



MIASTO
STOŁECZNE
WARSZAWA

Opinie na temat zagospodarowania centrum Falenicy

- podsumowanie wyników ankiety przeprowadzonej w ramach konsultacji społecznych pn. „Falenica nasze centrum” organizowanych przez Dzielnicę Wawer m.st. Warszawy oraz Radę Osiedla Falenica w Dzielnicy Wawer m.st. Warszawy.

Raport z badania

Warszawa 2015

Opracowanie: Urząd m.st. Warszawy, Biuro Marketingu Miasta

Informacje o badaniu

- str. 3



Podsumowanie

- str. 5



Wyniki badania

- str. 7



Informacje o respondentach

- str. 15





Informacje o badaniu

Informacje o badaniu

Głównym celem badania było poznanie opinii mieszkańców dzielnicy i innych osób zainteresowanych przyszłością centrum Falenicy na temat sposobów zagospodarowania przestrzeni tego miejsca.

Zakres tematyczny

- Częstotliwość przebywania w centrum
- Podejmowane aktywności
- Kwestie problematyczne
- Propozycje zmian
- Wygląd i funkcjonalności bazaru
- Uwagi respondentów

Technika

- Ankieta internetowa (CAWI) dystrybuowana pocztą elektroniczną oraz umieszczona na stronie konsultacje.um.warszawa.pl
- Ankieta papierowa do samodzielnego wypełnienia przez respondentów, przekazywana w trakcie spotkań konsultacyjnych

Próba

- Celowa – badanie adresowane do uczestników konsultacji społecznych dotyczących centrum Falenicy (zarówno mieszkańców dzielnicy, jak i osób zainteresowanych przyszłym wyglądem centrum Falenicy)
- Liczba wypełnionych ankiet N=285 (internetowych n=129; papierowych n=156)

Realizacja

- Termin: od 2 do 26 października 2015 r.
- Wykonawca: Biuro Marketingu Miasta Urzędu m.st. Warszawy i Rada Osiedla Falenica w Dzielnicy Wawer m.st. Warszawy we współpracy z grupą mieszkańców

Ze względu na zaokrąglenia wartości po przecinku, w niektórych przypadkach dane na wykresach mogą się nie sumować do 100 proc.



Podsumowanie

Częstotliwość przebywania

Zdecydowana większość respondentów to stali bywalcy centrum Falenicy (87%), których można tam spotkać co najmniej kilka razy w tygodniu.

Podjęmowane aktywności

Najczęściej podejmowaną przez badanych aktywnością w centrum Falenicy jest robienie zakupów (87%), przechodzenie przez centrum w drodze do innego miejsca (55%) oraz korzystanie z komunikacji miejskiej (41%).

Kwestie problematyczne

Największymi problemami w centrum dzielnicy, w opinii respondentów, jest niska jakość ciągów komunikacyjnych, utrudnienia w ruchu pieszych i autobusów w dni handlowe oraz niewystarczająca liczba publicznych toalet. Ponadto, badani zwracali uwagę na przepełnione śmietniki i ich małą liczbę oraz brak infrastruktury dla rowerów (np. stojaków, ścieżek).

Propozycje zmian

Spośród różnych pomysłów na zmianę zagospodarowania centrum najwięcej przychylnych opinii ze strony badanych dotyczyło propozycji zadaszenia placu do wolnej sprzedaży – ponad $\frac{3}{4}$ zaaprobowało ten pomysł (77%).

Wygląd i funkcjonalności bazaru

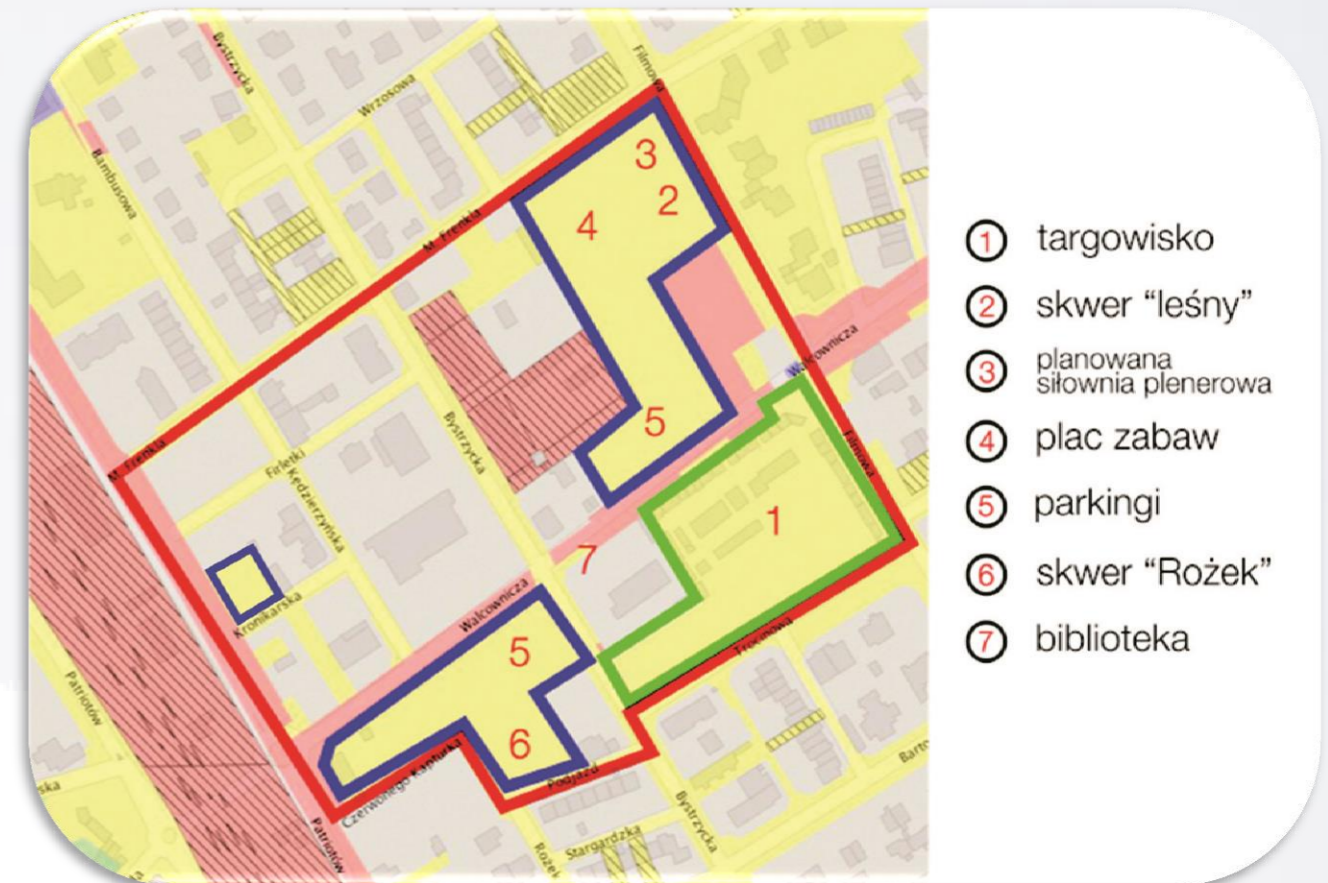
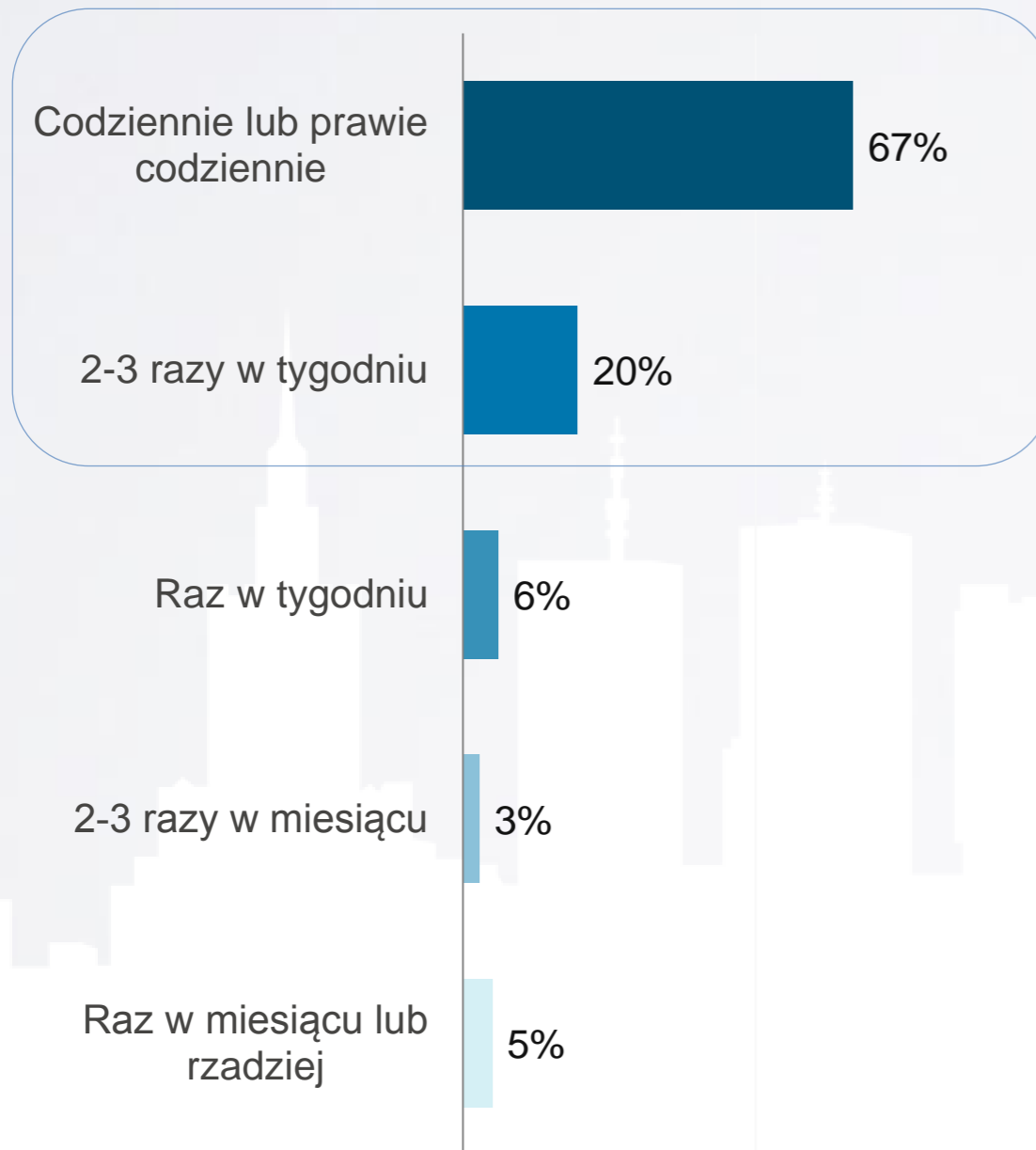
Zdaniem uczestników konsultacji bazar powinien mieć bardziej otwarty charakter niż obecnie – warto, żeby był wykorzystywany również do innych działań, niezwiązanych z handlem. Jednocześnie badani chcieliby, aby to było miejsce spotkań i aktywności mieszkańców. Natomiast wygląd bazaru powinien nawiązywać do tradycyjnej architektury Falenicy (np. stylu świdermajer) z dużą ilością zieleni.



Wyniki badania

Częstotliwość przebywania w centrum

Jak często bywa Pani/Pan w centrum Falenicy?



Na mapce za pomocą czerwonej linii wyznaczono granicę centrum Falenicy.

Podejmowane aktywności

Co zwykle robi Pani/Pan w centrum Falenicy?



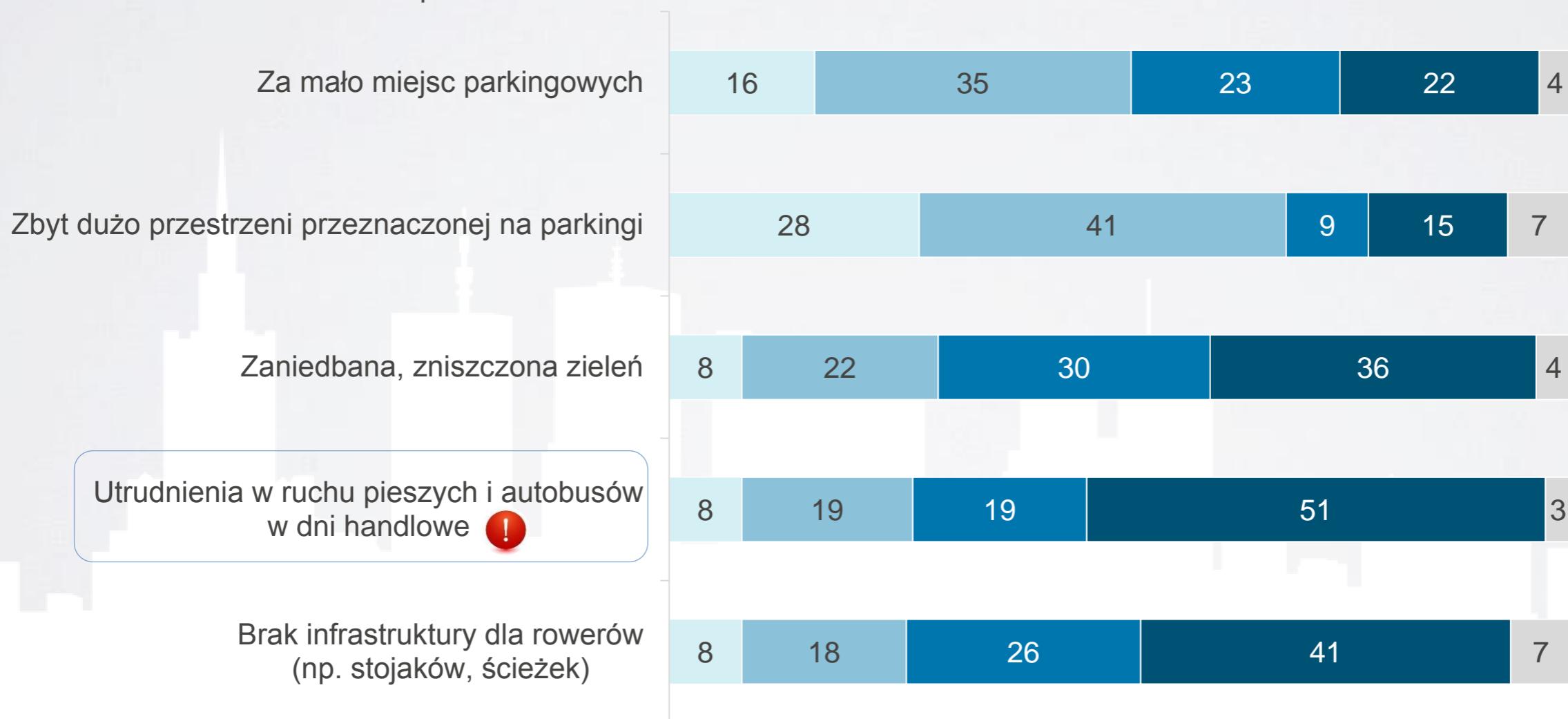
N=285

Dane nie sumują się do 100 proc., ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Kwestie problemowe (1/2)

W jakim stopniu, Pani/Pana zdaniem, dana kwestia jest problemem w centrum Falenicy?

- Zdecydowanie nie jest problemem
- Raczej nie jest problemem
- Raczej jest problemem
- Zdecydowanie jest problemem
- Trudno powiedzieć



N=285

Dane w proc.

Kwestie problemowe (2/2)

W jakim stopniu, Pani/Pana zdaniem, dana kwestia jest problemem w centrum Falenicy?

- Zdecydowanie nie jest problemem
- Raczej nie jest problemem
- Raczej jest problemem
- Zdecydowanie jest problemem
- Trudno powiedzieć

Niewystarczające oświetlenie ulic i chodników



Za mało publicznych toalet !



Niska jakość ciągów komunikacyjnych (wąskie, krzywe chodniki, brak podjazdów, zła nawierzchnia ulic) !



Zbyt mało śmietników/ przepełnione śmietniki

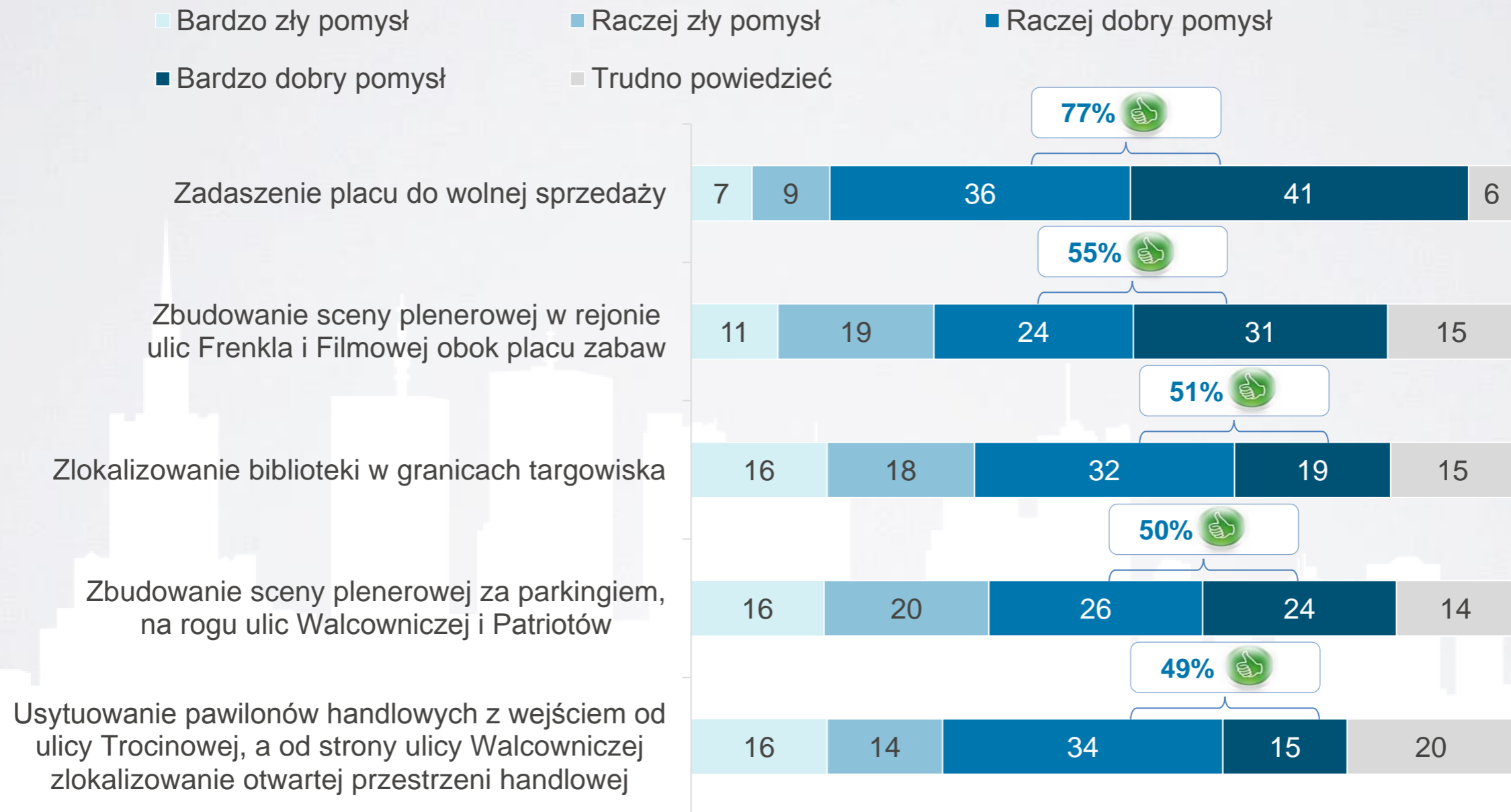


Brak porządku i czystości



Propozycje zmian

W związku z planowanymi inwestycjami w centrum Falenicy rozważane są różne sposoby zagospodarowania przestrzeni targowiska oraz parkingów. Proszę ocenić, czy Pani/Pana zdaniem, to są dobre czy też złe pomysły.



N=285

Dane w proc.

Wygląd i funkcjonalności bazaru

Poniżej znajdują się stwierdzenia opisujące, jak może wyglądać bazar w Falenicy. Proszę określić, które z każdej pary stwierdzeń jest bliższe Pani/Pana oczekiwaniom.

Max. poparcie
stwierdzenia

Max. poparcie
stwierdzenia

Bazar powinien być ogrodzony i zamykany, gdy nie ma handlu.

Bazar powinien być otwarty i wykorzystywany do innych działań, gdy nie ma handlu.

Stanowiska handlowe powinny stanowić trwałą zabudowę bazaru.

Na bazarze powinna zostać niezabudowana przestrzeń do handlu naręcznego.

Bazar powinien pełnić funkcje nie tylko handlowe, ale też być miejscem spotkań i aktywności mieszkańców.

Bazar powinien pełnić wyłącznie funkcje handlowe.

Wygląd bazaru powinien nawiązywać do tradycyjnej architektury Falenicy (np. stylu świdermajer).

Wygląd bazaru powinien czerpać z nowych wzorców architektonicznych, dotąd nieobecnych w centrum Falenicy.

Na bazarze powinno być dużo zieleni.

Zieleń na bazarze jest niepotrzebna.

N=285

Na wykresie przedstawiono średnie ocen.

Uwagi i sugestie respondentów

Jeśli ma Pani/Pan inne uwagi lub sugestie dotyczące zagospodarowania przestrzeni centrum Falenicy, proszę zapisać je poniżej.



Na przykład:

- Wybudowanie basenu i lodowiska
- Konieczność odwodnienia ulic
- Dłuższe godziny otwarcia bazaru
- Więcej miejsc przeznaczonych dla zwierząt
- Umożliwienie handlu naręcznego
- Zorganizowanie wieczorami miejsc spotkań sąsiedzkich

n=136

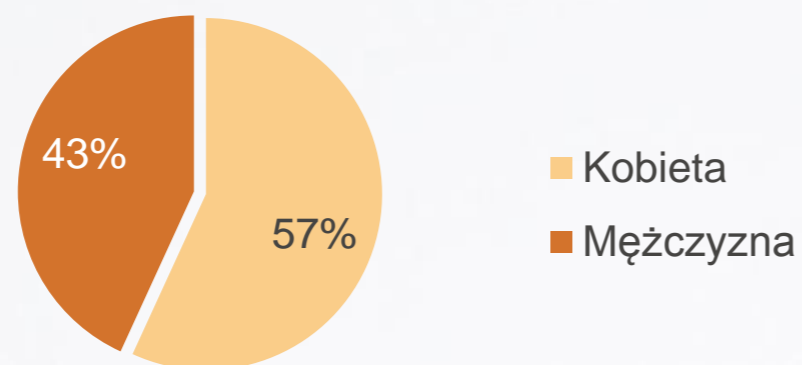
Dane nie sumują się do 100 proc., ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.



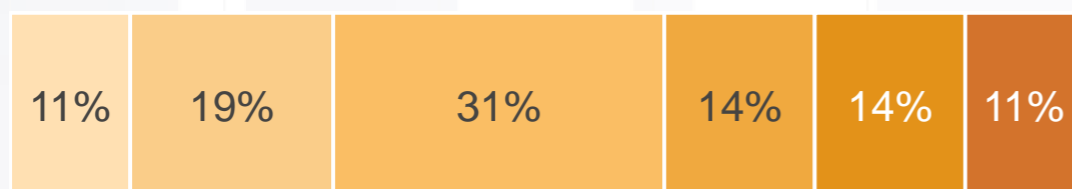
Informacje o respondentach

Informacja o respondentach

Płeć

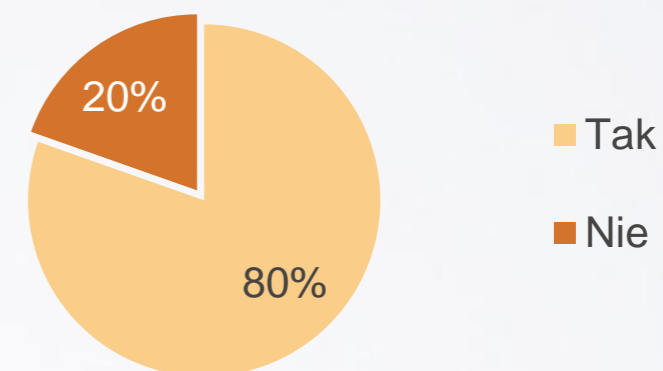


Wiek



- Do 24 lat
- 25 - 34 lata
- 35 - 44 lata
- 45 - 54 lata
- 55 - 64 lata
- 65 lat i więcej

Czy mieszka Pani/Pan w Falenicy?



N=????

Biuro Marketingu Miasta
Urząd m.st. Warszawy
tel. 22 44 30 030, e-mail:

badanie@um.warszawa.pl