



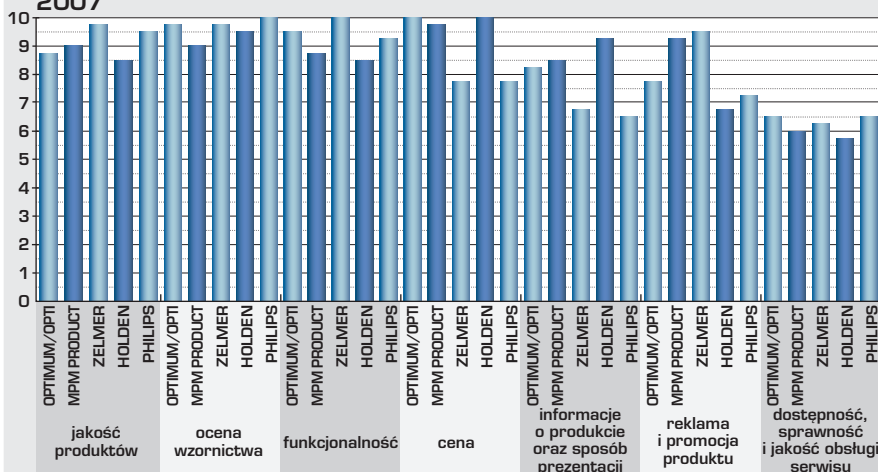
ANKIETA 2006-2007

W trwającej ponad dwa lata akcji (2006-2007), wyłoniliśmy kilkadziesiąt głównych kategorii, które zyskały wymagane minimum, czyli $N \geq 50$.

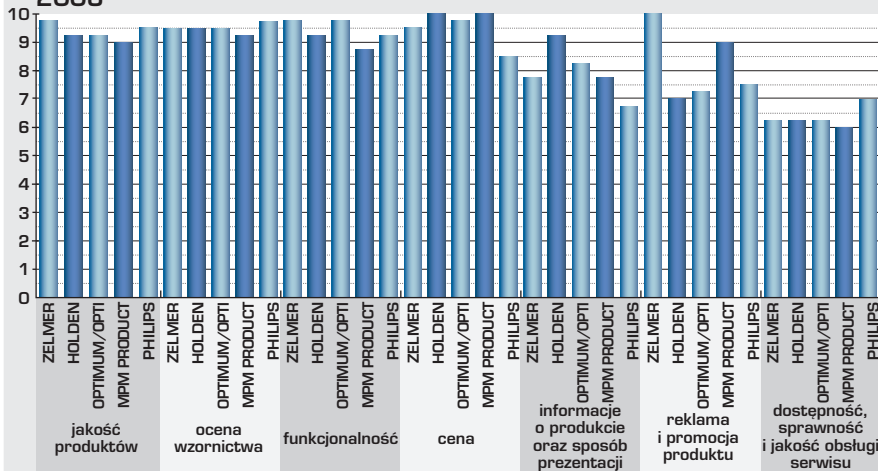
Liczba ta stanowi reprezentacyjny współczynnik dla każdej z grup. Ankieta została przeprowadzona na terenie całego kraju wśród sklepów, sieci hurtowni oraz firm przedstawicielskich, do których w sposób ściśle selekcyjny i badany docierał nasz periodyk. Pod uwagę brane

są tylko i wyłącznie oryginalne karty i ankiety drukowane przez nasz magazyn. Wachlarz ocen wynosi od minimum 1 do maksimum 10 punktów w skali rosnącej. Uzyskane dane są średnią arytmetyczną uzyskaną we wszystkich grupach. Ankieta jest własnością Polskich Profesjonalnych Wydawnictw Prasowych. Wszelkie kopiowanie lub przytaczanie jej wyników bez zezwolenia autora jest zabronione.

2007



2008



Czajniki elektryczne

| Firma | ogółem | przyrost/spadek do roku 2006 |
|--------------|--------|------------------------------|
| ZELMER | 62,50 | +2,75 |
| HOLDEN | 60,50 | +2,25 |
| OPTIMUM/OPTI | 60,00 | -0,50 |
| MPM PRODUCT | 59,75 | -0,50 |
| PHILIPS | 58,25 | +2,00 |

Pod uwagę brane były wszystkie rozwiązania konstrukcyjne

UWAGA! Wykres górny obrazuje dane będące średnią arytmetyczną punktów uzyskanych w siedmiu głównych kategoriach, w ankiecie wspomaganej, przeprowadzonej w latach 2006 i 2007 wśród sklepów i hurtowni na terenie całego kraju. Na wykresie dolnym uwidoczniono najnowsze dane aktualizowane na bieżąco. Na obu wykresach uwidoczniono 5 marek o najwyższych wskazaniach. Sumy zostały zaokrąglone do 0,25 punktu.