

Ćwiczenia:

Kwestionariusz do badań ilościowych


CZĘŚĆ I – ZNAJOMOŚĆ MAREK

A1. Jakie marki olejów silnikowych są Panu/i znane? (Uwaga do ANKIETERA: proszę wpisać najpierw pierwszą wymienioną markę, potem kolejne)

1. pierwsza wymieniona marka:.....

Kolejne znane marki.....

**A2. Czy na poniższej liście marek olejów silnikowych znajdują się marki olejów Panu/i znane?
Proszę zaznaczyć kod (Karta kodowa nr 1 - OLEJE - MARKI)**

A3. Jakie marki sieci stacji benzynowych są Panu/i znane?

1. pierwsza wymieniona marka:.....

Kolejne znane marki.....

**A4. Czy na poniższej liście sieci stacji benzynowych znajdują się stacje, które są Panu/i znane?
Proszę zaznaczyć kod (Karta kodowa nr 2 - STACJE)**

A5. Czy mógłby / mogłaby Pan/i wymienić wszystkie znane firmy ubezpieczeniowe oferujące ubezpieczenia komunikacyjne (OC, AC, NW, Assistance, Zielona Karta, Ochrona Prawna, Ubezpieczenie Szyb)?

1. pierwsza wymieniona firma:.....

Kolejne znane marki.....

A6. Czy na poniższej liście firm oferujących ubezpieczenia komunikacyjne znajdują się firmy, które są Panu/i znane? Proszę zaznaczyć kod (Karta kodowa nr 3 - UBEZPIECZENIA)

A7. Jakie marki paliw PREMIUM są Panu/i znane?

1. pierwsza wymieniona marka:.....

Kolejne znane marki.....

**A8. Czy na poniższej liście marek paliw PREMIUM znajdują się paliwa, które są Panu/i znane?
Proszę zaznaczyć kod (Karta kodowa nr 5 – PALIWA PREMIUM)**

CZĘŚĆ III – OLEJE SILNIKOWE

B3. Jaki olej silnikowy obecnie Pan/i użytkuje w swoim samochodzie (proszę wpisać pełną nazwę produktu, rodzaj i kod - karta kodowa nr 4 OLEJE – PRODUKTY)?

1. olej - pełna nazwa..... Rodzaj oleju 1 mineralny / 2 półsyntetyczny / 3 syntetyczny Kod
2. nie wiem

B4. Ile litrów oleju silnikowego zakupił/a Pan/i w ciągu ostatnich 12 miesięcy? litrów

B4A. Ile wydał/a Pan/i na zakupy olejów silnikowych (na wymianę oraz dolewki) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

Proszę podać orientacyjną kwotę zł

B5. Czy w ostatnich 12 miesiącach dokonywał/a Pan/i zakupu oleju na wymianę i/lub na dolewkę? (wymiana oleju oznacza całkowite opróżnienie miski olejowej i zalanie jej nowym olejem, dolewki oleju oznaczają uzupełnienie stanu oleju bez całkowitego opróżniania miski olejowej)

1. nie 2. tak, proszę wypełnić poniższą tabelkę

	WYMIANA		DOLEWKI	
	Zakup 1	Zakup 2	Zakup 1	Zakup 2
Marka oleju (proszę wpisać)				
Producent (proszę wpisać)				
Rodzaj oleju	1 <input type="checkbox"/> mineralny 2 <input type="checkbox"/> półsyntetyczny 3 <input type="checkbox"/> syntetyczny	1 <input type="checkbox"/> mineralny 2 <input type="checkbox"/> półsyntetyczny 3 <input type="checkbox"/> syntetyczny	1 <input type="checkbox"/> mineralny 2 <input type="checkbox"/> półsyntetyczny 3 <input type="checkbox"/> syntetyczny	1 <input type="checkbox"/> mineralny 2 <input type="checkbox"/> półsyntetyczny 3 <input type="checkbox"/> syntetyczny
Pełna nazwa produktu				
Kod z karty kodowej nr 4 - OLEJE - PRODUKTY)				
Ilość kupionych litrów				
Miesiąc (I-XII) / rok zakupu (2011-12) / / / /
Liczba zakupionych opakowań (w szt.)				
5 l opakowaniesztuksztuksztuksztuk
4 l opakowaniesztuksztuksztuksztuk
2 l opakowaniesztuksztuksztuksztuk
1 l opakowaniesztuksztuksztuksztuk
inne.....sztuksztuksztuksztuk
9 <input type="checkbox"/> nie wiem/nie pamiętam opakowania	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
10 <input type="checkbox"/> nie wiem, warsztat zmieniał olej	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>
Miejsce / sposób zakupu oleju				
1. warsztat autoryzowany / sklep motoryzacyjny na terenie warsztatu	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
2. warsztat nieautoryzowany / sklep motoryzacyjny na terenie warsztatu	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3. sklep motoryzacyjny w innym miejscu	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
4. stacja szybkiej obsługi samochodów	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
5. stacja benzynowa	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
6. supermarket / hipermarket	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
7. Macro Cash and Carry / hurtownia przem.	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
8. hurtownia motoryzacyjna	8 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>
9. przez Internet	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
10. giełda / bazar	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>
11. inne miejsce	11 <input type="checkbox"/>	11 <input type="checkbox"/>	11 <input type="checkbox"/>	11 <input type="checkbox"/>

Miejsce i sposób wymiany oleju					
1. autoryzowany warsztat serwisowy A przyjechałem z własnym olejem B zleciłem wymianę warsztatowi	1. <input type="checkbox"/> A. <input type="checkbox"/> B. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/> A. <input type="checkbox"/> B. <input type="checkbox"/>			
2. nieautoryzowany warsztat serwisowy A przyjechałem z własnym olejem B zleciłem wymianę warsztatowi	2. <input type="checkbox"/> A. <input type="checkbox"/> B. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/> A. <input type="checkbox"/> B. <input type="checkbox"/>			
3. we własnym zakresie (samodzielnie / wymiany dokonał współmałżonek / partner, członek rodziny)	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>			
4. w inny sposób, jaki?.....	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>			

B6. Czy decyzję o wymianie oleju podejmuje Pan/i w regularnych odstępach czasowych (lub odstępach przebiegu) czy raczej nieregularnie (na zasadzie *ad hoc*)? Proszę zaznaczyć tylko 1 odpowiedź

1. Regularnie, co tys. km
 2. Regularnie, o tej samej porze roku (np. na wiosnę, na jesieni) (jakiej?)
 3. Regularnie, przed zbliżającymi się badaniami technicznymi / w trakcie badań (w jakim miesiącu?)
 4. Nieregularnie (np. po zapaleniu się lampki oleju, pod wpływem promocji oleju silnikowego, pod wpływem promocji akcji serwisowej itp.) (proszę opisać)

B7. Jak często wymienia Pan/i olej silnikowy?

1. raz na kwartał 2. raz na pół roku 3. raz na rok 4. rzadziej niż raz na rok

B8. Na ile prawdopodobne jest, że polecił/a/by Pan/i kupowany przez Pana/Panią olej silnikowy (na wymianę) komuś z rodziny bądź znajomym? Proszę podać liczbę na skali od 0 do 10, na której 0 oznacza, że na pewno nie polecił/a/by Pan/i tego oleju silnikowego, a 10 oznacza, że z całą pewnością polecił/a/by im Pan/i ten olej silnikowy.

Ocena:pkt

B7. Jak często wymienia Pan/i olej silnikowy?

1. raz na kwartał 2. raz na pół roku 3. raz na rok 4. rzadziej niż raz na rok

B8. Na ile prawdopodobne jest, że polecił/a/by Pan/i kupowany przez Pana/Panią olej silnikowy (na wymianę) komuś z rodziny bądź znajomym? Proszę podać liczbę na skali od 0 do 10, na której 0 oznacza, że na pewno nie polecił/a/by Pan/i tego oleju silnikowego, a 10 oznacza, że z całą pewnością polecił/a/by im Pan/i ten olej silnikowy.

Ocena:pkt

B9. Jakie oleje silnikowe kupuje Pan/i najczęściej? (jedna odpowiedź)

1. Najdroższe oleje na rynku 4. Niższa półka cenowa (ale nie najtańsze)
2. Wyższa półka cenowa (ale nie najdroższe) 5. Najtańsze oleje na rynku
3. Średni przedział cenowy

B10. Proszę określić poziom cen najlepiej odpowiadający Pana/i zachowaniom zakupowym / opiniom (przy zakupach w większych opakowaniach proszę uśrednić cenę oleju)?

Cena ostatnio kupionego olej silnikowego zł / litr [zakup]

Cena dla mnie za wysoka (od) zł / litr [opinia]

Cena tak niska, że budzi wątpliwości co do jakości oleju (poniżej) zł / litr [opinia]

B11. Gdyby ceny wszystkich olejów silnikowych były identyczne, to jaką markę oleju by Pan/i wybrał/a?

Preferowana marka oleju (1)

B12. Załóżmy, że cena kupowanego przez Pana/Panią oleju silnikowego wyraźnie rośnie. Jaki musiałby być wzrost ceny, aby zaczął / zaczęła się Pan/i rozglądać za inną marką oleju?

..... % wzrost ceny, powodujący szukanie innej marki oleju

B13. Jakie czynniki zadecydowały o wyborze marki oleju przy ostatniej wymianie?

(Proszę wybrać 3 najważniejsze i wpisać: 1 - przy czynniku pierwszym pod względem ważności, 2 - przy czynniku drugim, 3 - przy czynniku trzecim)

- | | |
|--|---|
| 1. ___ Zalecenie / instrukcja producenta samochodu | 8. ___ Reklama |
| 2. ___ Cena | 9. ___ Renoma marki oleju |
| 3. ___ Porada mechanika | 10. ___ Poprzednie doświadczenia |
| 4. ___ Zalecenie stacji serwisowej | 11. ___ Szeroka dostępność w sprzedaży |
| 5. ___ Wykorzystanie olejów w sportach motorowych | 12. ___ Porada znajomych |
| 6. ___ Specjalne właściwości oleju / unikalne rozwiązania technologiczne | 13. ___ jedyny dostępny olej w serwisie / punkcie sprzedaży |
| 7. ___ Specyfikacje jakościowe oleju / właściwości oleju | 14. ___ Aktualna promocja typu „buy&get” |
| | 15. ___ inne, jakie?..... |

(klasa lepkości, normy jakościowe ACEA i API)

B14. Które źródła informacji o olejach silnikowych wykorzystywał/a Pan/i w ostatnich 12 miesiącach?

1. mechanik / serwis
2. artykuły w prasie motoryzacyjnej
3. katalogi (jakich marek olejów?)
4. ulotki informacyjne / drukowane materiały reklamowe
5. reklamy w mass mediach (TV, radio, prasa codzienna oraz tygodniki / miesięczniki/internet/portale społecznościowe)
6. strony WWW producentów / dystrybutorów olejów (jakie?)
7. rodzina / znajomi
8. inne źródła informacji, jakie?
9. nie szukam informacji o olejach silnikowych

B15. Jakich korzyści oczekuje Pan/i od stosowanego oleju silnikowego? (Proszę wybrać 3 najważniejsze i wpisać:

1 -przy korzyści pierwszej pod względem ważności, 2 - przy korzyści drugiej, 3 -przy korzyści trzeciej)

- | | |
|--|---|
| 1 ___ Lepsze osiągi silnika (dynamika) | 6 ___ Mniejsza ilość nagaru |
| 2 ___ Mniejsze zużycie paliwa | 7 ___ Przyjazność dla środowiska |
| 3 ___ Przedłużenie żywotności silnika | 8 ___ Niski koszt przy zakupie |
| 4 ___ Łatwy rozruch, szczególnie w zimie | 9 ___ Mniejsza częstotliwość wymiany |
| 5 ___ Bezproblemowa praca silnika | 10 ___ Utrzymywanie optymalnej temperatury silnika (chłodzenie) |
| | 11 ___ Inne (jakie?) _____ |

B16. Czy rozważał/a Pan/i zakup innej marki oleju niż marka wybrana przy ostatnim zakupie?

1. nie

2. tak → Marka kupiona ostatnim razem: _____

A: Jakie inne marki brał/a Pan/i pod uwagę? Proszę wymienić maksymalnie 3.

Marka 1	Marka 2	Marka 3

B: Dlaczego nie wybrał/a Pan/i branych pod uwagę marek?

--	--	--

B17. Czy zmienił/a Pan/i markę oleju w ostatnich 3 latach?

1. Nie

2. Tak, z jakiej marki?..... Na jaką?.....

Dlaczego?.....

B18. Dlaczego nie zmienia Pan/i marki kupowanego oleju silnikowego na inną? Proszę zaznaczyć tylko jedną odpowiedź

- Jestem zadowolony z obecnie użytkowanego oleju
- Jestem przyzwyczajony już do tej marki, nie lubię zmian
- Jest to najlepszy olej na rynku
- Nie dostanę nic lepszego w tej klasie cenowej
- Zmiana oleju mogłaby źle wpłynąć na silnik
- Mam zaufanie do tej marki
- Inna przyczyna (jaka?)

B19. Czy zamierza Pan/i w ciągu najbliższych 12 miesięcy zmienić markę używanego oleju?

1. Tak, na jaki? Proszę podać wybraną markę oleju:

2. Tak, ale nie wiem jeszcze na jaką markę

3. Nie

Jaki jest powód planowanej zmiany marki oleju silnikowego?.....

B20. Jakie oleje są dostępne w warsztacie, w którym serwisuje Pan/i samochód?

- tylko jedna marka - jaka?.....
- wiele marek- jakie?
- warsztat w ogóle nie prowadzi sprzedaży oleju
- nie wiem / nie pamiętam

B21. Jakie materiały promocyjne dotyczące olejów są dostępne w warsztacie, w którym serwisuje Pan/i samochód?

- marka oleju rodzaj materiałów promocyjnych.....
- marka oleju rodzaj materiałów promocyjnych.....
- marka oleju rodzaj materiałów promocyjnych.....
- w warsztacie nie ma żadnych materiałów promocyjnych
- nie wiem / nie zwróci/am/em uwagi

B22. Czy mechanik / serwisant / kierownik obsługi polecał (sugerował) jakąś markę oleju?

- nie (przejdź do pytania B24)
- tak, jaką?, jakich argumentów używał?

B23. Czy kupił Pan/i polecaną markę oleju?

- tak-zostałem przekonany
- tak-nie było wyboru
- nie-wybrałem inny olej

B24. Czy gdyby warsztat, w którym serwisuje Pan/i swój samochód, zaproponował inną (ale porównywalną jakościowo) markę oleju silnikowego niż dotychczas używana, to czy zgodził/a/by się Pan/i na to?

- Nie
- Tak

B25. Proszę zaznaczyć „X” na poniższej skali miejsce, które najlepiej charakteryzuje olej, który Pan/i używa:

UŻYWANA MARKA OLEJU (KARTA KODOWA nr 4 OLEJE – PRODUKTY):

łatwo dostępny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	trudno dostępny
	7	6	5	4	3	2	1	
drogi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	tani
	7	6	5	4	3	2	1	
warty swojej ceny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	niewarty swojej ceny
	7	6	5	4	3	2	1	
wysokiej jakości	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	niskiej jakości
	7	6	5	4	3	2	1	
reklamowany	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	niereklamowany
	7	6	5	4	3	2	1	
odpowiedni dla samochodów wysokiej klasy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	nieodpowiedni dla samochodów wysokiej klasy
	7	6	5	4	3	2	1	
odpowiedni dla nowych Samochodów	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	odpowiedni dla starych samochodów
	7	6	5	4	3	2	1	

B26. Czy ma Pan/i pełne zaufanie do jakości kupowanego oleju silnikowego? Proszę określić poziom zaufania w % na skali 0-100% Poziom zaufania %

B27. Co wpływa na poziom Pan/a/i zaufania do tej marki oleju? (więcej niż jedna odpowiedź)

- Należy do zagranicznego koncernu
- Należy do polskiej firmy
- Opinie mechaników
- Duża liczba nabywców
- Szeroka dostępność w sieci sprzedaży

6. Reklama

7. Inne przesłanki, jakie?

B33. Reklamę jakiej marki oleju uważa Pan/Pani za najlepszą? Proszę oddzielnie ocenić reklamę telewizyjną, prasową billboardową i internetową.

- | |
|--|
| 1. <input type="checkbox"/> najlepsza reklama telewizyjna oleju silnikowego → (proszę wpisać markę oleju) |
| 2. <input type="checkbox"/> najlepsza reklama prasowa oleju silnikowego → (proszę wpisać markę oleju) |
| 3. <input type="checkbox"/> najlepsza reklama billboardowa oleju silnikowego → (proszę wpisać markę oleju) |
| 4. <input type="checkbox"/> najlepsza reklama internetowa oleju silnikowego → (proszę wpisać markę oleju) |

B34. Jaką markę oleju silnikowego wybierze Pan/i przy kolejnej wymianie?.....

B35. Czy wie Pan, który zespół wyścigów/ rajdów samochodowych sponsoruje LOTOS?

ANKIETER: NIE CZYTAĆ. ZAZNACZ ODPOWIEDŹ, JEŚLI WYMIENIONE PRZYNAJMNIEJ JEDNO Z NAZWISK

- Kajetanowicz i Baran -> przejść do B36
- Kościuszko i Szczepaniak -> przejść do B36
- Chuchała i Heller -> przejść do B36
- Kia/ Kia LOTOS Cup/KIA LOTOS Race -> przejść do B36
- Subaru/ LOTOS-Subaru Poland Rally Team -> przejść do B36
- Rajdowe Samochodowe Mistrzostwa Polski do -> przejść do B36
- Skoda -> przejść do B36
- Lotos Dynamic Rally Team -> przejść do B36
- inny -> przejść do B36
- Nie wiem -> przejść do B37

B36. Czy świadomość, że sponsorem zespołu wyścigów/ rajdów samochodowych jest LOTOS, powoduje, że Pana opinia o firmie LOTOS jest...?

ANKIETER: ODCZYTAĆ ODPOWIEDZI

- Zdecydowanie lepsza
- Raczej lepsza
- Bez różnicy
- Raczej gorsza
- Zdecydowanie gorsza
- Nie wiem <NIE CZYTAĆ>

B37. Proszę powiedzieć, które ze stwierdzeń najlepiej opisuje Pana opinię na temat wzajemnych powiązań pomiędzy firmą LOTOS a zespołem rajdowym.

ROTOWAĆ KOLEJNOŚĆ WYŚWIETLANIA STWIERDZEŃ (WYBÓR TYLKO 1 ODPOWIEDZI)

- LOTOS sponsoruje zespół rajdowy tylko po to, by móc reklamować swoją markę na samochodach podczas rajdów
- LOTOS zaopatruje zespół rajdowy w oleje silnikowe i w paliwo aby pomóc zespołowi być zwycięską drużyną
- LOTOS sponsoruje zespół rajdowy, aby mogli wspólnie pracować nad rozwojem bardziej zaawansowanych olejów silnikowych i paliw, które później są powszechnie dostępne
- Nie wiem <NIE POKAZYWAĆ>
- Żadne z wymienionych <NIE POKAZYWAĆ >

B38. Subaru rekomenduje oleje LOTOS QUAZAR do swoich samochodów.

Proszę powiedzieć, w jakim stopniu się Pan/i zgadza lub nie zgadza z poniższymi opiniami dotyczącymi współpracy pomiędzy tymi markami, używając skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza "zdecydowanie się nie zgadzam", a 5 - "zdecydowanie się zgadzam".

..... Współpraca między tymi markami sprawia, że mam lepszą opinię o olejach LOTOS.

..... Współpraca między tymi markami pozwala marce LOTOS rozwijać najnowocześniejsze oleje.

..... Współpraca między tymi markami pozwala marce LOTOS uczynić QUAZAR olejem najlepiej chroniącym silnik.

..... Współpraca między tymi markami to bardziej marketing niż wyższa jakość oleju LOTOS QUAZAR.

E5. Czy w ostatnich 12 miesiącach wchodził/a Pan/i na strony internetowe poświęcone motoryzacji (głównie samochodom) oraz produktom motoryzacyjnym (oleje silnikowe, paliwa, opony, akumulatory itp.) [np. strony internetowe producentów, sklepy internetowe]?

1. nie

2. tak, na jakie strony / serwisy motoryzacyjne Pan/i wchodził/a?

Rodzaj strony /serwisu internetowego	Najczęściej odwiedzane strony /serwisy internetowe
<input type="checkbox"/> o motoryzacji / samochodach	
<input type="checkbox"/> o olejach silnikowych	
<input type="checkbox"/> o paliwach	

E7. Jak by Pan/i ocenił/a swoje zainteresowanie motoryzacją? Proszę zaznaczyć na poniższej skali 5-stopniowej

1	2	3	4	5
Laik				pasjonat, ekspert

E8. Jak Pan/i klasyfikuje siebie w kwestii zakupu nowych produktów / nowych technologii?

1. „Innowator”, osoba jako jedna z pierwszych kupuje nowe produkty / technologie
2. „Wczesny użytkownik”, osoba szybko akceptująca nowości pojawiające się na rynku
3. „Wczesna większość”, osoba akceptująca nowości po pewnym czasie, gdy inni już je przetestują
4. „Późna większość”, osoba, która akceptuje nowości dopiero wtedy, gdy staną się już popularne na rynku i większość innych osób / firm z nich korzysta
5. „Guzdrała”, osoba, która jako jedna z ostatnich akceptuje nowości
6. „Oporny”, osoba, która w ogóle nie akceptuje nowych technologii / produktów, pozostając przy sprawdzonych, ale często przestarzałych rozwiązaniach

CZĘŚĆ VIII – INFORMACJE STATYSTYCZNE**X1. Płeć** 1. Mężczyzna 2. Kobieta**X2. Wiek** 1. 18 do 25 lat 3. 31 do 40 lat 5. 51 do 60 lat
2. 26 do 30 lat 4. 41 do 50 lat 6. Powyżej 60 lat**X3. Wykształcenie** 1. Podstawowe 3. Średnie
2. Zasadnicze zawodowe 4. Wyższe**X4. Czy Pan/i obecnie:**

1. jest zatrudniony/a w zakładzie pracy/institucji
2. prowadzi własną firmę/działalność gospodarczą/jest współwłaścicielem
3. jest emerytem/ka / rencistą/ka
4. uczę się, studiuje
5. nie pracuje zawodowo
6. jestem bezrobotny/a

X5. Miejsce zamieszkania

1. Wieś/Osada 4. Miasto 50 001-100 000 mieszkańców
2. Miasto do 20 000 mieszkańców 5. Miasto 100 001-200 000 mieszkańców
3. Miasto 20 001 - 50 000 mieszkańców 6. Miasto powyżej 200 000 mieszkańców

X6. W którym z poniższych przedziałów zawiera się Pan/a/i przeciętny miesięczny dochód netto?

1. do 1 000 zł 4. od 3 001 do 4 000 zł 7. odmowa odpowiedzi
2. od 1 001 do 2 000 zł 5. od 4 001 do 5 000 zł
3. od 2 001 do 3 000 zł 6. powyżej 5 000 zł

X7. Województwo:

Badanie rynku napojów gazowanych

Kwestionariusz

Zapraszamy do wypełnienia ankiety, mającej na celu zbadanie preferencji zakupowych napojów gazowanych. Ankieta zawiera 33 pytania, a czas jej wypełnienia zajmuje około 8 minut.

* Wymagane

1. Jakie marki napojów gazowanych są Panu/i znane? *

2. Jak często kupuje Pan/i napoje gazowane? *

- Codziennie
- Kilka razy w tygodniu
- Raz w tygodniu
- Kilka razy w miesiącu
- Raz w miesiącu
- Rzadziej
- Nigdy

3. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy dokonał/a Pan/i zakupu napojów gazowanych? *

Tak

Nie

4. Produkt jakiej marki ostatnio został kupiony? *

5. W jakim miejscu dokonano ostatniego zakupu napojów gazowanych? *

Hurtownia

Supermarket

Dyskont (Lidl, Biedronka, etc.)

Sklep osiedlowy

Małopowierzchniowy sklep samoobsługowy (np. Żabka)

Stacja paliw

Automat

Inne (Jakie?)

6. W skali 0-10 na ile prawdopodobne jest, że poleciłby Pan/i kupiony ostatnio napój gazowany rodzinie/znajomym?

0 - mało prawdopodobne, 10 - bardzo prawdopodobne *

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

8. Jaką pojemność napojów gazowanych wybiera Pan/i najczęściej? *

- do 500 ml
- 500 ml-1 l
- 1 l-2 l
- powyżej 2 l

9. W jakim opakowaniu najczęściej kupuje Pan/i napoje gazowane? *

- butelka plastikowa
- butelka szklana
- puszka

10. Z jakich przedziałów cenowych najczęściej wybiera Pan/i napoje gazowane? *

Prosimy podać przedział cenowy

11. Jaka cena jest dla Pana/i zbyt wysoka? *

Prosimy podać przedział cenowy

12. Jaka cena jest na tyle niska, że budzi wątpliwości co do jakości? *

Prosimy podać przedział cenowy

13. Jakie czynniki zdecydowały o wyborze marki napojów gazowanych przy ostatnim zakupie? *

1 - miał niewielki wpływ, 5 - miał bardzo duży wpływ

	1	2	3	4	5
cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jakość	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
smak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
opakowanie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pojemność	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
skład	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rekomendacja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Które źródła informacji o napojach gazowanych wykorzystywał/a Pan/i w ciągu ostatnich miesięcy? *

- reklamy radiowe
- reklamy telewizyjne
- internet
- rekomendacja rodziny/znajomych
- rekomendacja sprzedawcy

15. Jakich korzyści oczekuje Pan/i od kupowanego napoju gazowanego? *

1 - bez znaczenia, 5 - bardzo ważna korzyść

	1	2	3	4	5
zaspokojenie pragnienia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
orzeźwienie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
poprawa trawienia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jako dodatek, np. do posiłków, alkoholu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
dostępność	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Proszę zaznaczyć markę najlepiej pasującą do poniższego opisu. *

Lider na rynku

Coca-Cola

Pepsi

Schweppes

Kinley

Sprite

Zbyszko

Hellena

Żywiec Zdrój

Tymbark

Mirinda

7up

Red Bull

Black

Monster

17. Proszę zaznaczyć markę najlepiej pasującą do poniższego opisu. *

Produkt najlepiej reklamowany

18. Proszę zaznaczyć markę najlepiej pasującą do poniższego opisu. *

Produkt najłatwiej dostępny

19. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy widział/a Pan/i reklamę napojów gazowanych? *

Tak

Nie

20. Reklamy jakich marek widział/a Pan/i w ciągu ostatnich miesięcy? *

21. Gdzie widział/a (słyszał/a) Pan/i tę reklamę? *

Telewizja

Radio

Internet

Baner/plakat

Billboard
Prasa tradycyjna

23. Czy chętnie wybiera Pan/i nowości znanych/ulubionych marek? *

Tak

Nie

24. Czy wzrost cen napojów gazowanych wywołany podatkiem cukrowym zmusił Pana/Panią do zmian zakupowych? *

Tak

Nie

25. Czy jest Pan/i skłonny/a do zmiany słodkich napojów na produkty kategorii LIGHT lub ZERO? *

Tak

Nie

27. Płeć *

- Kobieta
- Mężczyzna

28. Wiek *

- do 25 lat
- 26-40lat
- 40-55lat
- 55+lat

29. Wykształcenie *

- Podstawowe
- Średnie
- Zawodowe
- Wyższe niepełne
- Wyższe

30. Obecnie Pan/i: *

- pracuje
- uczy się/studiuje
- pracuje i uczy się
- jest na emeryturze

31. Miejsce zamieszkania *

- Wieś
- Miasto do 50 tys. mieszkańców
- Miasto 50-100tys. mieszkańców
- Miasto powyżej 100tys. mieszkańców

32. Tryb życia *

- Aktywny
- Praca siedząca
- Praca fizyczna
- Sportowiec

netto

33. Pana/i przeciętny dochód miesięczny wynosi: *

- Nie posiadam stałych dochodów
- do 1000zł
- 1000-2000zł
- 2000-3000zł
- 3000-4000zł
- 4000-5000zł
- powyżej 5000zł
- Nie chcę odpowiadać

Jaki rodzaj czekolady lubi Pan/Pani najbardziej?

*

- mleczna
- deserowa
- biała
- gorzka
- inna

15

Jeśli wskazał/a Pan/Pani inny rodzaj to proszę wskazać jaki

Jakie nadzienie wybiera Pan/Pani najczęściej?

*

- orzechowe
- toffi
- truskawkowe
- jogurtowe
- pomarańczowe
- inne

6. Jakie kosmetyki do pielęgnacji twarzy najczęściej Pan/i kupuje?

*

- Kremy do twarzy
- Okolice oczu
- Kremy z filtrem
- Olejki i serum
- Toniki i hydrolaty
- Peelingi
- Maseczki
- Demakijaż i oczyszczanie
- Pielęgnacja ust
- Produkty po goleniu

12. Co sprawi, że chętniej kupi Pan/i produkt do pielęgnacji twarzy?

*

Prosimy o ocenę poszczególnych kryteriów w skali 1-5. 1 oznacza, że nie ma to żadnego wpływu, natomiast 5, że ma to duży wpływ.

	1	2	3	4	5
Wegański skład	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkt nietestowany na zwierzętach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wygląd opakowania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkt ekologiczny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Przyjemny zapach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promocyjna cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Łatwa dostępność	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. W jakim stopniu jest Pan/i zadowolona z ostatnio zakupionego kosmetyku do pielęgnacji twarzy? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Niezadowolony/a

Bardzo zadowolony/a

20. Jaki typ cery Pan/Pani posiada?

*

- Sucha
- Mieszana
- Tłusta
- Trądzikowa
- Z przebarwieniami
- Naczynkowa
- Normalna

3. Ile sztuk różnych perfum zazwyczaj Pan/i posiada? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- 0
- 1
- 2-3
- 4-5
- 6-10
- powyżej 10

13. Jaki rodzaj/typ perfum wybrał/a Pani/i przy ostatnim zakupie? *

Zaznacz tylko jedną odpowiedź.

- perfumy (perfumy właściwe)
- woda perfumowana
- woda toaletowa
- woda kolońska
- nie wiem, nie pamiętam
- nie zwracam uwagi na rodzaj/typ perfum



Tworzenie nowego formularza

Galeria szablonów



Pusty



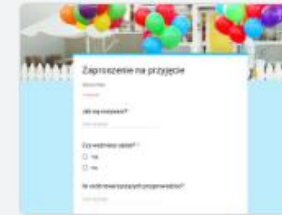
Opinie uczestników



Temat arkusza danych



Ocena kursu



Zaproszenie na przyjęcie



Informacje kontaktowe

Ostatnie formularze

Należące do kogokolwiek



Opinie uczestników

Otwarto 30 mar 2019



Formularz bez nazwy

Otwarto 30 mar 2019



Opinie uczestników

Otwarto 30 mar 2019



Temat arkusza danych

Otwarto 30 mar 2019



Ocena kursu

Otwarto 30 mar 2019

Google Forms - podgląd pytań (3)

Badanie nabywców preparatów przeciwbólowych

test

*Wymagane

Czy Pan/i kupił/a preparat przeciwbólowy w ciągu ostatnich 12 miesięcy? *

Tak

Nie

Jakimi kryteriami kierował/a się Pan/i przy ostatnim zakupie preparatu przeciwbólowego?

	1 brak znaczenia	2	3	4	5 bardzo duże znaczenie
marka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
reklama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
skuteczność	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
polecenie przez lekarza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
polecenie przez farmaceutę	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Google Forms – odpowiedzi (rysunki)

Czy Pan/i kupił/a preparat przeciwbólowy w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

9 odpowiedzi

