

## ROZDZIAŁ 9

### MIERZENIE POSTAW

#### SOKI KUBUŚ

Firma „Maspex” z Wadowic jest producentem najczęściej kupowanego w Polsce soku na bazie marchwi – Kubuś. Z badań wynika, że oprócz najwyższego – 44% udziału w rynku, Kubuś jest najczęściej rozpoznawana marką – identyfikuje ją 85% konsumentów. Moce produkcyjne są tak duże, że zaspokajają popyt krajowy i potrzeby eksportowe „Maspexu”. Firma sprzedaje Kubusia do wielu krajów, jednak oprócz nazwy nie zmienia się ani smak, ani szata graficzna opakowania. W Czechach i Słowacji sok znany jest pod nazwą „Kubik”, w Niemczech, w Stanach Zjednoczonych i na Litwie pod nazwą „Kubuś”, na Węgrzech pod nazwą „Kubu”, a w Rumunii – „Tedi”.

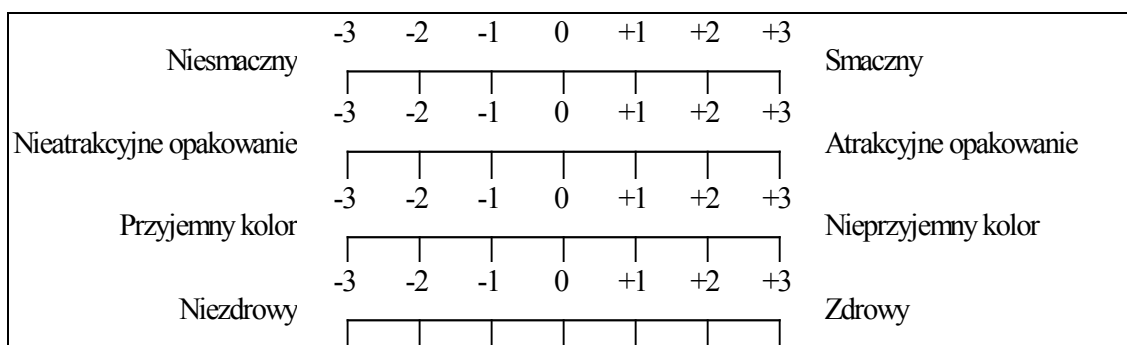
Wprawdzie „Maspex” jest już od kilku lat obecny na rynku Europy Zachodniej, jednak dotychczas były to wyłącznie realizacje zamówień sieci handlowych. Od sierpnia 2003 r. firma postanowiła zaistnieć na rynku Unii pod własną marką. Rozpoczęto multimedialną kampanię reklamową z wykorzystaniem największych niemieckich stacji telewizyjnych (RTL, RTL2, Super RTL, PRO7, SAT1) i tytułów prasowych. Całość wspierana jest przez działania promocyjne skierowane do pośredników w kanałach dystrybucji.

Zdaniem zarządu firmy, sok spełnia wszelkie standardy jakości. „Maspex” uzyskał bowiem certyfikat jakości ISO 9000 oraz ma wdrożony system HACCP. Optymistyczne zdają się być wyniki badań rynku soków. Okazuje się, że w przeciętny Polak, podobnie jak Hiszpan, Francuz czy Anglik, wypija rocznie 22 l soku, podczas gdy Niemiec aż 42 l na rok. Drugim atutem jest brak na rynku niemieckim soków przecierowych na bazie marchwi. Krzysztof Pawiński – prezes zarządu „Maspexu” – twierdzi, że niemieccy konsumenci przywiązują dużą wagę do zdrowej żywności i produkt powinien być przez nich zaakceptowany. Wejście firmy na rynek niemiecki poprzedziły wnikliwe, półtoraroczne badania marketingowe. Respondenci bardzo pozytywnie ocenili nowość z Polski.

Firma badawcza mierzyła postawy niemieckich klientów wobec polskiego soku na bazie marchwi. Zastosowano kilka skal do pomiaru postaw, a niektóre wyniki zamieszczono poniżej.

Tabela 9.1. Różnice między grupą „górną” a „dolną” w ustosunkowaniu się do stwierdzenia „Picie soków na bazie marchwi wpływa na widoczną poprawę zdrowia”

Kategoria	Wartość skali $x$	Grupa z postawą najbardziej przychylną		Grupa z postawą najmniej przychylną	
		$f$	$fx$	$f$	$fx$
Całkowicie się zgadzam	5	25		0	
Zgadzam się	4	32		8	
Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam	3	7		16	
Nie zgadzam się	2	10		32	
Całkowicie się nie zgadzam	1	1		19	
Razem	xxx	75		75	



Rysunek 9.1. Fragment skali semantycznej

Proszę rozdzielić 100 punktów pomiędzy podane niżej dodatki owocowe do soków marchwiowych tak, aby podział odzwierciedlał Pana/Pani preferencje smakowe.

Banany	<u>40</u>
Maliny	<u>10</u>
Truskawki	<u>30</u>
Pomarańcze	<u>20</u>

Rysunek 9.2. Odpowiedzi respondenta nr 23 na pytanie o preferowane dodatki smakowe do soku marchwiowego.