

Raport

Z czym kojarzy się Podkarpacie?

IMAS International w sierpniu 2010 w badaniu Omnibus-Online zapytał Internautów, z czym kojarzy im się Podkarpacie. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem regionu oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Podkarpacia, 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

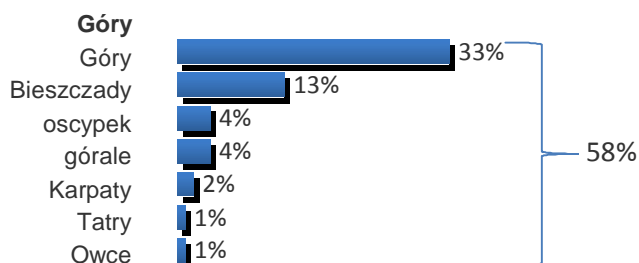
Data przygotowania raportu: październik 2010 r.
Data przeprowadzenia badania: 12-16 sierpnia 2010 r.

Co siódmy Internauta nie ma żadnych skojarzeń z Podkarpaciem. Główne skojarzenie z regionem to góry.

Większość Internautów (87%) ma skojarzenia z Podkarpaciem. Co siódmej ankietowanej osobie (13%) region nie kojarzy się z niczym. Wśród osób, którym Podkarpacie z czymś się kojarzy, zdecydowana większość wymienia coś specyficznego (np. konkretne miejsca, obiekty). Odpowiedzi, które mogłyby dotyczyć również innych miejsc w Polsce (np. „mój kolega”, „byłem tam w wojsku”) pojawiały się sporadycznie, łącznie tylko 1% Internautów ma takie skojarzenia. Podkarpacie przywodzi na myśl góry, w szczególności Bieszczady.

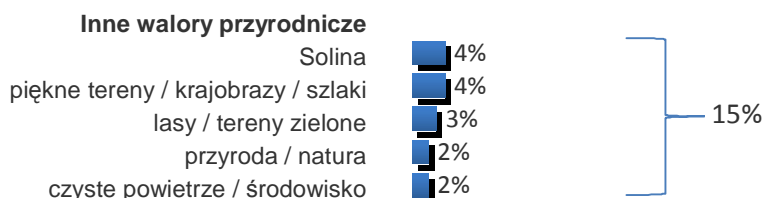
Na Podkarpaciu górale wypasają owce.

Co trzecia ankietowana osoba (33%) kojarzy Podkarpacie ogólnie z górami. Respondenci wymieniają również specyficzne pasma, 13% podało Bieszczady, 2% badanych kojarzy Karpaty, Tatry zaś 1%. Dla niewielkiej grupy respondentów (po 4%) Podkarpacie to górale oraz oscypki, tradycyjny owczy ser. Owce kojarzą się z Podkarpaciem nielicznej grupie respondentów (1%).



Piękno bieszczadzkiej przyrody.

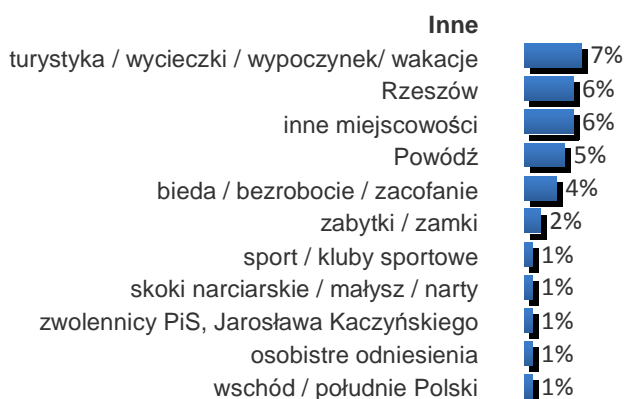
Podkarpacie może się pochwalić znaną miejscowością nad nie mniej znanym zalewem - Solinę kojarzy z regionem 4% respondentów. Podkarpackie góry uważane są za enklawę pierwotnej przyrody, co znajduje odzwierciedlenie w wynikach badania. Część Internautów (4%) wymienia ogólnie piękne tereny, krajobrazy, szlaki turystyczne. Kolejną kategorię (3% Internautów) tworzą odpowiedzi związane z lasami i terenami zielonymi. Badani podają również skojarzenia z przyrodą, naturą (2%) oraz czystością powietrza i środowiskiem naturalnym (2%).



Inne skojarzenia.

Wśród odpowiedzi nietworzących szerszych kategorii najliczniejszą grupą (7% Internautów) są te związane z turystyką, wycieczkami, wypoczynkiem czy też wakacjami. Rzeszów jest najczęściej (6% Internautów) kojarzonym z Podkarpaciem miastem. Odpowiedzi równie licznej grupy badanych (6%) dotyczą łącznie wszystkich innych miejscowości, które pojawiły się w badaniu.

Co dwudziesty ankietowany (5%) wymienia powódź. Dla części respondentów (4%) region kojarzy się biedą, bezrobociem, zacofaniem. Zabytki regionu i zamki – tak odpowiedziało 2% badanych. Respondenci kojarzą region również ze sportem, sportowymi klubami (łącznie 1%) oraz narciarstwem i osobą Adama Małysza (łącznie 1%). Osobiste odniesienia (1% Internautów) to kategoria odpowiedzi niespecyficznych dla regionu, odnoszących się do własnych doświadczeń osób badanych. Dla niewielkiej liczby respondentów Podkarpacie to region na południowym-wschodzie kraju (1%), gdzie mieszkają zwolennicy lidera i samego Prawa i Sprawiedliwości (1%).



Top3 – najczęstsze skojarzenia z Podkarpaciem

Top3
 Góry
 Bieszczady
 Wypoczynek

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków z polskimi regionami. Podkarpacie to siódmy przebadany w ramach tego projektu region. Kolejnym będzie Podlasie.

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 12-16 sierpnia 2010 roku techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbie n= 512 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

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 77 10 814

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