

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/59044>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Психология

-

Из таблицы видно, что для мужчин характерно уделять процессу покупки существенно меньше времени, чем женщинам. Об этом свидетельствуют полученные результаты опроса. 72% респондентов-мужчин ответили, что на осуществление покупок в близлежащем магазине им необходимо около 20 минут. 63% женской аудитории также осуществляет покупки в торговых организациях такого формата как «Близлежащий магазин». Они аргументируют это тем, что в будние дни удобнее всего посещать именно такие магазины, так как затрачивается немного времени на приобретение продуктов и других товаров. И только 4% женщин-покупателей могут провести в торговой организации такого формата около 1 часа. Значительную часть времени мужчина-покупатель готов затратить на посещение рынка - 46 % мужчин, а также магазина формата «Гипермаркет» - 42 %. Это связано с тем, что организация предоставленного формата имеют крупные торговые площадки, обширный ассортимент разнообразных товаров и удобные парковки.

Следует отметить, что 54% женщин посещает «Торгово-развлекательный центр» и тратит на это более 1 часа. Это объясняется тем, что такие организации женщинам нравится посещать всей семьей и на выходных, так как можно хорошо провести время вместе и заодно совершить необходимые покупки на длительный срок.

В ходе нашего исследования нам нужно было еще выяснить: планируют ли респонденты покупки заранее? Результаты опроса по данному вопросу представлены в виде гистограммы на рисунке 2.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/59044>