

Zoznam príloh

Príloha č. 1: Ukážka výskumného dotazníku (On-line dotazník)

Príloha č. 2: Overenie experimentálnej manipulácie vhodnosti spojenia medzi produktom a dobročinným účelom (Tabuľka)

Príloha č. 3: Verzie výskumných dotazníkov (Tabuľka)

Príloha č. 4: Porovnanie jednotlivých produktov s dobročinnými organizáciami v súvislosti so všetkými premennými (Graf)

Zoznam obrázkov

Obrázok č.1: Benefity cause-related marketingu medzi zúčastnenými stranami

Zoznam grafov

Graf č. 1: Pohlavie respondentov

Graf č. 2: Vekové zloženie respondentov

Zoznam tabuliek

Tabuľka č. 1: Vyhodnotenie pretestu č. 1 – trvanlivé produkty

Tabuľka č. 2: Vyhodnotenie pretestu č. 1 – FMCG produkty

Tabuľka č. 3: Vyhodnotenie pretestu č. 2

Tabuľka č. 4: Výsledky pretestu č. 3 – Zmrzlina

Tabuľka č. 5: Výsledky pretestu č. 3 – Voda

Tabuľka č. 6: Výsledky pretestu č. 3 – Zubná kefka

Tabuľka č. 7: Výsledky pretestu č. 3- Kníhkupectvo (Knihy)

Tabuľka č. 8: Výsledky pretestu č. 4

Tabuľka č. 9: Vyhodnotenie všetkých verzií dotazníku

Tabuľka č. 10: Výsledky MANCOVA analýzy

Tabuľka č. 11: Výsledky ANCOVA analýzy

Tabuľka č. 12: Výsledky MANCOVA analýzy pre kníhkupectvo Luxor

Tabuľka č. 13: Výsledky ANCOVA analýzy pre kníhkupectvo Luxor

Prílohy

Príloha č. 1: Ukážka výskumného dotazníku

Minerálna voda Magnesia

Na nasledujúcich škálach uveďte, ako vnímate minerálnu vodu Magnesia

	1	2	3	4	5	6	7	
Praktické využitie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Len pre zábavu

	1	2	3	4	5	6	7	
Na bežné používanie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pre potešenie

	1	2	3	4	5	6	7	
Zlý produkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Dobrý produkt

	1	2	3	4	5	6	7	
Nízka kvalita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vysoká kvalita

Ako vnímate spojenie danej značky a dobročinného účelu?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nekonzistentné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Konzistentné

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nehodí sa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hodí sa

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nedáva zmysel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Dáva zmysel

Ako na Vás pôsobí spojenie danej značky a dobročinného účelu?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Neuveriteľné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Uveriteľné

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nepresvedčivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Presvedčivo

Ako vnímate chovanie danej značky?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Negatívne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pozitívne

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nepriaznivé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Priaznivé

Zakúpili by ste si daný produkt v spojení so spomenutým dobročinným účelom?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Veľmi nepravdepodobné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Veľmi pravdepodobné

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nepredstaviteľné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Predstaviteľné

Príloha č. 2: Overenie experimentálnej manipulácie vhodnosti spojenia¹ medzi produktom a dobročinným účelom

INDEPENDENT SAMPLES T-TEST – VODA MAGNESIA

Independent Samples T-Test

		statistic	df	p	Mean difference	SE difference
fit_check	Student's t	0.519	70.0	0.606	0.315	0.606

Group Descriptives

		Group	N	Mean	Median	SD	SE
fit_check	0		40	7.28	7.33	2.33	0.368
	1		32	6.97	7.83	2.82	0.499

INDEPENDENT SAMPLES T-TEST – ZUBNÁ KEFKA CURAPROX

Independent Samples T-Test

		statistic	df	p	Mean difference	SE difference
fit_check	Student's t	0.825	61.0	0.413	0.378	0.458

Group Descriptives

		Group	N	Mean	Median	SD	SE
fit_check	0		32	7.95	8.17	1.84	0.326
	1		31	7.57	8.00	1.79	0.322

¹ (0 = nevhodné spojenie, 1 = vhodné spojenie)

INDEPENDENT SAMPLES T-TEST – ZMRZLINA MAGNUM

Independent Samples T-Test

		statistic	df	p	Mean difference	SE difference
fit_check	Student's t	-1.08	60.0	0.286	-0.644	0.598

Group Descriptives

		Group	N	Mean	Median	SD	SE
fit_check	0	32	5.82	6.00	2.41	0.426	
	1	30	6.47	6.67	2.29	0.418	

INDEPENDENT SAMPLES T-TEST – KNÍHKUPECTVO LUXOR

Independent Samples T-Test

		statistic	df	p	Mean difference	SE difference
fit_check	Student's t	-3.25	61.0	0.002	-1.97	0.607

Group Descriptives

		Group	N	Mean	Median	SD	SE
fit_check	0	32	5.76	6.17	2.41	0.426	
	1	31	7.73	7.67	2.40	0.432	

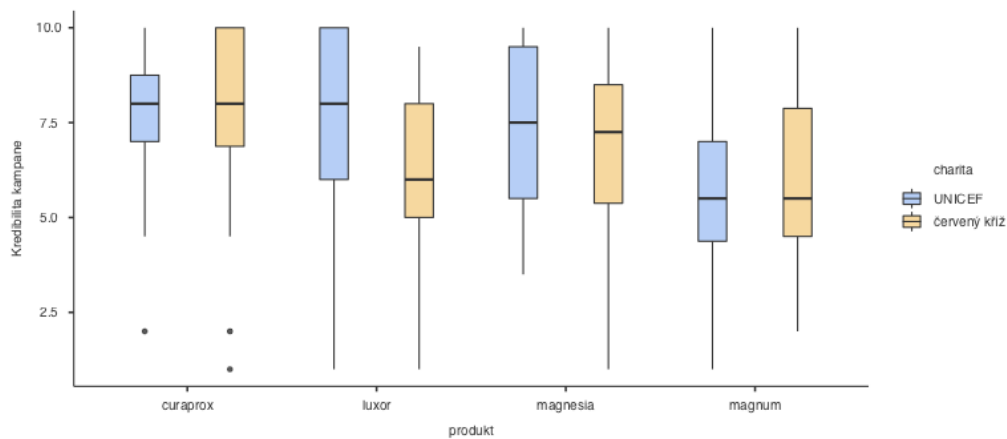
Príloha č. 3: Verzie výskumných dotazníkov

<i>Výskum (verzia)</i>	<i>Produkt</i>	<i>Dobročinný účel</i>	<i>Typ produktu U/P²</i>	<i>Vhodnosť spojenia A/N</i>
1	Voda Magnesia	3% z nákupu budú venované Červenému krížu na distribúciu jedla v rozvojových krajinách	U	A
2	Zmrzlina Magnum	3% z nákupu budú venované Červenému krížu na distribúciu jedla v rozvojových krajinách	P	A
3	Zubná kefka Curaprox	3% z nákupu budú venované Červenému krížu na distribúciu jedla v rozvojových krajinách	U	N
4	Kníhkupectvo Luxor	3% z nákupu budú venované Červenému krížu na distribúciu jedla v rozvojových krajinách	P	N
5	Kníhkupectvo Luxor	3% z nákupu budú venované UNICEF na podporu rozvoja vzdelávania v rozvojových krajinách	P	A
6	Zubná kefka Curaprox	3% z nákupu budú venované UNICEF na podporu rozvoja vzdelávania v rozvojových krajinách	U	A
7	Zmrzlina Magnum	3% z nákupu budú venované UNICEF na podporu rozvoja vzdelávania v rozvojových krajinách	P	N
8	Voda Magnesia	3% z nákupu budú venované UNICEF na podporu rozvoja vzdelávania v rozvojových krajinách	U	N

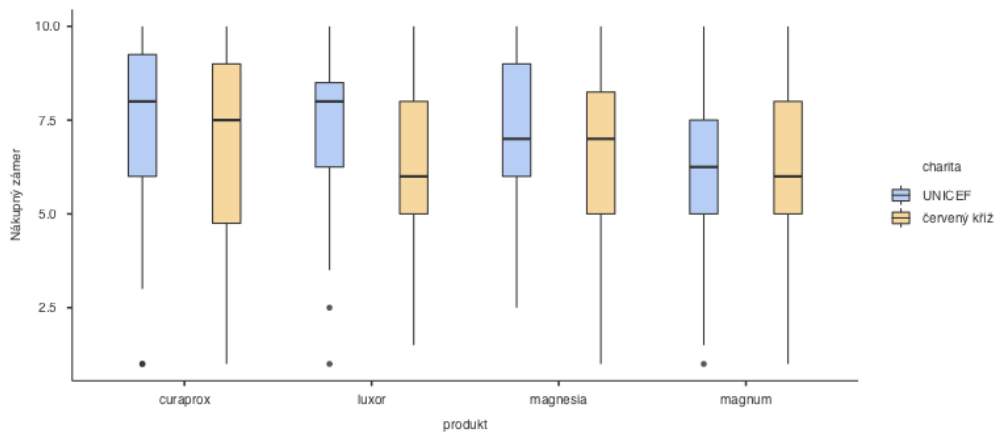
² U= úžitkový produkt, P= pôžitkársky produkt

Príloha č. 4: Porovnanie jednotlivých produktov s dobročinnými organizáciami v súvislosti so všetkými premennými

Kredibilita kampane



Nákupný zámer



Postoj ku značke

