

**Samantekt: Ákvörðunartökuhættir: Er munur á kaupákvörðunartöku fólks sem velur að versla í Kringlunni, Smáralind eða Miðborginni?**

**Nemandi: Hulda Hauksdóttir**

**Sérsvið: Markaðsfræði og alþjóðaviðskipti**

**Dagsetning: Maí 2008**

## Útdráttur

Tilgangur rannsóknarinnar var að kanna hvort hægt væri að ákvarða ákvörðunartökuhætti fólks og ef svo væri, hvort munur væri á ákvörðunartökuháttum fólks sem velur að versla í Kringlunni, Smáralind eða í Miðborginni og í hverju sá munur er fólgin. Einnig voru kannaðar vísbendingar um helstu breytingar í verslunarmhverfinu og verslunarmenningu Reykvíkinga. Gagnaöflun fór fram með spurningalistum og voru listar með 40 spurningum lagðir fyrir 450 þátttakendur. Af þeim reyndust 423 listar nothæfir. Alls svöruðu 145 karlar og 270 konur. Þátttakendur í rannsókninni voru valdir af hentugleika meðal almennings og nemenda Háskóla Íslands, Menntaskólans í Reykjavík, Verzlunarskóla Íslands og Fjölbrotaskóla Garðabæjar. Kenning Sproles og Kendall (1986) á kaupákvörðunartökuháttum neytanda mynda kenningarlegan ramma rannsóknarinnar. Þekking á ákvörðunartökuháttum neytandans er mikilvæg fyrir markaðsfólk, því þeir eru náskyldir kauphegðun fólks. Til þess að öðlast betri innsýn og dýpri skilning á aðstæðum í verslunarkjörnum þremur og fá þannig innsýn í kosti þeirra og galla með augum kaupmanna, voru einnig tekin hálfopin viðtöl við 7 kaupmenn í verslunarkjörnum Kringlunni, Smáralind og Miðborginni.

Tvær rannsóknartilgátur voru settar fram: 1. Það eru engin tengsl á milli aldurs og þeirra sem velja að versla í verslunarkjörnum. 2. Það eru engin tengsl á milli búsetu og þeirra sem velja að versla í verslunarkjörnum.

Helstu niðurstöður voru þær að ákvörðunartökuhættir Sproles og Kendall (1986) voru staðfestir. Einnig reyndist vera munur á ákvörðunartökuháttum aðspurðra eftir því hvar þeir ákváðu að versla. Viðskiptavinir Kringlunnar vilja fyrst og fremst gæðavörur og hafa gaman af því að fara í verslanir. Viðskiptavinir Smáralindar eru viljugir að kaupa dýr og vel þekkt merki og hafa gaman af því að versla. Viðskiptavinir Miðborgarinnar eru einnig viljugir að kaupa dýr og vel þekkt merki, vilja gæði en kaupa helst á útsölum eða á tilboðum. Yngra fólk velur verslunarmiðstöðvarnar en fólk sem býr austan Elliðaáa, ásamt þeim sem búa utan höfuðborgarsvæðisins verslar lítið sem ekkert í Miðborginni. Verslanaumhverfið hefur breyst mikið ásamt verslunarmenningunni.

