Do udziału w badaniu zapraszamy wszystkie agencje badawcze i inne firmy, które dostarczają usługi badawcze. Do ankiety można powrócić w dowolnej chwili, zapisując link, który pojawi się po kliknięciu w opcję "odłóż na później". Uwaga: Podane dane teleadresowe będą wykorzystane do przygotowania informacji o firmie w Insight Map - publikacji online dla zleceniodawców badań marketingowych i konsumenckich.   Link do wzoru ankiety (do przeklejenia w osobnym oknie przeglądarki): https://badanie.ptbrio.pl/ankieta/1196436/rynek-firm-badawczych-w-polsce-2023.html

CZĘŚĆ 1 INFORMACJE O FIRMIE

1. F1. Pełna nazwa firmy

pytanie obowiązkowe dla wszystkich firm

|  |  |
| --- | --- |
| Oficjalna nazwa firmy: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| Nazwa firmy do umieszczenia w rankingach (rekomendujemy nazwę bez podawania formy prawnej): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

2. F2. Czy firma należy do Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR)?

pytanie obowiązkowe

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | nie |

3. F3. Czy firma jest sygnatariuszem porozumienia Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (PKJPA)?

pytanie obowiązkowe

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | nie |

4. F4. Czy firma jest sygnatariuszem porozumienia Program Kontroli Jakości Bezpieczeństwa Informacji (PKJBI)?

pytanie obowiązkowe

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | nie |

5. F5. Czy w firmie są pracownicy, którzy należą do:

pytanie obowiązkowe

*W każdym wierszu zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **tak** | **nie** |
| PTBRiO | /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif |
| ESOMAR | /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif |

CZĘŚĆ 2 INFORMACJE O PRZYCHODACH I BADANIACH W 2023 ROKU

6. P1. Ile wyniosły obroty NETTO (bez VAT, w PLN) firmy w 2023 roku, które pochodziły WYŁĄCZNIE ze świadczonych usług badawczych?

UWAGA! Brak podania danych spowoduje wykluczenie firmy z publikacji w zestawieniach. Udostępnione w pytaniu P1 dane dotyczące obrotu firmy zostaną wykorzystane do obliczenia łącznego obrotu całego rynku usług badawczych w Polsce w 2023 roku oraz rankingu firm ze względu na przychody (po wyrażeniu zgody w części 3 pkt B ankiety). PROSIMY WPISYWAĆ KWOTĘ W PEŁNYCH ZŁ

|  |
| --- |
| \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

7. P2. Jaki % wszystkich przychodów firmy stanowią przychody pochodzące ze świadczonych usług badawczych?

|  |
| --- |
| \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

8. P3. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z świadczonych usług badawczych stanowią?:

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| Kompleksowe usługi badania rynku (badania jakościowe i ilościowe w tym grupy fokusowe, wywiady eksperckie, pomiary widowni…): \_ \_ \_ \_ |
| Usługi związane z fieldworkiem (w tym usługi dotyczące doboru próby, związane panelami oraz danymi): \_ \_ \_ \_ |
| Usługi związane z subskrypcjami i oprogramowaniem (rozwiązania do analizy danych, pomiar mediów społecznościowych, samoobsługowe platformy badawcze, EFM tj. oprogramowanie zapewniające możliwość stałego pozyskiwania danych o postawach i opiniach klientów organizacji w zintegrowany sposób poprzez różne kanały kontaktu): \_ \_ \_ \_ |
| Doradztwo (dodatkowe usługi konsultingowe/doradcze): \_ \_ \_ \_ |

9. P4. Czy firma osiągnęła zysk w 2023 roku?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Tak |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Nie |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Odmowa |

10. P5. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań stanowią projekty zlecane przez:

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| klientów i zleceniodawców z Polski (także firm zagranicznych, mających oddziały w Polsce): \_ \_ \_ \_ |
| klientów i zleceniodawców zagranicznych (przez firmy nie posiadające swoich przedstawicielstw w Polsce): \_ \_ \_ \_ |

11. P6. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań stanowią projekty:

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| badania realizowane w kraju (badania w całości realizowane w Polsce lub ta część badania międzynarodowego przypadająca na Polskę): \_ \_ \_ \_ |
| międzynarodowe (badania terenowe prowadzone z respondentami w więcej niż jednym kraju, także w Polsce jeżeli to była część badania międzynarodowego): \_ \_ \_ \_ |

12. P7. Jeśli firma prowadzi badania międzynarodowe, to proszę wymienić 3 główne kraje, w których realizowano najwięcej badań międzynarodowych

|  |  |
| --- | --- |
| 1.: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 2.: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 3.: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

13. P8. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań stanowią badania konsumenckie (osób indywidualnych, gospodarstw domowych), a jaki badania business-to-business?

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| badania konsumenckie: \_ \_ \_ \_ |
| badania business-to-business: \_ \_ \_ \_ |
| inne typy projektów: \_ \_ \_ \_ |

14. P9. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań generowany jest przez zleceniodawców / klientów pochodzących z podanych sektorów?

Proszę wpisywać wartości bez znaku "%"

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| 1. Napoje, żywność, słodycze: \_ \_ \_ \_ |
| 2. Kosmetyki / higiena / OTC: \_ \_ \_ \_ |
| 3. Papierosy: \_ \_ \_ \_ |
| 4. Pozostałe towary nietrwałego użytku: \_ \_ \_ \_ |
| 5. FMCG (łącznie) – prosimy wypełnić, jeżeli agencja nie jest w stanie podać szczegółowych danych w pkt. 1-4: \_ \_ \_ \_ |
| 6. Produkcja farmaceutyków i produktów medycznych: \_ \_ \_ \_ |
| 7. Produkcja towarów trwałego użytku (domowych): \_ \_ \_ \_ |
| 8. Przemysł informatyczny: \_ \_ \_ \_ |
| 9. Przemysł samochodowy: \_ \_ \_ \_ |
| 10. Produkcja przemysłowa (dla potrzeb przemysłu): \_ \_ \_ \_ |
| 11. Budownictwo: \_ \_ \_ \_ |
| 12. Pozostałe sektory przemysłu (chemiczny, tekstylia, rolnictwo, etc.): \_ \_ \_ \_ |
| 13. Handel hurtowy i detaliczny: \_ \_ \_ \_ |
| 14. Usługi finansowe (np. banki, towarzystwa ubezpieczeniowe, OFE): \_ \_ \_ \_ |
| 15. Usługi komunalne (np. gazownie, elektrownie, wodociągi): \_ \_ \_ \_ |
| 16. Telekomunikacja (telefonia, Internet, telewizja kablowa | satelitarna | IPTV): \_ \_ \_ \_ |
| 17. Usługi pocztowe i kurierskie: \_ \_ \_ \_ |
| 18. Usługi turystyczne, podróże i rekreacja: \_ \_ \_ \_ |
| 19. Pozostałe rodzaje usług: \_ \_ \_ \_ |
| 20. Organizacje międzynarodowe, organizacje non-profit i NGO: \_ \_ \_ \_ |
| 21. Administracja publiczna (wszystkich szczebli): \_ \_ \_ \_ |
| 22. Partie polityczne: \_ \_ \_ \_ |
| 23. Pozostałe instytucje publiczne (np. ochrona zdrowia, edukacja, nauka): \_ \_ \_ \_ |
| 24. Media elektroniczne (TV, radio): \_ \_ \_ \_ |
| 25. Firmy internetowe, portale: \_ \_ \_ \_ |
| 26. Pozostałe media (prasa, outdoor itp.): \_ \_ \_ \_ |
| 27. Agencje reklamowe, domy mediowe, agencje PR: \_ \_ \_ \_ |
| 28. Inne instytuty/agencje badawcze w Polsce: \_ \_ \_ \_ |
| 29. Inne instytuty/agencje badawcze zagraniczne: \_ \_ \_ \_ |
| 30. Inne typy podmiotów: \_ \_ \_ \_ |

15. P10. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań stanowią badania realizowane następującymi metodami?

Proszę wpisywać wartości bez znaku "%"

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| 1. Wywiady face-to-face w domu respondenta (PAPI/CAPI): \_ \_ \_ \_ |
| 2. Wywiady face-to-face na ulicy, w sklepie, w miejscach: \_ \_ \_ \_ |
| 3. Badania telefoniczne z centralnego studia CATI: \_ \_ \_ \_ |
| 4. Wywiady face-to-face w central location (PAPI/CAPI): \_ \_ \_ \_ |
| 5. Wywiady face-to-face w badaniach business-to-business (PAPI/CAPI): \_ \_ \_ \_ |
| 6. Online (CASI, panele, RTS): \_ \_ \_ \_ |
| 7. Mystery shopping: \_ \_ \_ \_ |
| 8. Retail audit: \_ \_ \_ \_ |
| 9. Pomiary widowni (TV, radio): \_ \_ \_ \_ |
| 10. Online / web analytics (oglądalność witryn, analityka CRM i inne zaawansowane analizy w oparciu o dane online): \_ \_ \_ \_ |
| 11. Badanie zautomatyzowane (wywiady realizowane z użyciem IVR, w oparciu o usługi lokalizacyjne, pomiary pasywne): \_ \_ \_ \_ |
| 12. Monitoring social media: \_ \_ \_ \_ |
| 13. Inne badania ilościowe: \_ \_ \_ \_ |
| 14. FGI offline: \_ \_ \_ \_ |
| 15. FGI online: \_ \_ \_ \_ |
| 16. IDI offline: \_ \_ \_ \_ |
| 17. IDI online: \_ \_ \_ \_ |
| 18. Bulletin Board Discussion: \_ \_ \_ \_ |
| 19. Badania etnograficzne offline: \_ \_ \_ \_ |
| 20. Badania etnograficzne online: \_ \_ \_ \_ |
| 21. Społeczności online: \_ \_ \_ \_ |
| 22. inne badania jakościowe offline: \_ \_ \_ \_ |
| 23. inne badania jakościowe online: \_ \_ \_ \_ |
| 24. Badania typu desk research, wtórna analiza danych, analizy danych dostarczonych przez klienta itp.: \_ \_ \_ \_ |
| 25. Inne typy projektów: \_ \_ \_ \_ |

16. P11. Pytanie dotyczy liczby osób badanych przez firmę w 2023 roku. Jeśli procedura badania wymaga wielokrotnego kontaktu z tą samą osobą, to prosimy wliczyć ją tylko raz.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Wywiady face-to-face w domu respondenta (PAPI/CAPI): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 2. Wywiady face-to-face na ulicy, w sklepie, w miejscach publicznych (PAPI/CAPI): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 3. Badania telefoniczne (CATI): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 4. Wywiady face-to-face w central location (PAPI/CAPI): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 5. Wywiady face-to-face w badaniach business-to-business (PAPI/CAPI): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 6. Badania online (CASI, panele, RTS): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 7. Mystery shopping: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 8. Badanie zautomatyzowane (wywiady realizowane z użyciem IVR, w oparciu o usługi lokalizacyjne, pomiary pasywne): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 9. Inne badania ilościowe: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 10. FGI offline (podaj liczbę osób uczestniczących w grupach): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 11. FGI online (podaj liczbę osób uczestniczących w grupach): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 12. IDI offline: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 13. IDI online: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 14. Bulletin Board Discussion (podaj liczbę osób uczestniczących w BBD): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 15. Badania etnograficzne offline: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 16. Badania etnograficzne online: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 17. Społeczności online (podaj liczbę osób uczestniczących w społeczności): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 18. Inne badania jakościowe offline (liczba osób): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| 19. Inne badania jakościowe online (liczba osób): | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

17. P12. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań stanowią badania realizowane według następujących schematów?

Proszę wpisywać wartości bez znaku "%"

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| 1. badania panelowe (ci sami raz dobrani respondenci badani wielokrotnie): \_ \_ \_ \_ |
| 2. badania omnibusowe: \_ \_ \_ \_ |
| 3. inne badania ciągłe (projekt ma wiele identycznych fal, lecz za każdym razem bada się inne osoby, np. tracking, pre-test + post-test itp.): \_ \_ \_ \_ |
| 4. badania ad hoc: \_ \_ \_ \_ |
| 5. badania syndykatowe (projekty stworzone przez firmę badawczą i nierealizowane dla jednego klienta): \_ \_ \_ \_ |
| 6. badania DIY (projekty realizowane na platformach do samodzielnej realizacji przez klientów): \_ \_ \_ \_ |
| 7. pozostałe badania: \_ \_ \_ \_ |

18. P13. Jaki odsetek obrotu pochodzącego z badań stanowią badania realizowane według następujących rodzajów badań?

Proszę wpisywać wartości bez znaku "%"

*Każdej odpowiedzi możesz przyporządkować od 0 do 100 punktów, suma wszystkich odpowiedzi musi się równać 100.*

|  |
| --- |
| 1. Analiza rynku, badania typu retail audit, panele konsumenckie, badania wielkości udziałów w rynku (ad hoc i trackingi): \_ \_ \_ \_ |
| 2. Prognozowanie i modelowanie z uwzględnieniem marketingu mix oraz modelowania mediów: \_ \_ \_ \_ |
| 3. Innowacja i rozwój produktów / usług (testy konceptów, produktów, usług, opakowań, testy cenowe, szacowanie wielkości udziałów): \_ \_ \_ \_ |
| 4. Pre-testy konceptów reklamowych: \_ \_ \_ \_ |
| 5. Trackingi komunikacji / marki: \_ \_ \_ \_ |
| 6. Badania mediów (oglądalność, czytelnictwo, słuchalność włączając on-line): \_ \_ \_ \_ |
| 7. Badania satysfakcji pracowników: \_ \_ \_ \_ |
| 8. Badania satysfakcji klientów: \_ \_ \_ \_ |
| 9. Mystery shopping: \_ \_ \_ \_ |
| 10. Badania omnibusowe / syndykatowe: \_ \_ \_ \_ |
| 11. Badania typu Usage&Attitude z uwzględnieniem badań segmentacyjnych oraz dotyczących badania motywacji: \_ \_ \_ \_ |
| 12. Badania opinii publicznej i sondaże: \_ \_ \_ \_ |
| 13. badania typu user experience (UX): \_ \_ \_ \_ |
| 14. Inne badania Business-to-Business (B2B): \_ \_ \_ \_ |
| 15. Badania non-profit: \_ \_ \_ \_ |
| 16. inne badania: \_ \_ \_ \_ |

19. P14. Ile, w 2023 roku, wynosiła liczba pracowników i stałych współpracowników? Chodzi o sytuację uśrednioną, jeśli podczas całego roku ulegała ona wahaniom

20. P15. Czy porównując z 2023 rokiem, liczba pracowników etatowych w firmie w 2024 roku:

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Wzrośnie |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Pozostanie bez zmian |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Zmaleje |

21. P16. Jak prognozują Państwo wielkość przychodu firmy pochodzącego z badań w 2024 roku w stosunku do roku 2023?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | wzrośnie (o ile %):  \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | pozostanie bez zmian |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | zmaleje (o ile %):  \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

22. P17. Porównując do 2023 roku, jak trudne według Państwa będzie wypracowanie zysku przez branżę badawczą w 2024?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Zdecydowanie trudniejsze |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Trochę trudniejsze |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Porównywalnie |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Trochę łatwiejsze |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Zdecydowanie łatwiejsze |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Odmowa |

23. P18. Czy w 2023 roku Państwa firma realizowała badania pro-bono (bezpłatne badania)?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Tak, jaka była wartość tych badań (w zł):  \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Nie |

CZĘŚĆ 3 ZGODY

24. A. Czy wyrażacie Państwo zgodę na zamieszczenie przedstawionych w tej ankiecie danych dotyczących Państwa firmy w rankingach i zestawieniach, które zostaną opublikowane w Insight Map?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | nie |

25. B. Czy wyrażacie Państwo zgodę na publikację informacji o Państwa firmie, wraz z kwotą przychodów pochodzących z badań (informacja z P1), w tabeli rankingowej ze względu na przychody firm w roku 2023?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak, wyrażam zgodę na podanie nazwy firmy oraz kwoty przychodów |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak, wyrażam zgodę na zamieszczenie nazwy firmy w rankingu ale bez ujawniania dokładnej kwoty przychodów |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | nie wyrażam zgody |

26. C. Czy jesteście Państwo zainteresowani zamieszczeniem reklamy w Insight Map?

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | tak |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | nie |

27. Prosimy poniżej podać informacje o osobie odpowiedzialnej za wypełnienie ankiety. Z osobą tą będziemy się kontaktować w przypadku niejasności lub spraw związanych z umieszczeniem informacji o Państwa agencji w Insight Map

|  |  |
| --- | --- |
| Imię i nazwisko: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| email: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |
| telefon: | \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ |

Po naciśnięciu przycisku "wyślij" ankieta zostanie zapisana i nie będzie możliwości edycji. Na kolejnym ekranie pojawi się opcja "Pobierz swoje odpowiedzi" - zachęcamy do zapisania wyników. W kwestiach związanych z ankietą prosimy o kontakt na adres: sekretariat@ptbrio.pl

28. Dane osobowe

*Zaznacz tylko jedną odpowiedź*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| /home/webankieta/webankieta/application/raport/views/docx/square.gif | Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez , z siedzibą przy , kod pocztowy w dla potrzeb niezbędnych do przeprowadzenia badań oraz analizy wyników tych badań, zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. a Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO). Przyjmuję do wiadomości, że wyrażona przeze mnie zgoda może być wycofana w każdej chwili. |