

# **Czynniki mające wpływ na podejmowanie decyzji zakupu produktów przez konsumentów w Galerii Handlowej Askana w Gorzowie Wielkopolskim.**

Wstęp.....5

## **Rozdział I.**

Zachowania konsumentów na rynku w świetle literatury.

1.1. Teoria zachowania konsumentów.....8

1.1.1. Racjonalność i irracjonalność zachowania konsumentów.....15

1.2. Uwarunkowania wewnętrzne zachowania konsumentów.....17

1.3. Uwarunkowania zewnętrzne zachowania konsumentów.....29

1.3.1. Uwarunkowania ekonomiczne.....29

1.3.2. Uwarunkowania społeczno – kulturowe.....30

1.4. Podejmowanie decyzji przez konsumentów.....33

1.5. Zachowanie konsumentów po dokonaniu zakupu.....35

1.6. Proces oddziaływania przedsiębiorstwa na rynek.....37

1.6.1. Promowanie towarów.....37

1.6.2. Reklama i jej rodzaje.....45

1.6.3. Public relations i publicity.....48

1.6.4. Promocja sprzedaży.....50

## **Rozdział II.**

**Metodologia w świetle badań własnych.**

2.1. Cel i przedmiot badań.....53

2.2. Problem główny i problemy szczegółowe.....54

2.3. Hipotezy główne i hipotezy szczegółowe.....	55
2.4. Zmienne i wskaźniki.....	56
2.5. Metody, techniki i narzędzia badawcze.....	57
2.6. Charakterystyka badanego środowiska.....	58

### **Rozdział III.**

#### **Analiza wyników w świetle badań własnych.**

3.1. Czynniki socjo – demograficzne badanych konsumentów.....	59
3.2. Poziom wykształcenia ankietowanych.....	60
3.3. Miejsce zamieszkania ankietowanych.....	60
3.4. Stan cywilny badanych.....	61
3.5. Poziom materialno – ekonomiczny badanej grupy.....	62
3.6. Preferowane przez konsumentów źródło informacji o produktach.....	69
3.7. Płeć a rola w podejmowaniu decyzji zakupu.....	72
3.8. Preferencje konsumentów dotyczące miejsca dokonywania zakupów.....	74
3.9. Wpływ ceny i marki na konsumenckie decyzje respondentów.....	76

#### **Podsumowanie i wnioski.....**

Bibliografia.....	83
Spis wykresów słupkowych.....	85
Spis wykresów kołowych.....	85
Spis tabel.....	86
Ankieta.....	87