



Arhiv družboslovnih podatkov
Fakulteta za družbene vede
Kardeljeva ploščad 5
1000 Ljubljana
Tel: 01/5808-277
arhiv.podatkov@fdv.uni-lj.si



Univerza v Ljubljani
Fakulteta *za družbene vede*

Anketa o ugledu korporativnih blagovnih znamk, 2019: Porabniške zaznave korporativnega ugleda ameriških znamk

Gidaković, Petar; Žabkar, Vesna

ADP - IDNo: AUKZ19

Izdajatelj: **Arhiv družboslovnih podatkov**, 2020

URL: <https://www.adp.fdv.uni-lj.si/opisi/aukz19>

E-pošta za kontakt: arhiv.podatkov@fdv.uni-lj.si



Opis raziskave

Osnovne informacije o raziskavi

ADP - IDNo:

AUKZ19

DOI:

https://doi.org/10.17898/ADP_AUKZ19_V1

Glavni avtor(ji):

Gidaković, Petar, Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani

Žabkar, Vesna, Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani

Izdelava:

EF - Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani (Ljubljana, Slovenija; junij 2019)

Datum izdelave:

junij 2019

Kraj izdelave:

Ljubljana, Slovenija

Uporaba računalniškega programa za izdelavo podatkov:

SPSS

Drugo

1KA

AMOS

Finančna podpora:

ARRS - Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije

Številka projekta:

ARRS N5-0084

Izdajatelj:

ADP - Arhiv družboslovnih podatkov - Univerza v Ljubljani

Od: 2020-04

Izročil:

EF - Ekonomska fakulteta

Datum: 2019-09-20

Raziskava je del serije:

BLAGZNAM - Blagovne znamke

Raziskave v seriji Blagovne znamke so bile izvedene v okviru mednarodnega raziskovalnega projekta "Spremljanje preferenc potrošnikov skozi potrošniške stereotipe" (N5-0084), katerega namen je proučiti, kako različne vrste porabniških stereotipov v zvezi z blagovnimi znamkami (država izvora, tipični kupci znamke, znamka sama) vplivajo na nakupno vedenje porabnikov. Stereotipe, skladno z modelom vsebine stereotipov (angl. Stereotype content model) opredelimo kot zaznave topline in kompetentnosti objekta (znamke, kupca, države). Raziskave so bile izvedene na prebivalcih Združenega Kraljestva (APSBZ19 in EKUPSZ19) v starosti od 18 do 90 let oziroma prebivalcih ZDA (AUKZ19), v starosti nad 18 let, ki sodelujejo na spletnem panelu Prolific Academic.

Oblika citiranja:

Gidaković, P. in Žabkar, V. (2020). Anketa o ugledu korporativnih blagovnih znamk, 2019: Porabniške zaznave korporativnega ugleda ameriških znamk [Podatkovna datoteka]. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP - IDNo: AUKZ19. https://doi.org/10.17898/ADP_AUKZ19_V1

Vsebina raziskave**Ključne besede ADP:**

korporativni ugled, zaznave porabnikov, zaupanje v blagovne znamke, vtis kompetentnosti, vtis topline, model vsebine stereotipov

Ključne besede ELSST:

BLAGOVNA ZNAMKA, ANKETA

Vsebinska področja CESSDA:

GOSPODARSTVO - Poraba in navade porabnikov

Vsebinsko področja CERIF:

Trženje

Vsebinska področja ADP:

VEDENJSKE NAMERE
STEREOTIPI
UGLED
OSEBNOSTNE RAZLIKE
DEMOGRAFIJA

Povzetek:

Raziskava je bila izvedena v okviru mednarodnega raziskovalnega projekta "Spremljanje preferenc potrošnikov skozi potrošniške stereotipe", katerega namen je proučiti, kako različne vrste porabniških stereotipov v zvezi z blagovnimi znamkami (država izvora, tipični kupci znamke, znamka sama) vplivajo na nakupno vedenje porabnikov. Stereotipe, skladno z modelom vsebine stereotipov (angl. Stereotype content model), opredelimo kot zaznave topline in kompetentnosti objekta (znamke, kupca, države). Raziskava se osredotoča na porabniške stereotipe v zvezi s korporativno blagovno znamko in poskuša odgovoriti na vprašanje, kako dimenzije korporativnega ugleda (naravnost h kupcem, dober delodajalec, družbeno in okoljsko odgovorno podjetje, kakovost izdelkov in storitev ter finančno močno in zanesljivo podjetje) vplivajo na zaznave topline oziroma kompetentnosti. Dodatno je cilj raziskave tudi preveriti, kako zaznave topline in kompetentnosti prenašajo (mediacija) vplive dimenzij korporativnega ugleda na zaupanje potrošnika do korporativne znamke. Za potrebe preverjanja konceptualnega modela je bilo izbranih sedem znamk (Amazon, American Airlines, Bank of America, Honda, Nestle, Papa John's in T-Mobile), ki so prisotne na ameriškem trgu, prihajajo iz različnih panog in imajo različne stopnje korporativnega ugleda glede na lestvice korporativnega ugleda (to so RepTrak, Reputation Quotient). Vsakemu respondentu je bila naključno dodeljena samo ena znamka, za katero so bile opravljene meritve konstruktov. Vsi konstrukti v vprašalniku so bili merjeni z uveljavljenimi merskimi lestvicami.

Abstract:

ni podatka

Metodologija**Časovno pokritje:**

junij 2019

Čas zbiranja podatkov:

4. junij 2019 - 5. junij 2019

Čas izdelave:

2019-06

Država:

Združene države Amerike

Geografsko pokritje:

Združene države Amerike

Najmanjša geografska enota:

Prostorske enote niso določene

Enota za analizo:

Posameznik

Populacija:

Prebivalci ZDA, stari nad 18 let, ki sodelujejo v spletnem panelu Prolific Academic.

Vrsta podatkov:

Številski

Izključeni:

ni podatka

Zbiranje podatkov je opravil:

Gidaković, Petar, Ekonomska fakulteta, Univerza v Ljubljani

Časovna opredelitev podatkov:

Presečno

Pogostost zbiranja podatkov:

Enkratno zbiranje podatkov

Tip vzorca:

Neverjetnostno: priložnostno

Vzorčni okvir je bil spletni panel Prolific Academic. V prvem koraku so avtorji določili kriterije (prebivalci ZDA v starosti nad 18 let) za izbor potencialnih respondentov. Panel je podal oceno, da kriterijem ustreza 30.946 aktivnih panelistov (to so tisti, ki so v zadnjih 90 dneh sodelovali v kakšni anketi), ki jim je bilo v drugem koraku na njihov uporabniški račun na spletni strani panela prikazano vabilo za sodelovanje v anketi. Tisti, ki dobivajo obvestila o novih anketah preko e-pošte, so bili povabljeni tudi preko omenjenega kanala. Respondenti so se sami odločili za sodelovanje, posledično vzorec ni reprezentativen.

Način zbiranja podatkov:

Vprašalnik za samoizpolnjevanje: spletni

Uporabljeni inštrument:

Strukturiran vprašalnik

Vsi vprašalniki so bili enaki, razlikovali so se le po imenu in logotipu korporativne blagovne znamke. Respondenti so ocenjevali 7 znamk.

Opis zbiranja podatkov:

Ko so ustrezni respondenti kliknili na vabilo za sodelovanje v anketi o stališčih do korporativnih blagovnih znamk, so bili preusmerjeni na vprašalnik, ki so ga izpolnjevali v spletni aplikaciji 1ka. Ob preusmeritvi na vprašalnik so respondenti najprej podali soglasje za zbiranje in obdelavo osebnih podatkov. Po pridobitvi soglasja so bili naključno razporejeni v ocenjevanje ene izmed 7 korporativnih znamk.

Ukrep za zmanjševanje manjkajočih podatkov:

Za vsa vprašanja v vprašalniku so bila nastavljena opozorila, ki so od respondenta zahtevala, da so odgovorili na vsa vprašanja na strani vprašalnika. Za izpolnitev vprašalnika so bili respondenti plačani 0,7 EUR, kar je ob povprečnem času izpolnjevanja 5 minut v povprečju predstavljalo plačilo 8,40 EUR na uro.

Uteževanje:

Brez uteževanja.

Očiščenje podatkov:

Podatki so očiščeni.

Vprašalnik je vseboval dva testa pozornosti. Če respondent ni opravil obeh testov, je bil diskvalificiran iz ankete ter o tem tudi takoj obveščen.

Stopnja sodelovanja:

Od 480 respondentov, ki so obiskali spletno stran z anketnim vprašalnikom, jih je na anketo v celoti odgovorilo 443.

Uvrstitev raziskave po pomembnosti:

7 - teoretsko ali praktično pomembne raziskave, omejene na manj splošno populacijo, manj vplivne

Dostop do podatkov

Mesto:

Arhiv družboslovnih podatkov

Velikost zbirke:

1 Podatkovna datoteka.

Skupaj datotek:

1

Omejitve pri uporabi

Podatki in dokumentacija so na voljo pod mednarodno licenco Creative Commons Priznanje avtorstva 4.0. Arhiv izroča podatke uporabnikom samo za namen, ki ga posebej opredelijo, ob zagotovitvi spoštovanja profesionalnih etičnih kodeksov. Uporabnik se posebej zaveže, da bo skrbel za tajnost podatkov in opravljal analize brez poskusov identifikacije posameznika.

Kontakt: Arhiv družboslovnih podatkov

Pri objavah, ki bi sledile na podlagi podatkov, je potrebno polno citirati avtorja in Arhiv.

Vsak uporabnik je dolžan opozoriti na morebitne pomanjkljivosti gradiva in poslati Arhivu 2 kopiji nastalih besedil.

Uporabnik naj pred uporabo pozorno prebere spremljajočo dokumentacijo in se v primeru nejasnosti obrne na avtorje raziskave ali Arhiv.

Spremna gradiva

Gradiva o izvedbi raziskave

1. Gidaković, Petar in Žabkar, Vesna (2019). [AUKZ19 - Survey about brand attitudes \[Vprašalnik\]](#).

Rezultati raziskave

Ni gradiv povezanih z rezultati raziskave!

Povezane objave

1. Gidaković, Petar in Žabkar, Vesna (2020). [Warmth and competence matter!: but how do they come about? Prispevek na konferenci \(AMA Winter Academic Conference, 2020\)](#).

Opis podatkov

Osnovne informacije o datoteki podatkov

ID datoteke: F1

Naslov podatkovne datoteke: Survey about reputation of corporate brands, 2019: Consumers' perceptions of corporate reputation for American brands [Podatkovna datoteka]

Avtor podatkovne datoteke: Gidaković, Petar; Žabkar, Vesna

Format: *.txt - TEKST

število spremenljivk: 69

število enot: 443

Licenca: ccby

Verzija: april 2020

Spremenljivke

ID: **Consent** Oznaka: **CONSENT FOR PERSONAL DATA PROCESSING FOR THE PURPOSES OF THE SCIENTIFIC-RESEARCH PROJECT (GDPR)**

Dobesedno vprašanje: CONSENT FOR PERSONAL DATA PROCESSING FOR THE PURPOSES OF THE SCIENTIFIC-RESEARCH PROJECT (GDPR)

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	I agree	443
2	I disagree	0

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 2

ID: **Brand** Oznaka: **Brand**

Dobesedno vprašanje: Brand

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Papa John's	63
2	Bank of America	65
3	T-mobile	70
4	American Airlines	70
5	Honda	63
6	Nestle	62
7	Amazon	50

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BFam** Oznaka: **How familiar are you with BRAND.**

Dobesedno vprašanje: BFam - How familiar are you with BRAND? (BRAND's logo was displayed (see at the end of the questionnaire))

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
0	Totally unfamiliar	4
100	Totally familair	99

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Minimum: 0

Maksimum: 100

Vrednosti spremenljivk: od 0 do 100

ID: **BUsage** Oznaka: **Have you personally used BRAND's products or services over the past 12 months?**

Dobesedno vprašanje: BUsage - Have you personally used BRAND's products or services over the past 12 months?

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	No	235
2	Yes	208

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 2

ID: **PI1** Oznaka: **It is very likely that I will use BRAND in the future.** PI - Do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: It is very likely that I will use BRAND in the future.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	42
2	Disagree	47

3	Somewhat disagree	36
4	Neutral	75
5	Somewhat agree	68
6	Agree	94
7	Strongly agree	81

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PI2** Oznaka: **I will purchase from BRAND the next time I need such a service/product.** PI - Do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I will purchase from BRAND the next time I need such a PRODUCT/SERVICE.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	55
2	Disagree	55
3	Somewhat disagree	48
4	Neutral	125
5	Somewhat agree	61
6	Agree	57
7	Strongly agree	42

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PI3** Oznaka: **I will definitely try BRAND in the future.** PI - Do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I will definitely try BRAND in the future.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	44
2	Disagree	39
3	Somewhat disagree	30
4	Neutral	82
5	Somewhat agree	85
6	Agree	94
7	Strongly agree	69

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BLoy1** Oznaka: **I consider myself to be loyal to BRAND.** BLoy - To what extent do you agree with following statements about BRAND?

Dobesedno vprašanje: I consider myself to be loyal to BRAND.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	112
2	Disagree	96
3	Somewhat disagree	55
4	Neutral	93
5	Somewhat agree	36
6	Agree	35
7	Strongly agree	16

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BLoy2** Oznaka: **BRAND would be my first choice.** BLoy - To what extent do you agree with following statements about BRAND?

Dobesedno vprašanje: BRAND would be my first choice.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	97
2	Disagree	90
3	Somewhat disagree	58
4	Neutral	85
5	Somewhat agree	49
6	Agree	48
7	Strongly agree	16

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BLOY3** Oznaka: **I will not buy other brands of product/service if BRAND is available.** BLOY - To what extent do you agree with following statements about BRAND?

Dobesedno vprašanje: I will not buy other brands of PRODUCT/SERVICE if BRAND is available.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	139
2	Disagree	104
3	Somewhat disagree	76
4	Neutral	62
5	Somewhat agree	34
6	Agree	23
7	Strongly agree	5

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PWOM1** Oznaka: **Say positive things about BRAND.** PWOM - How likely are you to do any of the following?

Dobesedno vprašanje: Say positive things about BRAND.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Very unlikely	48
2		32
3		41
4		129
5		77
6		68
7	Very likely	48

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PWOM2** Oznaka: **Recommend BRAND to others.** PWOM - How likely are you to do any of the following?

Dobesedno vprašanje: Recommend BRAND to others.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Very unlikely	60

2		35
3		46
4		119
5		75
6		64
7	Very likely	44

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PWOM3** Oznaka: **Recommend BRAND to someone else who seeks my advice.** PWOM - How likely are you to do any of the following?

Dobesedno vprašanje: Recommend BRAND to someone else who seeks my advice.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Very unlikely	59
2		40
3		50
4		112
5		69
6		67
7	Very likely	46

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BT1** Oznaka: **I trust BRAND.** BT - To what extent do you agree with following statements about BRAND?

Dobesedno vprašanje: I trust BRAND.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	37
2	Disagree	28
3	Somewhat disagree	34
4	Neutral	116
5	Somewhat agree	93
6	Agree	106

7	Strongly agree	29
---	----------------	----

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BT2** Oznaka: **I feel comfortable depending on BRAND.** BT - To what extent do you agree with following statements about BRAND?

Dobesedno vprašanje: I feel comfortable depending on BRAND.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	39
2	Disagree	30
3	Somewhat disagree	33
4	Neutral	112
5	Somewhat agree	86
6	Agree	108
7	Strongly agree	35

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BT3** Oznaka: **I rely on BRAND to deliver on its brand promise.** BT - To what extent do you agree with following statements about BRAND?

Dobesedno vprašanje: I rely on BRAND to deliver on its brand promise.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	39
2	Disagree	20
3	Somewhat disagree	25
4	Neutral	114
5	Somewhat agree	85
6	Agree	119
7	Strongly agree	41

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **ATTCHK1** Oznaka: **Please, select number 5 on the list and move to the next page.**

Dobesedno vprašanje: ATTCKECHK1 - Please, select number 5 on the list and move to the next page.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
5		443

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 5 do 5

ID: **BW1** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... cold/warm** Q1 - We now want you think about how does the majority of Americans see BRAND. BW - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Cold / Warm

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	cold	14
2		30
3		58
4		122
5		98
6	warm	74
7		47

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BW2** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... ill-natured/good-natured** Q1 - We now want you think about how does the majority of Americans see BRAND. BW - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Ill-natured / Good-natured

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	ill-natured	14
2		22

3		50
4		124
5		98
6		86
7	good-natured	49

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BW3** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... unfriendly/friendly** Q1 - We now want you think about how does the majority of Americans see BRAND. BW - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Unfriendly / Friendly

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	unfriendly	16
2		11
3		53
4		110
5		98
6		100
7	friendly	55

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BW4** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... unkind/kind** Q1 - We now want you think about how does the majority of Americans see BRAND. BW - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Unkind / Kind

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	unkind	14
2		17
3		60
4		137
5		104
6		65

7	kind	46
---	------	----

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BC1** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... incompetent/competent** BC - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Incompetent / Competent

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	incompetent	6
2		18
3		39
4		74
5		95
6		128
7	competent	83

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BC2** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... unintelligent/intelligent** BC - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Unintelligent / Intelligent

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	unintelligent	7
2		13
3		36
4		114
5		104
6		109
7	intelligent	60

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BC3** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... inefficient/efficient** BC - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Inefficient / Efficient

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	inefficient	8
2		18
3		35
4		89
5		112
6	efficient	99
7		82

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BC4** Oznaka: **The majority of Americans sees BRAND as ... incapable/capable** BC - The majority of Americans sees BRAND as ...

Dobesedno vprašanje: Incapable / Capable

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	incapable	8
2		14
3		33
4		78
5		90
6	capable	134
7		86

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **CO1** Oznaka: **BRAND has employees who treat customers courteously.** Q2 - Now we want you to again focus on your own opinion about BRAND. CO - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... has employees who treat customers courteously.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	6
2	Disagree	10
3	Somewhat disagree	13
4	Neutral	160
5	Somewhat agree	108
6	Agree	118
7	Strongly agree	28

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **CO2** Oznaka: **BRAND has employees who are concerned about customer needs.** Q2 - Now we want you to again focus on your own opinion about BRAND. CO - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... has employees who are concerned about customer needs.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	7
2	Disagree	17
3	Somewhat disagree	23
4	Neutral	152
5	Somewhat agree	108
6	Agree	111
7	Strongly agree	25

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **CO3** Oznaka: **BRAND is concerned about its customers.** Q2 - Now we want you to again focus on your own opinion about BRAND. CO - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... is concerned about its customers.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
-----------	------------	-----------

1	Strongly disagree	19
2	Disagree	24
3	Somewhat disagree	45
4	Neutral	110
5	Somewhat agree	102
6	Agree	110
7	Strongly agree	33

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **GE1** Oznaka: **BRAND looks like a good company to work for.** GE - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... looks like a good company to work for.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	37
2	Disagree	38
3	Somewhat disagree	30
4	Neutral	155
5	Somewhat agree	90
6	Agree	72
7	Strongly agree	21

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **GE2** Oznaka: **BRAND seems to treat its people well.** GE - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... seems to treat its people well.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	30
2	Disagree	24
3	Somewhat disagree	33
4	Neutral	169
5	Somewhat agree	97
6	Agree	70

7	Strongly agree	20
---	----------------	----

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **GE3** Oznaka: **BRAND seems to have excellent leadership.** GE - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... seemsto have excellent leadership.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	29
2	Disagree	22
3	Somewhat disagree	41
4	Neutral	178
5	Somewhat agree	77
6	Agree	71
7	Strongly agree	25

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **RFSC1** Oznaka: **BRAND tends to outperform competitors.** RFSC - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... tends to outperform competitors.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	18
2	Disagree	40
3	Somewhat disagree	47
4	Neutral	131
5	Somewhat agree	92
6	Agree	78
7	Strongly agree	37

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **RFSC2** Oznaka: **BRAND seems to recognize and take advantage of market opportunities.** RFSC - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... seems to recognize and take advantage of market opportunities.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	7
2	Disagree	20
3	Somewhat disagree	21
4	Neutral	124
5	Somewhat agree	121
6	Agree	102
7	Strongly agree	48

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **RFSC3** Oznaka: **BRAND looks like it has strong prospects for future growth.** RFSC - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... looks like it has strong prospects for future growth.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	10
2	Disagree	16
3	Somewhat disagree	34
4	Neutral	123
5	Somewhat agree	118
6	Agree	95
7	Strongly agree	47

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **RFSC4** Oznaka: **BRAND is a top competitor in its market.** RFSC - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... is a top competitor in its market.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
-----------	------------	-----------

1	Strongly disagree	8
2	Disagree	15
3	Somewhat disagree	32
4	Neutral	62
5	Somewhat agree	116
6	Agree	131
7	Strongly agree	79

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PSQ1** Oznaka: **BRAND offers high quality products and services.** PSQ - Do you disagree or agree that BRAND....

Dobesedno vprašanje: ... offers high quality products and services.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	17
2	Disagree	23
3	Somewhat disagree	37
4	Neutral	90
5	Somewhat agree	115
6	Agree	117
7	Strongly agree	44

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PSQ2** Oznaka: **BRAND is a strong, reliable company.** PSQ - Do you disagree or agree that BRAND....

Dobesedno vprašanje: ... is a strong, reliable company.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	15
2	Disagree	22
3	Somewhat disagree	35
4	Neutral	74
5	Somewhat agree	117

6	Agree	125
7	Strongly agree	55

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PSQ3** Oznaka: **BRAND develops innovative products and services.** PSQ - Do you disagree or agree that BRAND....

Dobesedno vprašanje: ... develops innovative products and services.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	20
2	Disagree	28
3	Somewhat disagree	47
4	Neutral	125
5	Somewhat agree	109
6	Agree	70
7	Strongly agree	44

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **PSQ4** Oznaka: **BRAND offers products and services that are a good value for the money.** PSQ - Do you disagree or agree that BRAND....

Dobesedno vprašanje: ... offers products and services that are a good value for the money.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	15
2	Disagree	14
3	Somewhat disagree	37
4	Neutral	101
5	Somewhat agree	114
6	Agree	111
7	Strongly agree	51

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SER1** Oznaka: **BRAND seems to be environmentally responsible.** SER - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... seems to be environmentally responsible.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	31
2	Disagree	37
3	Somewhat disagree	61
4	Neutral	199
5	Somewhat agree	57
6	Agree	54
7	Strongly agree	4

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SER2** Oznaka: **BRAND seems to make an effort to create new jobs.** SER - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... seems to make an effort to create new jobs.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	19
2	Disagree	18
3	Somewhat disagree	41
4	Neutral	201
5	Somewhat agree	94
6	Agree	56
7	Strongly agree	14

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SER3** Oznaka: **BRAND supports good causes that benefit society.** SER - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... supports good causes that benefit society.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	71
2	Disagree	75
3	Somewhat disagree	76
4	Neutral	150
5	Somewhat agree	39
6	Agree	27
7	Strongly agree	5

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SER4** Oznaka: **BRAND would reduce its profits to ensure a clean environment.** SER - Do you disagree or agree that BRAND...

Dobesedno vprašanje: ... would reduce its profits to ensure a clean environment.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	33
2	Disagree	23
3	Somewhat disagree	53
4	Neutral	199
5	Somewhat agree	83
6	Agree	42
7	Strongly agree	10

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **Inv1** Oznaka: **For me, PRODUCT/SERVICE is very important.** PCInv - Do you disagree or agree with the following statements?

Dobesedno vprašanje: For me, PRODUCT/SERVICE is very important.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
-----------	------------	-----------

1	Strongly disagree	9
2	Disagree	25
3	Somewhat disagree	22
4	Neutral	32
5	Somewhat agree	97
6	Agree	159
7	Strongly agree	99

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **Inv2** Oznaka: **For me, PRODUCT/SERVICE does not matter.** PCInv - Do you disagree or agree with the following statements?

Dobesedno vprašanje: For me, PRODUCT/SERVICE does not matter.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	8
2	Disagree	35
3	Somewhat disagree	30
4	Neutral	31
5	Somewhat agree	80
6	Agree	145
7	Strongly agree	114

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **Inv3** Oznaka: **PRODUCT/SERVICE is very important part of my life.** PCInv - Do you disagree or agree with the following statements?

Dobesedno vprašanje: PRODUCT/SERVICE is very important part of my life.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	17
2	Disagree	30
3	Somewhat disagree	40
4	Neutral	58

5	Somewhat agree	91
6	Agree	127
7	Strongly agree	80

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **ATTCHK2** Oznaka: **Please select "Somewhat agree"**.

Dobesedno vprašanje: Please select "Somewhat agree".

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	0
2	Disagree	0
3	Somewhat disagree	1
4	Neutral	1
5	Somewhat agree	441
6	Agree	0
7	Strongly agree	0

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch1** Oznaka: **I couldnt care less what brands people around me are using.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I couldn't care less what brands people around me are using.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	77
2	Disagree	128
3	Somewhat disagree	88
4	Neutral	44
5	Somewhat agree	63
6	Agree	38
7	Strongly agree	5

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch2** Oznaka: **Product features are more important than brand names in my buying decisions.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: Product features are more important than brand names in my buying decisions.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	113
2	Disagree	161
3	Somewhat disagree	105
4	Neutral	41
5	Somewhat agree	11
6	Agree	7
7	Strongly agree	5

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch3** Oznaka: **When I go shopping, I am always scanning the environment for brand names.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: When I go shopping, I am always scanning the environment for brand names.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	36
2	Disagree	101
3	Somewhat disagree	91
4	Neutral	89
5	Somewhat agree	91
6	Agree	29
7	Strongly agree	6

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch4** Oznaka: **Brands are not at all important to me.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: Brands are not at all important to me.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	39
2	Disagree	85
3	Somewhat disagree	112
4	Neutral	51
5	Somewhat agree	99
6	Agree	46
7	Strongly agree	11

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch5** Oznaka: **Brand name considerably influences my buying decisions.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: Brand name considerably influences my buying decisions.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	34
2	Disagree	77
3	Somewhat disagree	90
4	Neutral	85
5	Somewhat agree	105
6	Agree	45
7	Strongly agree	7

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **Bsch6** Oznaka: **I like to surround myself with recognizable brand names at home.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I like to surround myself with recognizable brand names at home.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
-----------	------------	-----------

1	Strongly disagree	55
2	Disagree	88
3	Somewhat disagree	88
4	Neutral	87
5	Somewhat agree	85
6	Agree	33
7	Strongly agree	7

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch7** Oznaka: **When I am considering products, the brand name is more important to me than any other information.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: When I am considering products, the brand name is more important to me than any other information.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	134
2	Disagree	132
3	Somewhat disagree	77
4	Neutral	57
5	Somewhat agree	29
6	Agree	10
7	Strongly agree	4

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch8** Oznaka: **Brands are important to me because they indicate social status.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: Brands are important to me because they indicate social status.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	171
2	Disagree	110
3	Somewhat disagree	46

4	Neutral	52
5	Somewhat agree	46
6	Agree	15
7	Strongly agree	3

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch9** Oznaka: **The brand name is the least important information to me when I am considering a product.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: The brand name is the least important information to me when I am considering a product.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	56
2	Disagree	68
3	Somewhat disagree	97
4	Neutral	86
5	Somewhat agree	79
6	Agree	44
7	Strongly agree	13

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **BSch10** Oznaka: **I keep abreast of the brands people around me are using.** BSch - To which extent do you agree or disagree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I keep abreast of the brands people around me are using.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	63
2	Disagree	99
3	Somewhat disagree	62
4	Neutral	98
5	Somewhat agree	84
6	Agree	28
7	Strongly agree	9

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SDB1** Oznaka: **I like to gossip at times.** SDB - To what degree do you disagree or agree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I like to gossip at times.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	49
2	Disagree	87
3	Somewhat disagree	69
4	Neutral	44
5	Somewhat agree	123
6	Agree	57
7	Strongly agree	11
-1	no answer	3

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 440

Neveljavni odgovori: 3

Minimum: 1

Maksimum: 7

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SDB2** Oznaka: **I have never deliberately said something that hurt someones feelings.** SDB - To what degree do you disagree or agree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I have never deliberately said something that hurt someone's feelings.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	48
2	Disagree	118
3	Somewhat disagree	108
4	Neutral	57
5	Somewhat agree	47
6	Agree	45
7	Strongly agree	17
-1	no answer	3

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 440

Neveljavni odgovori: 3

Minimum: 1

Maksimum: 7

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SDB3** Oznaka: **Im always willing to admit it when I make a mistake.** SDB - To what degree do you disagree or agree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I'm always willing to admit it when I make a mistake.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	7
2	Disagree	11
3	Somewhat disagree	40
4	Neutral	47
5	Somewhat agree	131
6	Agree	146
7	Strongly agree	60
-1	no answer	1

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 442

Neveljavni odgovori: 1

Minimum: 1

Maksimum: 7

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SDB4** Oznaka: **There have been occasions when I took advantage of someone.** SDB - To what degree do you disagree or agree with following statements?

Dobesedno vprašanje: There have been occasions when I took advantage of someone.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	27
2	Disagree	56
3	Somewhat disagree	71
4	Neutral	58
5	Somewhat agree	129
6	Agree	93

7	Strongly agree	9
-1	no answer	0

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SDB5** Oznaka: **I sometimes try to get even rather than forgive and forget.** SDB - To what degree do you disagree or agree with following statements?

Dobesedno vprašanje: I sometimes try to get even rather than forgive and forget.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	54
2	Disagree	78
3	Somewhat disagree	69
4	Neutral	68
5	Somewhat agree	98
6	Agree	54
7	Strongly agree	19
-1	no answer	3

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 440

Neveljavni odgovori: 3

Minimum: 1

Maksimum: 7

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **SDB6** Oznaka: **At times, I have really insisted on having things my own way.** SDB - To what degree do you disagree or agree with following statements?

Dobesedno vprašanje: At times, I have really insisted on having things my own way.

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Strongly disagree	6
2	Disagree	23
3	Somewhat disagree	27
4	Neutral	62
5	Somewhat agree	162
6	Agree	116

7	Strongly agree	45
-1	no answer	2

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 441

Neveljavni odgovori: 2

Minimum: 1

Maksimum: 7

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 7

ID: **RStat** Oznaka: **Are you currently a student enrolled in a college or university?**

Dobesedno vprašanje: RStat - Are you currently a student enrolled in a college or university?

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
0	No	327
1	Yes	116

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 0 do 1

ID: **XSTAR** Oznaka: **How old are you?**

Dobesedno vprašanje: XSTARleta - How old are you?

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Minimum: 18

Maksimum: 73

Aritmetična sredina: 33.034

Standardni odklon: 11.453

Vrednosti spremenljivk: od 18 do 73

ID: **XSPOL** Oznaka: **Your gender is:**

Dobesedno vprašanje: XSPOL - Your gender is:

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
-----------	------------	-----------

1	Male	185
2	Female	252
3	Other	4
4	Do not want to say	2

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 441

Neveljavni odgovori: 2

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 3

ID: **XDOH** Oznaka: **What was your total household income before taxes for the most recent calendar year (January through December)?**

Dobesedno vprašanje: XDOH - What was your total household income before taxes for the most recent calendar year (January through December)? By your household, we mean all persons living in your primary home who share basic finances with you. (Please include income received by all members of your household and from all sources, including salaries, pensions, interest, dividends, bonuses, capital gains, and profits.)

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
1	Less than USD 5,000	22
2	USD 5,000 - USD 9,999	8
3	USD 10,000 - USD 14,999	15
4	USD 15,000 - USD 19,999	16
5	USD 20,000 - USD 24,999	23
6	USD 25,000 - USD 29,999	28
7	USD 30,000 - USD 34,999	29
8	USD 35,000 - USD 39,999	16
9	USD 40,000 - USD 44,999	16
10	USD 45,000 - USD 49,999	34
11	USD 50,000 - USD 59,999	42
12	USD 60,000 - USD 74,999	51
13	USD 75,000 - USD 99,999	54
14	USD 100,000 - USD 149,999	63
15	USD 150,000 - USD 199,999	14
16	USD 200,000 - USD 249,999	6
17	USD 250,000 or more	6

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

Vrednosti spremenljivk: od 1 do 17

ID: **PID_r** Oznaka: **Panel ID number**

Dobesedno vprašanje: Panel ID number

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
Zakrita vrednost		443

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0

ID: **TIME** Oznaka: **Interview time**

Dobesedno vprašanje: Interview time

Vrednosti	Kategorije	Frekvenca
0:03:33,00		1
0:03:36,00		1
0:03:38,00		1
0:03:39,00		1
0:03:39,99		1
0:03:41,00		1
0:03:44,99		2
0:03:45,00		1
0:03:46,00		1
0:03:46,99		1
0:03:47,00		1
0:03:47,99		2
0:03:48,00		1
0:03:48,99		1
0:03:50,99		1
0:03:51,99		1
0:03:52,00		2
0:03:52,99		3
0:03:54,00		3
0:03:54,99		2

Prikazanih je 20 od 287 kategorij. Za vse podatke si poglejte opis raziskave na spletni strani.

Opisne statistike

Veljavni odgovori: 443

Neveljavni odgovori: 0