

Sprawozdanie z przeprowadzonych badań lokalnych twórców - KREATOR

Celem projektu KREATOR jest odkrycie i wykorzystanie potencjału drzemiącego w twórczości lokalnej.

Podejmowane działania są wynikiem współpracy trzech Lokalnych Grup Działania „Morawskie Wrota”, LYSKOR oraz „Ziemia Pszczyńska”, które stworzyły projekt KREATOR z myślą o ludziach, którzy pragną rozszerzyć i rozpromować swoją twórczość.

Celem badań jest lepsze poznanie twórców, ich potrzeb i oczekiwań związanych z rozwojem zainteresowań oraz chęcią podjęcia współpracy z Lokalną Grupą Działania „Morawskie Wrota”.

W badaniu, które zostało przeprowadzone w listopadzie 2010 r. wzięło udział 71 twórców zlokalizowanych na terenie gminy Godów, Gorzyce, Krzyżanowice z czego 11 odmówiło przeprowadzenia wywiadu/ankiety. Grupą docelową były podmioty (np. osoby fizyczne, grupy nieformalne, rzemieślnicy, producenci i inni), które wytwarzają produkty o charakterze rękodzieła tradycyjnego oraz artystycznego np. wyroby z wikliny, z wosku pszczelego, drewna, produkty kowalstwa artystycznego lub rymarskie, wyroby rękodzielnicze, szydełkowane, wyszywane obrusy, ubrania, elementy ubrań, wyroby spożywcze i kulinarne (herbatki ziołowe, wypieki i potrawy regionalne), wyroby lokalnych rzeźbiarzy, malarzy, ceramika, wyroby z papieru – okolicznościowe kartki, ozdoby itp., zabawki typu handi mandi i inne.

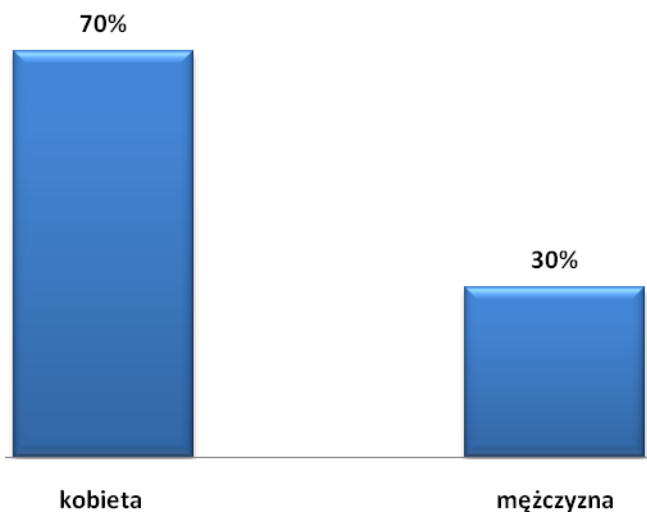
Podstawowe dane na temat twórcy tj. imię, nazwisko, dane teleadresowe oraz dziedzinę jaką dany twórca się zajmuje, które pozwoliły utworzyć podstawową (wyjściową) bazę lokalnych twórców zostały zebrane od lokalnych instytucji kultury, gmin, lokalnych działaczy. Informacje o KREATORZE oraz poszukiwaniu lokalnych twórców były umieszczane również na stronach internetowych gmin oraz Stowarzyszenia Morawskie Wrota, w lokalnej prasie oraz na plakatach promocyjnych informujących o projekcie.

Badanie przeprowadzało 4 ankieterów. W większości badania były przeprowadzane w domach twórcy, gdzie ankieterzy mogli zobaczyć tworzone dzieła. Średnio każde badanie trwało ok. 1 h. Większość badanych zgodziło się sfotografować swoje prace, co stanowi dodatkowy element wzbogacający dane sprawozdanie .

Ankieta składała się z 15 pytań. Pytania miały charakter otwarty (pytanie: 7, , półotwarty: 2, 3, 5, 6, 8,9,10,11,12,13,14) oraz zamknięty (pytanie 4). Ankieta stanowi załącznik do sprawozdania.

1a) Płeć respondentów	
kobieta	mężczyzna
43	18
70%	30%

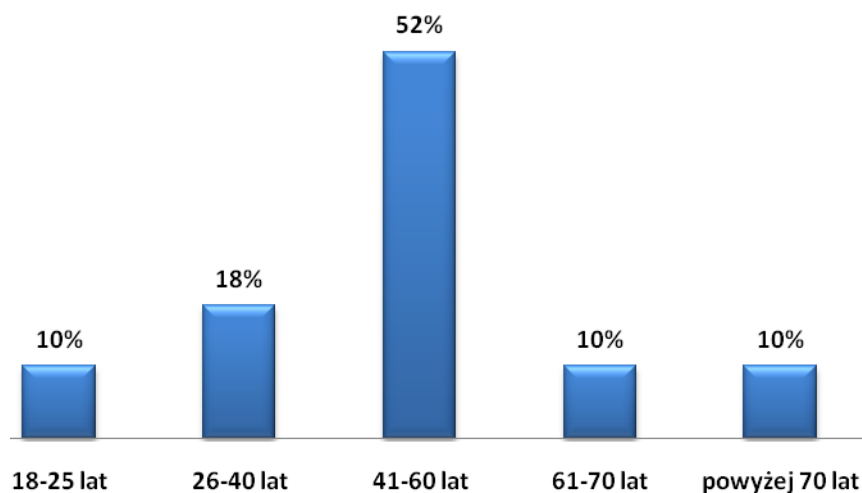
1a) Płeć respondentów



W przeprowadzanych badaniach zdecydowaną większość stanowiły kobiety tj. 70%. Mężczyźni zajmujący się głównie pszczelarstwem, rzeźbą oraz malarstwem stanowili jedynie 30% badanych osób.

1b) Wiek respondentów				
18-25 lat	26-40 lat	41-60 lat	61-70 lat	powyżej 70 lat
6	11	32	6	6
10%	18%	52%	10%	10%

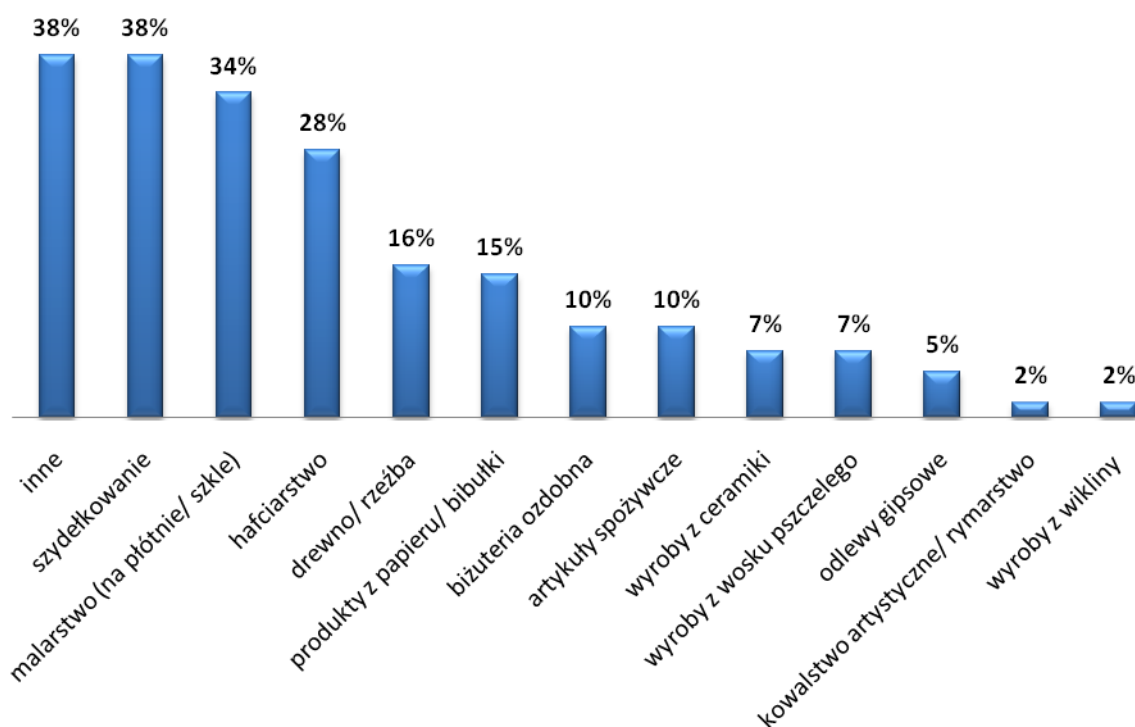
1b) Wiek respondentów



Z przeprowadzonych badań wynika, iż zdecydowana większość (52%) to twórcy w wieku 41-60 lat. Kolejna grupa twórców to osoby w wieku 26-40 lat (18%), natomiast po 10 % stanowią twórcy w wieku 18-25 lat, 61-70 lat oraz powyżej 70 lat.

2. Dziedzina, którą się twórca zajmuje												
inne	szydełkowanie	malarstwo (na płótnie/ szkle)	hafciarstwo	drewno/ rzeźba	produkty z papieru/ bibułki	bizuteria ozdobna	artykuły spożywcze	wyroby z ceramiki	wyroby z wosku pszczelego	odlewy gipsowe	kowalstwo artystyczne/ rymarstwo	wyroby z wikliny
23	23	21	17	10	9	6	6	4	4	3	1	1
38%	38%	34%	28%	16%	15%	10%	10%	7%	7%	5%	2%	2%

2 Dziedziną jaką się twórca zajmuje



Grupę „inne” stanowią: odlewy z masy solnej, modelarstwo, replika broni starodawnej, pudełka na biżuterię, szycie aniołków z materiałów tekstylnych, różnego rodzaju wycinanki, wyklejanki, ozdoby ze wstążki, wyroby z szyszek, ozdoby świąteczne: stroiki, jaja wielkanocne, kostiumy teatralne, scenografie, obrazy z suchych kompozycji, wyroby z rafii, metodą tiffanego.

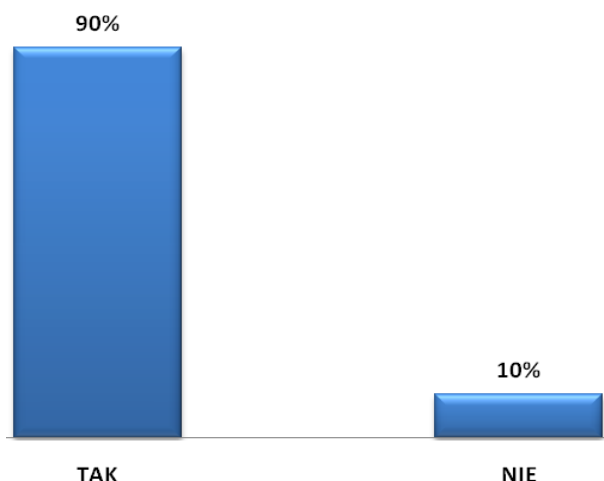
Zdecydowaną większość stanowią osoby, które zajmują się szydełkowaniem, malarstwem oraz hafciarstwem (38% szydełkowanie [przede wszystkim obrusy, serwetki, ozdoby świąteczne, ubrania], 34% malarstwo [obrazy na szkle, płótnie, papierze, ścianach; olej, akwarela, tempera, kredka, ołówek; przeważa tematyka sakralna, portrety ludzi i zwierząt, martwa natura oraz przyroda, pejzaże] , 28% hafciarstwo [przede wszystkim obrazy wykonane haftem krzyżykowym, obrusy, serwetki, bieźniki, haft matematyczny). 16% twórców zajmuje się rzeźbą w drewnie [płaskorzeźby, rzeźby przestrzenne]. Kolejne 15% ankietyowanych zajmuje się wytwarzaniem produktów z papieru, bibuły [origami, kartki okolicznościowe, ozdoby świąteczne, koszyczki i pudełka z papieru wykonywane przez

przeplatanie]. Po 10% twórców zajmuje się tworzeniem biżuterii ozdobnej oraz artykułami spożywczymi [przede wszystkim są to ciasteczka świąteczne]. Wyrobami z ceramiki oraz z wosku pszczelego zajmuje się po 7% badanych. Wyroby z wosku pszczelego to przede wszystkim miody oraz różnego rodzaju świece. Pojedyncze osoby zajmują się odlewami gipsowymi, wyrobami z wikliny oraz kowalstwem artystycznym.

Sporo badanych osób zajmuje się kilkoma dziedzinami równocześnie łącząc i uzupełniając je nawzajem.

3. Czy twórca wystawia swoje prace	
TAK	NIE
55	6
90%	10%

3 Czy twórca wystawia swoje prace

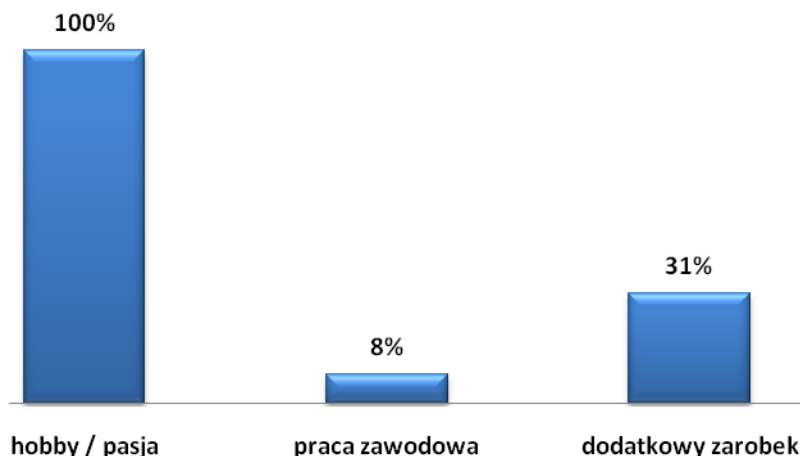


Z przeprowadzonych badań wynika, iż 90% badanych wystawia swoje prace. **Prace są w głównej mierze wystawiane w domu – 27%**, gdzie w większości wystrój pokoi, jak podkreślali ankieterzy to swoista galeria.

Ponadto twórcy swoje dzieła wystawiają na lokalnych wystawach rękodzieła, w Wiejskich Domach Kultury, na kiermaszach, jarmarkach, dożynkach, w szkołach, przedszkolach, na stronach internetowych (własnych lub allegro). Pojedyncze osoby wystawiają oraz sprzedają swoje dzieła we własnych kwaciarniach, restauracjach, galeriach. Niektórzy twórcy swoje dzieła wystawiają w Klubie „Energetyka” w Rybniku, Pałacu Młodzieży w Katowicach.

4. Charakter wykonywanej twórczości		
hobby / pasja	praca zawodowa	dodatkowy zarobek
61	5	19
100%	8%	31%

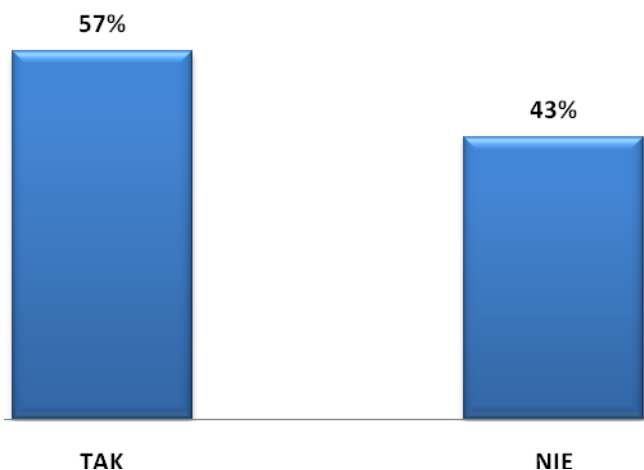
4 Charakter wykonywanej twórczości



Dla wszystkich badanych osób wykonywana praca to hobby i pasja. 24 osoby swoją pasję i hobby łączą z dodatkowym zarobkiem oraz z pracą zawodową. Dla 37 twórców wykonywana praca to tylko i wyłącznie hobby i pasja.

Zgodnie z pytaniem 5 „Jeśli twórcy zajmują się również rękodziełem zawodowo to w jaki sposób na tym zarabiają” zdecydowana większość wskazała na sprzedaż znajomym oraz na organizowanych kiermaszach i wystawach. Pojedyncze osoby sprzedają swoje prace przez internet, w kwaciarniach czy sklepach.

6 Jeżeli rękodzieło to tylko hobby, czy twórca myślał aby na tym zarabiać



57% twórców, dla których rękodzieło to tylko hobby/pasja myślało aby zacząć na tym zarabiać. Nieco mniej osób – 43% - nie myślało nigdy aby na tym zarabiać.

Powody dla których twórcy odpowiedzieli NIE to przede wszystkim brak wolnego czasu (praca zawodowa), zły stan zdrowia oraz podeszły wiek. Wiele twórców zwracało również uwagę na fakt, iż potencjalni odbiorcy chcą kupić prace za bezcen, materiały są bardzo drogie tak więc praca staje się nieopłacalna. Wszystkie dzieła są w wykonaniu bardzo pracochłonne oraz istnieją trudności z wyceną. Przeszkodą jest również brak stałych odbiorców, brak promocji, reklamy, nadmierna biurokracja oraz brak odpowiednich kanałów dystrybucji.

Jeżeli twórca odpowiedział na powyższe pytanie twierdząco - TAK - został zapytany przez ankietera o to w jaki sposób na tym zarabiać.

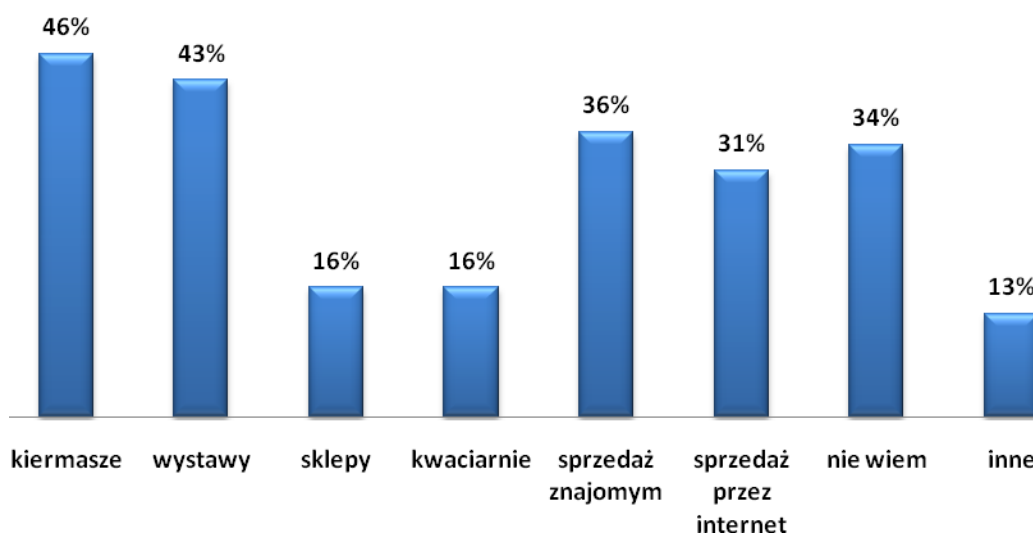
27 osób potrafiło wskazać poniższe potencjalne kanały dystrybucji swoich dzieł:

- zlecenia, organizację stałego zbytu, rozreklamować swoje umiejętności by ludzie wiedzieli czym się zajmuje i mogli korzystać z jej usług, sprzedaż przez internet, ewentualnie wystawić swoje wyroby w pobliskich galeriach lub na kiermaszach, sprzedaż w sklepie, targi na granicy w Chałupkach, cepelia, spółdzielnie, poprzez sieć znajomych, komisje rękodzieła, kiermasze. Sporo osób liczy na pomoc i pomysły LGD.

7. Jakie kanały sprzedaży/dystrybucji wydają się najbardziej interesujące

kiermasze	wystawy	sklepy	kwaciarnie	sprzedaż znajomym	sprzedaż przez internet	nie wiem	inne
28	26	10	10	22	19	21	8
46%	43%	16%	16%	36%	31%	34%	13%

7 Najbardziej interesujące kanały sprzedaży/dystrybucji

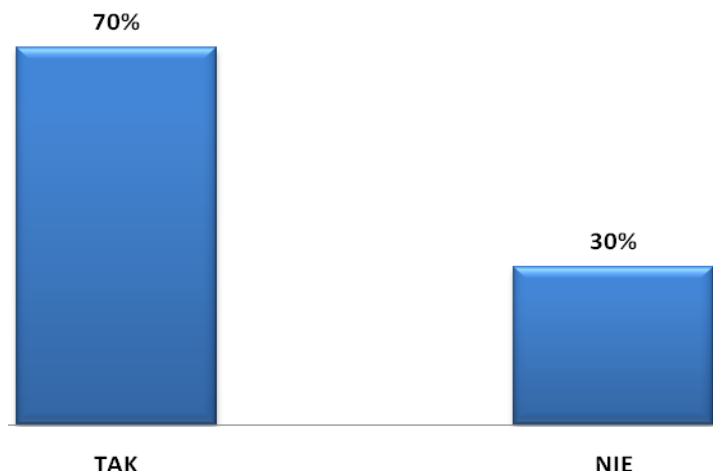


Dla większości ankietowanych osób najbardziej atrakcyjnymi kanałami sprzedaży/dystrybucji swoich produktów są kiermasze (46%) oraz wystawy (43%). 36% badanych duży potencjał widzi w sprzedaży znajomym. Spora część badanych – 34% - nie potrafiła odpowiedzieć na zadane pytanie. 1/3 badanych uważa, iż interesującym kanałem sprzedaży/dystrybucji swoich produktów jest Internet. Po 16% badanych uważa iż sklepy i kwaciarnie również mogą sprawdzić się w sprzedaży rękodzieł. 8 osób (13%) wskazało: zlecenia, prywatne zamówienia oraz galerie.

8. Czy zechciałby/a nawiązać współpracę z innymi twórcami

TAK	NIE
43	18
70%	30%

8 Chęć nawiązania współpracy z innymi twórcami

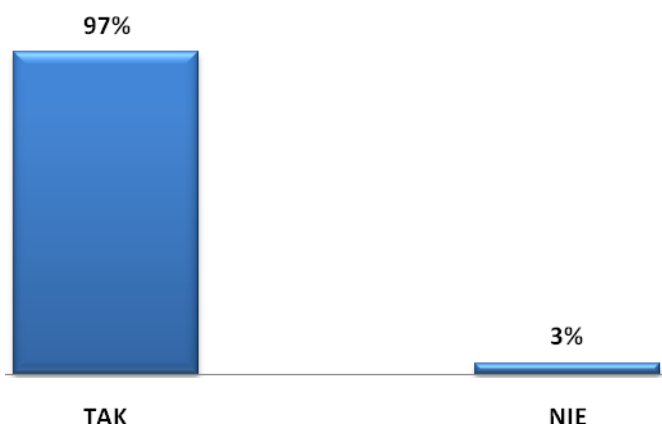


Z przeprowadzonych badań wynika, iż 70% osób jest chętna do nawiązania współpracy z innymi twórcami, natomiast 30% osób nie wyraża takiej chęci.

9. Chęć współpracy z LGD Morawskie Wrota

TAK	NIE
59	2
97%	3%

Wykres 9 Chęć współpracy z LGD Morawskie Wrota



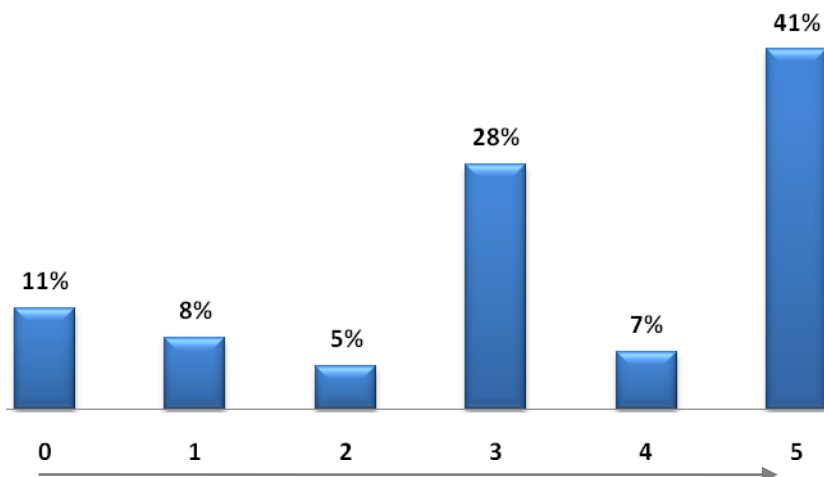
97% badanych osób chce nawiązać współpracę z Lokalną Grupą Działania „Morawskie Wrota”. Jedynie 2 osoby nie ma ochoty nawiązać współpracy.

Poniższe dane pozwolą dowiedzieć się jakiej współpracy i na jakim poziomie badane osoby chcą nawiązać współpracę

- 0 – brak współpracy
 1 – współpraca na poziomie bardzo słabym
 5 – współpraca na poziomie bardzo wysokim

9a) udział w warsztatach w celu dzielenia się swoim talentem z innymi

0	1	2	3	4	5
7	5	3	17	4	25
11%	8%	5%	28%	7%	41%

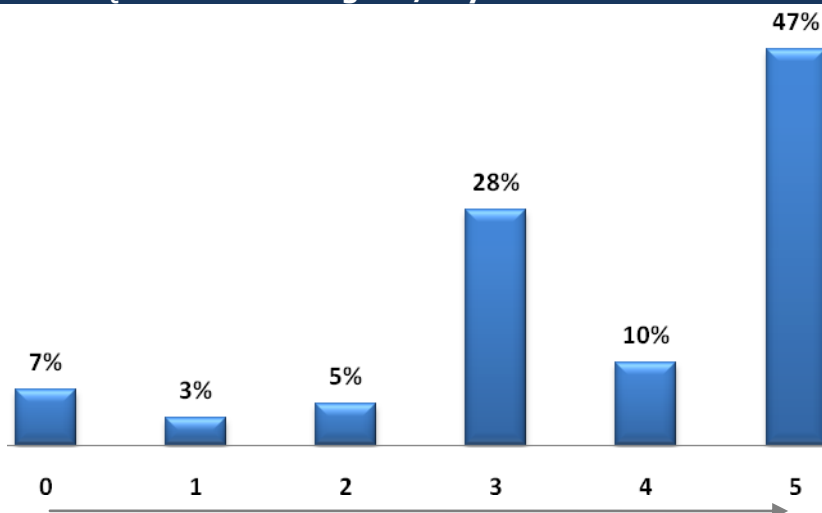
9a) Chęć udziału w warsztatach w celu dzielenia się swoim talentem z innymi twórcami


Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

Zdecydowana większość badanych osób – 48% wyraża wysoką lub bardzo wysoką chęć udziału w warsztatach organizowanych przez LGD Morawskie Wrota w celu dzielenia się swoim talentem. 28% badanych osób wyraża umiarkowaną chęć współpracy. 24% badanych osób nie chce uczestniczyć w warsztatach albo chęć uczestnictwa jest na bardzo niskim poziomie.

9b) udział w targach / wystawach

0	1	2	3	4	5
4	2	3	17	6	29
7%	3%	5%	28%	10%	47%

9 b) Chęć udziału w targach/ wystawach


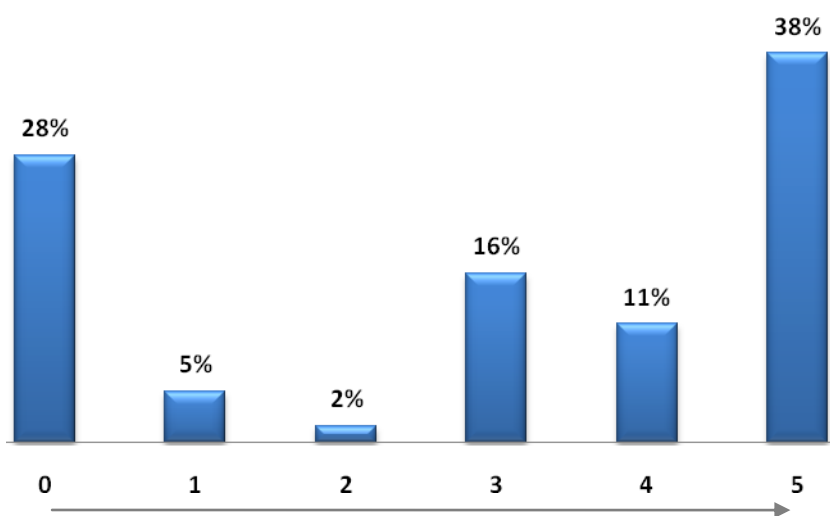
Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

Z przeprowadzonych badań wynika, iż 57% badanych osób jest bardzo zainteresowana braniem udziału w organizowanych przez LGD Morawskie Wrota targach /wystawach. 28% jest zainteresowana w sposób umiarkowany. Niewielkie albo żadne zainteresowanie wykazało 15% badanych osób.

9c) udział w piknikach promocyjnych

0	1	2	3	4	5
17	3	1	10	7	23
28%	5%	2%	16%	11%	38%

9 c) Chęć udziału w piknikach promocyjnych



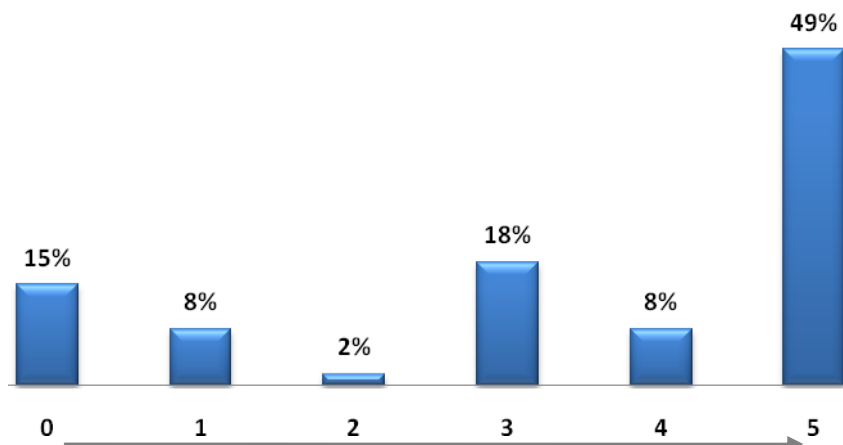
Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

49% badanych osób jest w wysokim stopniu zainteresowana braniem udziału w organizowanych przez LGD Morawskie Wrota piknikach promocyjnych. 16% badanych osób jest w sposób umiarkowany zainteresowana braniem udziału w piknikach promocyjnych. Natomiast 35% nie jest w ogóle zainteresowana albo w bardzo małym stopniu.

9d) wymiana doświadczeń z innymi twórcami

0	1	2	3	4	5
9	5	1	11	5	30
15%	8%	2%	18%	8%	49%

9 d) Chęć wymiany doświadczeń z innymi twórcami



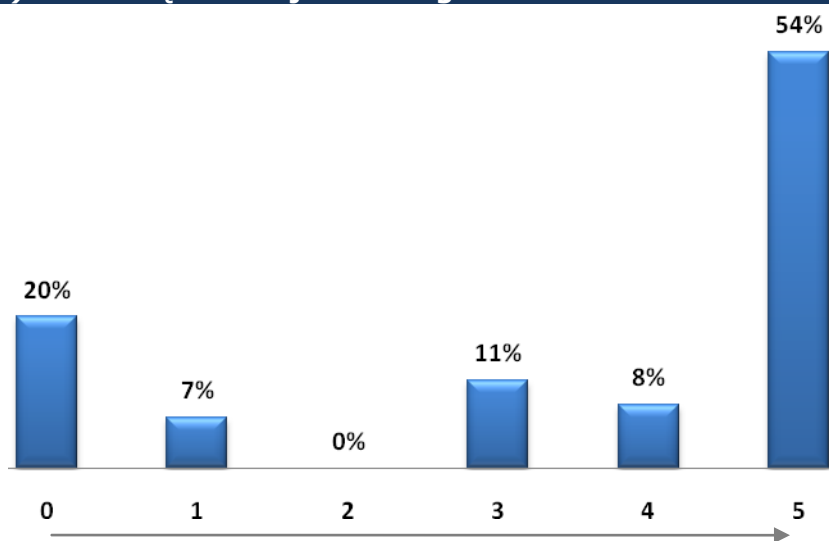
Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

Ponad połowa – 57% - badanych osób jest bardzo zainteresowana wymianą doświadczeń z innymi twórcami. 18% osób w sposób umiarkowany. Natomiast 25% osób w ogóle albo w bardzo małym stopniu jest zainteresowana wymianą doświadczeń.

Wyniki powyższego badania są zbliżone do wyników pytania 8 co wskazuje na rzetelność odpowiedzi.

9e) rozwój własnego talentu					
0	1	2	3	4	5
12	4	0	7	5	33
20%	7%	0%	11%	8%	54%

9e) Chęć rozwoju własnego talentu

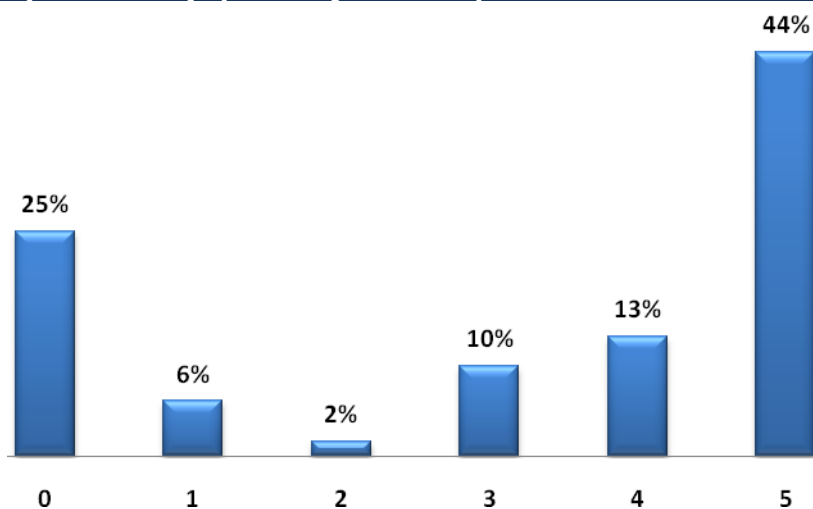


Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

62% badanych osób jest bardzo zainteresowana rozwojem swojego talentu. 11% badanych twórców stopniu umiarkowanym. Natomiast 27% badanych osób nie jest w ogóle zainteresowana rozwojem własnego talentu lub jest w stopniu bardzo słabym.

9f) promocja swoich produktów

0	1	2	3	4	5
15	4	1	6	8	27
25%	6%	2%	10%	13%	44%

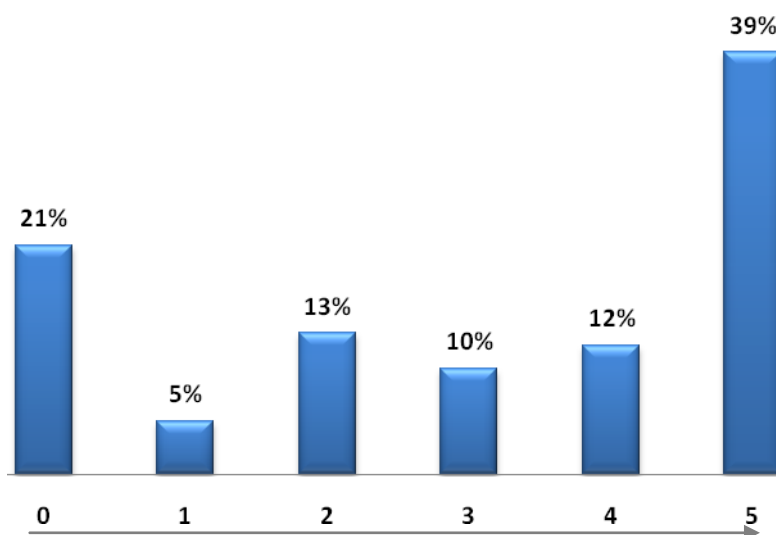
9f) Chęć promocji swoich produktów


Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

57% badanych osób jest bardzo zainteresowana promocją swoich produktów. 10% w stopniu umiarkowanym. Natomiast 33% badanych osób nie jest w ogóle zainteresowana promocją swoich produktów lub stopniu bardzo niskim.

9g) pomoc w sprzedaży / dystrybucji

0	1	2	3	4	5
13	3	8	6	7	24
21%	5%	13%	10%	12%	39%

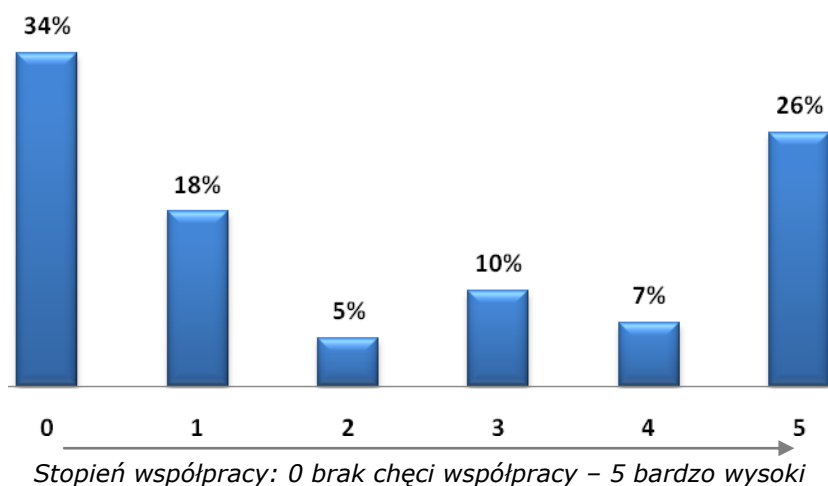
9g) Chęć otrzymania pomocy w sprzedaży/dystrybucji


Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

Połowa (51%) badanych osób jest w stopniu bardzo wysokim zainteresowana chęcią otrzymania pomocy w sprzedaży/dystrybucji swoich produktów. 10% osób w stopniu umiarkowanym. Natomiast również 39% badanych twórców nie jest zainteresowana w ogóle otrzymaniem pomocy przy sprzedaży/dystrybucji swoich produktów lub w stopniu bardzo słabym.

9h) zdobyć wiedzy z zakresu sprzedaży i dystrybucji					
0	1	2	3	4	5
21	11	3	6	4	16
34%	18%	5%	10%	7%	26%

Wykres 9h) Chęć zdobycia wiedzy z zakresu sprzedaży i dystrybucji



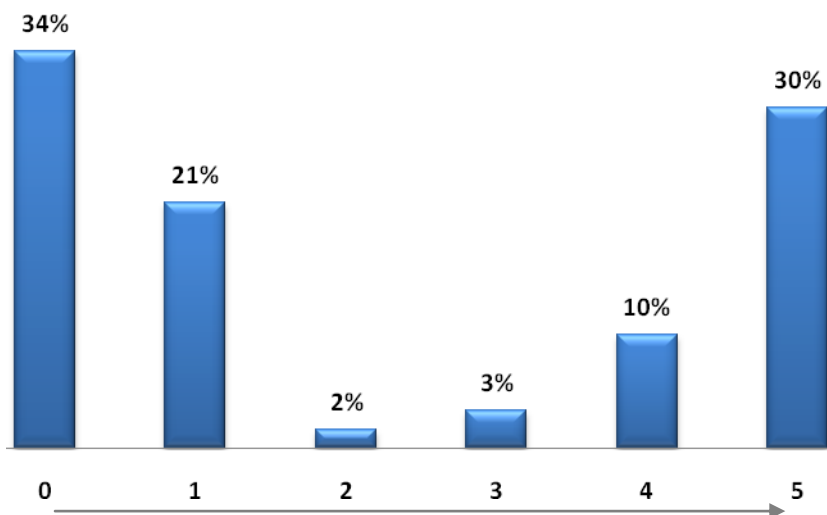
Jeszcze mniej osób od otrzymania pomocy przy sprzedaży/dystrybucji swoich produktów jest zainteresowana zdobyciem wiedzy z w/w zakresu.

Jedynie 33% badanych osób jest chętna w zdobywaniu w/w wiedzy. 10% badanych osób w stopniu umiarkowanym. Natomiast aż 57% badanych osób nie wyraża zainteresowania w ogóle bądź w bardzo niskim stopniu uzyskaniem wiedzy z zakresu sprzedaży i dystrybucji.

Z przeprowadzonej analizy ankiet wynika, iż zdecydowanie bardziej zainteresowane zdobywaniem wiedzy z przedsiębiorczości, sprzedaży...są ludzie młodzi. Ludzie w średnim wieku lub starsze zdecydowanie bardziej wolą uczestniczyć w warsztatach organizowanych przez LGD Morawskie Wrota.

9i) zdobycie wiedzy z zakresu podniesienia jakości swoich produktów

0	1	2	3	4	5
21	13	1	2	6	18
34%	21%	2%	3%	10%	30%

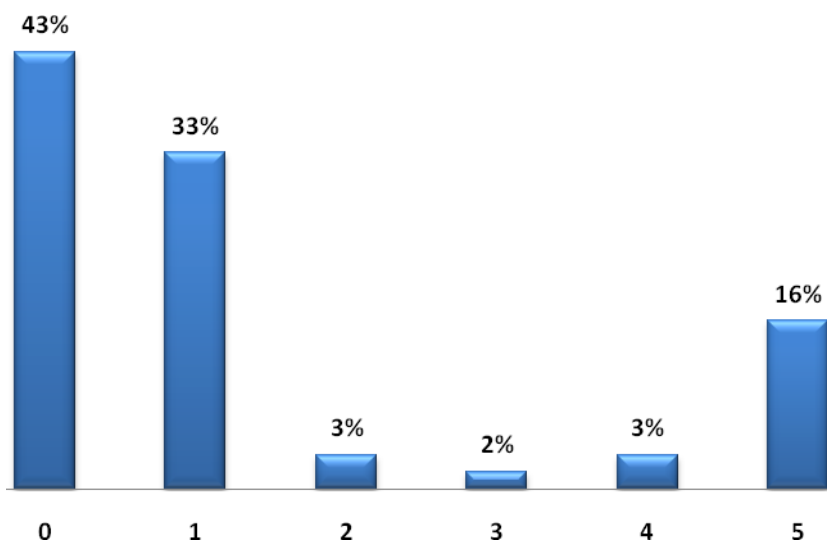
9i) Chęć zdobycia wiedzy z zakresu podniesienia jakości swoich produktów


Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

Podobnie jak badanie powyższe 40% badanych osób jest w wysokim stopniu zainteresowana zdobywaniem wiedzy z zakresu podniesienia jakości swoich produktów. 3% badanych w sposób umiarkowany. Natomiast aż 57% badanych osób nie jest zainteresowana w ogóle bądź w bardzo niskim stopniu zdobywaniem wiedzy z zakresu podnoszenia jakości swoich produktów.

9j) pomoc w prowadzeniu własnej działalności

0	1	2	3	4	5
26	20	2	1	2	10
43%	33%	3%	2%	3%	16%

9j) Chęć uzyskania pomocy w prowadzeniu własnej działalności


Stopień współpracy: 0 brak chęci współpracy – 5 bardzo wysoki

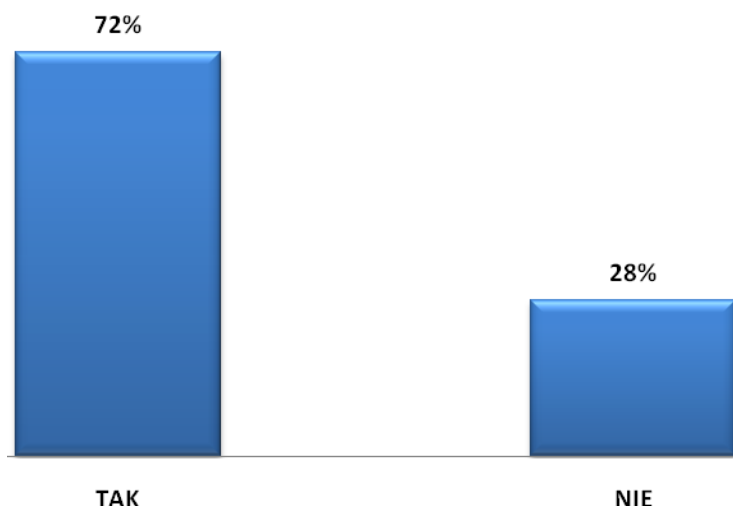
Z przeprowadzonych badań wynika iż zdecydowana większość 79% badanych osób nie jest w ogóle albo w bardzo słabym stopniu zainteresowana uzyskaniem pomocy w prowadzeniu własnej działalności. 2% w stopniu umiarkowanym. Jedynie 19% badanych twórców jest zainteresowana uzyskaniem pomocy w prowadzeniu własnej działalności.

Na powyższy wynik zapewne ma wpływ fakt, iż dla większości badanych osób jak wskazuje wykres 4 jest to przede wszystkim hobby i pasja. Spora część osób posiada pracę zawodową nie związaną z wykonywaną pracą rękodzielniczą. Nie mały wpływ mają tutaj pewnie bariery wymienione przez badanych – pytanie 12a – oraz bariery prawne (nadmierna biurokracja).

10. Czy przy nawiązaniu współpracy będzie skłonny do wyjazdów organizowanych przez LGD do partnerskich stowarzyszeń, na warsztaty, wystawy..... itp.?

TAK	NIE
44	17
72%	28%

10 Skłonność do wyjazdów organizowanych przez LGD



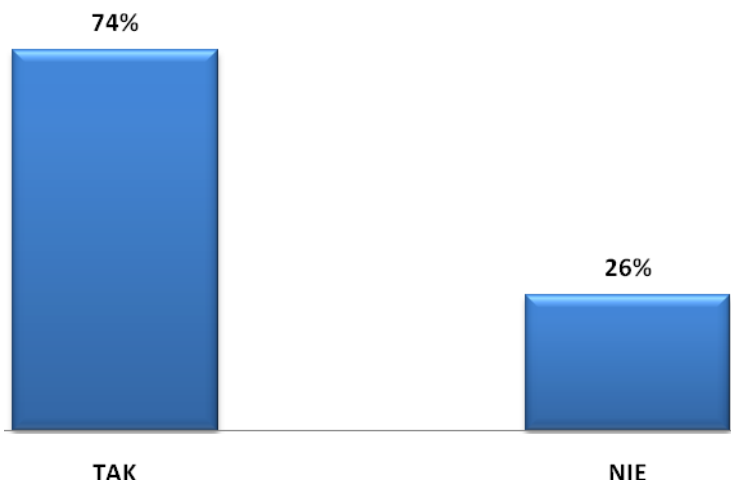
72% badanych osób przy nawiązaniu współpracy jest skłonna do wyjazdów organizowanych przez LGD do partnerskich stowarzyszeń na warsztaty, wystawy...

Jednak spora część osób zaznaczyła konieczność zorganizowania zbiorowego transportu z uwagi na brak środka komunikacji lub prawa jazdy.

28% badanych osób nie jest skłonna do wyjazdów. Powodem jest głównie słaby stan zdrowia lub opieka nad osobami starszymi lub wnukami.

11. Czy chce doskonalić, rozwijać swoje umiejętności rękodzielnicze

TAK	NIE
45	16
74%	26%

11 Chęć doskonalenia/rozwijania umiejętności rękodzielniczych


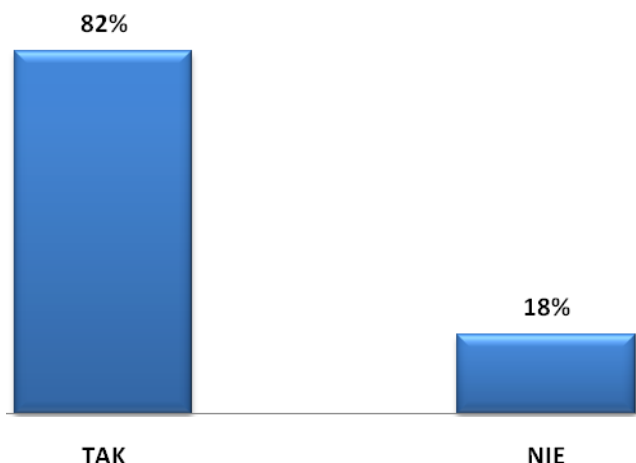
74% badanych osób chce doskonalić i rozwijać swoje umiejętności.

Jeżeli twórca odpowiedział Tak, został zapytany przez ankietera jakie są jego oczekiwania. Badani odpowiedzieli: szkolenia, warsztaty, wystawy, wspólne plenery, poznawanie nowości, wymiana wzorów, organizowanie spotkań, wyjazdów, część twórców liczy na propozycje LGD dotyczących profesjonalnychmalarzy, połączenie hobby z pracą zawodową, promocja, chęć zdobycia nowych inspiracji.

Jedynie 26% badanych osób nie chce rozwijać ani doskonalić swoje umiejętności.

12a. Czy są bariery ograniczające rozwój działalności

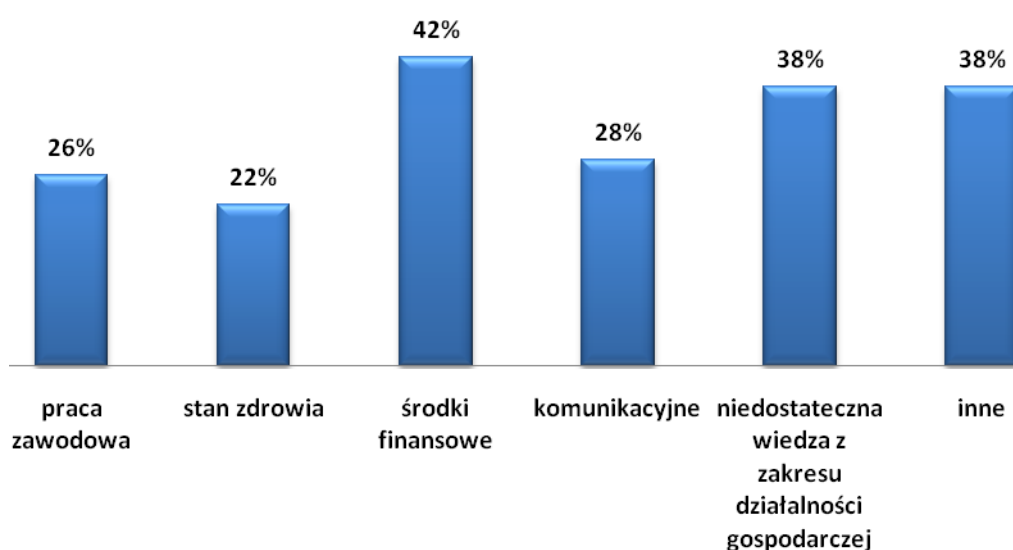
TAK	NIE
50	11
82%	18%

12a) Czy są bariery ograniczające rozwój działalności twórczej


Zdecydowana większość badanych – 82% widzi bariery ograniczające rozwój swojej działalności twórczej. Jedynie 18% nie widzi barier na drodze do rozwoju swojej twórczości.

Jeżeli TAK to jakie występują bariery ograniczające rozwój działalności					
praca zawodowa	stan zdrowia	środki finansowe	komunikacyjne	niedostateczna wiedza z zakresu działalności gospodarczej	inne
13	11	21	14	19	19
26%	22%	42%	28%	38%	38%

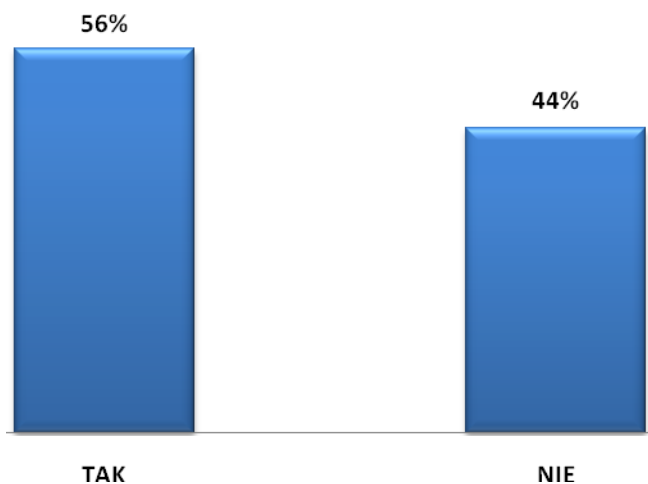
12b) Bariery ograniczające rozwój działalności rękodzielniczej



21 z 50 (42%) osób, które wskazały bariery ograniczające rozwój swojej działalności twórczej wskazało na środki finansowe (drogie materiały z których są wykonywane dzieła oraz niedocenywanie kupującego pracy i indywidualnego charakteru pracy). Po 38% badanych wskazało na niedostateczną wiedzę z zakresu działalności gospodarczej oraz brak czasu (opieka nad starszymi osobami oraz wnukami), trudno dostępne materiały, studia, podeszły wiek, brak dostępu do literatury źródłowej w Polsce, brak przepływu informacji o organizowanych wystawach. Dla 28% badanych osób barierą w rozwoju są środki komunikacyjne. Dla 26% osób barierą jest praca zawodowa. Również nie miały wpływu na stan zdrowia twórców.

13a) Gotowość zdobycia wiedzy z zakresu m.in. promocji, sprzedaży, jakości

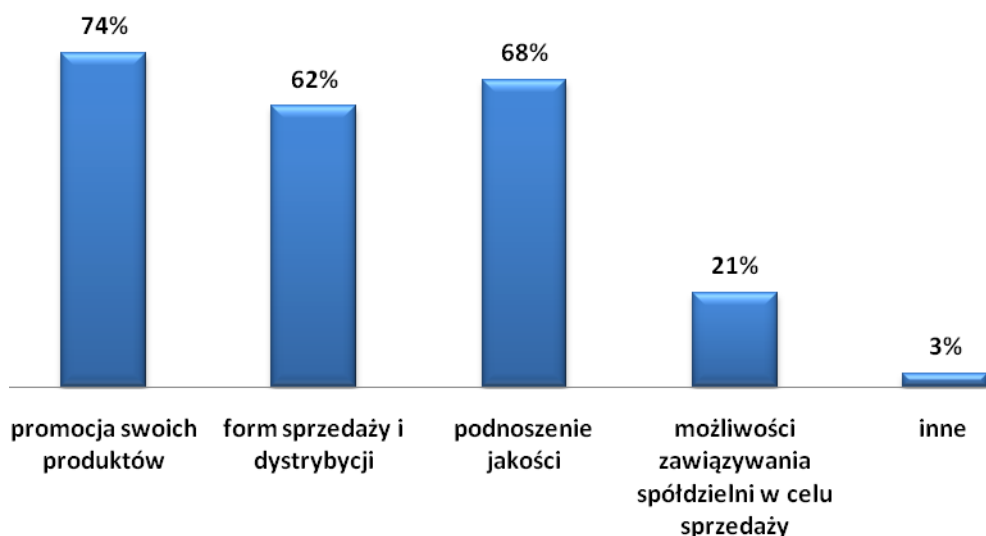
TAK	NIE
34	27
56%	44%

13 a) Gotowość do zdobywania wiedzy z zakresu m.in. promocji, sprzedaży, jakości


Ponad połowa z badanych osób jest chętna zdobywać dodatkową wiedzę. Natomiast 44% nie jest zainteresowana zdobywaniem dodatkowej wiedzy.

13b) Chęć zdobywania wiedzy z zakresu

promocja swoich produktów	form sprzedaży i dystrybucji	podnoszenie jakości	możliwości zawiązywania spółdzielni w celu sprzedaży	inne
25	21	23	7	1
74%	62%	68%	21%	3%

Wykres 13 b) Chęć zdobywania wiedzy z określonych dziedzin


Ponad ¾ badanych osób jest chętna do zdobycia wiedzy z zakresu promocji swoich produktów. 68% badanych osób jest zainteresowana podnoszeniem jakości swoich

produktów. 21 z 34 (62%) osób chcących zdobywać dodatkową wiedzę jest zainteresowana różnymi formami sprzedaży oraz dystrybucji swoich produktów. Niewiele, bo tylko 7 osób jest zainteresowana zawiązaniem spółdzielni. Osoba, która wskazała odpowiedź „inne” sama jeszcze nie jest jeszcze zdecydowana czy chce i w jakim zakresie chce zdobywać dodatkową wiedzę.

Podsumowanie i wnioski z przeprowadzonego badania.

W przeprowadzonej ankiecie osiągnęliśmy swój cel. Z uwagi na fakt, iż ankieta miała charakter pilotażowy niektóre odpowiedzi były niespójne lub nie do końca zrozumiałe przez twórcę.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż zdecydowanie więcej kobiet zajmuje się rękodziełem niż mężczyzna. Na powyższy stan wpływa fakt, iż spora część kobiet nie pracuje zawodowo. W głównej mierze zajmuje się domowymi obowiązkami, opieką nad dziećmi, wnukami lub osobami starszymi. Natomiast większość mężczyzn łączy swoją pasję i hobby z dodatkowym zarobkiem.

W zdecydowanej większości badani lokalni twórcy są w wieku 41-60 lat.

Najbardziej popularnymi dziedzinami na terenie Morawskich Wrót jest szydełkowanie, malarstwo, hafciarstwo oraz odlewy z masy solnej oraz rzeźba. Większość twórców zajmuje się lub łączy ze sobą kilka dziedzin równocześnie.

Swoje prace twórcy w większości wystawiają w domu tworząc własne, prywatne galerie oraz na organizowanych na terenie gminy wystawach, kiermaszach, jarmarkach. Niewielka część badanych swoje prace wystawia w Internecie. W/w miejsca są równocześnie głównymi miejscami gdzie twórcy ewentualnie sprzedają swoje dzieła.

$\frac{3}{4}$ badanych osób chce nawiązać współpracę z innymi twórcami oraz Lokalną Grupą Działania Morawskie Wrota. Natomiast w większości współpraca miałaby się opierać na dzieleniu się oraz wymianą doświadczeniami, udziałem w kiermaszach, wystawach oraz promocją produktów. Sporo osób jest również zainteresowana otrzymaniem pomocy w sprzedaży/dystrybucji swoich produktów, natomiast już zdecydowanie mniej osób jest zainteresowana zdobywaniem wiedzy w w/w zakresie oraz promocji swoich produktów.

W związku z powyższym można wysnuć hipotezę, że twórcy są chętni do wymiany doświadczeń ale nie są wystarczająco zmotywowani do rozwijania się w kierunku komercjalizacji swojego rękodzieła.

Większość badanych osób jest skłonna do wyjazdów organizowanych przez LGD Morawskie Wrota. Nie mniej jednak spora część osób zaznaczała, iż musi zostać zorganizowany wspólny transport oraz wyjazdy powinny być jednodniowe. Duża grupa osób jest chętna do wyjazdów ale jedynie w obrębie gminy czy też LGD Morawskie Wrota. Na powyższe czynniki z pewnością wpłynęły bariery takie jak: stan zdrowia, brak prawa jazdy, brak czasu – opieka nad dziećmi, wnukami, osobami starszymi.

Powyższe bariery wpływają również na możliwość rozwoju działalności rękodzielniczej. Dochodzą do tego niewystarczające środki finansowe (*drogie materiały z których wykonywane są dzieła oraz kłopoty z wyceną: niedocenywanie kupującego pracy oraz indywidualnego charakteru dzieła*) oraz niedostateczna wiedza w zakresie działalności gospodarczej.

W większości badani ludzie są bardzo otwarci i chętni do współpracy. Nie mniej jednak spora część jest zamknięta we własnym, dotychczasowym, sprawdzonym gronie.

Badanie oraz dołączone do ankiet zdjęcia nie wykazało związku twórcy z kultywowaniem dziedzictwa Morawskich Wrót.

Z przeprowadzonych badań można nakreślić następujące kierunki działania:

- 1) Należy zintegrować twórców zarówno na poziomie lokalnym (LGD Morawskie Wrota) jak i łącznie z LGD Ziemia Pszczyńska i Lyskor. Następnie należy sobie odpowiedzieć na pytanie czy zbadani rękodzielnicy będą skłonni do współdziałania ze sobą.
- 2) Należy zapewnić przestrzeń do wymiany doświadczeń pomiędzy twórcami.
- 3) Należy zapewnić odpowiednią promocję lokalnej twórczości. Należy promować KREATOR'a jako projekt skupiający lokalnych twórców, a nie pojedyncze osoby. Promocję można realizować poprzez: stronę internetową, Internet, katalogi, publikacje w prasie, wspólne kiermasze, targi, jarmarki i inne.
- 4) Część wymienianych przez twórców barier może wynikać z faktu, iż większość z nich próbuje prezentować i sprzedawać swoje produkty na rynku lokalnym. Natomiast głównym rynkiem zbytu dla badanej działalności są duże aglomeracje, miasta.
- 5) Należy zastanowić się nad zorganizowaniem jednodniowej wspólnej konferencji na temat promocji, sprzedaży oraz dystrybucji swoich produktów. Na zorganizowanej konferencji należy przedstawić dobre praktyki z innych terenów oraz praktyczne sposoby działania w w/w dziedzinach. Należy zapewnić odpowiedni czas na wymianę doświadczeń.
- 6) Należy zastanowić i się o poszukać wspólnego elementu łączącego wszystkie dziedziny charakterystycznego dla terenu LGD Morawskie Wrota. Elementu kultywującego dziedzictwo Morawskich Wrót. W tym celu należy skorzystać z pomocy etnografa.