

SADRŽAJ

IZVOD.....	6
1. UVODNA RAZMATRANJA.....	7
1.1. UVOD	7
1.2. PREDMET ISTRAŽIVANJA.....	8
1.3. CILJ ISTRAŽIVANJA.....	9
1.4. ZADACI ISTRAŽIVANJA	9
1.5. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	10
1.5.1. Opšte hipoteze	10
1.5.2. Posebne hipoteze.....	10
1.6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	11
1.6.1. Metode i instrumenti prikupljanja podataka.....	11
1.6.2. Statističke metode analize rezultata istraživanja	12
1.6.3. Uzorak ispitanika	12
2. TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA.....	13
2.1. TEORIJE LIČNOSTI.....	13
2.2. KONCEPT LIČNOSTI KROZ ISTORIJU.....	16
2.2.1. Frojdova psihoanalitička teorija ličnosti.....	16
2.2.2. Gordon Olport i Alfred Adler.....	18
2.3. SAVREMENE TEORIJE LIČNOSTI.....	23
2.3.1. Fridrih Hegel.....	23
2.3.2. Fridrih Niče, Martin Hajdeger i Žan Pol Sartr	24
2.4. DEFINISANJE I RAZVOJ LIČNOSTI.....	27
2.4.1. Čovjek kao ličnost i društvo	27
2.4.2. Pojedinci - osnovna jedinica analize, pojam ličnosti.....	28
2.4.3. Svojstva ljudskih bića	30
2.4.4. Tipovi ličnosti	31
2.5. STRUKTURA LIČNOSTI	32
2.6. DEFINICIJA I RAZVOJ LIČNOSTI POTROŠAČA	49
2.6.1. Potrošač kao ličnost u sferi marketinga.....	49
2.6.2. Marketing miks.....	51
2.7. FAKTORI KOJI UTIČU NA PONAŠANJE POTROŠAČA	54
2.7.1. Eksterni faktori.....	56
2.7.2. Interni faktori	69
2.8. PONAŠANJE POTROŠAČA I ODLUKA O KUPOVINI.....	77
2.8.1. Profili i vrste potrošača i oblici ponašanja.....	77
2.8.2. Faze prilikom kupovine proizvoda	79
3. PRIKAZ I ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	87
3.1. OPŠTI PODACI PO GRUPAMA ISPITANIKA, PROFIL ISPITANIKA	87
3.2. UZORAK VARIJABLI ZA PROCJENU MARKETINŠKIH STAVOVA	92
3.3. UZORAK VARIJABLI ZA PROCJENU MARKETINŠKIH STAVOVA EKSTERNIH FAKTORA	92
3.4. UZORAK VARIJABLI ZA PROCJENU MARKETINŠKIH STAVOVA INTERNIH FAKTORA	92
4. PRIKAZ I ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA- STATISTIČKI PRIKAZ REZULTATA.....	93
4.1. DESKRIPTIVNE STATISTIČKE MJERE - DESKRIPTIVNA ANALIZA I MJERE DISPERZIJE	97
4.2. MATRICA INTERKORELACIJE	101

4.3. IZVOR VARIJACIJE U ANKETI - FAKTORSKA ANALIZA I TURKEY-EV TEST	102
4.4. HI KVADRAT TEST PRIMIJENJEN NA OPŠTE PODATKE ISPITANIKA	105
5. ZAKLJUČAK.....	127
6. LITERATURA	136
7. BIOGRAFIJA KANDIDATA	139
8. PRILOZI.....	141
8.1. PRILOG A	141
8.2. PRILOG B	145
8.3. PRILOG C	147

INDEKS SLIKA

SLIKA 1: <i>DINAMIKA PROVOĐENJA SISTEMSKOG PRISTUPA</i>	15
SLIKA 2: <i>FROJDOVA PSIHOANALITIČKA TEORIJA LIČNOSTI</i>	18
SLIKA 3: <i>FAKTORI RAZVOJA LIČNOSTI</i>	33
SLIKA 4: <i>VEZE IZMEĐU LIČNOSTI I FAKTORA RAZVOJA LIČNOSTI</i>	34
SLIKA 5: <i>MOTIVACIONI CIKLUS</i>	38
SLIKA 6: <i>MASLOVLJEVA HIJERAHIJA POTREBA</i>	47
SLIKA 7: <i>OPŠTI FAKTORI KOJI UTIČU NA PONAŠANJE POTROŠAČA</i>	54
SLIKA 8: <i>OPŠTI FAKTORI KOJI UTIČU NA POTROŠAČE, GRAFIČKI PRIKAZ</i>	55
SLIKA 9: <i>POREĐENJE NISKOG I VISOKOG STEPENA ANGAŽOVANJA POTROŠAČA PRILIKOM KUPOVINE</i>	84
SLIKA 10: <i>POTROŠAČKE NAVIKE I PONAŠANJU U SUPERMARKETIMA I ROBNIM KUĆAMA</i>	85

INDEKS TABELA

TABELA 1: <i>EMPIRIJSKA SERIJA ISPITANIKA PREMA STAROSTI</i>	87
TABELA 2: <i>EMPIRIJSKA SERIJA ISPITANIKA PREMA POLU</i>	88
TABELA 3: <i>EMPIRIJSKA SERIJA ISPITANIKA PREMA VISINI MJESEČNIH PRIMANJA</i>	89
TABELA 4: <i>EMPIRIJSKA SERIJA ISPITANIKA PREMA POLU</i>	89
TABELA 5: <i>EMPIRIJSKA SERIJA ISPITANIKA PREMA ZANIMANJU</i>	90
TABELA 6: <i>EMPIRIJSKA SERIJA ISPITANIKA PREMA MJESTU STANOVANJA</i>	91
TABELA 7: <i>MARKETINŠKI STAVOVI IZRAŽENI KAO TVRDNJE, T.J. KAO PITANJA</i>	92
TABELA 8: <i>MARKETINŠKI STAVOVI – EKSTERNI FAKTORI</i>	92
TABELA 9: <i>MARKETINŠKI STAVOVI – INTERNI FAKTORI</i>	92
TABELA 10: <i>REZULTATI ANKETE ZA SVE ISPITANIKE</i>	93
TABELA 11: <i>DESKRIPTIVNE MJERE REZULTATA ANKETE</i>	97
TABELA 12: <i>MATRICA INTERKORELACIJE ODGOVORA NA POJEDINA PITANJA</i>	101
TABELA 13: <i>RADNA TABELA, ELEMENTI ZA ANALIZU VARIJANSE</i>	102
TABELA 14: <i>RAZLIKE U POGLEDU NA VRIJEDNOSTI ODGOVORA NA POJEDINA PITANJA</i>	103
TABELA 15: <i>HI – KADRAT TEST ZA ISPITANIKE PREMA POLU</i>	105
TABELA 16: <i>TESTIRANJE VRIJEDNOSTI PROCENTA UČEŠĆA ZA ISPITANIKE PREMA POLU</i>	107
TABELA 17: <i>HI – KADRAT TEST ZA ISPITANIKE PREMA STAROSTI</i>	109
TABELA 18: <i>HI – KVADRAT TEST ZA ISPITANIKE PREMA STEPENU STRUČNOSTI</i>	112
TABELA 19: <i>HI – KVADRAT TEST ZA ISPITANIKE PREMA ZANIMANJU</i>	116
TABELA 20: <i>HI KVADRAT TEST ISPITANIKA PREMA VISINI MJESEČNIH PRIMANJA</i>	120
TABELA 21: <i>HI – KVADRAT TEST ISPITANIKA PREMA MJESTU BORA VKA</i>	124

INDEKS GRAFIKONA

GRAFIKON 1: <i>GRAFIČKI PRIKAZ STRUKTURE ISPITANIKA PREMA STAROSTI</i>	87
GRAFIKON 2: <i>GRAFIČKI PRIKAZ STRUKTURE ISPITANIKA PREMA POLU</i>	88
GRAFIKON 3: <i>GRAFIČKI PRIKAZ STRUKTURE ISPITANIKA PREMA VISINI MJESEČNIH PRIMANJA</i>	89
GRAFIKON 4: <i>GRAFIČKI PRIKAZ STRUKTURE ISPITANIKA PREMA OBRAZOVANJU; VISINI STRUČNE SPREME</i>	90
GRAFIKON 5: <i>GRAFIČKI PRIKAZ STRUKTURE ISPITANIKA PREMA ZANIMANJU</i>	91
GRAFIKON 6: <i>GRAFIČKI PRIKAZ STRUKTURE ISPITANIKA PREMA MJESTU STANOVANJA</i>	91