

IZVOD

Ovaj naučni rad govori o ličnosti i potrošaču kao ličnosti. Nakon toga, najvažniji dio rada jeste krajnji cilj svakog marketinga, a to je krajnja kupovina i ponašanje potrošača prilikom kupovine i nakon kupovine. U teorijskom dijelu rada kao najbitniji dio ističu se faktori koji utiču na ponašanje potrošača prilikom kupovine, a dijele se na interne i eksterne faktore.

U sprovedenom istraživanju u radu pokušalo se utvrditi koja grupa faktora ima veći uticaj na potrošača prilikom odluke o kupovini. Prednost se dala internim faktorima i ekonomskim faktorima kao eksternim faktorima. Jedan od ciljeva istraživanja se takođe, odnosi na ubjeđenje da je ženska populacija sklonija većoj potrošnji i kupovini u odnosu na mušku populaciju, gledano prema polu. Nadalje, istraživanje upućuje na provjeru da li će se ispitanici razlikovati u odgovorima prema starosti, stepenu stručnosti i zanimanju ispitanika. Takođe, u israživanju se pokušalo utvrditi da li će se mjesečna primanja ispitanika slagati sa mjerenjima prosječne plate u zemlji.

Ključne riječi: ličnost, potrošač, marketing, kupovina, interni i eksterni faktori.

ABSTRACT

This scientific work deals with the personality and the consumer as a person. After that, the most important part of work is the ultimate goal of any marketing, and that is the ultimate shopping and purchasing behavior of consumers during and after purchase. In the theoretical part of a paper, the most important are factors that influence the behavior of consumers when purchasing, and they are divided into internal and external factors.

In the research part of paper I tried to determine which group of factors have greater impact on consumers when purchasing decision. Advantage is given to internal factors and economic factors as external factors.

One of the aims of the research also, refers to the belief that the female population doing more shopping in relation to the male population. Further research suggests checking whether the survey respondents will have different responses about age, level of expertise and occupation of survey respondents. Also, in research I tried to determine whether the monthly income of respondents agree with the results of the average wage in the country.

Key words: personality, consumer, marketing, purchasing, internal and external factors.