

KOV

Vedenje porabnikov

Celovit pristop k raziskovanju
vedenja porabnikov

Tina Vukasović



Znanstvene monografije MFDPŠ

Glavni urednik

dr. Mitja I. Tavčar

Člani uredništva

dr. Drago Dubrovski

dr. Špelca Mežnar

dr. Janez Šušteršič

dr. Nada Trunk Širca

ISSN 2232-2116



vedenje

Vedenje porabnikov

Celovit pristop k raziskovanju
vedenja porabnikov

Tina Vukasović



Vedenje porabnikov

dr. Tina Vukasović

Recenzenta

dr. Matjaž Novak

dr. Egon Žižmond

Izdala in založila

Mednarodna fakulteta za družbene

in poslovne študije

Mariborska cesta 7

3000 Celje

Naklada 200 izvodov

Celje, 2013

© 2013 Mednarodna fakulteta
za družbene in poslovne študije

Izid monografije je finančno podprla
Javna agencija za raziskovalno dejavnost
Republike Slovenije iz sredstev
državnega proračuna iz naslova razpisa
za sofinanciranje znanstvenih monografij.

CIP – Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

658.8.013

VUKASOVIČ, Tina

Vedenje porabnikov : celovit pristop k raziskovanju vedenja porabnikov /
Tina Vukasović. – Celje : Mednarodna fakulteta za družbene in poslovne
študije, 2013. – (Znanstvene monografije MFDPŠ, ISSN 2232-2116)

ISBN 978-961-6813-24-2
270874880

kazalo

Kazalo

- Seznam preglednic **7**
- Seznam slik **9**
- 1 Temeljni tržni koncepti **11**
 - 1.1 Opredelitev trženja **11**
 - 1.2 Opredelitev temeljnih tržnih konceptov **14**
 - 1.3 Spremembe v teoriji trženja **18**
 - 1.4 Trendi, ki so privedli do dvosmerne komunikacije s porabniki **21**
 - 1.5 Neposredno trženje **23**
- 2 Vedenje porabnikov v procesu odločanja o nakupu **29**
 - 2.1 Raziskovanje vedenja porabnikov **29**
 - 2.2 Opredelitev vedenja porabnikov **30**
 - 2.3 Dejavniki, ki vplivajo na vedenje porabnikov v procesu odločanja o nakupu **31**
- 3 Proces odločanja porabnikov o nakupu **57**
 - 3.1 Značilnosti in vrste procesa odločanja porabnikov o nakupu **57**
 - 3.2 Stopnje procesa odločanja porabnikov o nakupu **58**
 - 3.3 Zaznavanje kakovosti izdelkov v procesu odločanja porabnikov o nakupu **60**
 - 3.4 Vedenje porabnikov v času spremenjenih gospodarskih razmer **69**
 - 3.5 Elastičnost povpraševanja **72**
- 4 Tržne raziskave **77**
 - 4.1 Opredelitev tržnih raziskav **77**
 - 4.2 Koraki v procesu tržnega raziskovanja **78**
 - 4.3 Vrste tržnih raziskav **84**
 - 4.4 Značilnosti dobrega tržnega raziskovanja **88**
 - 4.5 Spremembe nakupnih navad porabnikov prehrabnenih izdelkov **89**
- 5 Sklep **93**
- Literatura **95**