

Prostor Pražské tržnice

Závěrečná zpráva



nms

MARKET RESEARCH

Cíle průzkumu

Cílem průzkumu bylo zmapovat názory Pražanů na prostory Pražské tržnice.

Zjistit, jak jsou Pražané s tímto místem spokojeni a dále jak často a za jakými aktivitami do tržnice chodí.



Metodologie

Design výzkumu



On-line sběr dat v Českém národním panelu

Velikost online vzorku: N=1040

Sběr dat: 3. - 8. 6. 2021

Délka dotazníku: do 5ti minut

Cílová skupina

Vzorek Pražanů podle následujících kvót: pohlaví, věkové kategorie, vzdělání, vzdálenost Pražské tržnice do 30 min

Téma výzkumu

Návštěvnost Pražské tržnice (četnost, důvody, apod.)

Návrhy na zlepšení situace

Názory na připravované inovace

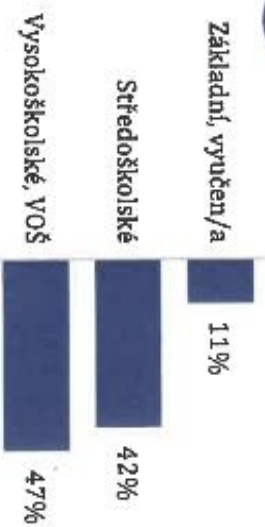
Struktura vzorku



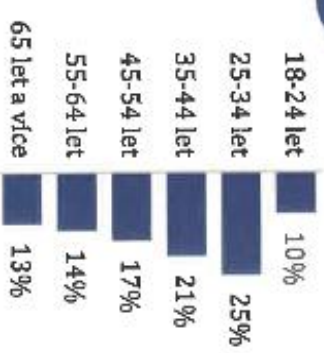
Pohlaví



Vzdělání



Věk





Hlavní zjištění

Hlavní zjištění

65 % respondentů navštívuje Pražskou tržnici.

Hlavními důvody, proč lidé do tržnice chodí, jsou Alza (71 %) a nákupy zeleniny a farmářských potravin (62 %).

Naopak hlavním důvodem, proč lidé do tržnice nechodí, je nevyhovující nabídka obchodů a služeb podniků (31 %).

50 % respondentů stráví cestou do tržnice 21 - 30 minut a nejpoužívanějším vstupem (47 %) je ten z Bubenského nábřeží.

Nejpreferovanější změnou veřejného prostranství tržnice je přidání zeleně (77 %) a nejoblíbenějšími aktivitami jsou posezení u piva, vína apod. (72 %) a nakupování (61 %).

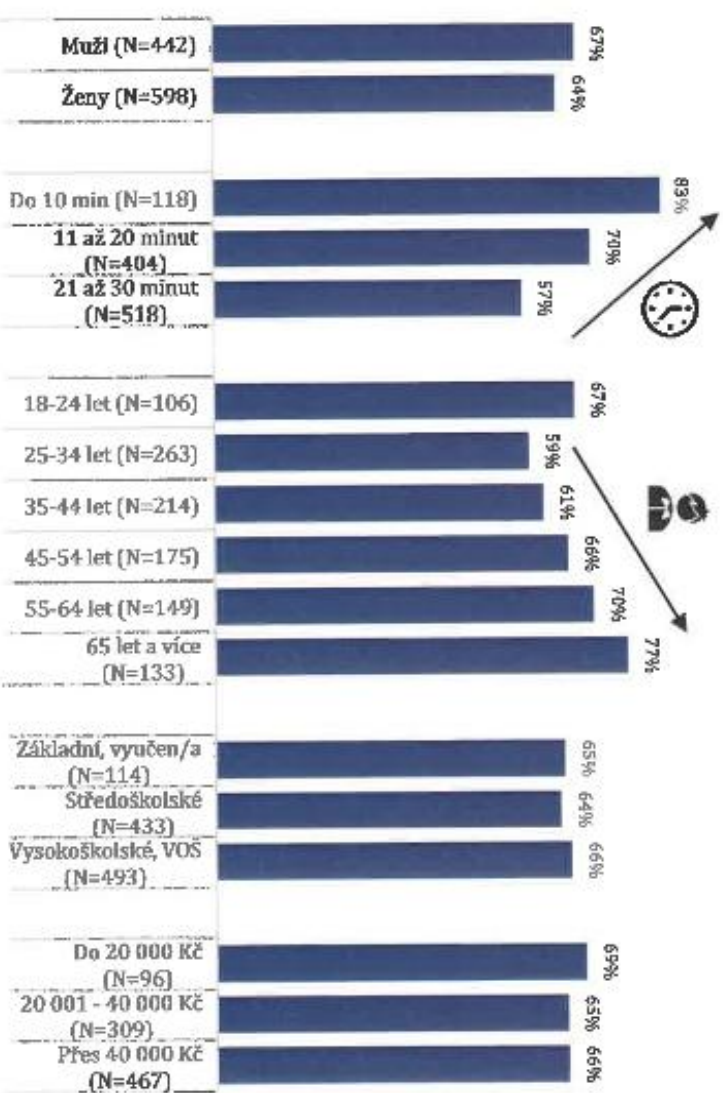
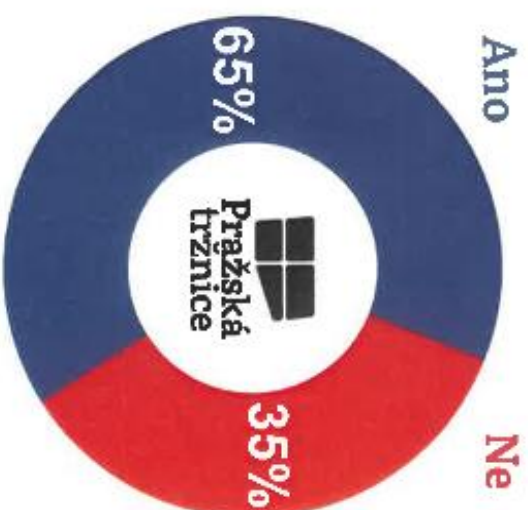




Detailní zjištění

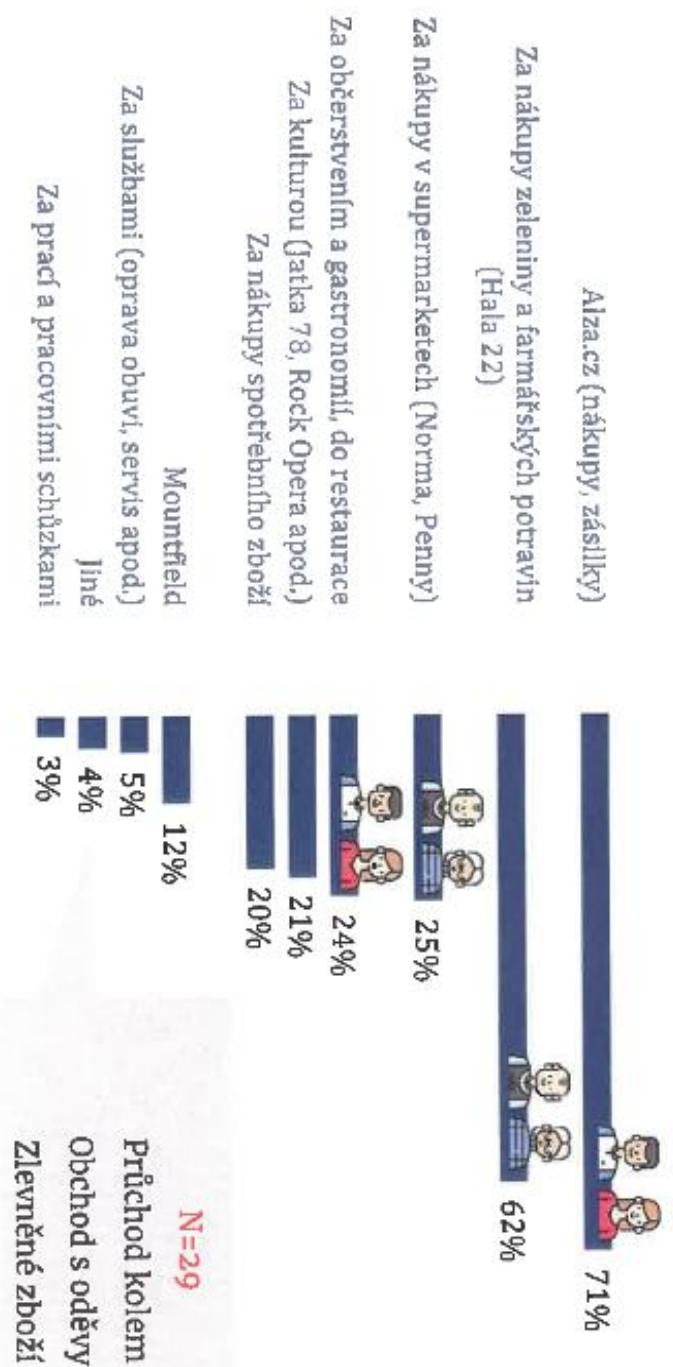
2/3 dotázaných respondentů navštěvují Pražskou tržnici

Areál tržnice navštěvují nejvíce lidé z blízkého okolí (cesta do 10 minut) a nejčastěji lidé ve věku 65+ (77%).



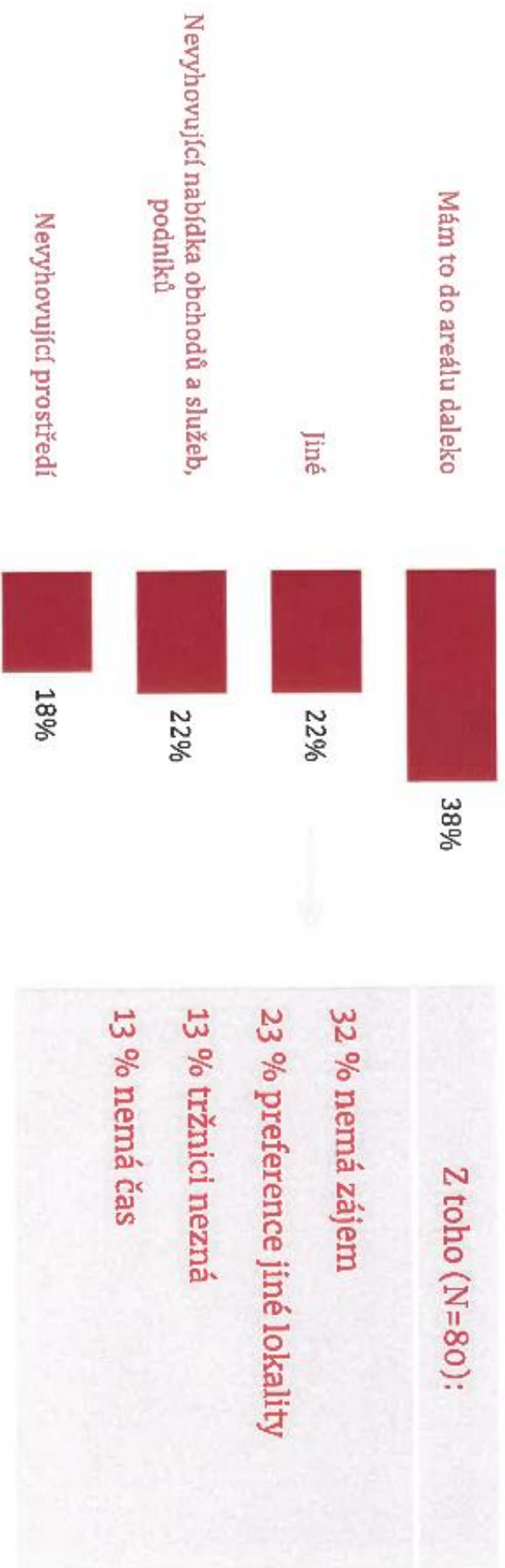
Do Alzy, pro zeleninu a na farmářské trhy

Lidé ve věku 25 – 34 let chodí do tržnice častěji kvůli Alze a za občerstvením. Věkové skupiny 55+ zase častěji za nákupem zeleniny a farmářských potravin a kvůli supermarketům.



Proč ne na tržnici?

Hlavním důvodem, proč lidé nenavštěvují tržnici je, že to mají do areálu daleko (38 %).



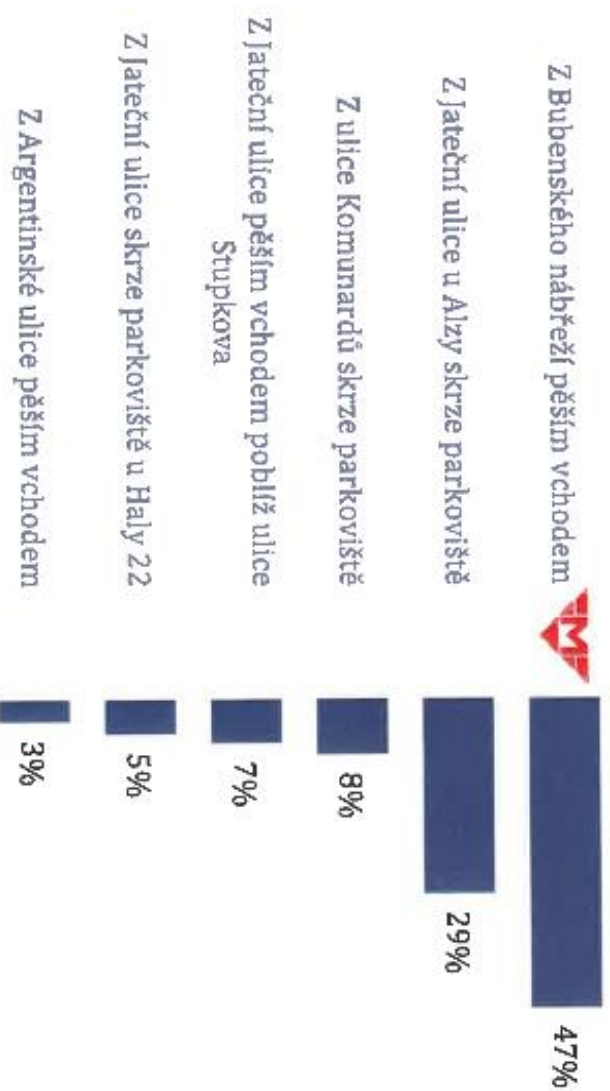
Více než 1/3 respondentů tržnici navštěvuje několikrát do měsíce

Platí napříč celou cílovou populací pro všechny sociodemografické skupiny.



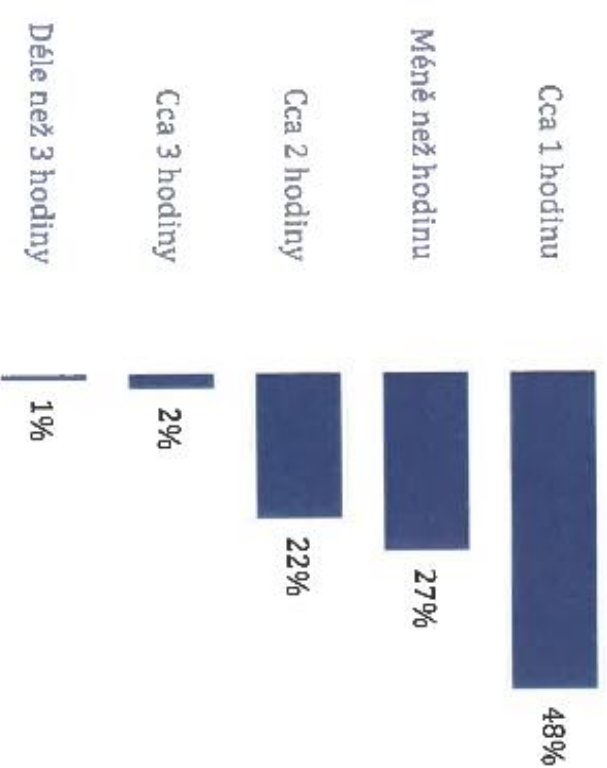
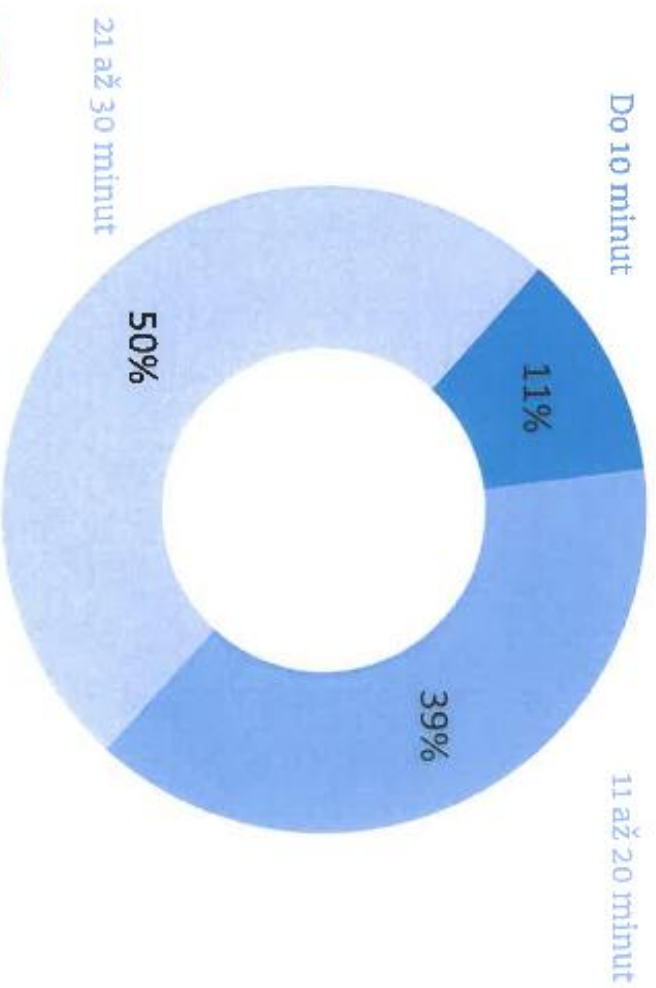
Téměř polovina návštěvníků přichází z Bubenského nábřeží

A častěji tento vchod používají respondenti z dojezdové vzdálenosti 21 až 30 minut.



Polovina návštěvníků stráví cestou do tržnice 21 až 30 minut

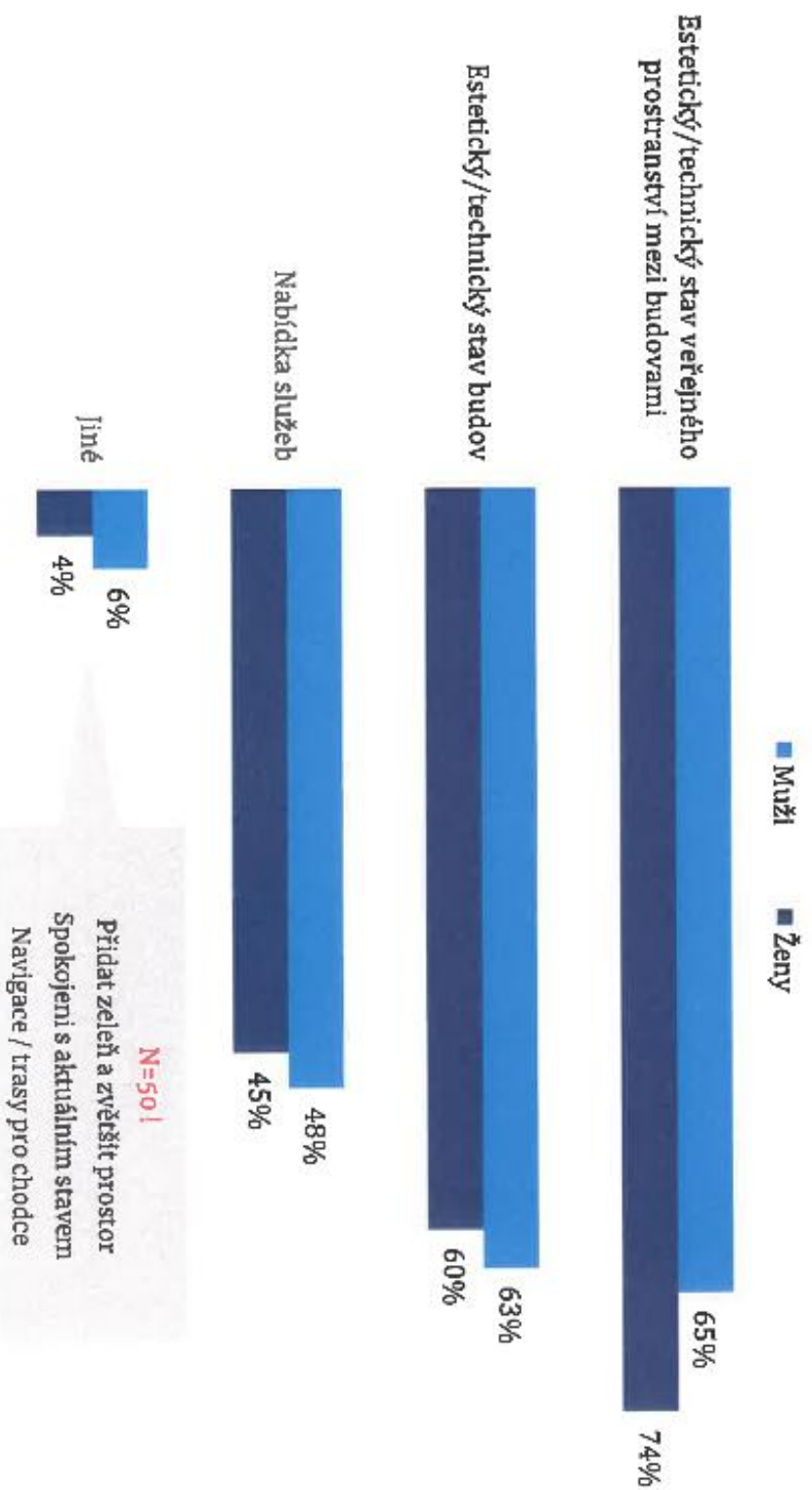
Ti, co to mají do tržnice nejbliže (do 10 minut), tam obvykle stráví méně než 1 hodinu.



Do dotazníku vstupovali pouze respondenti, kteří mají dojezdovou vzdálenost do 30 min.

Q01: Jaká je dojezdová vzdálenost z Vašeho bydliště do areálu Pražské tržnice? N=1040
Q05: Jak dlouhou dobu strávíte v areálu strážíte? N=678, jen ti, co navštěvují tržnici

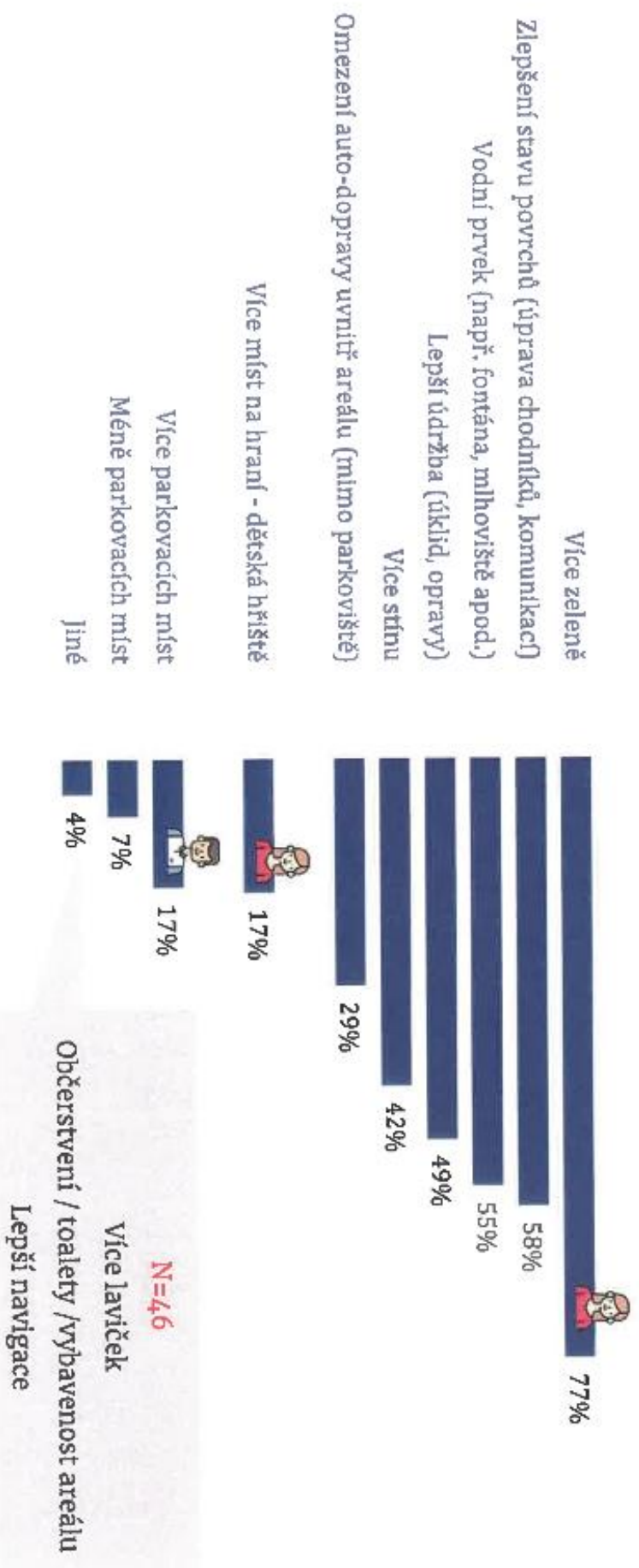
Podle necelých 3/4 respondentů by se měl změnit **stav prostranství mezi budovami**



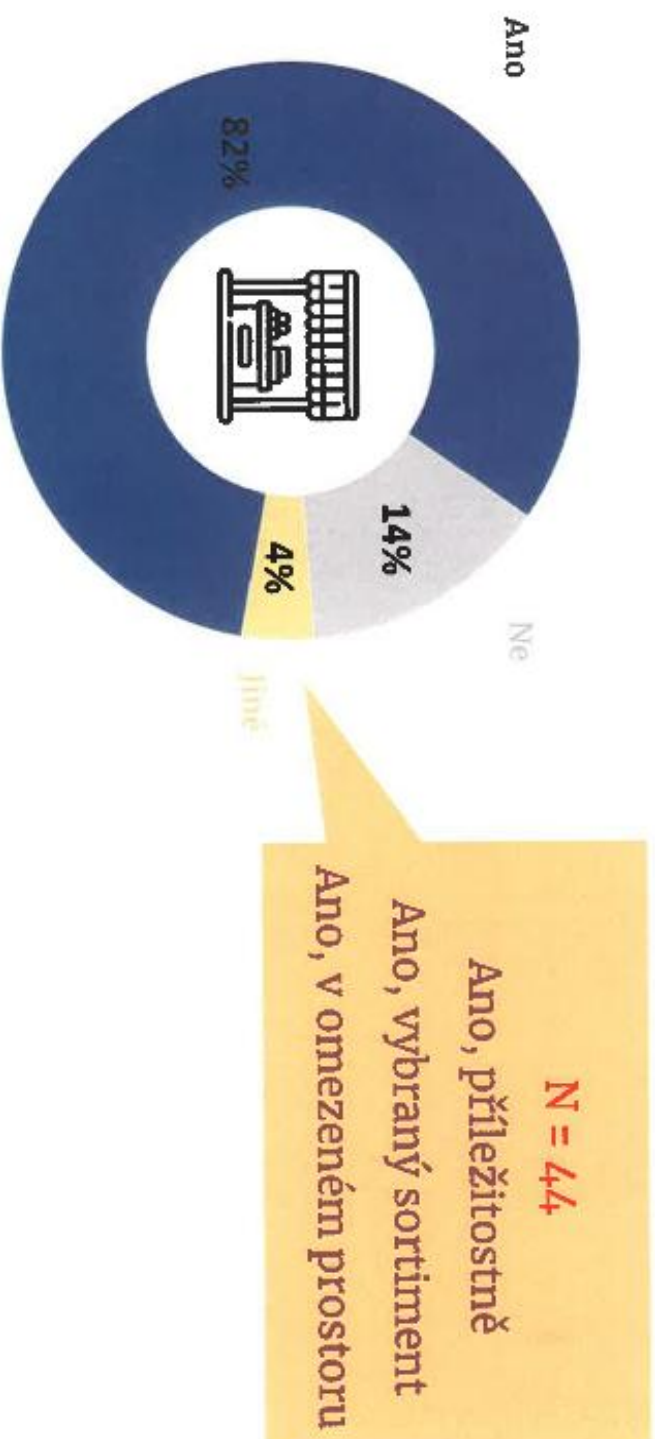
14 Q08: Pražská tržnice projde v následujících letech rekonstrukcí, co by se mělo v tomto prostoru podle Vás změnit?
N=1040

Respondenti by nejvíce uvítali přidat zeleně

Ženy chtějí častěji než muži více zeleně a více míst na hraní, muži naopak více parkovacích míst.



8 z 10 respondentů souhlasí se stánkovým prodejem v tržnici



Nejpreferovanější aktivitou je posezení u piva

Kulturní akce, návštěvy restaurací a komunitní aktivity zmiňují častěji respondenti ve věku 25 – 34 let.



17 Q1: Pražská tržnice nabízí venkovní prostory pro řadu aktivit, jaké byste v ní rád(a) dělala(a) vy? N=1040

Pozitivní a negativní výroky ohledně tržnice

Respondenti nejčastěji zmiňovali nespokojenost s kvalitou služeb / výrobků (24 %).

Výroky nad 1 % :



Ukázky odpovědí:

„Myslím si, že je Pražská tržnice krásné místo už teď. Nějaké menší úpravy to jedině vylepší.“

„Hlavně zeleně, sezení ve stínu, nějaká voda a malé občůdky, ale aby nepřevažovaly suvenýry, spíš masnu, pekárnou apod. Prosím aby tam lidé chodili rádi nakupovat a mohli si vybrat.“

„Celkové prostředí kultivovat zelení, kladnými zákoufřími s posezením, občerstvením i místy pro děti.“

„Bylo by skvělé, kdyby tam bylo více zeleně, laviček, míst k posezení. Mohli by se tam v létě promítat filmy.“