

Rejony statystyczne

Warstwa rejonów CMC13

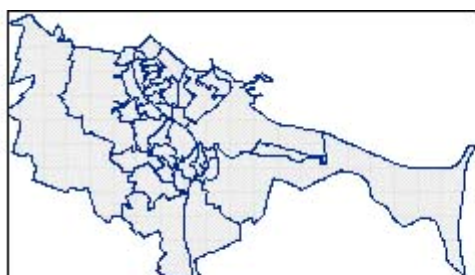
System podziału Polski na jednostki CMC (Claritas Micro Cosmos) powstał w wyniku zapotrzebowania na analizy rynkowe niewielkich obszarów – województw, powiatów, gmin, ale także miast i dzielnic. Analizy takie są standardem w wielu państwach europejskich, w których najniższą jednostką podziału administracyjnego są rejony kodów pocztowych. W Polsce rejony kodów pocztowych są niezgodne z podziałem administracyjnym, są również zbyt zróżnicowane wielkościami, dlatego też stworzyliśmy jednostki Claritas Micro Cosmos.

Warstwa rejonów CMC11

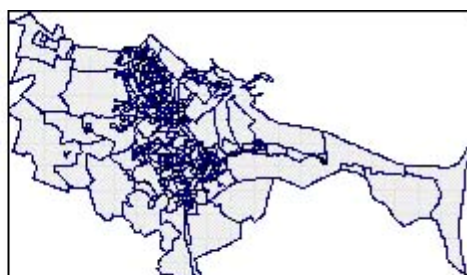
CMC11 (Claritas Micro Cosmos) – jednostka podziału statystycznego, większa od CMC13, wydzielana również na podstawie liczby mieszkańców zamieszkałych. Średnio rejon statystyczny CMC 11 obejmuje 4 000 mieszkańców zamieszkałych. Liczba rejonów CMC11 w ramach gminy jest różna i zależy od wielkości gminy (od 1 do 100 rejonów) i może zmieniać się także w czasie, w wyniku podziału istniejących rejonów, w związku powstawaniem nowej zabudowy i zwiększaniem się liczby mieszkańców.

Zaletą podziału na rejony CMC13 i CMC11 jest jego zgodność z podziałem administracyjnym kraju (gminy), duża szczegółowość podziału w ramach każdej gminy, możliwość dowolnej agregacji jednostek CMC13 i CMC11 a więc tworzenia jednostek zoptymalizowanych pod względem indywidualnych potrzeb oraz dołączania do każdego z rejonów cennych informacji biznesowych:

- danych statystycznych o gospodarstwach domowych (struktura wiekowa, wykształcenie, wielkość gospodarstw domowych);
- danych indywidualnych każdej firmy, tj. baz danych o sklepach, klientach, liczbie wizyt sprzedawców w każdej placówce handlowej, danych o sprzedaży produktów w poszczególnych placówkach, baz danych o oddziałach bankowych;
- danych konsumenckich pozyskanych przy wykorzystaniu dzięki kwestionariuszowi Acxiom. Dane te są szczegółowym opisem socjo- demograficznym gospodarstw domowych (wiek, wykształcenie, dochody, posiadanie dzieci, samochodu, itp.), jak również szczegółową charakterystyką korzystania z różnego rodzaju usług finansowych, kupowania produktów codziennego użytku, przyzwyczajień zakupowych.



mapa CMC11 (Gdańsk)



mapa CMC13 (Gdańsk)