МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ
ФАКУЛЬТЭТ ФІЛАСОФІІ І САЦЫЯЛЬНЫХ НАВУК
Кафедра сацыяльнай камунікацыі

ПАЗНЯК Аляксандра Сяргееўна

СПАЖЫВЕЦКАЯ ЛАЯЛЬНАСЦЬ ЯК ФАКТАР ПАВОДЗІНАЎ ПАКУПНІКОЎ НА РЫНКУ

Дыпломная праца
АНАТАЦЫЯ
Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філасофскіх навук,
дацэнт
Н.В.Яфімава

Мнiск, 2024

АНАТАЦЫЯ

Структура і аб'ём дыпломнай працы складае 40 старонак і ўключае 2 дадаткі, 2 малюнкі, 15 табліц і 44 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: паводзіны спажыўцоў, працэс прыняцця рашэння, лаяльнасць, транзакцыйная лаяльнасць, перцэпцыйная лаяльнасць, комплексная лаяльнасць, унутраныя фактары, фактары навакольнага асяроддзя, маркетынгавыя стымулы, мэтавая аўдыторыя, рэклама, банк, банкаўская сфера, сродкі і метады фарміравання і павышэння лаяльнасці.

Аб'ект даследавання дыпломнай працы - банкаўская сфера і яе кліенты.

Прадмет даследавання дыпломнай працы - стратэгія і тактыка банкаў па фарміраванні лаяльнасці спажыўцоў банкаўскіх паслуг.

Мэта дыпломнай работы - вывучыць метады, сродкі і спосабы фарміравання спажывецкай лаяльнасці ў банкаўскай сферы на прыкладзе "Альфа-Банка" і "БСБ Банка".

Метадалагічную аснову дыпломнай працы склалі агульнанавуковыя метады: метад аналізу і сінтэзу, метад індукцыі і дэдукцыі, метад параўнання, апісальны метад, а таксама прыватнанавуковыя, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (метад кантэнт-аналізу).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: вызначаны ўнутраныя і знешнія фактары, якія ўплываюць на паводзіны спажыўца; выяўлены маркетынгавыя стымулы пакупальніцкіх паводзін; прааналізавана лаяльнасць як сацыяльна-псіхалагічная ўстаноўка; выдзелены спосабы і метады па фарміраванні і павышэнні спажывецкай лаяльнасці; вывучаны вопыт фарміравання лаяльнасці ў спажыўцоў у банкаўскай сферы на прыкладзе банка "Альфа-Банк" і "БСБ Банк".

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага падыходу да вывучэння фарміравання і павышэння спажывецкай лаяльнасці. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай працы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы і рэалізацыі стратэгій па дасягненні лаяльнасці ў банкаўскай сферы.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.