

Отчет по оценке качества предоставленных услуг за
III квартал 2016 года

В ходе проведенного в Новосибирском государственном драматическом театре «Старый дом» исследования были опрошены 102 человека. Из них мужчин – 28,4%, женщин – 71,6%. Подавляющую часть опрошенных (50,98%) составляют респонденты в возрасте от 15 до 29 лет (см. табл.1).

Таблица 1

Возраст респондентов

Возрастная группа	% к числу опрошенных
Меньше 15 лет	0,98
15-29 лет	50,98
30-49 лет	41,18
Больше 50 лет	6,86

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

Таблица 2

Образование респондентов

Образование	% к числу опрошенных
Высшее	60,9
Неоконченное высшее	22,8
Среднее специальное	6,5
Общее среднее	5,4
Неполное среднее	4,4

Велика доля опрошенных, посетивших театр «Старый дом» впервые (см. табл.3). Среди тех, кто ранее уже был в данном театре, наибольшую популярность заслужили спектакли «Сиротливый запад» (32,4%), «Аристократы поневоле» (32,4%), «Вечера на хуторе близ Диканьки» (31,1%), «Пер Гюнт» (29,7%), «Калека с острова

Инишмаан» (24,3%), «В поисках радости. Век XXI» (24,3%), «Очень простая история» (24,3%).

Таблица 3

Частота посещения театра «Старый дом»

Частота посещения	% к числу опрошенных
Несколько раз в месяц	8,82
Раз в месяц	14,71
Раз в 2-3 месяца	17,65
Раз в полгода	17,65
Реже, чем раз в год	19,6
Посещение впервые	21,57

Основными источниками информации о спектаклях театра являются:

1. Сайт театра (35%)
2. Афиши театра (28%)
3. Социальные сети (24%)
4. Распространители билетов (21%)
5. Советы друзей (15%)
6. Прочие (кроме сайта театра и его аккаунтов в социальных сетях) интернет-ресурсы (8%)
7. Газеты, журналы (1%)

Большую роль в распространении информации о театре по-прежнему играет сеть Интернет. В общей сложности с помощью этого средства массовой коммуникации о спектаклях «Старого дома» узнали за минувший квартал 67% респондентов.

Наиболее популярными способами покупки билетов в «Старый дом» оказались:

- ✓ Покупка билетов заранее в кассе театра (38,2%);
- ✓ Покупка билетов через систему «Городские зрелищные кассы» (24,5%);
- ✓ Предварительное бронирование на сайте театра (17,6%);
- ✓ Покупка билетов у распространителей (16,7%);
- ✓ Покупка билетов перед началом спектакля (16,7%).

При выборе того или иного спектакля респонденты руководствуются различными причинами. За отчётный период доминирующими факторами стали:

- Жанр спектакля (комедия) – 36,3%;
- Совет друзей, коллег – 30,4%;
- Приглашение от друзей, родственников – 24,5%;
- Рекомендации распространителей билетов – 16,7%.
- Реклама – 11,8%.

Принимая во внимание факт того, что для зрителей любого возраста главной причиной выбора спектакля оказался его жанр (комедия), существуют также и характерные для каждой возрастной группы факторы. Так, для зрителей в возрасте от 15 до 29 лет ведущей причиной выбора спектакля являются советы друзей, коллег (35,8%); тем, кому от 30 до 49 лет, интересен, в числе прочего, жанр мелодрамы (23,8%). При этом для респондентов старше 30 лет большое значение имеют рекомендации распространителей билетов (см. табл. 4).

Таблица 4

Зависимость причин выбора спектакля от возраста респондентов
(% к числу опрошенных)

Причина выбора спектакля	Возрастная группа		
	15-29 лет	30-49 лет	Больше 50 лет
Реклама	7,7	19	0
Участие любимого артиста	11,5	4,8	14,3
Режиссёр спектакля	5,8	2,4	0
Рекомендации распространителей билетов	17,7	16,7	14,3
Советы друзей, коллег	36,5	19	57,1
Удобное время спектакля	9,6	14,3	0
Приглашение друзей, родственников	23,1	26,2	28,6
Жанр: трагедия	17,3	16,7	42,9
Жанр: комедия	34,6	38,1	42,9
Жанр: драма	30,8	14,3	28,6
Жанр: мелодрама	3,8	23,8	14,3
Жанр: сказка	1,9	4,8	14,3

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	89,2
Частично	10,8

Таблица 6

Степень удовлетворенности качеством предоставленной информации о спектаклях

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	96,1
Нет	3,9

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	94,1
Частично	5,9

Степень удовлетворенности качеством предоставленных услуг

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	95,1
Частично	4,9

Подводя итог анализу собранных данных, можно сделать следующие выводы: большинство зрителей театра «Старый дом» по-прежнему удовлетворено доступностью и качеством предоставленной информации о спектаклях, а также качеством и доступностью предоставленных услуг. Значима доля респондентов, впервые посетивших «Старый дом». Количество привлекательных для зрителей информационных каналов, предоставляющих сведения о театре, продолжает расти.

Менеджер отдела службы зрителей Е.А. Купцова