



Istebna, dnia 12 czerwca 2025 r.

**Klub Radnych Rady Gminy Istebna
Trójwieś Beskidzkich Wartości**

**Odpowiedź na interpelację z dnia 28 kwietnia 2025 r. (data przekazania do Urzędu Gminy
tj. 29 maja 2025 r.)**

W odpowiedzi na interpelację dotyczącą udzielenia szczegółowych informacji i doprecyzowania kwestii dotyczących „Centrum muzyki Karpat” uprzejmie informuję, co następuje:

Ad. 1. Analiza popytu na ofertę Centrum Muzyki Karpat została przeprowadzona na podstawie zastosowania kilku technik badawczych, które pozwoliły na uzyskanie możliwie pełnego obrazu zapotrzebowania społecznego i turystycznego. W szczególności wykorzystano:

- 1) Analizę danych zastanych (desk research) – czyli przegląd dostępnych materiałów, dokumentów, raportów oraz danych źródłowych już wcześniej zgromadzonych, które mogły mieć znaczenie dla oceny obecnego i przyszłego popytu na usługi kulturalne i edukacyjne.
- 2) Analizę statystyczną danych pochodzących z dostępnych źródeł, takich jak:
 - Śląska Organizacja Turystyczna,
 - Główny Urząd Statystyczny (GUS) – co pozwoliło ocenić aktualne trendy w zakresie turystyki i uczestnictwa w kulturze w regionie.
- 3) Badania społeczne w formie ankiety – przeprowadzone wśród mieszkańców i potencjalnych odbiorców oferty Centrum. Ankieta pozwoliła na:
 - określenie aktualnego profilu odbiorców,
 - ocenę częstotliwości korzystania z oferty kulturalnej,
 - zbadanie zainteresowania planowanymi produktami/usługami Centrum,
 - ocenę atrakcyjności oferty w kontekście przyciągania turystów.

Wszystkie te metody umożliwiły określenie zarówno istniejącego zapotrzebowania, jak i prognozowanego przyszłego popytu na ofertę kulturalno-edukacyjną Centrum Muzyki Karpat, z uwzględnieniem jego roli w rozwoju lokalnym i ponadlokalnym (turystyka, kultura, edukacja).

Ad. 2. Analizę popytu przeprowadziło Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Gospodarczych Delta Partner, NIP: 548-22-51-541. Koszt zadania wyniósł 20.000,00 zł/brutto.

Ad. 3. Tak, analiza została udokumentowana oraz stanowi załącznik nr 1.

Ad. 4. Ocena popytu oparta została na danych statystycznych (GUS, CBOS, Śląska Organizacja Turystyczna),

analizie trendów społeczno-kulturowych, strukturze demograficznej, poziomie zamożności oraz analizie preferencji turystycznych i kulturowych. Uwzględniono też czynniki jakościowe, takie jak znaczenie kultury w życiu społecznym oraz lokalne potrzeby i aspiracje mieszkańców oraz turystów.

Kryteria zastosowane przy ocenie popytu w badaniu internetowym CAWI:

- 1) **Kryteria demograficzne:** Wiek respondentów (przedziały: 18–25, 26–35, 36–45, 46–55, 56–65, 65+). Płeć (kobiety/mężczyźni). Wykształcenie (zawodowe, średnie, wyższe). Miejsce zamieszkania (przede wszystkim województwo śląskie, w tym gmina Istebna).
- 2) **Kryteria behawioralne (dotyczące korzystania z oferty CMK):** Częstotliwość korzystania z oferty kulturalnej w gminie (deklaratywna). Ocena obecnej oferty kulturalno-rozrywkowej Istebnej. Zainteresowanie nową ofertą CMK (np. koncertami, warsztatami, wystawami)
- 3) **Kryteria opinii i nastawienia:** Ocena pomysłu utworzenia CMK (pozytywna, neutralna, negatywna). Postrzegany wpływ CMK na rozwój kulturalny i turystyczny gminy. Gotowość do odwiedzenia CMK po modernizacji. Czynniki zachęcające lub zniechęcające do odwiedzin (np. lokalizacja, brak parkingu, brak reklamy)
- 4) **Kryteria preferencji i potrzeb odbiorców:** Z kim respondenci chcieliby odwiedzać CMK (rodzina, dzieci, indywidualnie). Jakie elementy oferty CMK byłyby najbardziej atrakcyjne (koncerty, warsztaty, wystawy, gastronomia, prelekcje). Sugestie dotyczące oczekiwanych zmian lub uzupełnień oferty.
- 5) **Kryteria logistyczno-komunikacyjne (bariery odwiedzin):** Dostępność lokalizacji (komunikacja, odległość). Brak parkingu. Niska świadomość istnienia miejsca (brak promocji i informacji). Stan infrastruktury dojazdowej.

Ad. 5. Przyjęto próbę celową (nielosową) – skierowaną do mieszkańców województwa śląskiego, w szczególności do osób zainteresowanych ofertą kulturalną gminy Istebna. Próba była dobrowolna, uczestnictwo w badaniu było anonimowe i nieobowiązkowe za pomocą otwartego badania internetowego (CAWI) – formularz był dostępny online przez: serwis społecznościowy (Facebook), stronę internetową gminy Istebna (www.istebna.eu). Liczebność próby wyniosła 111 os.

Ad. 6. Analiza obejmowała również prognozę zmian popytu w czasie do 2038 r.

Ad. 7. Analiza nie uwzględnia konkurencji ani planowanych podobnych inwestycji w sąsiednich gminach czy powiatach.

Ad. 8. Nie planuje się dalszych aktualizacji analizy popytu.

Ad. 9. Analiza popytu została przeprowadzona po opracowaniu projektu inwestycji i po uzyskaniu decyzji administracyjnej umożliwiającej realizację przedsięwzięcia. W związku z tym wyniki analizy nie miały wpływu na pierwotny kształt projektu.

Ad. 10. Cele społeczne nie zostały dotychczas określone.

Ad. 11. Podmioty, które będą użytkownikami budynku zostaną wyznaczone po ustaleniu celów społecznych.
Nie został przeprowadzony nabór oraz konsultacje.

Ad. 12. Nie podjęto jeszcze decyzji w zakresie zasad udostępnienia budynku.

Ad. 13. Nie został dotąd opracowany kosztorys adaptacji budynku.

Ad. 14. Na obecnym etapie nie wskazano źródeł finansowania.

Ad. 15. Działania w tym zakresie nie zostały jeszcze podjęte, ponieważ inwestycja znajduje się w fazie wstępnych analiz.

Ad. 16. Nie, ocena kosztów utrzymania budynku po adaptacji nie została wykonana.

Ad. 17. Dotychczas nie przeprowadzono formalnych konsultacji społecznych w tym zakresie.

Ad. 18. Na obecnym etapie nie został określony harmonogram realizacji inwestycji ani przewidywany termin oddania obiektu do użytkowania.

WÓJT
Stanisław Legierski

Załączniki:

1. Analiza popytu;
2. Dokumentacja projektowa;
3. Dokumentacja koncepcyjna.

Otrzymują:

1. Adresat (wysłane na e-mail: tbwkontakt@op.pl)
2. Do wiadomości Pani Magdalena Mucha – Przewodnicząca Rady Gminy Istebna
3. a/a

Sporządziła: Weronika Śleziak

INSPEKTOR
W
Weronika Śleziak

Zastępca Kierownika
Referatu Inwestycji

J
inż. Justyna Dragon

Sprawę prowadzi: **Weronika Śleziak**, e-mail: w.sleziak@istebna.eu, tel: **338556500 wew. 46**

