**Уважаемый посетитель**!

Мы дорожим Вашим мнением и просим вас уделить несколько минут на заполнение анкеты. Обведите, пожалуйста, цифру, соответствующую Вашему ответу.

**1. Где Вы обычно приобретаете мобильный телефон и цифровую технику (фотоаппараты, МРЗ-плееры и т.п.) (можно отметить несколько вариантов)**:

0. Розничные торговые сети по продаже электронной бытовой и компьютерной техники (например, М-Видео, Мир)

1. Салоны связи, специализирующиеся на продаже данной продукции
2. Специализированные торговые центры или рынки (например, Митино, Горбушкин двор)
3. Интернет-магазины

4. Другое

**2**. **Какие сети салонов связи, специализирующиеся на продаже мобильных телефонов и цифровой техники, Вы чаще всего посещаете (отметьте, пожалуйста, не более 3 вариантов)?**

1. Цифроград 3. Divizion 6. ОИКСИС
2. Евросеть 4. Беталинк 7. Эльдорадосвязь
3. Связной 5. АльтТелком 8. Другое:

**3**. **Постоянным клиентом какой сети салонов связи, специализирующейся на продаже мобильных телефонов и цифровой техники, Вы себя считаете (отметьте не более 1 пункта)?**

1. Цифроград 3. Divizion 6. ОИКСИС
2. Евросеть 4. Беталинк 7. Эльдорадосвязь
3. Связной 5. АльтТелком 8. Другое:

**4**.**Как часто Вы посещаете фирменные салоны связи? П**римерно 1 раз в неделю 2. примерно 1 раз в 2-3 месяца 4. примерно 1 раз в год

1. примерно 1 раз в месяц 3. примерно 1 раз в полгода

**5**. **Какие товарные группы или услуги Вы чаще всего приобретаете в салонах связи (отметьте, пожалуйста, не более 3 вариантов)?**

1. Мобильные телефоны 3. Цифровая техника
2. Аксессуары 4. Дополнительные услуги
3. Оплата услуг связи/карты экспресс-оплаты 5. Другое:

**6**. **Какие факторы для Вас являются определяющими при выборе конкретного салона связи (отметьте, пожалуйста, не более 3 вариантов)?**

1. Уровень цен 4. Дополнительные услуги
2. Широкий ассортимент 5. Наличие дисконтной карты, скидки
3. Качество обслуживания 6. Другое:

3. Удобство расположения салона

1. **Сколько обычно Вы тратите за одно посещение салона связи, укажите, пожалуйста, примерную сумму (в рублях)**
2. **Ваш пол**:

0. мужской 1. женский

**9**. **Ваш возраст**:

16. до 18 лет 1. 18-20 2. 21-23 3. 24-26 4. 27-30

**10. Ваш социальный статус:**

0. учащийся, студент 5

1. руководитель среднего или высшего звена 6 пенсионер
2. специалист (менеджер) 7 домохозяка
3. предприниматель 8 временно не работающий
4. сотрудник государственного предприятия

**Благодарим Вас за то, что согласились ответить на наши вопросы**

Местом проведения опроса явился салон сотовой связи Цифроград.

Опрос проводился 19.06.2007(девятнадцатого июня две тысячи седьмого года) с 16:00 до 19:00.

Объектом исследования стали посетители от шестнадцати до тридцати лет.

Генеральная совокупность данного исследования составила 312 человек (посетителей за указанный промежуток времени).

Из числа человек генеральной совокупности по выборке было опрошено 70 посетителей.

Соответственно методу исследования посетителям было предложено заполнить анкету, состоящую из десяти вопросов.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер вопроса | Вариант ответа | Кол-во ответов | Процентное соотношение | Общее роцентное соотношение |
| Муж. | Жен. | Муж. | Жен. |
|  |  |  |  |  |

Летом 2007 года было замечено значительное увеличение количества продаж и прибыли в сфере сотовых услуг и товаров по сравнению с 2006 г.

Проблемой данного исследования послужило стратегическое направление компании в увеличения торговой сети, и привлечении большей части потенциальных покупателей города Екатеринбурга.

Целью данного исследования стало выявление популярности салонов сотовой связи, какие возрастные и социальные категории более заинтересованы в развитии сетей салонов сотовой связи среди экономически активного населения г. Екатеринбурга в возрасте от 16 до 30 лет.

Задача исследования состоит в том, чтобы собрать как можно больше информации о предпочтениях посетителей пяти разных возрастных категорий и противоположных полов.

То есть выявление интересов десяти групп экономически активного населения города Екатеринбурга.

Гипотеза. По данным исследования будет сделан вывод о категории граждан наименее и наиболее заинтересованной в услугах и товарах мобильной связи. Исходя из выводов, будет проводиться компания, направленная на увеличение продаж и расширение сети салонов сотовой связи Цифроград.