СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_bookmark0)

1. [Теоретические основы процесса принятия решения о покупке 5](#_bookmark1)
	1. [Основные факторы, влияющие на покупательское поведение](#_bookmark2) [потребителей 5](#_bookmark2)
	2. [Маркетинговое содержание поведения конечных потребителей как](#_bookmark3) [субъектов рыночной сети 8](#_bookmark3)
	3. [Методики анализов, влияющих на факторы принятия решения](#_bookmark4) [потребителем о покупке товара 11](#_bookmark4)
2. [Анализ факторов оказывающих влияние на принятие решения](#_bookmark5) [потребителем о покупке товара предприятия ООО «Тектум» 20](#_bookmark5)
	1. [Организационно экономическая характеристика ООО «Тектум» 20](#_bookmark6)
	2. [Анализ сбыта предприятия ООО «Тектум» 22](#_bookmark7)
	3. [Анализ факторов принятия решения потребителем о покупке товара 24](#_bookmark8)
3. [Мероприятия для совершенствования маркетинговой деятельности](#_bookmark9) [предприятия ООО «Тектум» 31](#_bookmark9)
	1. [Мероприятия для совершенствования маркетинговой деятельности 31](#_bookmark10)
	2. [Оценка экономической эффективности предложенных мероприятий 37](#_bookmark11) [ЗАКЛЮЧЕНИЕ 40](#_bookmark12)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 43](#_bookmark13)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 46](#_bookmark25)

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире конкуренция на рынке товаров и услуг достигла своего пика, и каждое торговое предприятие стремится привлечь как можно больше потребителей и увеличить свою выручку.

Одним из ключевых факторов, определяющих успех бизнеса, является умение понимать и поэтому оценка факторов, влияющих на принятие решения потребителем о покупке товара, является важной задачей для любого торгового предприятия.

В данной дипломной работе будет проведена оценка факторов, влияющих на принятие решения потребителем о покупке товара на примере торгового предприятия ООО «Тектум» с целью определения эффективных мер по увеличению выручки и укреплению позиций на рынке.

Первыми кто начал исследовать поведение потребителей на рынке, были Р. Блэкуэлл, П. Миниарди и Дж. Энджел они утверждали, что поведение потребителей — это поведение людей при приобретении, потреблении и утилизация товаров и услуг. А приобретение-это поведение, ведущее к приобретению товаров, услуг и идей.

Для того чтобы успешно функционировать, предприятию необходимо организовать свою деятельность таким образом, чтобы обеспечить развитие рынков сбыта и увеличение прибыли путем наиболее эффективного удовлетворения нужд и потребностей своих заказчиков. Вследствие чего изучение процесса принятия решения о покупке потребителем на разных стадиях этого процесса является необходимой составляющей в работе любого предприятия.

Актуальность темы является уровень значимости развития верного представления о товаре у потребителей для последующей мотивации о принятии решения о покупке.

Объектом исследования данной дипломной работы является предприятие ООО «Тектум».

Предметом исследования является оценка факторов, влияющих на принятие решения потребителем о покупке товара.

Целью данной дипломной работы является анализ и оценка факторов, влияющих на решение потребителя о покупке.

Для решения поставленной цели задачами работы являются:

* изучить основные факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей;
* изучить маркетинговое содержание поведения конечных потребителей, как субъектов рыночных отношений;
* провести анализ экономических показателей исследуемого предприятия;
* дать оценку факторам, влияющим на принятие решения о покупке на предприятие;
* разработать мероприятия и рекомендации для повышения покупок совершенных потребителями на предприятие.

Данная дипломная работа состоит из: введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.