

Отчет по оценке качества предоставленных услуг за I квартал 2016 года

В ходе проведенного в Новосибирском государственном драматическом театре «Старый дом» исследования были опрошены 100 человек. Из них мужчин - 18%, женщин – 82%. Подавляющую часть опрошенных (52%) составляют респонденты в возрасте от 15 до 29 лет (см. табл.1).

Таблица 1

Возраст респондентов

Возрастная группа	% к числу ответивших
15-29 лет	52
30-49 лет	32
50 лет и больше	16

Большинство (83,7%) респондентов имеют или в данный момент получают высшее образование (см. табл. 2).

Таблица 2

Образование респондентов

Образование	% к числу ответивших
Высшее	65,3
Неоконченное высшее	18,4
Среднее специальное	5,1
Общее среднее	6,1
Неполное среднее	5,1

Около половины опрошенных (48%) посещают театр «Старый дом» несколько раз в год (см. табл.3). Среди тех, кто ранее уже был в данном театре, наибольшую популярность заслужили спектакли «Калека с острова Инишмаан» (39,4%), «Очень простая история» (39,4%), «Пер Гюнт» (36,4%), «Вечера на хуторе близ Диканьки» (34,8%), «Загнанных лошадей пристреливают, не правда ли?» (30,3%), «Аристократы поневоле» (28,8%).

Частота посещения театра «Старый дом»

Частота посещения	% к числу ответивших
Несколько раз в месяц	16
Раз в месяц	8
Несколько раз в год	48
Впервые	28

Как следует из проанализированных данных, доля зрителей, пришедших в «Старый дом» впервые, составляет около трети опрошенных (28%), что свидетельствует об эффективном распространении информации о деятельности театра среди его потенциальной аудитории. При этом значительная часть респондентов, впервые посетивших «Старый дом», остановили свой выбор на его спектакле из-за участия в постановке любимого артиста (23,9%) или по совету распространителей билетов (16,9%).

По степени популярности у опрошенных зрителей источники информации о спектаклях театра выстроились в следующую иерархию:

1. Сайт театра (45%)
2. Афиши театра (33%)
3. Распространители билетов (22%)
4. Социальные сети (21%)
5. Прочие (кроме сайта театра и его аккаунтов в социальных сетях) интернет-ресурсы (10%)
6. Газеты, журналы (5%)

Здесь следует отметить всё возрастающее значение в распространении информации сети Интернет, причем среди возрастных категорий респондентов, составляющих подавляющую часть аудитории «Старого дома» (15-49 лет) (см. табл.4).

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Из каких источников вы узнали о спектаклях нашего театра» в зависимости от возрастной категории
(% к числу ответивших)

Источник информации	Возрастная категория		
	15-29 лет	30-49 лет	50 лет и больше 50 лет
Газеты, журналы	0	3,3	14,3
Сайт театра	42,3	53,3	42,9
Социальные сети	30,8	16,7	0
Другие интернет-ресурсы	7,7	13,3	0
Афиши театра	32,3	30	35,7
Распространители	21,2	13,3	35,7

Чаще всего респонденты покупают билеты на спектакли театра «Старый дом» заранее в кассе театра (34%). У распространителей предпочитают приобретать билеты 18% опрошенных, с помощью системы «Городские зрелищные кассы» - 15%, воспользовавшись услугой бронирования на сайте театра и по телефону – по 12%, непосредственно перед началом спектакля – 5%.

Анализируя причины выбора зрителями «Старого дома» того или иного спектакля, стоит отметить, что лидирующим фактором здесь является так называемое «сарафанное радио», то есть советы друзей, коллег по работе (этот вариант выбрали 41,8% опрошенных). Кроме этого, важными стимулами в процессе выбора спектакля оказываются участие любимого артиста (14,4%) и рекомендации распространителя (12,9%). Также большое значение имеет жанр спектакля (34,7%): комедию предпочитают 16,3% респондентов, трагедию – 9,2%, драму – 4,1%, мелодраму – 3,1%, сказку – 2%.

В большинстве случаев зрители «Старого дома удовлетворены» доступностью и качеством предоставленной информации о спектаклях (см. табл.5 и 6).

Таблица 5

Степень удовлетворенности доступностью предоставленной информации о спектаклях

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	85
Нет	2
Частично	13

Таблица 6

Степень удовлетворенности качеством предоставленной информации о спектаклях

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	86
Нет	2
Частично	10
Затрудняюсь ответить	2

Также подавляющая часть респондентов удовлетворена доступностью и качеством предоставленных услуг (см. табл. 7 и 8).

Таблица 7

Степень удовлетворенности доступностью предоставленных услуг

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	94
Частично	6

Таблица 8

Степень удовлетворенности качеством предоставленных услуг

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	95
Частично	5

Подводя итог проведенному исследованию, следует подчеркнуть, что подавляющая часть зрителей театра «Старый дом» удовлетворена доступностью и качеством предоставленной информации о спектаклях, а также качеством и доступностью предоставленных услуг. При этом велика доля впервые посетивших данный театр респондентов. В целом проанализированные показатели свидетельствуют о привлекательности «Старого дома» для потенциальной зрительской аудитории.

Менеджер отдела службы зрителей Е.А. Купцова