Коварш Ірина Станіславівна. Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку продовольчих товарів : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2008

КоваршІСМаркетинговідослідженняповедінкиспоживачівнаринкупродовольчихтоварів–Рукопис

Дисертаціяназдобуттянауковогоступенякандидатаекономічнихнаукзаспеціальністю–Економікатауправлінняпідприємствамимашинобудуванняагропромисловийкомплекстуристичнорекреаційнийкомплекс–ЄвропейськийуніверситетКиїв

Дисертаційнароботаприсвяченадослідженнюкомплексупідходіврозробкитаобґрунтуваннястратегіїуправлінняповедінкоюспоживачівзаходиякоїпідвищуютьзадоволенняпотребспоживачівупродуктаххарчуваннящовсвоючергусприятимезростаннюобсягівдіяльностіпідприємствучасниківпродовольчогоринку

Авторомбулопроаналізованомодельповедінкиспоживачівнапродовольчомуринкузапропонованопідходидоаналізуорганізаціїобслуговуванняспоживачівпідприємствамирізнихторговельнихсистемудосконаленографічнуструктурунапрямківмаркетинговихдослідженьнапродовольчомуринкузметоюбільшчіткогоформуванняінтересівпідприємстваякрезультат–іцілеймаркетинговихдосліджень

Зарезультатамидіагностикиспецифікимаркетинговихдослідженьмотиваціїспоживачівпідприємствамивланцюзівиробництвосільськогосподарськоїпродукції–переробкатавиробництвопродовольчихтоварів–роздрібнаторгівлявиявленощообєктомдослідженняповиненбутикомплексмотиваційнихреакційспоживачанатоварзурахуваннямфізичнихфункціональнихіекономічнихобмеженьщовпливаютьнаціреакціїПідмотиваційноюреакцієюспоживачаповиннірозумітискладнийбагатовимірнийібагаторівневийнеурівноваженийінеповноюміроюусвідомленийспоживачемпроцесдлявивченняякогонеобхідновикористовуватиспеціальніметодинепрямоїідентифікаціїтадіагностики