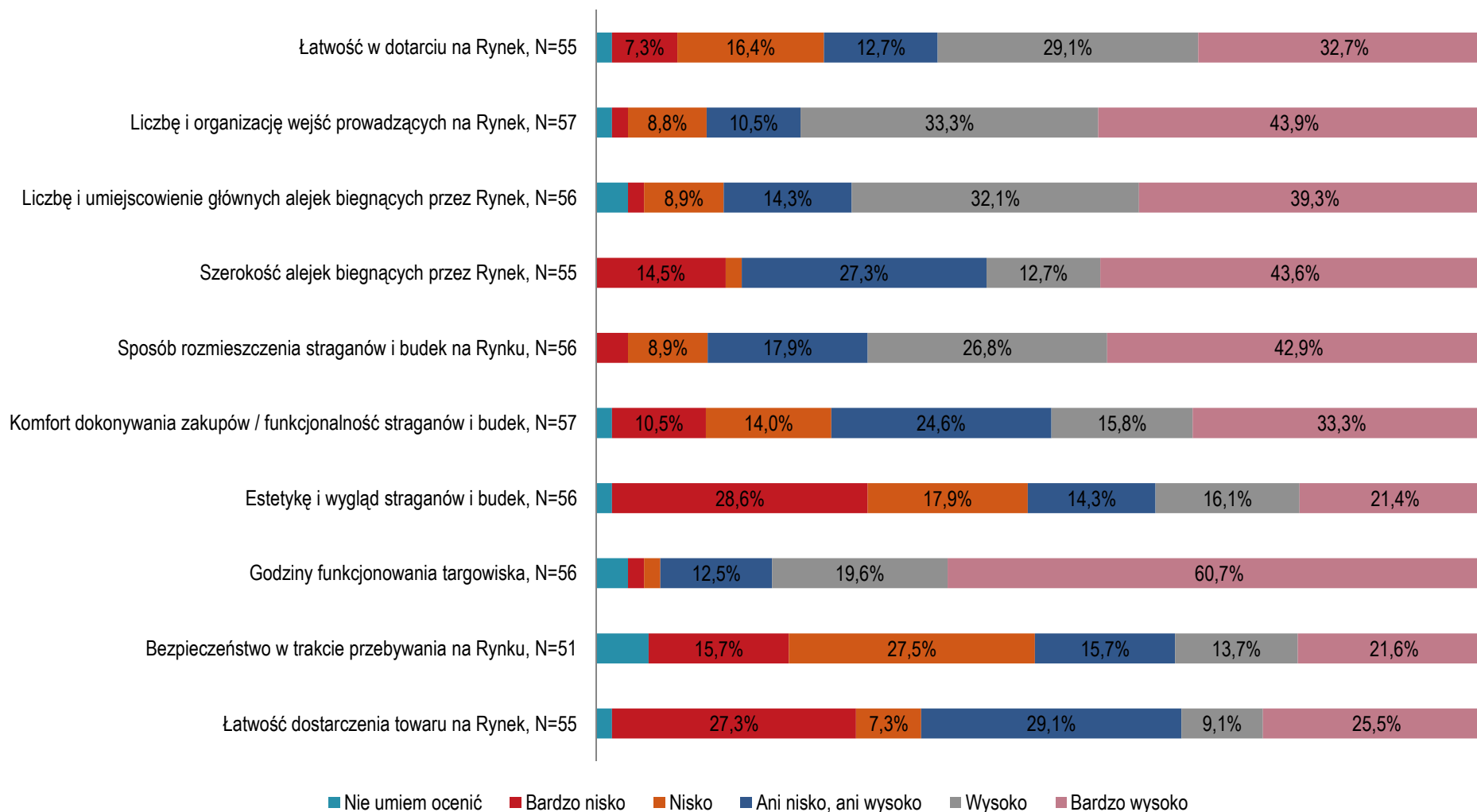
W ocenie klientów najlepiej oceniana jest:

- a) łatwość w dotarciu na Rynek (83,7% pozytywnych wskazań)
- b) liczbę i organizację wejść prowadzących na Rynek (77,3% pozytywnych wskazań)
- c) godziny funkcjonowania targowiska (72,2% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniana jest:

- a) estetyka i wygląd straganów i budek (74,4% negatywnych wskazań)
- b) szerokość alejek biegnących przez Rynek (29,5% negatywnych wskazań)

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a by P.



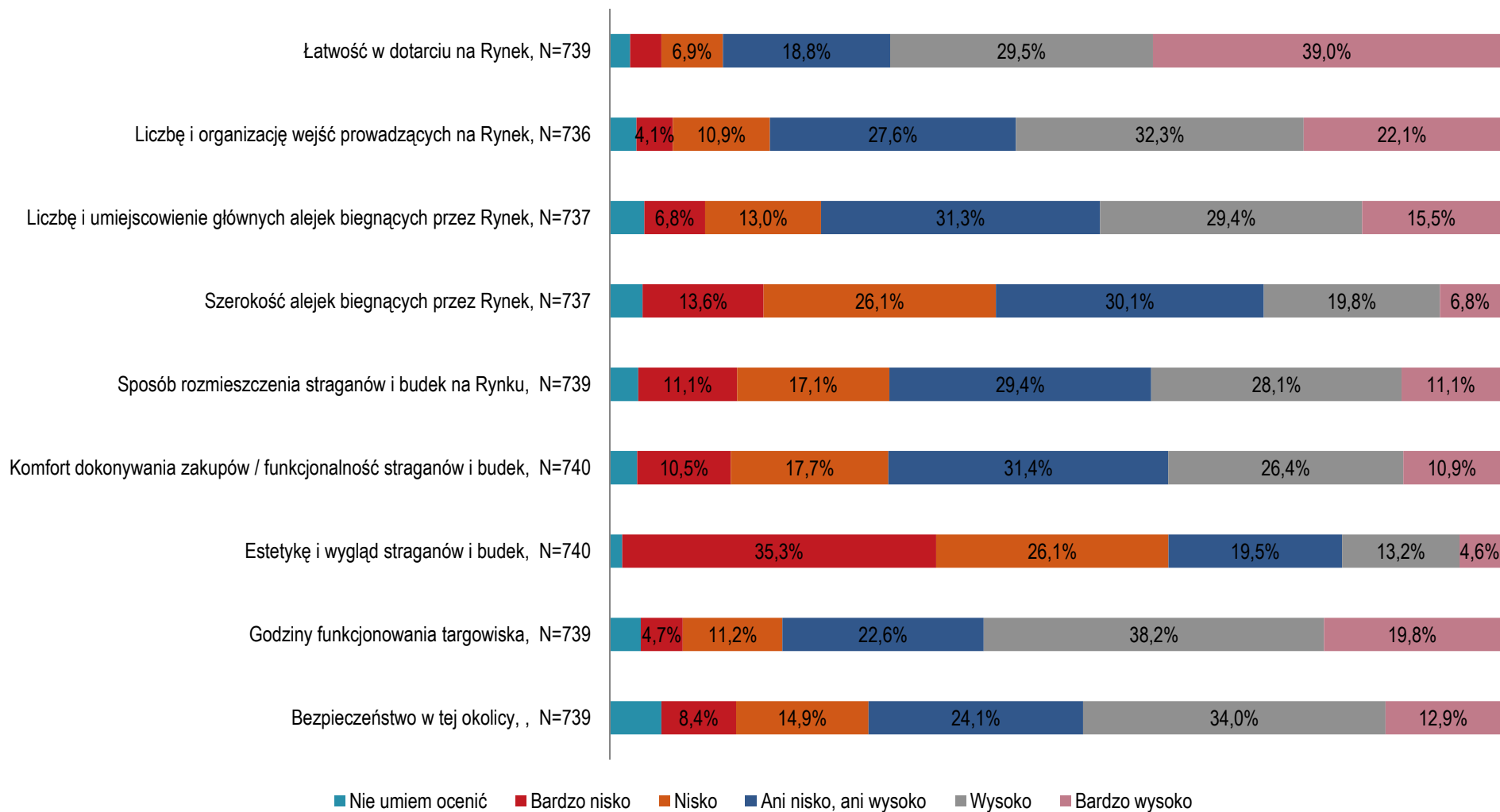
W ocenie kupców najlepiej oceniane są:

- a) godziny funkcjonowania targowiska (64,3% pozytywnych wskazań)
- b) liczba i organizacja wejść prowadzących na Rynek (45,7% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniana jest:

- a) estetyka i wygląd straganów (55,5% negatywnych wskazań)
- b) bezpieczeństwo w trakcie przebywania na Rynku (43,2% negatywnych wskazań)
- c) łatwość dostarczania towaru na Rynek (34,6% negatywnych wskazań)

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a by P.

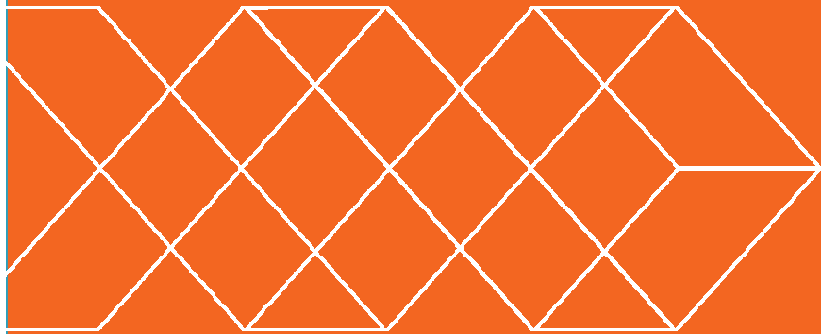


W ocenie mieszkańców najlepiej oceniana jest:

- a) łatwość w dotarciu na Rynek (68,5% pozytywnych wskazań)
- b) godziny funkcjonowania targowiska (58% pozytywnych wskazań)
- c) liczbę i organizację wejść prowadzących na Rynek (55,4% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniana jest:

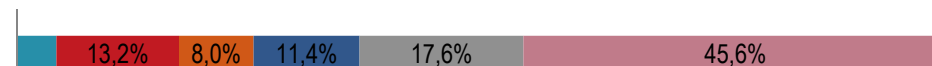
- a) estetyka i wygląd straganów i budek (61,4% negatywnych wskazań)
- b) szerokość alejek biegnących przez Rynek (39,7% negatywnych wskazań)



5. Ocena propozycji zmian

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a/by P. następujące propozycje zmian:

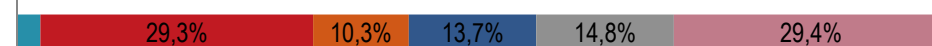
Przystosowanie rynku do tego, by poza godzinami handlu organizować wydarzenia kulturalne, spotkania, konsultacje - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe, N=1505



Przystosowanie Rynku do tego, by poza godzinami handlu był miejscem wypoczynku dla mieszkańców – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe, N=1504



Ustawienie małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody- o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe, N=1502



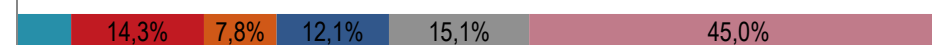
Wprowadzenie straganów składanych po godzinach handlu – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe, N=1503



Zrównanie poziomu płyty rynku, ulic i chodników wokół Rynku – stworzenie wspólnej przestrzeni (shared space), N=1499



Wprowadzenie zadaszenia dla całej płyty Rynku, N=1508



Częściowe ograniczenie ruchu samochodowego przy Rynku (przy zachowaniu łatwego dojazdu do posesji dla mieszkańców oraz do rynku dla kupców i dostawców), N=1501



Przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku do parkowania krótkotrwałego (np. do 30 minut), N=1503



Przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku dla dostawców, N=1502



Zwiększenie powierzchni terenów zielonych wokół Rynku, N=1507



■ Nie umiem ocenić ■ Bardzo nisko ■ Nisko ■ Ani nisko, ani wysoko ■ Wysoko ■ Bardzo wysoko



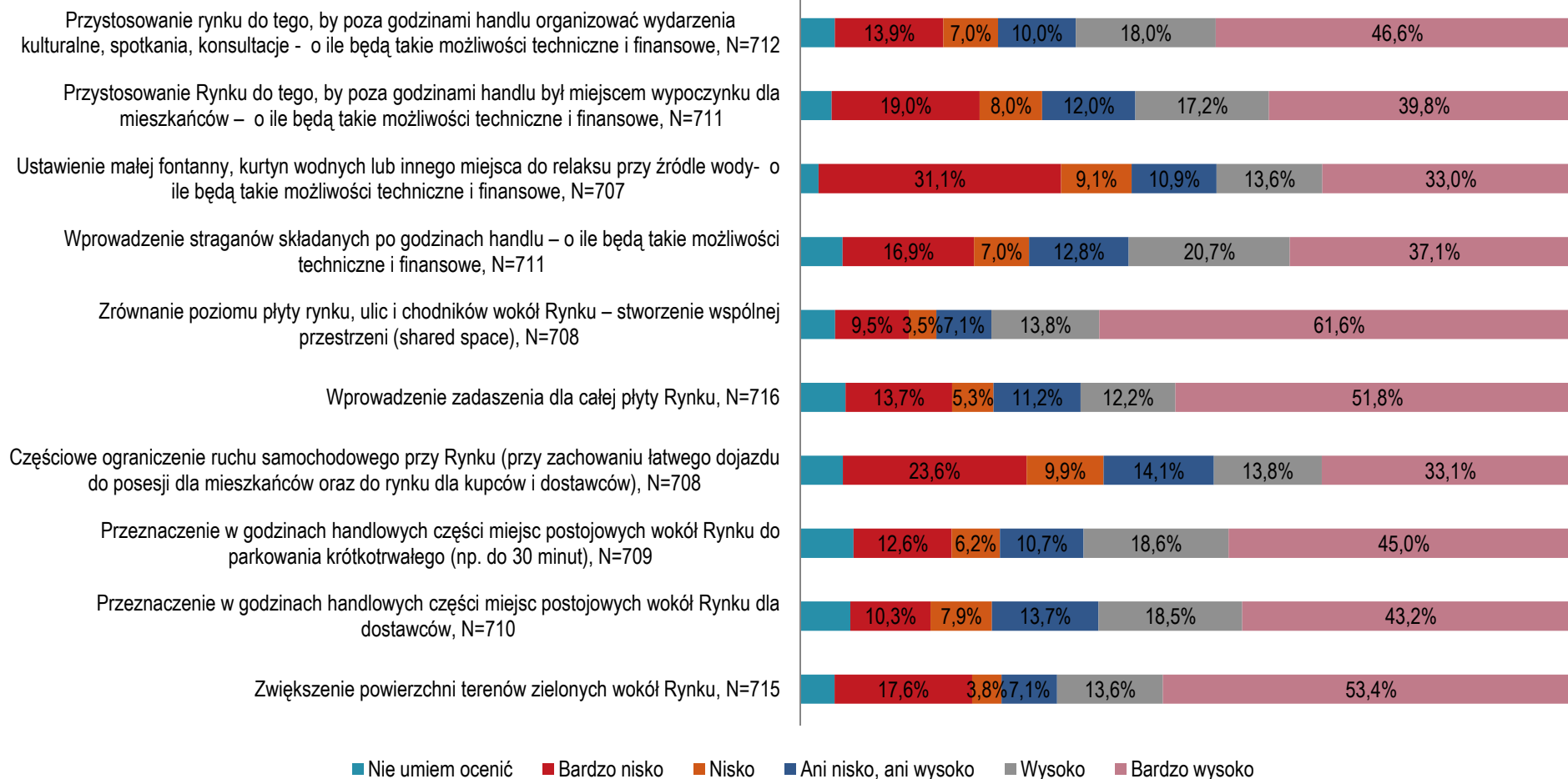
W opinii ogółu uczestników konsultacji najlepiej oceniane są pomysły:

- a) zrównania płyty Rynku, ulic i chodników wokół Rynku (69,4% pozytywnych wskazań)
- b) zwiększenia powierzchni terenów zielonych wokół Rynku (67,2% pozytywnych wskazań)
- c) przystosowania Rynku do tego, by poza godzinami handlu organizować wydarzenia kulturalne, spotkania, konsultacje - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (63,2% pozytywnych wskazań)
- d) przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku do parkowania krótkotrwałego (np. do 30 minut) (62,9% pozytywnych wskazań)
- e) wprowadzenie zadaszenia dla całej płyty Rynku (60,1% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniane były pomysły:

- a) ustawienia małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (39,6% negatywnych wskazań)
- b) częściowego ograniczenia ruchu samochodowego przy Rynku (przy zachowaniu łatwego dojazdu do posesji dla mieszkańców oraz do rynku dla kupców i dostawców) (33,5% negatywnych wskazań)

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a/by P. następujące propozycje zmian:



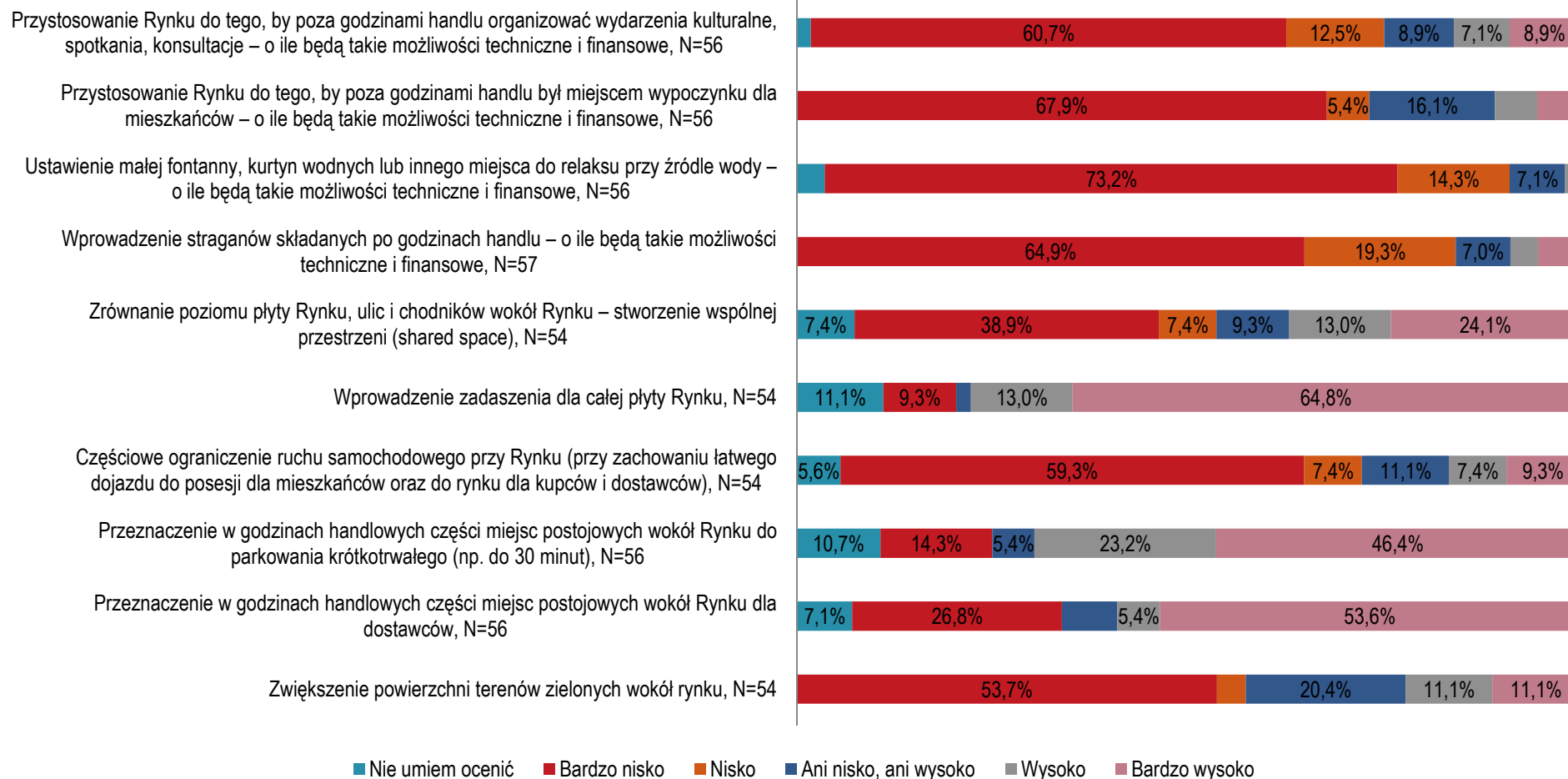
W opinii klientów najlepiej oceniane są pomysły:

- a) zrównania płyty Rynku, ulic i chodników wokół Rynku (75,4% pozytywnych wskazań)
- b) przystosowania Rynku do tego, by poza godzinami handlu organizować wydarzenia kulturalne, spotkania, konsultacje - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (64,6% pozytywnych wskazań)
- c) wprowadzenie zadaszenia dla całej płyty Rynku (64% pozytywnych wskazań)
- d) przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku do parkowania krótkotrwałego (np. do 30 minut) (63,6% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniane były pomysły:

- a) ustawienia małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (40,2% negatywnych wskazań)
- b) częściowego ograniczenia ruchu samochodowego przy Rynku (przy zachowaniu łatwego dojazdu do posesji dla mieszkańców oraz do rynku dla kupców i dostawców) (33,5% negatywnych wskazań)

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a/by P. następujące propozycje zmian:



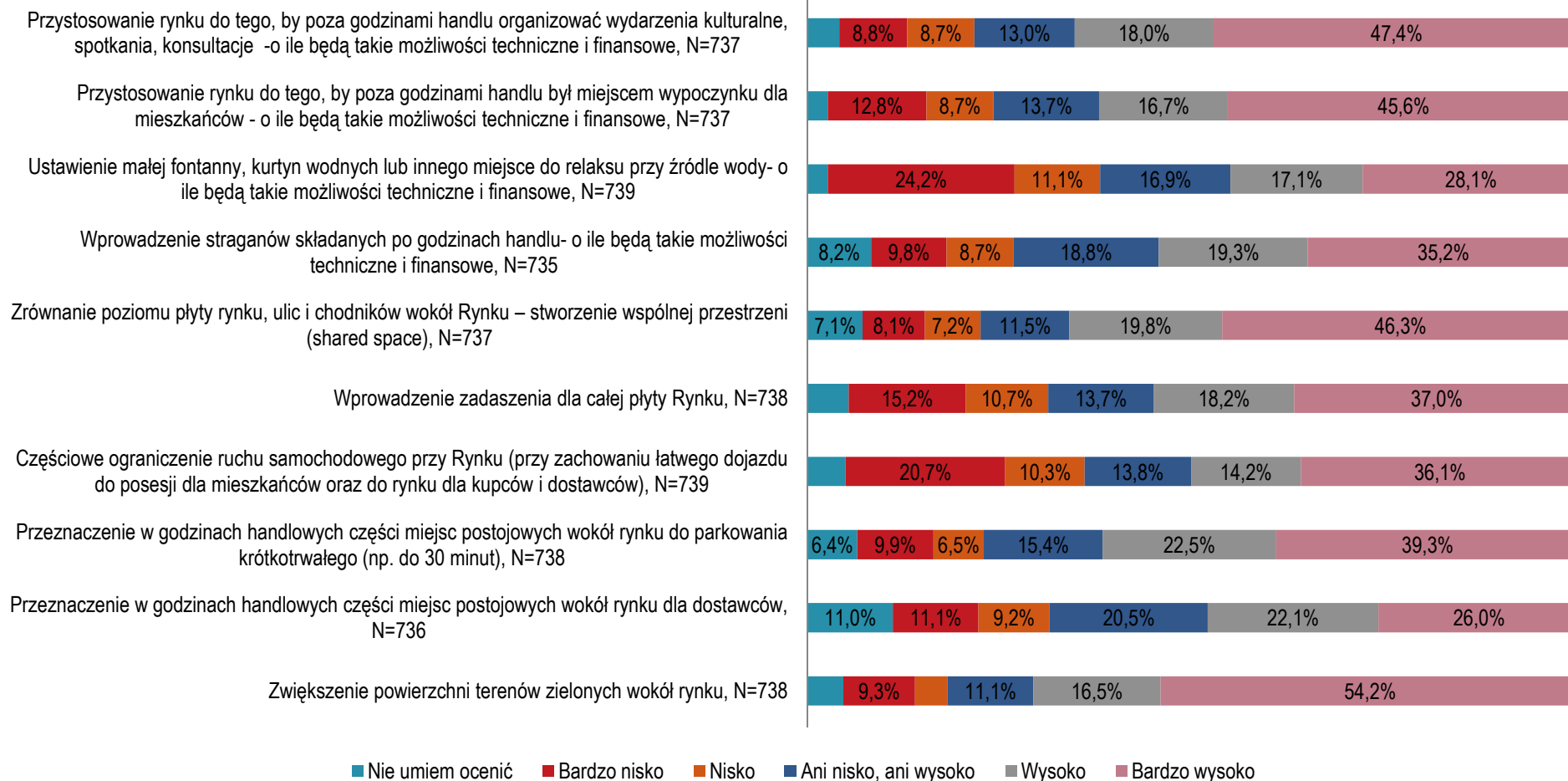
W opinii kupców najlepiej oceniane są pomysły:

- a) zrównania płyty Rynku, ulic i chodników wokół Rynku (76% pozytywnych wskazań)
- b) przeznaczenia w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku dla dostawców (61% pozytywnych wskazań)
- c) przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku do parkowania krótkotrwałego (np. do 30 minut) (57% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniane były pomysły:

- a) ustawienia małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (87% negatywnych wskazań)
- b) wprowadzenia straganów składanych po godzinach handlu - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (84% negatywnych wskazań)
- c) przystosowania Rynku do tego, by poza godzinami handlu organizować wydarzenia kulturalne, spotkania, konsultacje - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (74% negatywnych wskazań)
- d) przystosowania Rynku do tego, by poza godzinami handlu był miejscem wypoczynku dla mieszkańców - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (73% negatywnych wskazań)

Jak na skali 1-5 (gdzie 1 to bardzo nisko, a 5 to bardzo wysoko) ocenił/a/by P. następujące propozycje zmian:

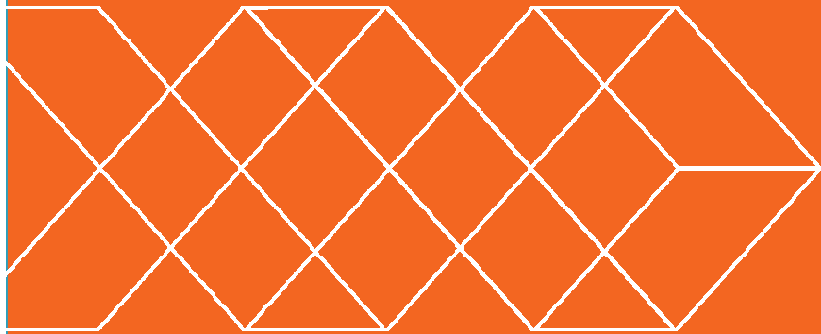


W opinii mieszkańców Jeżyc najlepiej oceniane są pomysły:

- a) zwiększenia powierzchni terenów zielonych wokół Rynku (70,7% pozytywnych wskazań)
- b) zrównania płyty Rynku, ulic i chodników wokół Rynku (66,1% pozytywnych wskazań)
- c) przystosowania Rynku do tego, by poza godzinami handlu organizować wydarzenia kulturalne, spotkania, konsultacje - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (63,4% pozytywnych wskazań)
- d) przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku do parkowania krótkotrwałego (np. do 30 minut) (61,8% pozytywnych wskazań)

Najgorzej oceniane były pomysły:

- a) ustawienia małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody - o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe (35,3% negatywnych wskazań)
- b) częściowego ograniczenia ruchu samochodowego przy Rynku (przy zachowaniu łatwego dojazdu do posesji dla mieszkańców oraz do rynku dla kupców i dostawców) (31% negatywnych wskazań)



6. Inne pomysły na Rynek Jeżycki – pytanie otwarte

Jakie ma P. inne pomysły na zmiany na Rynku Jeżyckim? (N=1134)



Jakie ma P. inne pomysły na zmiany na Rynku Jeżyckim? (N=386)

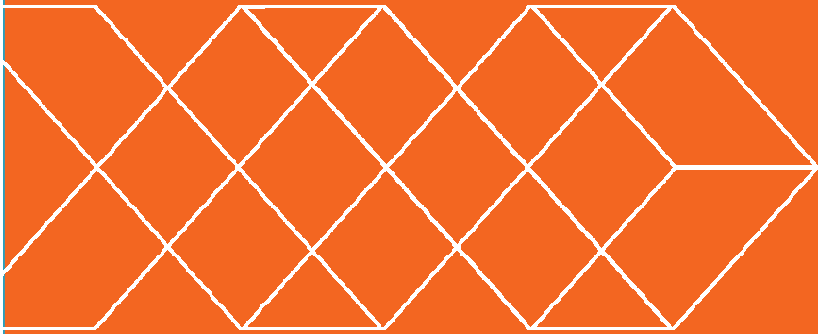


Jakie ma P. inne pomysły na zmiany na Rynku Jeżyckim? (N=1134)



Jakie ma P. inne pomysły na zmiany na Rynku Jeżyckim? (N=1134)



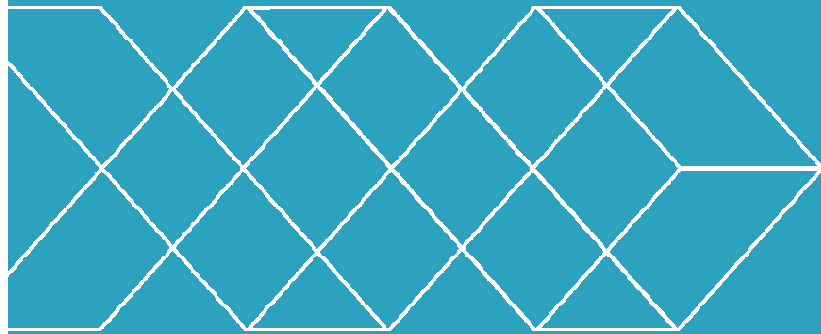


7. Niechęć zakupów na Rynku Jeżyckim - powody

Dlaczego nie robi P. zakupów na Rynku Jeżyckim? (N=136)

Do głównych przyczyn braku robienia zakupów na Rynku Jeżyckim zaliczyć należy: dużą odległość od miejsca zamieszkania (28,7%), brak przyzwyczajenia (14%) oraz estetykę i wygląd targowiska (14%).

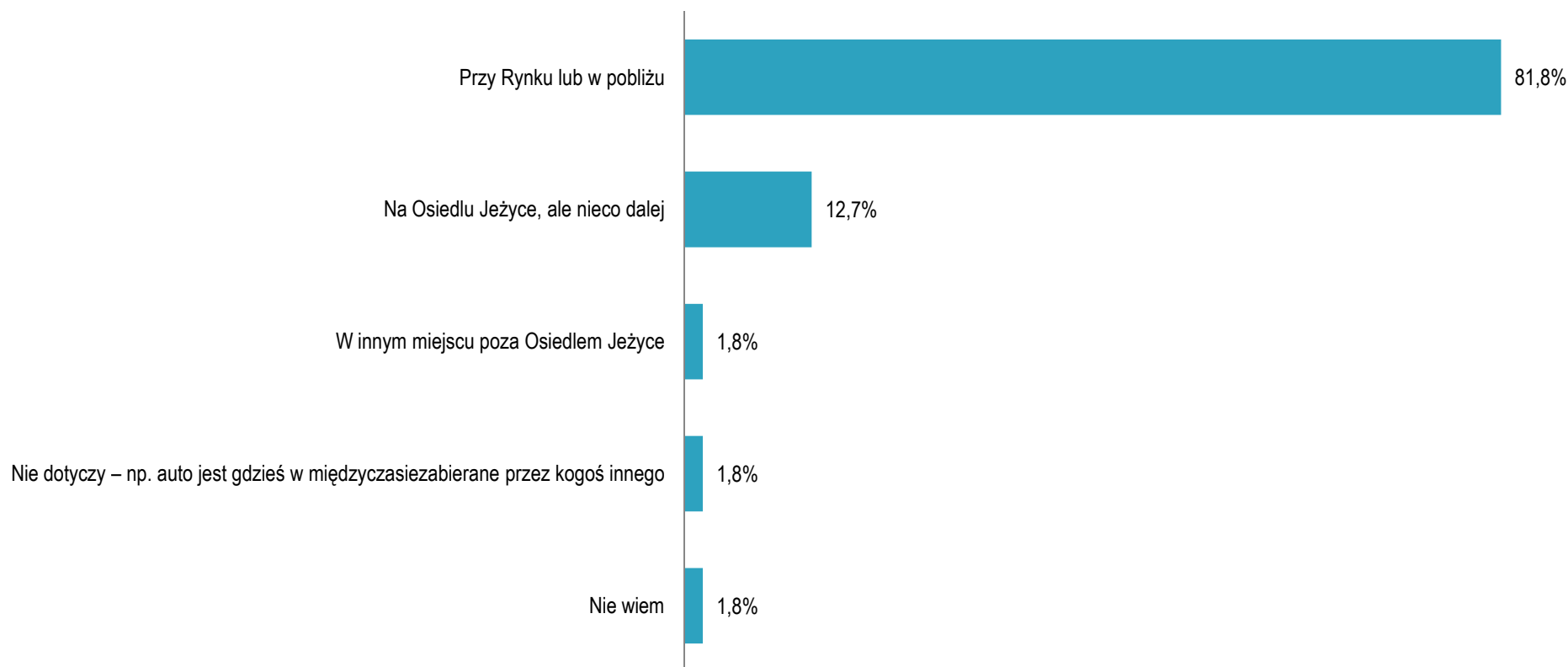




8. Kupcy na Rynku Jeżyckim – parkowanie i rozładunek towarów

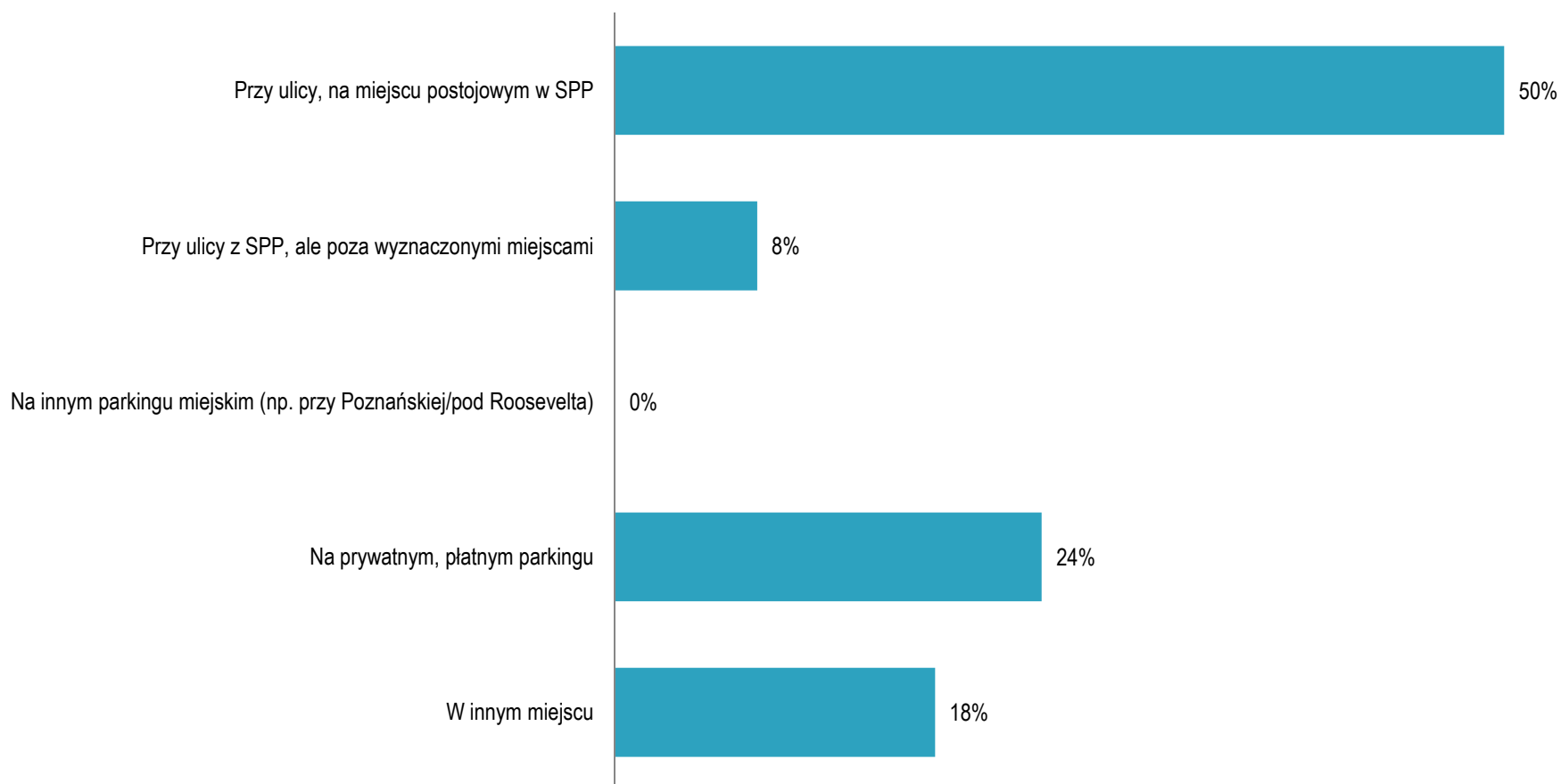
Gdzie jest zwykle zaparkowany samochód, którym P. dojeżdża, kiedy P. pracuje? (N=55)

Kupcy w zdecydowanej większości parkują samochód przy Rynku lub w jego pobliżu (81,8%).



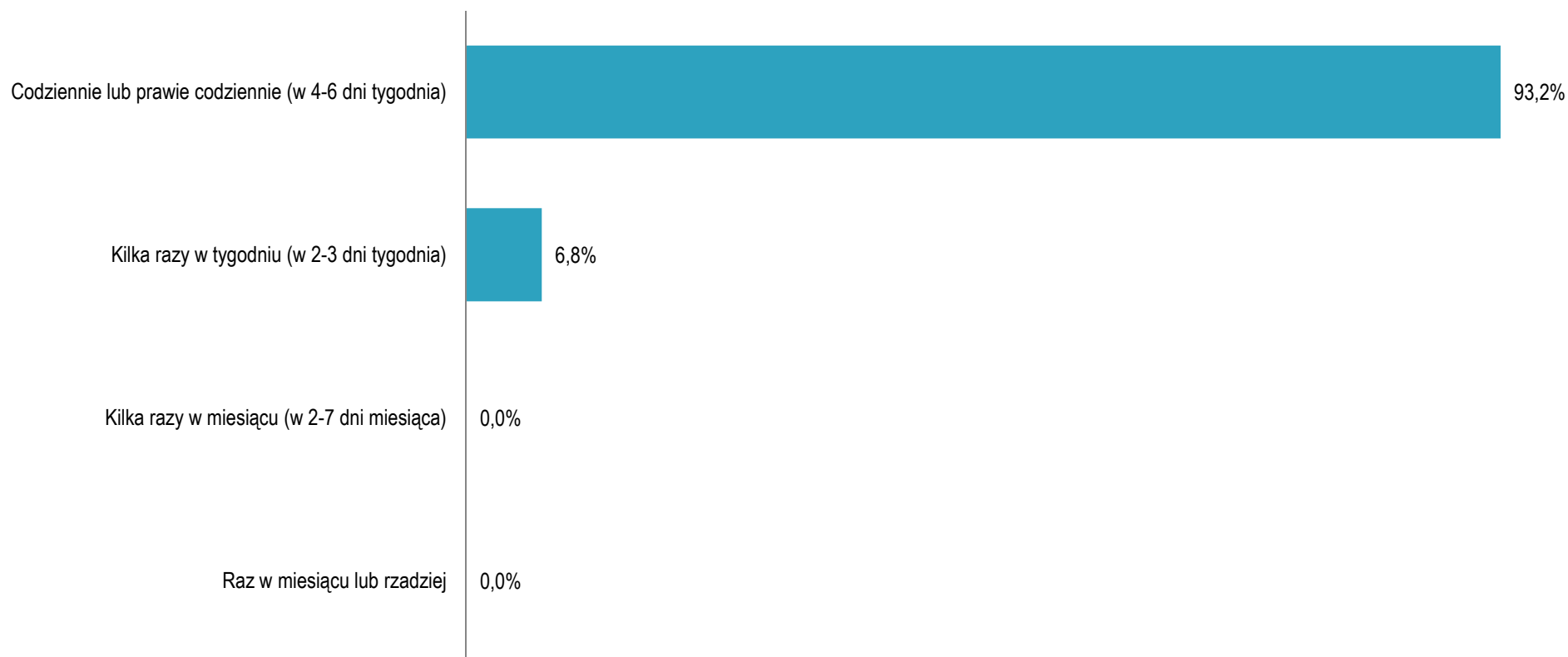
W jakim miejscu stoi ten pojazd? (N=50)

Samochód parkowany jest zwykle przy ulicy, na miejscu postojowym Strefy Płatnego Parkowania (50%) lub na prywatnym, płatnym parkingu (74%).



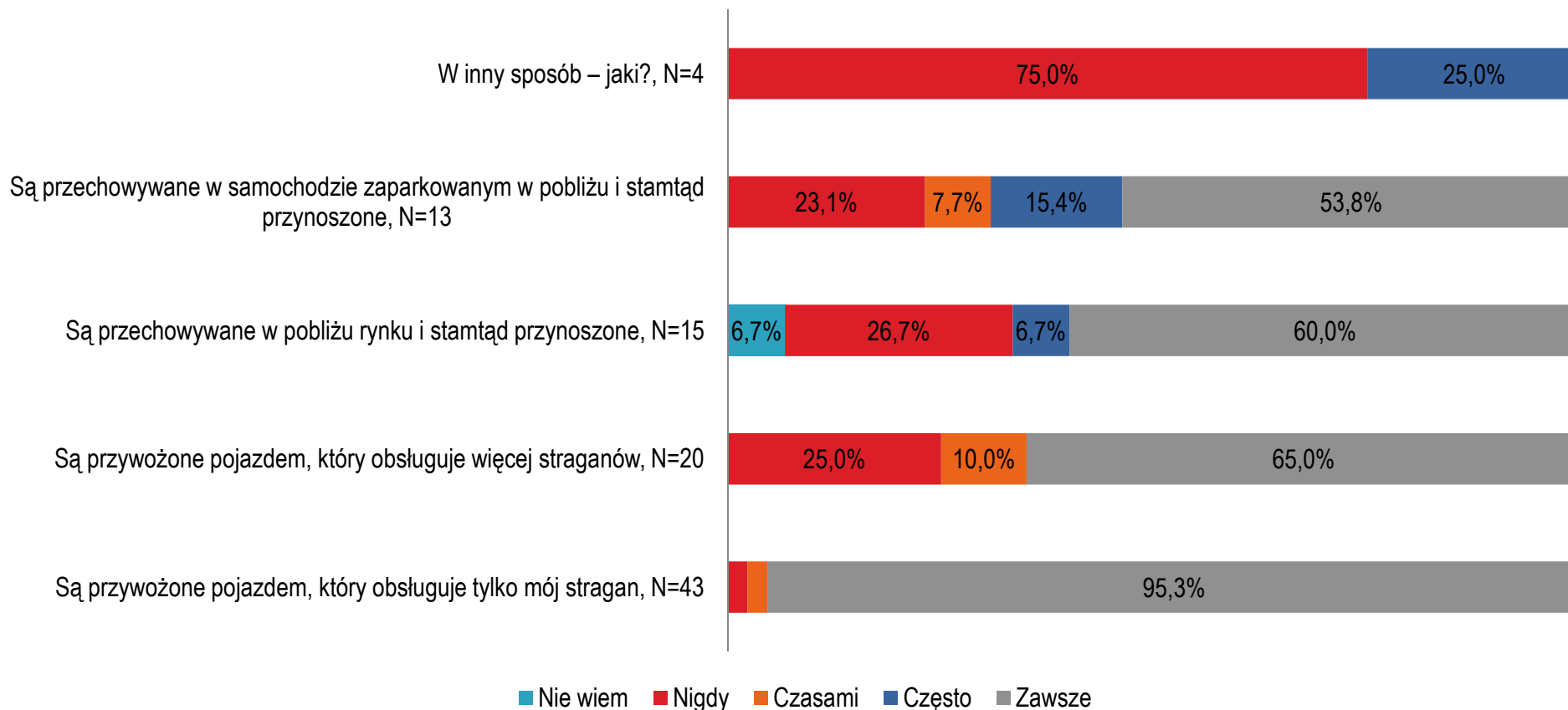
Jak często pracuje P. na Rynku Jeżyckim? (N=59)

Zdecydowana większość kupców pracuje codziennie lub prawie codziennie na Rynku Jeżyckim (93,2%).



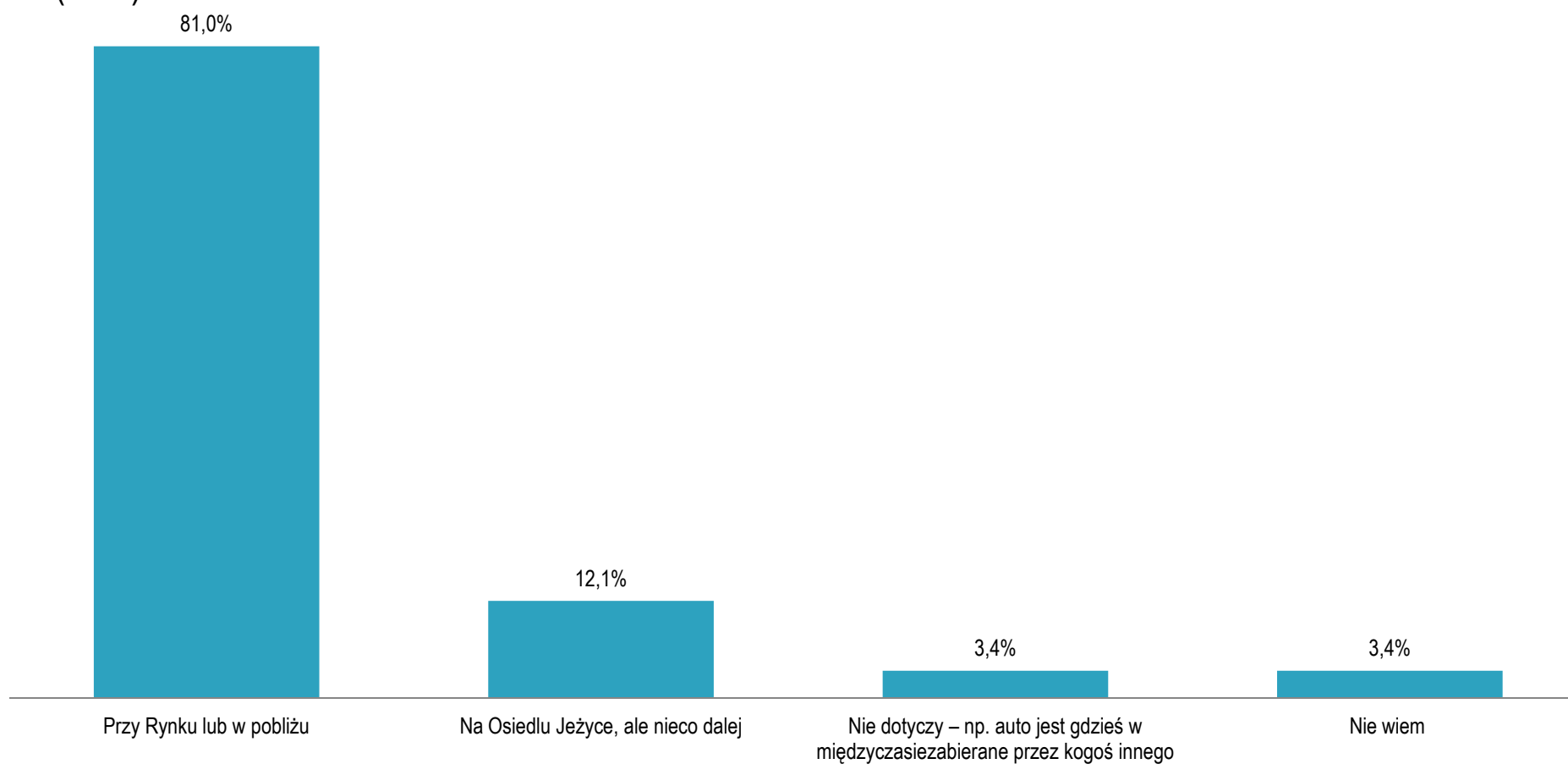
W jaki sposób docierają na rynek towary, którymi P. handluje?

Według opinii kupców towary, którymi handlują zawsze "są przywożone pojazdem, który obsługuje tylko mój stragan". Z tą opinią zgodziło się 95,3% badanych



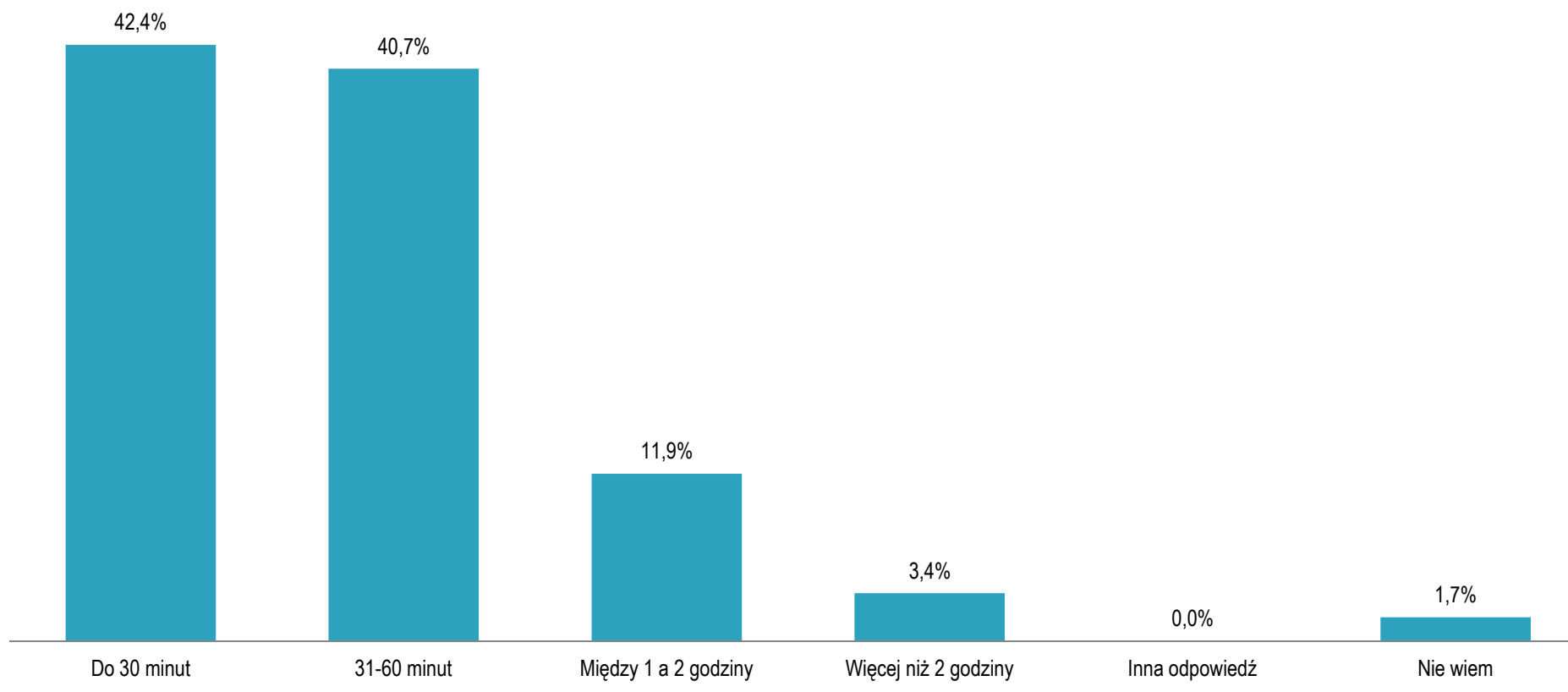
Gdzie jest zwykle zaparkowany samochód, którymi dostarczane są towary? (N=58)

Samochód, którym dostarczane są towary zwykle parkowany jest przy Rynku lub w jego pobliżu (81%).



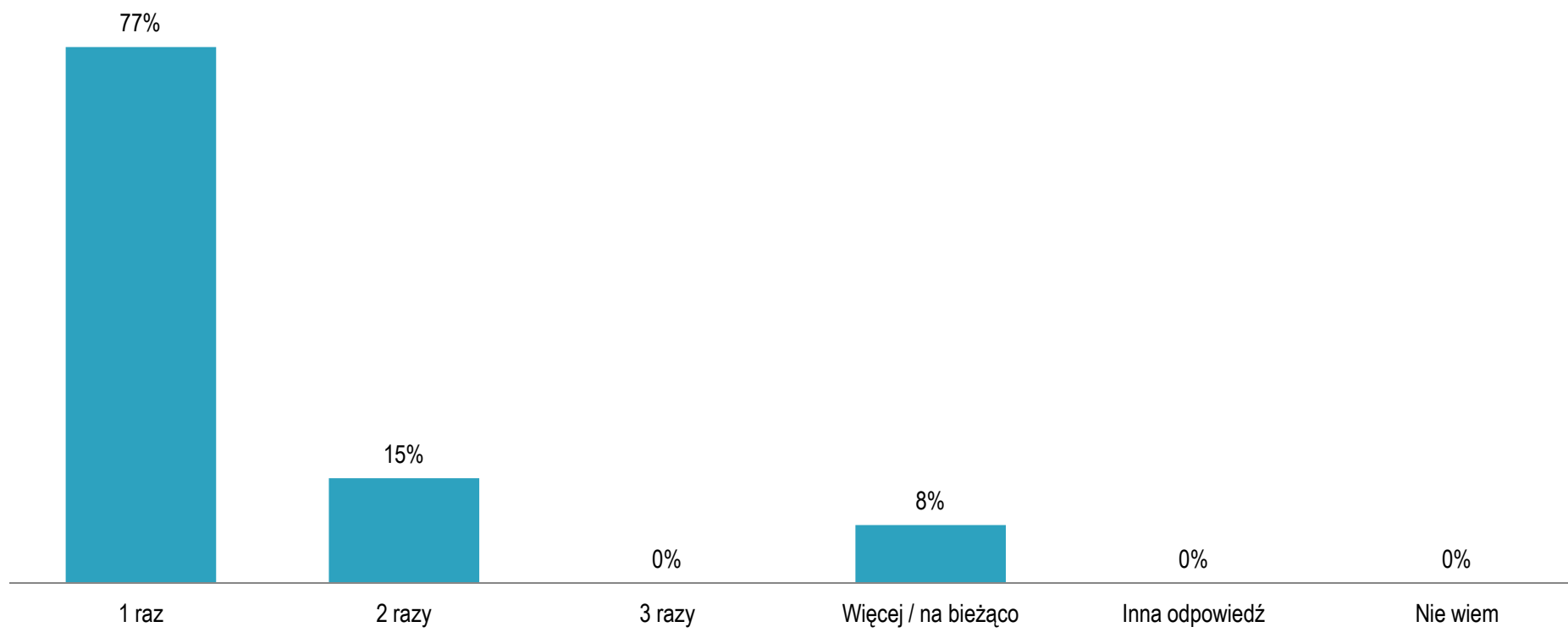
Jak długo trwa rozładunek od momentu dotarcia na Rynek? (N=59)

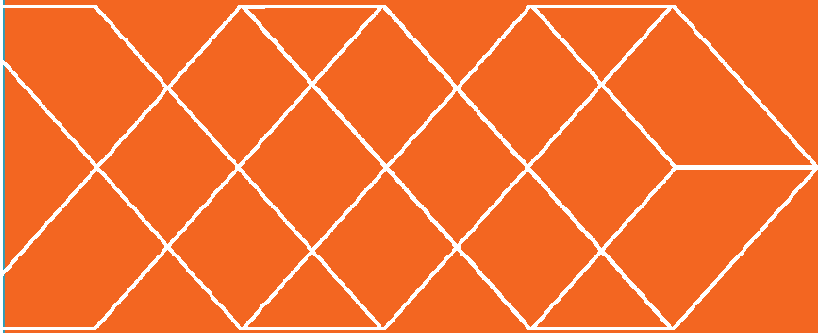
Rozładunek towarów dla 42,4% kupców trwa do 30 minut, a dla 40,7% od 31 minut do godziny. Co dziesiąty z kupców musi rozładowywać towary pomiędzy 1 a 2 godzinami.



Ile razy dziennie odbywa się dostawa na P. stragan? (N=60)

Dostawa na stragan odbywa się zwykle raz dziennie (77%).





Podsumowanie

Podsumowanie

1. Biorąc pod uwagę całościowe wyniki konsultacji, należy powtórzyć, że najbardziej pożądanym środkiem transportu na Rynek Jeżycki jest poruszanie się pieszo (30,8% oraz 9% pieszo z wózkiem dziecięcym) oraz komunikacją publiczną (tramwajem 16,9% i autobusem 9,7%). Docierając do Rynku uczestnicy konsultacji nieco częściej preferowali rower (16,7%) niż samochód (15,9%).
2. Istnieją rozbieżności interesów w sposobie docierania na Rynek pomiędzy szeroko rozumianymi klientami (klienci + mieszkańcy) a kupcami. Ci pierwsi docierają zwykle pieszo lub komunikacją publiczną – drudzy zaś samochodami. Należy rozważyć takie rozwiązania, które zapewnią udogodnienia zarówno dla klientów, jak i handlujących, którzy z racji wykonywanego zawodu (dowóz towarów) zdecydowanie preferują dojazd samochodami.
3. Rynek Jeżycki nie pełni jedynie lokalnej funkcji handlowej. Biorąc pod uwagę strukturę klientów, należy zwrócić, że aż 29% z nich dociera na Rynek spoza obszaru ścisłych Jeżyc czy przyległych osiedli i jest dla nich miejscem częstych zakupów. Świadczy to o dużych walorach i znaczeniu Rynku Jeżyckiego w przestrzeni całego miasta.
4. Znaczenie tej przestrzeni dla mieszkańców potwierdza również bardzo duże zainteresowanie, które towarzyszyło prowadzonym konsultacjom.

Zbieżności i rozbieżności w ocenie funkcjonowania Rynku Jeżyckiego

	Klienci	Kupcy	Mieszkańcy
Łatwość w dotarciu na Rynek			
Liczbę i organizację wejść prowadzących na Rynek			
Liczbę i umiejscowienie głównych alejek biegnących przez Rynek			
Szerokość alejek biegnących przez Rynek			
Sposób rozmieszczenia straganów i budek na Rynku			
Komfort dokonywania zakupów / funkcjonalność straganów i budek			
Estetykę i wygląd straganów i budek			
Godziny funkcjonowania targowiska			
Bezpieczeństwo w tej okolicy			

5. Obszarami, które powinny wymagać zmian przy rewitalizacji terenu targowiska to:

1. Szerokość alejek biegnących przez Rynek.
2. Poprawienie funkcjonalności straganów i budek.
3. Estetyka i wygląd straganów.
4. Zapewnienie większego poczucia bezpieczeństwa handlujących i klientów

W stosunku do tych obszarów istnieje zgoda większości użytkowników targowiska.

Zbieżności i rozbieżności w ocenie pomysłów na Rynek Jeżycki

	Klienci	Kupcy	Mieszkańcy
Przystosowanie Rynku do tego, by poza godzinami handlu organizować wydarzenia kulturalne, spotkania, konsultacje – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe			
Przystosowanie Rynku do tego, by poza godzinami handlu był miejscem wypoczynku dla mieszkańców – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe			
Ustawienie małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe			
Wprowadzenie straganów składanych po godzinach handlu – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe			
Zrównanie poziomu płyty Rynku, ulic i chodników wokół Rynku – stworzenie wspólnej przestrzeni (shared space)			
Wprowadzenie zadaszenia dla całej płyty Rynku			
Częściowe ograniczenie ruchu samochodowego przy Rynku (przy zachowaniu łatwego dojazdu do posesji dla mieszkańców oraz do rynku dla kupców i dostawców)			
Przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku do parkowania krótkotrwałego (np. do 30 minut)			
Przeznaczenie w godzinach handlowych części miejsc postojowych wokół Rynku dla dostawców			
Zwiększenie powierzchni terenów zielonych wokół rynku			

6. Dużo więcej kontrowersji wzbudzają pomysły, które oceniali klienci, kupcy i mieszkańcy. Wobec większości z nich istnieją rozbieżności w ocenie, przy czym klienci i mieszkańcy mają zwykle odmienne opinie od osób handlujących na Rynku. W takich przypadkach rekomendowane są dalsze działania dialogowe i komunikacyjne, gdyż wprowadzenie tych zmian na obecnym etapie oznaczać będzie sprzeciw społeczności kupieckiej.
7. Wspólne opinie wszystkich użytkowników dotyczą następujących rozwiązań:
 1. Niechęć wobec ustawienia małej fontanny, kurtyn wodnych lub innego miejsca do relaksu przy źródle wody – o ile będą takie możliwości techniczne i finansowe.
 2. Niechęć wobec częściowego ograniczenia ruchu samochodowego przy Rynku (przy zachowaniu łatwego dojazdu do posesji dla mieszkańców oraz do rynku dla kupców i dostawców).
 3. Zgody co do konieczności zadaszenia dla całej płyty Rynku.



Dziękujemy za uwagę



Konsultujemy
Badania i konsultacje społeczne