

Raport

Z czym kojarzą się Kujawy?

IMAS International w kwietniu 2010 w badaniu Omnibus-Online zapytał reprezentatywną dla użytkowników Internetu próbę n=468 Internautów, z czym kojarzą im się Kujawy. Wyniki badania mogą posłużyć osobom zajmującym się promocją i wizerunkiem regionu oraz przedstawicielom władz w ocenie efektywności dotychczasowych akcji promocyjnych Kujaw, 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: wrzesień 2010 r.
Data przeprowadzenia badania: 13-17 kwietnia 2010 r.

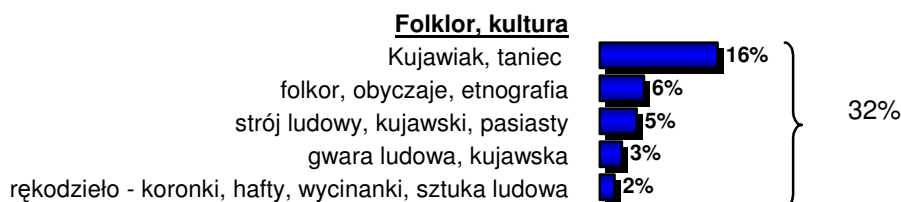


Dziewięciu na dziesięciu internautów ma jakieś skojarzenia z tym regionem. Kujawy kojarzą się głównie z Olejem Kujawskim, folklorem, kulturą oraz walorami przyrodniczymi.

Dziewięciu na dziesięciu (88%) internautów ma jakiegokolwiek skojarzenia z Kujawami. Pozostałym (12%) region nie kojarzy się z niczym. Wśród osób, którym Kujawy z czymś się kojarzą, zdecydowana większość wymienia 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 3% internautów ma takie skojarzenia. Kujawy przywodzą na myśl przede wszystkim olej kujawski, folklor i kulturę oraz walory przyrodnicze regionu.

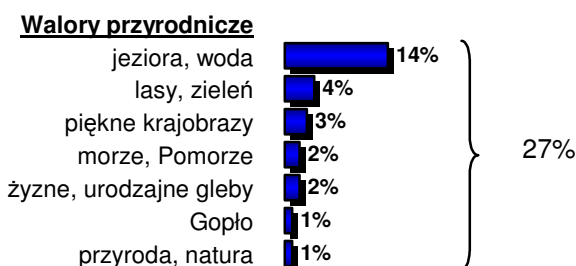
Kujawy to folklor i kultura.

Co szósty (16%) kojarzy region z kujawiakiem oraz z tańcem w ogóle. Ankietowani wymieniają również folklor, obyczaje i etnografię (6%), strój ludowy (5%), tamtejszą gwara (3%) oraz rękodzieła (2%) takie jak koronki, hafty, wycinanki. Łącznie 32% odpowiedzi odnosiło się do ww. skojarzeń.



Walorem regionu są jeziora i piękne zielone tereny.

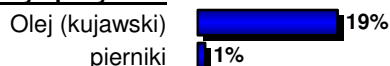
Inny obszar tematyczny, z którym kojarzą się Kujawy to cechy związane z przyrodą i położeniem geograficznym regionu. Internauci wskazują przede wszystkim na jeziora i ogólniej wodę (14%). Kujawy to dla respondentów zieleni i lasy (4%) oraz piękne krajobrazy (3%). Kolejnymi skojarzeniami są morze, Pomorze oraz urodzajne gleby (po 2%). Rzadziej wymieniane były (po 1%) Gopło i ogólnie przyroda, natura.



Olej kujawski znany w całym kraju.

Co piąty (19%) internauta kojarzy Kujawy z Olejem Kujawskim produkowanym w Kruszwicy. W kategorii produktów spożywczych pojawia się również (1%) skojarzenie z piernikami, prawdopodobnie ze względu na Toruń, jedno z największych miast regionu.

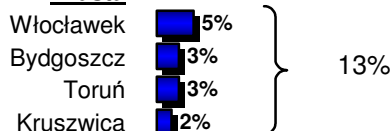
Regionalna kuchnia, produkty spożywcze



Kujawy to miasta...

Internauci kojarzą Kujawy z miastami leżącymi w granicach regionu. Co dwudziesty ankietowany (5%) wymienia Włocławek. Kujawy przywodzą na myśl Bydgoszcz i Toruń (po 3%) oraz Kruszwicę (2%).

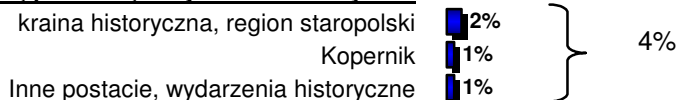
Miasta



...oraz historia regionu.

Kujawy kojarzone są przez internautów z krainą historyczną i staropolskim regionem (2%). Osobistością historyczną jest przede wszystkim Kopernik (1%). Ankietowani wymieniają sporadycznie również inne postacie i wydarzenia historyczne (1%).

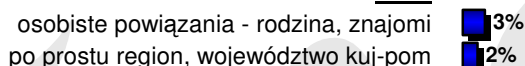
Wydarzenia, postacie, skojarzenia historyczne



Inne skojarzenia

Inne, rzadkie skojarzenia wymieniane przez internautów (3%) to osobiste powiązania tj. rodzina i znajomi oraz po prostu region czy województwo Kujawsko- Pomorskie (2%).

Inne



Sporadycznie odnotowano również inne, pojedyncze skojarzenia, np. „tężnie”, „dość zabiegani ludzie”, „Ciechocinek”, „Bogusław Linda”. Są one bardzo rozdrobnione i nie tworzą kategorii, która obejmowałaby przynajmniej 1% respondentów. Łącznie 22% internautów ma takie unikalne, trudne do skategoryzowania skojarzenia.

Top3 - Najczęściej wymieniane skojarzenia z Kujawami.

Olej kujawski
Kujawiak, taniec
Jeziora, woda

O badaniu skojarzeń

Sondaż jest częścią własnego projektu IMAS dotyczącego skojarzeń Polaków z polskimi regionami. Kolejny region to Małopolska.

Notka metodologiczna

Badanie Omnibus-Online (www.omnibus-online.pl) przeprowadzone zostało przez IMAS International w dniach 13-17 kwietnia 2010 roku techniką ankiety internetowej CAWI, na reprezentatywnej dla użytkowników Internetu, ważonej próbie n= 468 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