



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Επικοινωνίας
και Μέσων
ενημέρωσης

Πτυχιακή εργασία

**Η επιρροή της πίεσης χρόνου στην συμπεριφορά καταναλωτή
κατά την διάρκεια αγοράς ενδυμάτων.**

Βερονίκη Παναγιώτου

Λεμεσός, Μάιος 2023

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ

Σχολή Επικοινωνίας και Μέσων ενημέρωσης

Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου

Πτυχιακή εργασία

Η επιρροή της πίεσης χρόνου στην συμπεριφορά καταναλωτή
κατά την διάρκεια αγοράς ενδυμάτων

Βερονίκη Παναγιώτου

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ. Χρίστος Θεμιστοκλέους

Λεμεσός, Μάϊος 2023

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Βερονίκη Παναγιώτου, 2023

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η χρήση παραπλανητικών ερεθισμάτων κατά την διάρκεια αγορών, χρησιμοποιείτε από τους καταστηματάρχες εδώ και πολλά χρόνια με στόχο να αυξήσουν τις πωλήσεις τους και να ελκύσουν το καταναλωτικό κοινό. Η παρούσα εργασία ερευνά την συμπεριφορά των καταναλωτών κάτω από το ερέθισμα της πίεσης χρόνου. Πιο συγκεκριμένα, εστιάζει στις αγορές ενδυμάτων κατά την διάρκεια εκπρωτικών περιόδων. Για την πραγματοποίηση της έρευνας έγινε η χρήση των μεθόδων της ποσοτικής ανάλυσης. Με αυτό τον τρόπο έρευνας, προέκυψαν τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν στην υλοποίηση της εργασίας. Τα δεδομένα αφορούν την στάση του καταναλωτικού κοινού. Στην αρχή της εργασίας θα διεξαχθεί μια βιβλιογραφική ανασκόπηση και μετά την έρευνα θα γίνει σύνδεση της βιβλιογραφίας με τα ευρήματα. Η συμπεριφορά καταναλωτή είναι ένα τεράστιο κομμάτι των σπουδών του μάρκετινγκ, το οποίο έχει αρκετές πτυχές.

ABSTRACT

The use of misleading stimuli during the act of shopping has been used by companies for many years to increase their sales and attract consumers. This paper aims to investigate consumer behavior under the stimulus of time pressure. More specifically it focuses on clothing purchases during discount periods. To carry out the research, quantitative analysis methods were used to obtain the necessary data. This data concerns the consumers' attitudes. At first, a literature review will be conducted, then it will be connected with the findings. Consumer behavior is an enormous part of marketing studies with several aspects.