

Отчет по оценке качества предоставленных услуг за
IV квартал 2016 года

В ходе проведенного в Новосибирском государственном драматическом театре «Старый дом» исследования были опрошены 215 человек. Из них мужчин – 20,6%, женщин – 79,4%. Подавляющую часть опрошенных (43,6%) составляют респонденты в возрасте от 15 до 29 лет (см. табл.1).

Таблица 1

Возраст респондентов

Возрастная группа	% к числу опрошенных
Меньше 15 лет	2,8
15-29 лет	43,6
30-49 лет	40,8
Больше 50 лет	12,8

Большинство (76,9%) респондентов имеют или в данный момент получают высшее образование (см. табл. 2).

Таблица 2

Образование респондентов

Образование	% к числу опрошенных
Высшее	67,3
Неоконченное высшее	9,6
Среднее специальное	10,1
Общее среднее	7,2
Неполное среднее	5,8

Велика доля опрошенных, посетивших театр «Старый дом» впервые (см. табл.3). Среди тех, кто ранее уже был в данном театре, наибольшую популярность заслужили спектакли «Калека с острова Инишмаан» (32%), «Вечера на хуторе близ Диканьки» (31,4%), «Пер Гюнт» (29%), «Вишневый сад» (27,8%), «Сиротливый запад» (27,2%), «Очень простая история» (26,6%).

Таблица 3

Частота посещения театра «Старый дом»

Частота посещения	% к числу опрошенных
Несколько раз в месяц	12,6
Раз в месяц	11,2
Раз в 2-3 месяца	13,1
Раз в полгода	24,8
Реже, чем раз в год	16,8
Посещаю только премьерные показы	0,9
Посещение впервые	20,6

Основными источниками информации о спектаклях театра являются:

1. Сайт театра (37,4%)
2. Афиши театра (21,6%)
3. Социальные сети (19,4%)
4. Распространители билетов (18,4%)
5. Советы друзей (15%)
6. Прочие (кроме сайта театра и его аккаунтов в социальных сетях) интернет-ресурсы (6,8%)
7. Газеты, журналы (4,4%)

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

- ✓ Покупка билетов заранее в кассе театра (38,8%);
- ✓ Покупка билетов через систему «Городские зрелищные кассы» (27,7%);
- ✓ Покупка билетов у распространителей (18,9%);
- ✓ Предварительное бронирование на сайте театра (11,7%);
- ✓ Покупка билетов перед началом спектакля (8,7%);
- ✓ Предварительное бронирование билетов по телефону (5,8%).

Наиболее значимыми причинами посещения того или иного спектакля оказались:

- ✓ Жанр спектакля (комедия) – 46,1%;
- ✓ Совет друзей, коллег – 30,4%;
- ✓ Приглашение от друзей, родственников – 25,5%;
- ✓ Реклама – 13,7%.

В большинстве случаев зрители «Старого дома» удовлетворены доступностью и качеством предоставленной информации о спектаклях (см. табл. 4 и 5).

Таблица 4

Степень удовлетворенности доступностью предоставленной информации о спектаклях

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	95,2
Нет	0,5
Частично	4,3

Таблица 5

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. 6 и 7).

Таблица 6

Степень удовлетворенности доступностью предоставленных услуг

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	98
Частично	2

Таблица 7

Степень удовлетворенности качеством предоставленных услуг

Степень удовлетворенности	% к числу ответивших
Да	94,6
Частично	0,5
Нет	4,9

Проанализировав полученные данные, можно заключить: большинство зрителей театра «Старый дом», как и ранее, удовлетворено доступностью и качеством предоставленной информации о спектаклях, а также качеством и доступностью предоставленных услуг. Аудитория «Старого дома» продолжает пополняться новыми зрителями.

Менеджер отдела службы зрителей
Е.А. Купцова