

Analiza uwarunkowań zachowań konsumentów na wybranym rynku branżowym

Wstęp.....7

Rozdział I

Konsument i jego zachowania w literaturze przedmiotu

- 1.1. Pojęcie konsumenta i zachowań konsumenckich..... 9
- 1.2. Typologie konsumentów11
- 1.3. Modele zachowań konsumentów16
- 1.4. Decyzje konsumenckie i fazy ich podejmowania..... 19

Rozdział II

Uwarunkowania zachowań konsumentów

- 2.1. Determinanty wewnętrzne zachowań konsumentów22
- 2.2. Czynniki demograficzne i społeczno-kulturowe27
- 2.3. Uwarunkowania ekonomiczne32

Rozdział III

Branża alkoholowa w Polsce..... 36

- 3.1. Charakterystyka branży alkoholowej w Polsce36
- 3.2. Zarys historyczny branży oraz przewidywane tendencje rozwoju38

Rozdział IV

Zachowania konsumentów i czynniki je determinujące na wybranym rynku branżowym na podstawie badań własnych

4.1. Metodologiczne podstawy badań własnych.....	41
4.1.1. Przedmiot i cel badań	41
4.1.2. Problemy i hipotezy badawcze	41
4.1.3. Narzędzia badawcze.....	43
4.1.4. Teren badania.....	43
4.2. Analiza determinant zachowań konsumentów branży alkoholowej.....	44
4.2.1. Analiza pytań metryczkowych kwestionariusza ankiety.....	44
4.2.2. Wyniki przeprowadzonych badań	46
4.2.3. Wnioski płynące z badań i weryfikacja hipotez badawczych	66
Zakończenie	68
Bibliografia	69
Spis wykresów.....	70
Spis tabel	72
Załączniki	73
Załącznik nr 1. Kwestionariusz ankiety	73
Załącznik nr 2. Wykaz adresów e-mailowych osób uczestniczących w badaniu.....	77