

Raport

Z czym kojarzy się Dolny Śląsk?

IMAS International w grudniu 2009 w badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów, z czym kojarzy im się Dolny Śląsk. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem regionu oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Dolnego Śląska, a także stanowić pomoc w planowaniu i ukierunkowaniu przyszłych działań związanych z budową obrazu województwa.

IMAS International Sp. z o.o.
Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej

Data przygotowania raportu: marzec 2010 r.
Data przeprowadzenia badania: 16-21 grudnia 2009 r.

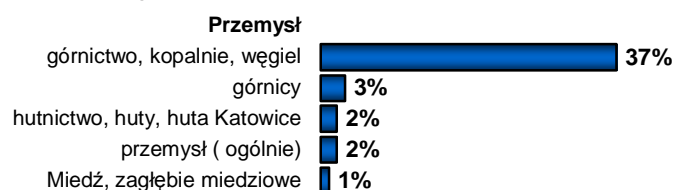


Praktycznie każdy internauta ma jakieś skojarzenia z tym regionem. Dolny Śląsk kojarzy się głównie z górnictwem oraz Wrocławiem.

Praktycznie wszyscy (95%) internauci mają jakiegokolwiek skojarzenia z Dolnym Śląskiem. Wśród osób, którym Dolny Śląsk z czymś się kojarzy, zdecydowana większość kojarzy z regionem coś specyficznego (np. konkretne miejsca, obiekty). Odpowiedzi, które mogłyby dotyczyć również innych miejsc w Polsce (np. „moja koleżanka”, „byłem tam”) pojawiały się sporadycznie, łącznie tylko 6% internautów ma takie skojarzenia. Dolny Śląsk przywodzi na myśl dwa dominujące skojarzenia – górnictwo i stolica regionu – Wrocław.

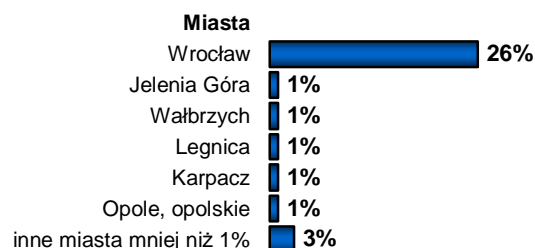
Na Dolnym Śląsku górnicy wydobywają węgiel.

Najsilniejsze skojarzenia to górnictwo, kopalnie, węgiel. Co trzeci (37%) internauta na pytanie z czym kojarzy się Dolny Śląsk podaje jedną z ww. odpowiedzi. Inne skojarzenia dot. przemysłu występują z dużo mniejszą siłą. Są to: górnicy (3%), hutnictwo, huty (łącznie 2%), przemysł (ogólnie) (2%), miedź, zagłębie miedziowe (1%). Sporadycznie pojawiające się w odpowiedziach konkretne określenia wskazują, że ankietowani nie mieli tylko na myśli węgla wydobywanego na terenie Dolnego Śląska w przeszłości i obecnie - np. kopalnie węgla w Wałbrzychu lub Turossowie lecz także, jeśli nie przede wszystkim, zagłębie węgla brunatnego na Górnym Śląsku. Wskazują na to konkretne odpowiedzi: „huta Katowice”, „katowicki Spodek”.



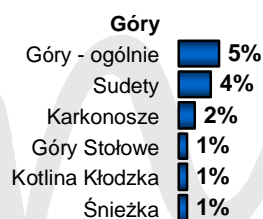
Dolny Śląsk to miasta położone w tym regionie oraz jego sąsiedztwie. Przede wszystkim Wrocław.

Drugie pod względem siły skojarzenie z Dolnym Śląskiem to największe miasto w województwie a zarazem jego stolica – Wrocław, wymieniany spontanicznie przez jedną czwartą (26%) internautów. Poza Wrocławiem internauci kojarzą spontanicznie Jelenią Górę, Wałbrzych, Legnicę, Karpacz (po 1%) a także sąsiednią Opolszczyznę wraz z Opolem (łącznie 1%).



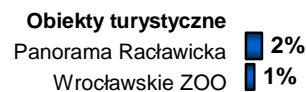
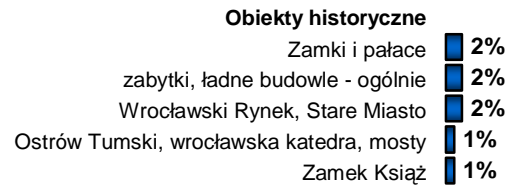
To również góry...

Region kojarzy się również z górami. Internauci wymieniają góry (ogólnie) (5%), Sudety (4%), Karkonosze (2%), Góry Stołowe, Kotlinę Kłodzką i Śnieżkę (po 1%).



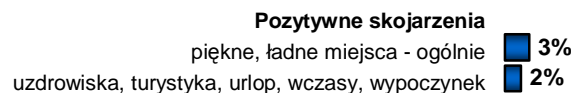
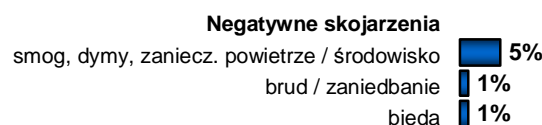
obiekty historyczne i turystyczne ...

Inne, słabsze skojarzenia to obiekty historyczne: zamki i pałace (2%), zabytki, ładne budowle – ogólnie (2%), Wrocławski Rynek, Stare Miasto (2%), Ostrów Tumski, wrocławska katedra, mosty (łącznie 1%), Zamek Książ (1%). Kojarzone z regionem obiekty turystyczne to Panorama Raclawicka (2%) oraz wrocławskie ZOO (1%).



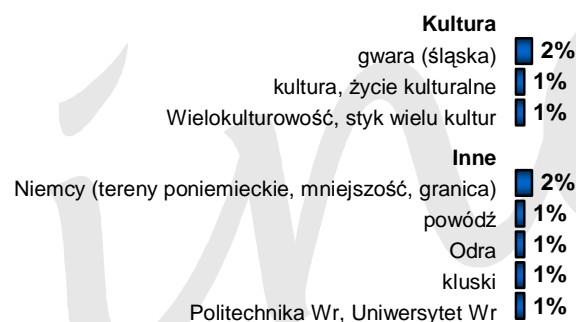
negatywne i pozytywne skojarzenia.

Dolny Śląsk to dla niewielkiej części (łącznie 5%) internautów smog, dymy, zanieczyszczone powietrze / środowisko. Czyżby znowu pochodną mylnego skojarzenia z Górnym Śląskiem? To także brud, zaniedbanie (łącznie 1%) oraz bieda (1%). Jednak pojawiły się również pozytywne skojarzenia. Dla części internautów, Dolny Śląsk to piękne, ładne miejsca – ogólnie (3%), a także uzdrowiska, turystyka, urlop, wczasy, wypoczynek (łącznie 2%).



Inne skojarzenia

Inne skojarzenia to te związane z kulturą - gwara (śląska) (skojarzenia z Górnym Śląskiem?) (2%), kultura, życie kulturalne (łącznie 1%), wielokulturowość, styk wielu kultur (łącznie 1%). To również Niemcy, tereny poniemieckie, mniejszość, granica (łącznie 2%), powódź Odra, kluski (po 1%), Politechnika i Uniwersytet Wrocławski (łącznie 1%).



Sporadycznie odnotowano również inne, pojedyncze skojarzenia, np. „koszykówka”, „Browar Piast” „giełda rolna”. Są one bardzo rozdrobnione i nie tworzą kategorii, która obejmowałaby przynajmniej 1% respondentów. Łącznie 23% internatów ma takie unikalne, trudne do skategoryzowania skojarzenia.

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków z polskimi regionami. Dolny Śląsk to pierwszy przebadany region w ramach tego projektu. Kolejny region to Opolszczyzna.

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 16-21 grudnia 2009 roku techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbie n= 521 osób w wieku 18 - 54 lat. Dobór do próby losowo-kwotowy.

O IMAS International

Nasza firma działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju. Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak te za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce. Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb. Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe. Więcej informacji można uzyskać na: www.imas.pl

O badaniu Omnibus-Online

IMAS International prowadzi badania wśród użytkowników Internetu w Polsce. Zachęcamy Państwa do zamieszczenia swoich pytań w wielotematycznym badaniu Omnibus-Online.

Czym jest Omnibus-Online?

Omnibus to zwyczajowa nazwa na wielotematyczne badanie, w którym respondentom zadawane są pytania przygotowane przez różnych klientów. Omnibus-Online realizowany jest przez Internet, wśród zarejestrowanych uczestników panelu IMAS OnLine (→ www.imasonline.pl). Badanie prowadzone jest każdorazowo na reprezentatywnej próbie 500 użytkowników Internetu w wieku od 18 do 54 lat.

Dlaczego Omnibus-Online?

- minimalne koszty - a jednocześnie bez rezygnacji z jakości, które daje badanie na dużych, reprezentatywnych próbach,
- szybkość - dane są gotowe już po tygodniu od uruchomienia badania,
- możliwość załączania elementów audio i video,
- realizowany co miesiąc pozwala na obserwowanie zmian zachodzących w czasie.

Przykładowe zastosowania

- sprawdzenie stopnia zainteresowania produktem,
- pozyskanie opinii na temat własnych produktów i porównanie ich do konkurencji,
- szybki test pomysłu na produkt we wczesnej fazie projektowania, a potem sprawdzanie w kolejnych etapach przygotowania.

Badanie Omnibus-Online pozwala na szybki wgląd w problem, natomiast do pogłębionej analizy wymagane jest przygotowanie kompleksowego projektu pod potrzeby klienta.

Badanie realizowane jest raz w miesiącu. Szczegółowy harmonogram znajduje się poniżej.

Styczeń - grudzień 2010

| | |
|--|---|
| Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań *) | Drugi poniedziałek miesiąca do godz.12:00 |
| Programowanie kwestionariusza i przygotowanie próby respondentów | wtorek-środa |
| Realizacja badania | czwartek-poniedziałek |
| Wyniki (dane) | środa do końca dnia |

*) pytania przesyłane na adres omnibus-online@imas.pl

→ Więcej o Omnibusie-Online znaleźć można na stronie: www.omnibus-online.pl

IMAS International Sp. z o.o.
(www.imas.pl) - działa na rynku polskim od 1994 roku, w pierwszej 20 firm badawczych w kraju.

Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce, jak też za granicą – w Europie, Azji, Ameryce, Afryce.

Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb.

Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe.

Potrzebujesz więcej informacji?

Aby otrzymać pomoc w ustaleniu warunków badania, terminów i kosztów skontaktuj się z Marcinem Piwowarczykiem:

marcin.piwowarczyk@imas.pl
+48 71 339 04 31