

**Predmet: Ispitivanje potrošačkog povjerenja u tržišne brandove za 2010. godinu**

**REZULTATI ANKETE POTROŠAČKOG POVJERENJA U TRŽIŠNE BRANDOVE**

1. Osnovni podatci o ispitivanju

1.1. Uzorak: 1000 ispitanika

1.2. Oblik ispitivanja: usmena anketa, ispitivač ispituje ispitanika

1.3. Područje ispitivanja: Republika Hrvatska  
(sve županije, od čega Grad Zagreb 470 ispitanika ili 47 %)

1.4. Podjela ispitanika po spolu: 55 % žena (554 ispitanika), 45 % muškaraca (446 ispitanika)

1.5. Podjela ispitanika po dobi: 18-29 godina - 36 % (362 ispitanika),  
30-39 godina - 34 % (338 ispitanika), 40-49 godina - 30 % (300 ispitanika)

1.6. Podjela ispitanika po mjestu prebivanja: urbana mjesta (gradovi) 80 % (799 ispitanika),  
ruralna mjesta (sela): 20 % (201 ispitanik)

1.7. Završeni stupanj obrazovanja ispitanika: završena osnovna škola 14 % (138 ispitanika),  
završena srednja škola 57 % (570 ispitanika), završena viša i visoka škola 29 % (292 ispitanika)

1.8. Vrijeme ispitivanja: ožujak 2010.

1.9. Ispitivači: 30 volontera i članova Društva za zaštitu prava potrošača "Konzument"

2. Opis ispitivanja

Ispitanici su trebali navesti tri branda (marke) u koje imaju najviše povjerenja, odnosno proizvode (ili usluge) ili tvrtke koje proizvode/prodaju proizvode u koje kao potrošači imaju povjerenja (da su to dobri proizvodi/usluge ili tvrtke u koje oni imaju povjerenja i za koje smatraju da su to proizvodi/usluge ili tvrtke koje to povjerenje opravdavaju). Od brandova koje su ispitanici navodili, izdvojeno je 100 najčešće navođenih brandova - brandovi potrošačkog povjerenja. Od tri branda koja su ispitanici navodili, zatraženo je da izdvoje onaj koji smatraju najboljim. Od brandova koje su ispitanici izdvajali kao najbolje, izdvojeno je 30 najčešće navođenih brandova - brandovi visokog potrošačkog povjerenja.

## Ispitivanje potrošačkog povjerenja u tržišne brandove za 2010. godinu

### 3. Rezultati ispitivanja

#### 3.1. 100 brandova potrošačkog povjerenja

Slijedećih 100 brandova su ispitanici najčešće navodili kao proizvode (ili usluge) ili tvrtke koje proizvode/prodaju proizvode u koje kao potrošači imaju povjerenja (da su to dobri proizvodi/usluge ili tvrtke u koje oni imaju povjerenja i za koje smatraju da su to proizvodi/usluge ili tvrtke koje to povjerenje opravdavaju).

100 brandova potrošačkog povjerenja (abecedni redoslijed) - KBPP 2010.

**Audi, Badel 1862, Bajadera, Belupo, BMW, Cinestar kina, Cedevita, Cekin, Coca-Cola, Cocta, Croata kravate, Croatia Airlines, Croatia osiguranje, Čarli, Čipi Čips, Diners, Dingač, DM-Drogerie markt, Dukat, Durex, Ericsson, Fa, Facebook, Franck, Fructal, Gavrilović, Ghetaldus, Google, Gorenje, HP računala, Hrvatska lutrija, INA, Jacobs, Jana, Jutarnji list, Karlovačko pivo, Kerum, Končar, Konzum, Kraš, Lacoste, Ledo, Lisca, L'oréal, Lufthansa, Makromikro, Margo, Max Factor, McDonald's, Mercator, Microsoft, Milka, MojPosao, Nescafé, Nike, Nivea, Nokia, Nova TV, Novi list, Olympus, Opel, Ožujsko pivo, Pago, Paloma, Pik Vrbovec, Pliva, Podravka, Privredna banka, Puris, Raiffeisen banka, Ray-Ban, Red Bull, Renault, RTL televizija, Samsonite, Samsung, Siemens, Sirela, Slobodna dalmacija, Sony, Studena, Škoda, T-mobile, Tele2, Tisak, Toshiba, Toyota, Varteks, Večernji list, Vegeta, Vindija, VIPnet, Visa, VW, Zagrebačka banka, 'Z bregov, Zippo, Zvečevo, Zvijezda, 24sata**

#### 3.2. 30 brandova visokog potrošačkog povjerenja

Prethodno odabравši tri branda, kao proizvode (ili usluge) ili tvrtke koje proizvode/prodaju proizvode u koje kao potrošači imaju povjerenja (da su to dobri proizvodi/usluge ili tvrtke u koje oni imaju povjerenja i za koje smatraju da su to proizvodi/usluge ili tvrtke koje to povjerenje opravdavaju), ispitanici su od tri navedena potom izdvajali jedan koji smatraju najboljim. Slijedećih 30 brandova su ispitanici najčešće izdvajali kao najbolje brandove.

30 brandova visokog potrošačkog povjerenja (abecedni redoslijed) - KBVPP 2010.

**Bajadera, Cedevita, Cekin, Coca-Cola, Čarli, Dukat, Franck, Gavrilović, HP računala, Jana, Jutarnji list, Konzum, Kraš, Margo, Nivea, Nokia, Opel, Ožujsko pivo, Podravka, Privredna banka, Renault, Sony, T-mobile, Toshiba, Toyota, Varteks, Večernji list, Vegeta, Vindija, VW**

### 4. Brandovi potrošačkog povjerenja 2008. - 2010.

Slijedeći brandovi su se pojavili u rezultatima ispitivanja u anketama potrošačkog povjerenja u tržišne brandove 2008., 2009. i 2010. te stoga predstavljaju - brandove potrošačkog povjerenja 2008. - 2010., kao brandovi koji imaju kontinuirano povjerenje potrošača prema ovom ispitivanju.

Brandovi potrošačkog povjerenja 2008. - 2010. (abecedni redoslijed) - KBPP 2008. - 2010.

**Audi, BMW, Cinestar kina, Cedevita, Coca-Cola, Cocta, Croata kravate, Croatia Airlines, Croatia osiguranje, Čarli, Čipi Čips, Diners, Dingač, DM-Drogerie markt, Dukat, Ericsson, Franck, Gavrilović, Google, Gorenje, HP računala, INA, Jana, Jutarnji list, Karlovačko pivo, Kerum, Konzum, Kraš, Ledo, L'oréal, Max Factor, McDonald's, Mercator, Microsoft, Milka čokolade, MojPosao, Nescafé, Nike, Nokia, Nova TV, Novi list, Opel, Ožujsko pivo, Pliva, Podravka, Privredna banka, Raiffeisen banka, Ray-Ban, Renault, RTL televizija, Samsonite, Samsung, Siemens, Slobodna dalmacija, Sony, Studena, Škoda, T-mobile, Tele2, Tisak, Toyota, Varteks, Večernji list, Vegeta, Vindija, VIPnet, Visa, VW, Zagrebačka banka, Zippo, Zvečevo, Zvijezda, 24sata**

## Ispitivanje potrošačkog povjerenja u tržišne brandove za 2010. godinu

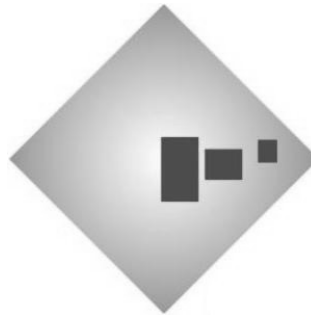
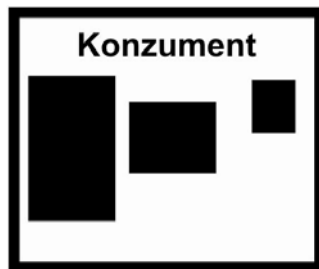
### 5. Korištenje rezultata ispitivanja

Rezultati ispitivanja potrošačkog povjerenja u tržišne brandove odnose se na 2010. godinu (iznimka je: 4. Brandovi potrošačkog povjerenja 2008. - 2010.). Društvo za zaštitu prava potrošača "Konzument" provodi ispitivanja potrošačkog povjerenja u tržišne brandove početkom svake kalendarske godine. Prethodna ispitivanja napravljena su u siječnju 2008., te u veljači i ožujku 2009. godine. Iduće je ispitivanje predviđeno za veljaču 2011. godine. Proces ispitivanja i rezultati se smatraju autorskim dijelom na koje sva prava polaže Društvo za zaštitu prava potrošača "Konzument". Vizualni identitet ispitivanja predstavljaju tri različita pravokutnika unutar jednog većeg, isti je inačica žiga (znaka) koji predstavlja identitet Društva za zaštitu prava potrošača "Konzument".

Navođenje rezultata ispitivanja u sredstvima javnog priopćavanja u svrhu informiranja građana kao i korištenje za druge nekomercijalne svrhe dozvoljeno je uz obavijest vlasniku autorskog prava. Korištenje ovog ispitivanja, odnosno bilo kojeg njegovog dijela u druge svrhe nije dopušteno bez isključivog odobrenja vlasnika autorskog prava. U svakom korištenju ovog ispitivanja nužno je naglasiti kako se rezultati odnose samo na 2010. godinu (osim za Brandove potrošačkog povjerenja 2008. - 2010.).

### 6. Napomene

Društvo za zaštitu prava potrošača "Konzument" je nezavisna, nepolitička, nevladina udruga građana. Ispitivanje potrošačkog povjerenja u tržišne brandove je obavljeno bez vanjskog utjecaja i za provođenje istog korištena su samo sredstva prikupljena od članarina i neuvjetovanih donacija. Društvo za zaštitu prava potrošača "Konzument" se zahvaljuje svim volonterima koji su sudjelovali u izradi, provođenju i analiziranju, publiciranju te izradi vizualnog identiteta ispitivanja potrošačkog povjerenja u tržišne brandove.



© 2010 Društvo za zaštitu prava potrošača „Konzument“ – [www.konzument.hr](http://www.konzument.hr)

**Društvo za zaštitu prava potrošača „Konzument“**

**HR-10000 Zagreb, Poljana Zvonimira Dražića 9**

**e-pošta: [konzument@konzument.hr](mailto:konzument@konzument.hr)**

**<http://www.konzument.hr>**

**<http://konzument.blog.hr>**

**matični broj: 2175223**

**žiro račun: 2360000-1101937190 (ZABA)**