

Szanowni Państwo,

w chwili obecnej trwają prace nad opracowaniem „Strategii Promocji Miasta Kielce 2030+”. Jej celem jest przedstawienie podstawowych kierunków promocji Kielc w perspektywie czasowej 2030+ oraz nakreślenie długoterminowego katalogu skutecznych i nowoczesnych metod oraz narzędzi marketingu terytorialnego. Strategia będzie także przewodnikiem kształtowania marki miasta oraz inspiracją dla mieszkańców i innych grup docelowych do działań promocyjnych i budowania pozytywnego wizerunku Miasta Kielce.

Jednym z podstawowych założeń prac nad Strategią jest umożliwienie jej współtworzenia każdemu mieszkańcowi Kielc i innym zainteresowanym osobom, a także zastosowanie różnych metod badawczych. Tylko tego typu podejście umożliwi stworzenie dokumentu wiarygodnego, który będzie oddawał prawdziwy charakter miasta. Właśnie dlatego zwracamy się z uprzejmą prośbą o wypełnienie poniższej, w pełni anonimowej ankiety.

Treść badania

Pytania ogólne

1. Płeć
 - a. mężczyzna
 - b. kobieta
 - c. nie chcę podawać

2. Wiek
 - a. poniżej 18 lat
 - b. 18-25 lat
 - c. 26-35 lat
 - d. 36-45 lat
 - e. 46-60 lat
 - f. ponad 60 lat

3. Profil (grupa, z którą najbardziej identyfikuje się respondent z punktu widzenia badania)
 - a. Społeczeństwo
(mieszkańcy, kandydaci do szkół ponadpodstawowych i na studia, studenci, potencjalni migranci do miasta i reemigranci)
 - b. Turystyka
(turyści, przedsiębiorcy związani z turystyką)
 - c. Biznes
(przedsiębiorcy, inwestorzy)
 - d. Administracja
(władze miasta, radni miejscy, przedstawiciele miejskich jednostek organizacyjnych, przedstawiciele miast partnerskich)

4. Miejsce zamieszkania
 - a. miasto Kielce
 - b. Kielecki Obszar Funkcjonalny (KOF) z wyłączeniem terenu miasta Kielce
 - c. inny obszar: ... (jaki?)

5. Wykształcenie
 - a. wykształcenie podstawowe
 - b. wykształcenie gimnazjalne
 - c. wykształcenie zasadnicze zawodowe
 - d. wykształcenie zasadnicze branżowe
 - e. wykształcenie średnie branżowe
 - f. wykształcenie średnie
 - g. wykształcenie wyższe

6. Czy jest Pani/Pan związana - poprzez wykształcenie, pracę lub zainteresowania - z branżą promocja/marketing/PR?
 - a. tak
 - b. nie

7. Czy jest Pani/Pan dumna/y z bycia kielczanką/kielczaninem? (pytanie tylko dla osób, które w pytaniu 4 jako miejsce zamieszkania zaznaczyły miasto Kielce)
 - a. tak
 - b. nie

Pytania jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru

8. W oparciu o jakie potencjały Kielce powinny budować swoją markę? (Proszę wskazać od 1 do 3 pozycji)
- Miasto atrakcyjne geologicznie
 - Miasto atrakcyjne wizualnie
 - Miasto bliskie naturze
 - Miasto o bogatej historii (np. miasto Legionów)
 - Miasto kompaktowe
 - Miasto o bogatej ofercie kulturalnej
 - Miasto atrakcyjne dla biznesu
 - Miasto przyjazne rodzinie
 - Miasto sportu
 - Miasto targowe
 - Miasto zielone
 - Miasto wygodne
 - Miasto, w którym chce się żyć
 - Miasto metrologii
 - Inne: ... (jakie?)
9. W oparciu o jakie pozytywne cechy (atraktry) Kielce powinny budować swoją markę w obszarze turystyki? (Proszę wskazać od 1 do 3 pozycji)
- Bogata oferta turystyczna (m. in. różnorodne atrakcje turystyczne i kulturalne, baza noclegowa i gastronomiczna, usługi przewodnickie)
 - Łatwo dostępne i przejrzyste źródła informacji turystycznej
 - Łatwość i szybkość przemieszczania się pomiędzy atrakcjami turystycznymi
 - Przystępne ceny atrakcji turystycznych i punktów noclegowych
 - Unikalne i różnorodne środowisko naturalne (m. in. geologia, ukształtowanie terenu, walory widokowe, Chęcińsko-Kielecki Park Krajobrazowy, rezerваты przyrody, Ogród Botaniczny)
 - Położenie w Górach Świętokrzyskich i bliskość innych atrakcji turystycznych
 - Położenie miasta w obrębie Geoparku Świętokrzyskiego należącego do Światowej Sieci Geoparków UNESCO
 - Położenie miasta na Wschodnim Szlaku Rowerowym GreenVelo
 - Wysoki poziom punktów gastronomicznych i rozrywkowych
 - Inne: ... (proszę uzupełnić)
10. W oparciu o jakie miejsca/grupy miejsc Kielce powinny budować swoją markę w obszarze turystyki? (Proszę wskazać od 1 do 5 pozycji)
- Bazylika Katedralna, dawny Pałac Biskupów Krakowskich - Muzeum Narodowe, kościół św. Wojciecha
 - Karczówka - klasztor i rezerwat przyrody
 - Muzeum Historii Kielc
 - Ogród Botaniczny
 - Muzeum Zabawek i Zabawy
 - Ośrodek Myśli Patriotycznej i Obywatelskiej oraz Instytut Dizajnu
 - Energetyczne Centrum Nauki Kieleckiego Parku Technologicznego
 - Park Miejski i Pałacyk Zielińskiego
 - Park, rezerwat przyrody i amfiteatr Kadzielnia
 - Rezerwat przyrody Wietrznia i Centrum Geoedukacji
 - Rezerwat przyrody Ślichowice
 - Centrum miasta - Rynek i ulica Sienkiewicza
 - Dworzec Autobusowy
 - Ośrodki narciarskie - Telegraf i Pierściennica (Stadion)
 - Baseny Tropikalne Binkowski Resort
 - Inne: ... (proszę uzupełnić)

11. W oparciu o jakie pozytywne cechy (atraktory) Kielce powinny budować swoją markę w obszarze gospodarczym? (Proszę wskazać od 1 do 3 pozycji)
- Dostęp do wykwalifikowanego personelu (Centrum Kształcenia Zawodowego, szkoły techniczne i branżowe)
 - Uczelnie wyższe
 - Silne instytucje otoczenia biznesu tzw. IOB (np.: Centrum Obsługi Inwestora, Kielecki Park Technologiczny, Staropolska Izba Przemysłowo-Handlowa, Świętokrzyski Związek Pracodawców Prywatnych Lewiatan)
 - Targi Kielce
 - Położenie przy drodze ekspresowej S7 pomiędzy Warszawą a Krakowem
 - Dogodne warunki do pracy zdalnej
 - Wysoka jakość życia (miasto kompaktowe)
 - Świętokrzyski Kampus Laboratoryjny Głównego Urzędu Miar
 - Obecność znanych i dużych firm oraz przedsiębiorców
 - Tradycje przemysłowe
 - Silne branże
 - Inne: ... (proszę uzupełnić)
12. Które z poniższych kanałów komunikacji stanowią najlepsze źródło wiedzy o bieżących wydarzeniach w mieście? (Proszę wybrać od 1 do 3 pozycji)
- Artykuły w lokalnej/regionalnej prasie drukowanej
 - Informacje publikowane w portalach internetowych
 - Social media
 - Informacje w lokalnym/regionalnym radiu
 - Informacje w lokalnej/regionalnej telewizji
 - Biuletyn Informacyjny „Kielecka”
 - Plakaty i ulotki dystrybuowane w Urzędzie Miasta i miejskich jednostkach organizacyjnych
 - Ekrany w miejskich autobusach i na przystankach
 - Inne: ... (proszę uzupełnić)
13. Które z poniższych oficjalnych internetowych kanałów komunikacji Miasta Kielce stanowią najlepsze źródło wiedzy o bieżących wydarzeniach w mieście? (Proszę wybrać od 1 do 3 pozycji)
- Oficjalna Strona Miasta Kielce www.um.kielce.pl
 - Fanpage „Miasto Kielce” na Facebooku @kielce.oficjalna
 - Kanał ITV Kielce na Youtube
 - Kielecki Portal Gospodarczy „Inwestuj w Kielcach” www.invest.kielce.pl
 - Profil „Inwestuj w Kielcach” na Facebooku @InwestujwKielcach
 - Portal www.idea.kielce.eu
 - Profil „Idea Kielce” na Facebooku @idea.kielce
 - Profil miasta na Instagramie @miasto_kielce
 - Profil miasta na Twitterze @miasto_kielce
 - Inne: ... (proszę uzupełnić)

Pytania dwubiegunowe

14. Kielce posiadają cechy, które mogą umożliwić wypracowanie atrakcyjnej w skali kraju marki miasta.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

15. Kielce posiadają określoną markę.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

16. Cechy marki Kielc są znane mieszkańcom miasta.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

17. Marka Kielc jest promowana przez Miasto Kielce (Urząd Miasta i miejskie jednostki organizacyjne) w wystarczający sposób.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

18. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o kompaktowość miasta.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

19. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o atuty środowiska naturalnego (np. obszary zielone, atrakcje geologiczne).

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

20. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o historię miasta.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

21. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o ofertę turystyczną miasta.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

22. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o Targi Kielce.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

23. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o kielecki sport.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

24. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o sprawną administrację.

<input type="checkbox"/> 1 – zdecydowanie się nie zgadzam	<input type="checkbox"/> 2 – nie zgadzam się	<input type="checkbox"/> 3 – nie mam zdania	<input type="checkbox"/> 4 – zgadzam się	<input type="checkbox"/> 5 – zdecydowanie się zgadzam
--	---	--	---	--

25. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o nowoczesną infrastrukturę miasta.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 – zdecydowanie się nie zgadzam	2 – nie zgadzam się	3 – nie mam zdania	4 – zgadzam się	5 – zdecydowanie się zgadzam

26. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o rozpoznawalność znanych kielczan.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 – zdecydowanie się nie zgadzam	2 – nie zgadzam się	3 – nie mam zdania	4 – zgadzam się	5 – zdecydowanie się zgadzam

27. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o potencjał uczelni i studentów.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 – zdecydowanie się nie zgadzam	2 – nie zgadzam się	3 – nie mam zdania	4 – zgadzam się	5 – zdecydowanie się zgadzam

28. Marka Kielc powinna być budowana w oparciu o potencjał Świętokrzyskiego Kampusu Laboratoryjnego Głównego Urzędu Miar, który będzie centrum metrologii na światowym poziomie.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 – zdecydowanie się nie zgadzam	2 – nie zgadzam się	3 – nie mam zdania	4 – zgadzam się	5 – zdecydowanie się zgadzam

Otwarte wypowiedzi

29. Co kocham/co podoba mi się w Kielcach?

.....

.....

.....

.....

.....

30. Czego nie lubię/co nie podoba mi się w Kielcach?

.....

.....

.....

.....

.....

31. Prosimy o podzielenie się swoimi przemyśleniami lub propozycjami zmian związanymi ze „Strategią Promocji Miasta Kielce 2030+”.

.....

.....

.....

.....

.....

Dziękujemy za wypełnienie ankiety :)