

# Přílohy

## Příloha č. 1: Dotazník k vlastnímu výzkumu

*Dobrý den, ráda bych Vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku, který je určen pro výzkum k mé bakalářské práci na téma Cause Related Marketing v ČR. Děkuji za ochotu, Táňa Balatková*

***Pokud není uvedeno jinak, zakroužkujte prosím pouze jednu odpověď, děkuji.***

1. Co si myslíte o spojení a spolupráci neziskové organizace (charity apod.) a komerční firmy? (napíšte, co se Vám vybaví, co Vás napadne – jak to vnímáte atd...)
  
2. Znáte pojem Cause Related Marketing?
  - a) ano
  - b) ne

*Pokud jste zaškrtnl/a „ano“, přejděte na otázku č. 3. Pokud jste zaškrtnl/a „ne“, přejděte na otázku č. 4.*

3. Co podle Vás tento pojem znamená?
  
4. Setkal/a jste se někdy v ČR s projektem, kdy firma spolupracovala s neziskovou organizací, charitou apod. a propagovala veřejně prospěšnou věc?
  - a) ano
  - b) ne

*Pokud jste zaškrtnl/a „ano“, přejděte na otázky č. 5, 6, 7, 8, 9. Pokud jste zaškrtnl/a „ne“, přejděte na otázku č. 10.*

5. Které konkrétní projekty si vybavíte?
  
6. Které z těchto kampaní znáte anebo jste o nich alespoň slyšel/a?  
*(zakroužkujte klidně více možností)*
  - a) Avon a pochod proti rakovině prsu
  - b) Ostrovy života
  - c) Bezpečně za volantem
  - d) Tesco charita roku
  - e) Tatranky Tatrám
  - f) jiné: \_\_\_\_\_

7. Přišly Vám tyto projekty účelné?

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Rozhodně ne

8. Byl Vám celkový koncept spojení firmy a dobročinného účelu sympatický?

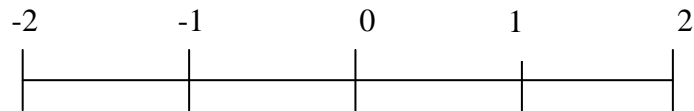
- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Rozhodně ne

9. Jak jste se o projektu dozvěděli?

*(zakroužkujte klidně více možností)*

- a) z televize
- b) z letáku
- c) prostřednictvím internetu
- d) přes známé
- e) z novin nebo časopisu
- f) jiným způsobem: \_\_\_\_\_

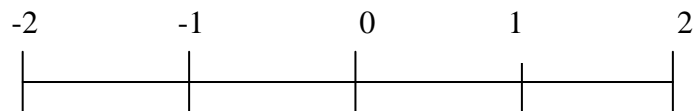
10. Jak vnímáte projekty Cause Related Marketingu (spojení firmy s neziskovou organizací apod.)? Zakroužkujte prosím stupeň, který odpovídá Vašemu hodnocení. *Stupně jsou seřazeny od nejhoršího k nejlepšímu.*



*Velmi negativně*

*Velmi pozitivně*

11. Přináší podle Vás projekty Cause Related Marketingu (CRM) firmám nějaké benefity?



*Rozhodně ne*

*Rozhodně ano*

*Pokud jste zaškrtnl/a stupeň 1 nebo 2, přejděte na otázku č. 12. Pokud jste zaškrtnl/a stupeň -2, -1 nebo 0, přejděte na otázku č. 13.*

**12.** Jaké benefity to podle Vás může firmě přinést? (zakroužkujte prosím max. 3 nejlepší)

- a) zvýšení prodeje daných produktů
- b) lepší povědomí o značce
- c) nárůst spokojených zákazníků
- d) konkurenční výhoda
- e) zajímavá/netradiční reklama
- f) kreativní marketingová kampaň
- g) důkaz o sociální odpovědnosti firmy
- h) jiné: \_\_\_\_\_

**13.** Jaká média jsou podle Vás pro šíření podobných projektů nejvhodnější?

(zakroužkujte prosím max. 3 nejvhodnější)

- a) internet
- b) televize
- c) noviny, časopisy
- d) letáky
- e) billboardy
- f) dobročinné akce
- e) jiné: \_\_\_\_\_

**14.** Mohl by projekt Cause Related Marketingu ovlivnit Vaše nákupní rozhodnutí?

- a) rozhodně ano
- b) spíše ano
- c) nevím
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne

**15.** Pokud byste se měl/a rozhodnout mezi koupí 2 konkurenčních výrobků, přičemž 1 z nich by byl součástí CRM, pro který byste se rozhodli?

- a) pro výrobek podporovaný projektem CRM
- b) pro výrobek podporovaný projektem CRM, pokud by byl stejně drahý (popř. levnější)
- c) bylo by mi to jedno
- d) projekty CRM mi nic neříkají, rozhodla bych se pro konkurenční výrobek

**16.** Vyskytují se projekty CRM podle Vás v ČR často?

- a) rozhodně ano, myslím, že se vyskytují velmi často
- b) spíše ano, s několika jsem se už setkal/setkala
- c) nevím
- d) spíše ne, podobné projekty v ČR příliš časté nejsou
- e) rozhodně ne, s žádným takovým projektem jsem se nesetkal/a

**17.** Domníváte se, že se projekty CRM budou v ČR vyskytovat i v budoucnu?

- a) rozhodně ano, podobná spojení budou stále častější
- b) spíše ano, současný trend se podle mého názoru udrží
- c) nevím
- d) spíše ne, projekty nejsou příliš perspektivní
- e) rozhodně ne, tyto projekty zaniknou

18. Jste: a) muž  
b) žena
19. Váš věk je v rozmezí: a) 15 – 24 let  
b) 25 – 35 let
20. Vaše povolání (status) je: a) student  
b) nezaměstnaný/á  
c) na mateřské dovolené  
d) manuálně pracující  
e) administrativní pracovník  
f) manažer  
g) podnikatel  
h) jiné: \_\_\_\_\_
21. Vaše bydliště (kde trávíte většinu času) je: a) v Praze  
b) v Liberci  
c) jinde: \_\_\_\_\_

**Příloha č. 2: Názory na spojení komeční firmy a neziskové organizace (tabulka)**

Co si myslíte o spojení a spolupráci neziskové organizace a komerční firmy?	Počet respondentů
Je to dobrý nápad, vnímám to pozitivně	22
Může to být výhodné pro obě strany	21
Souvisí se společenskou odpovědností organizace	2
Akce typu: "koupí produktu přispějete 1 Kč na..."	1
Často spojeno se známými osobnostmi	1
Je nutné dbát na důvěryhodnost spojení	6
Vadí mi neprůhlednost a transakční náklady	4
Nezisková organizace pro mě ztrácí kredit	1
Neodpověděli	42

**Příloha č. 3: Pojem Cause Related Marketing (tabulka)**

Co podle Vás pojem Cause Related Marketing znamená?	Počet respondentů	Procentuálně
Spojení firmy s neziskovou org. za účelem dobročinnosti.	13	68%
Zaměřeno na neziskové organizace.	4	21%
Zvyšuje image firmy.	2	11%

#### Příloha č. 4: Rozdíly v pohlaví (tabulky)

Setkali jste se už s projekty CRM?	Ženy	Muži	Celkem
ANO	73%	63%	69%
NE	27%	37%	31%
Celkem	100%	100%	100%

Jak vnímáte projekty CRM?	Ženy	Muži	Celkem
Velmi pozitivně	39%	26%	34%
Spíše pozitivně	56%	53%	55%
Nevím	5%	16%	9%
Spíše negativně	0%	5%	2%
Celkem	100%	100%	100%

Mohl by projekt CRM ovlivnit Vaše nákupní rozhodnutí?	Ženy	Muži	Celkem
Rozhodně ano	12%	8%	10%
Spíše ano	40%	31%	37%
Nevím	45%	53%	48%
Spíše ne	3%	5%	4%
Rozhodně ne	0%	3%	1%
Celkem	100%	100%	100%

#### Příloha č. 5: Rozdíly v ekonomické aktivitě (tabulky)

Setkali jste se už s projekty CRM?	Studenti	Pracující	Celkem
ANO	72%	68%	69%
NE	28%	32%	31%
Celkem	100%	100%	100%

Jak vnímáte projekty CRM	Studenti	Pracující	Celkem
Velmi pozitivně	25%	46%	34%
Spíše pozitivně	53%	51%	55%
Nevím	16%	3%	9%
Spíše negativně	5%	0%	2%
Celkem	100%	100%	100%

Mohly by projekt CRM ovlivnit Vaše nákupní rozhodnutí?	Studenti	Pracující	Celkem
Rozhodně ano	10%	11%	10%
Spíše ano	32%	43%	37%
Nevím	51%	45%	48%
Spíše ne	5%	3%	4%
Rozhodně ne	2%	0%	1%
Celkem	100%	100%	100%

