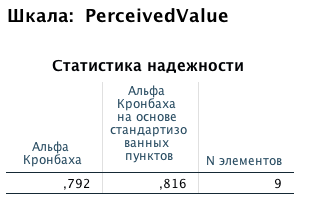
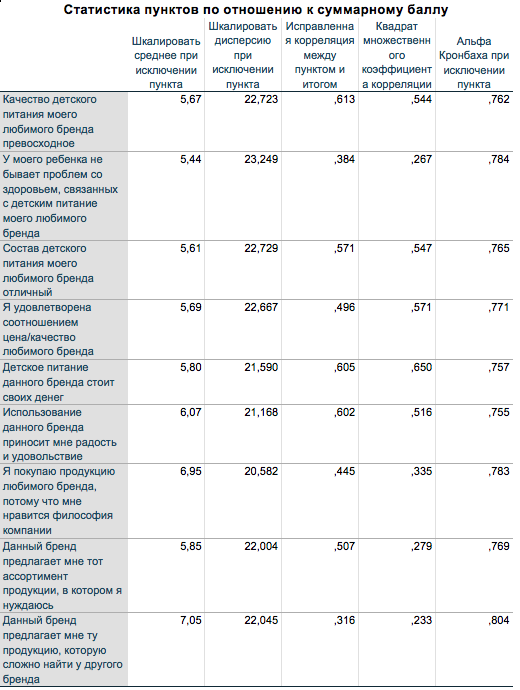
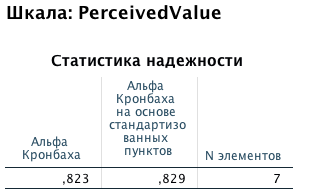
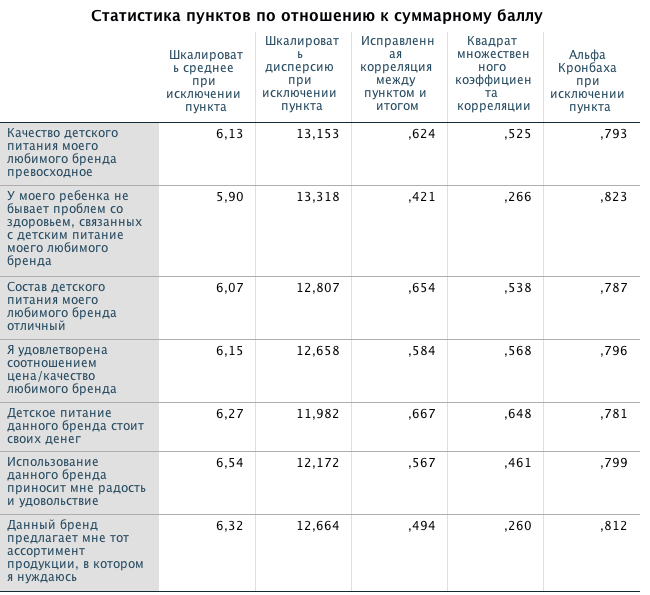
## Приложение 12. Проверка надежности шкал независимых переменных

**А) Воспринимаемая ценность**

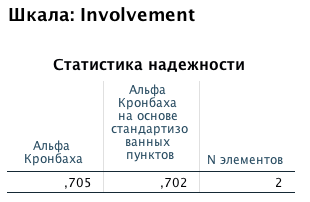
****

****

****



**Б) Вовлеченность**



**В) Удовлетворенность**





**Г) Доверие бренду**

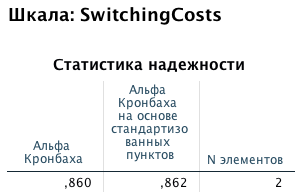




**Д) Издержки на переключение**

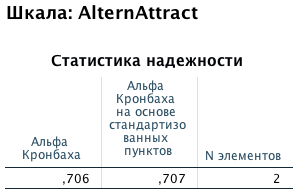
****

****

****

****

**Е) Привлекательность альтернатив**



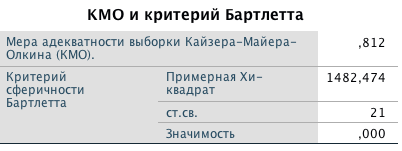
**Ж) Мнение референтных групп**





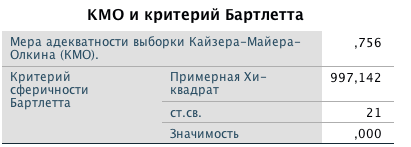
## Приложение 13. Факторный анализ.

А) Лояльность



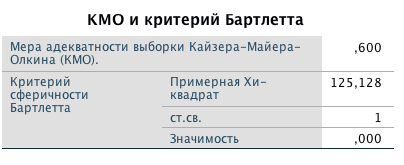


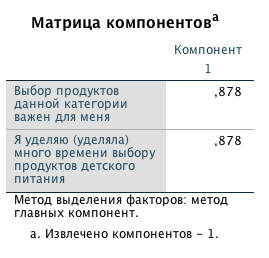
Б) Воспринимаемая ценность



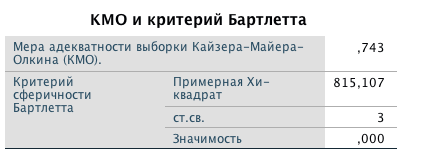


В) Вовлеченность



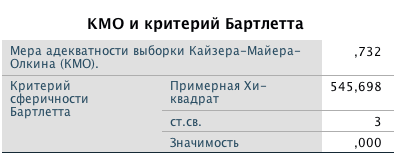


Г) Удовлетворенность





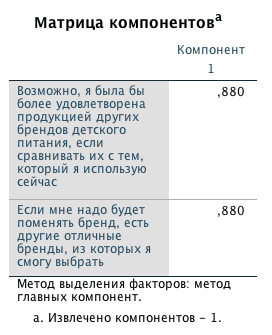
Д) Доверие бренду



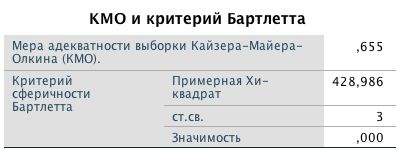


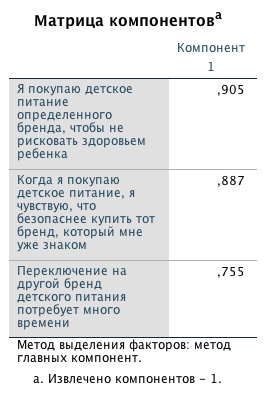
Е) Привлекательность альтернатив



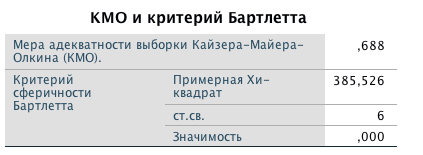


Ж) Издержки на переключение





З) Мнение референтных групп



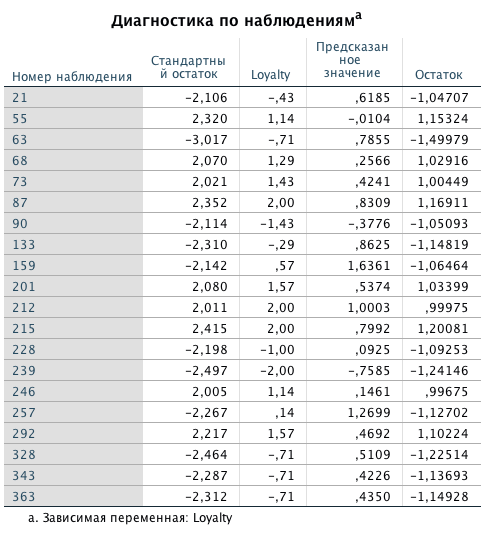


## Приложение 14. Проверка допущений, необходимых для построения регрессионной модели

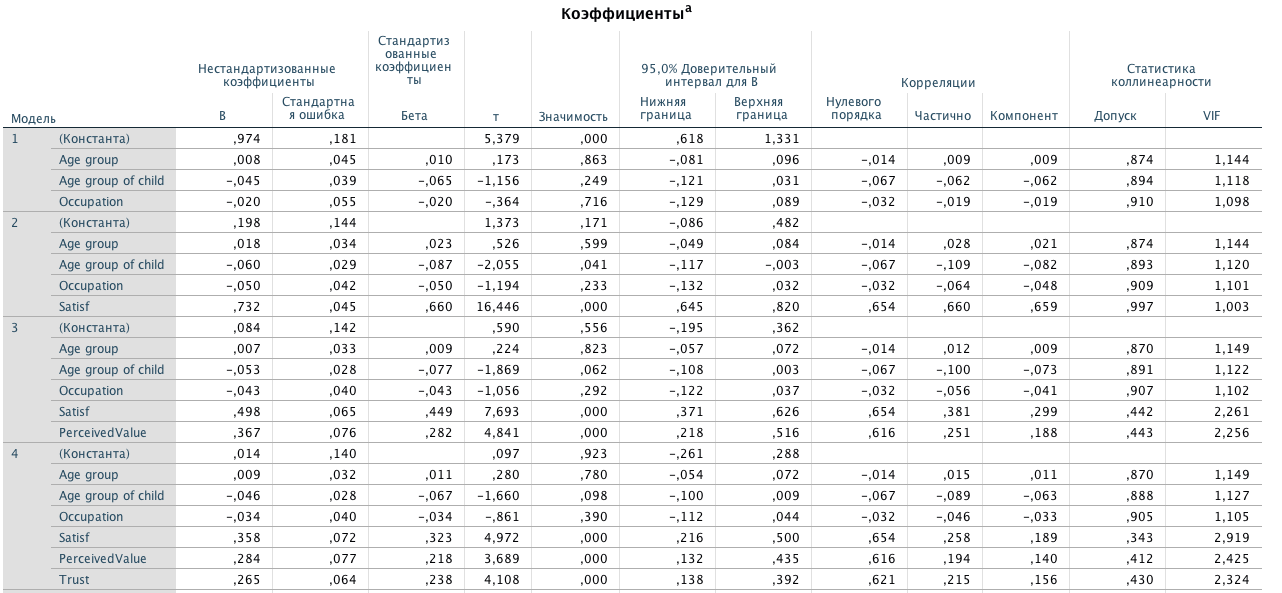
**А) Первая попытка построения модели**

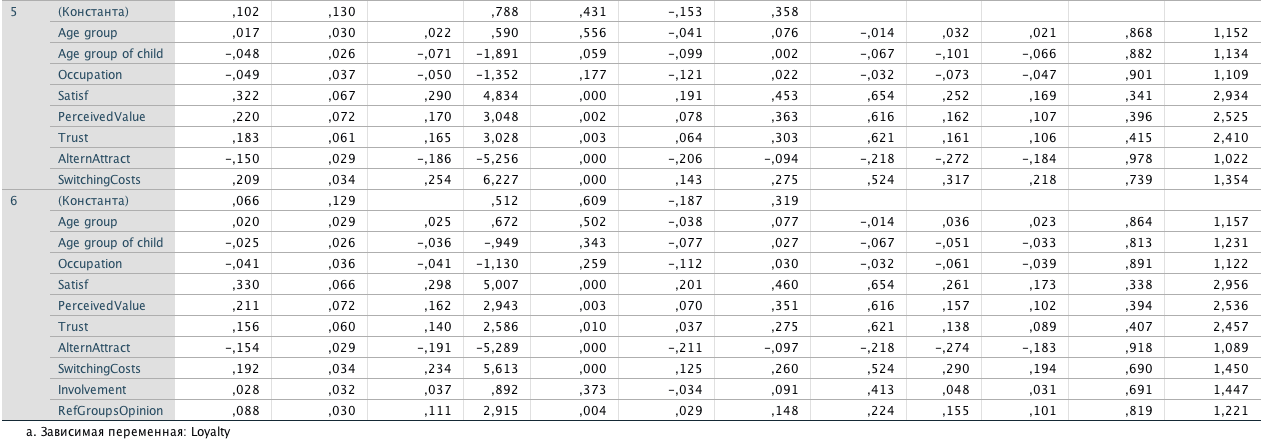


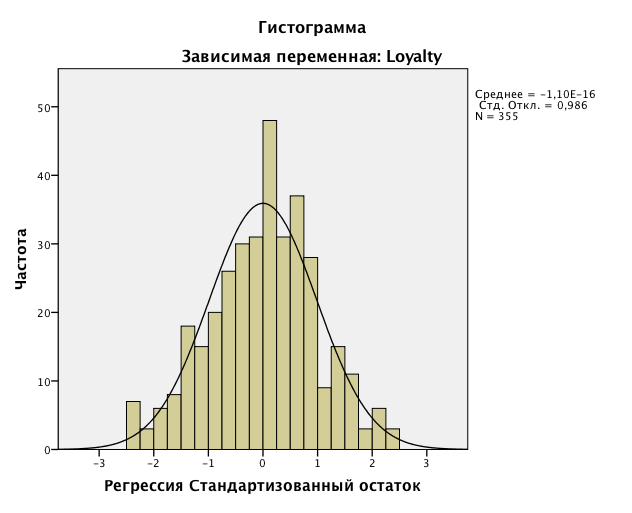
**Б) Вторая попытка построения модели**



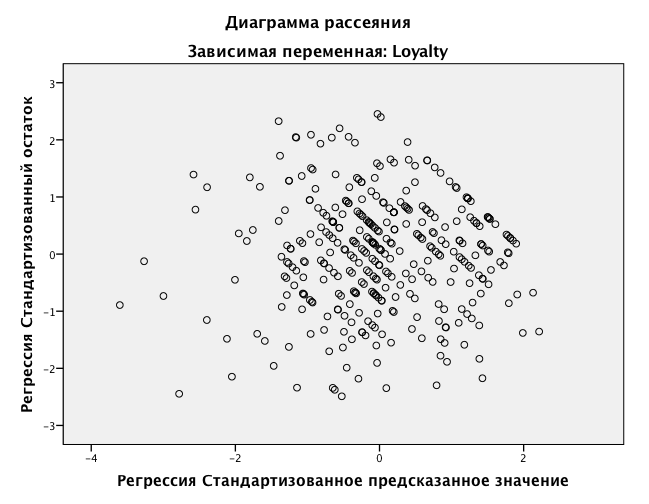
**В) Третья попытка построения модели**

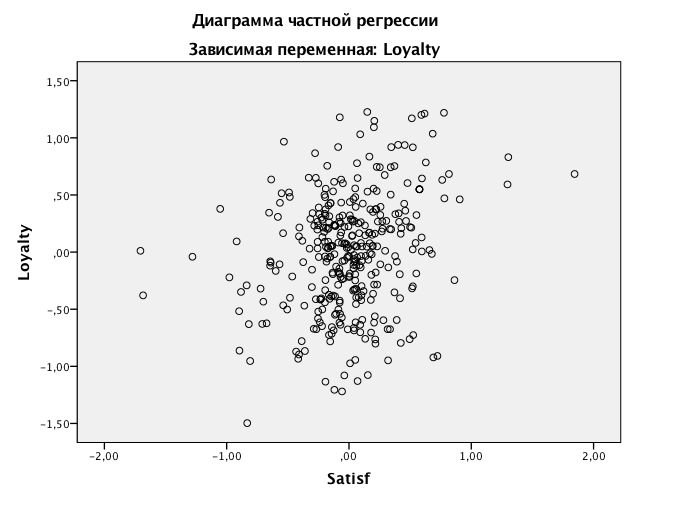
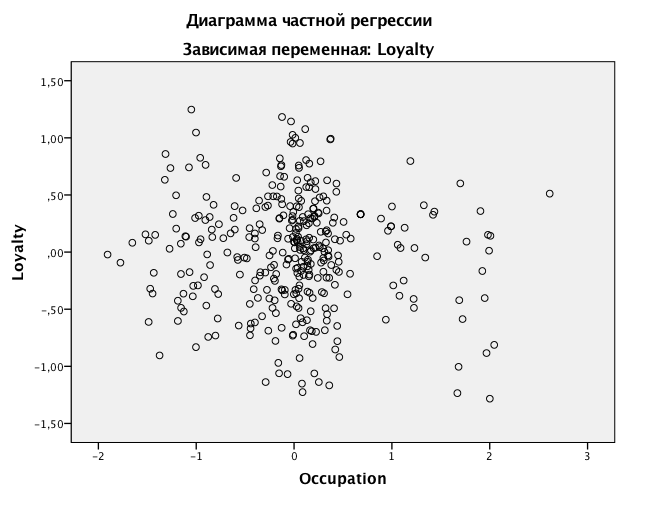
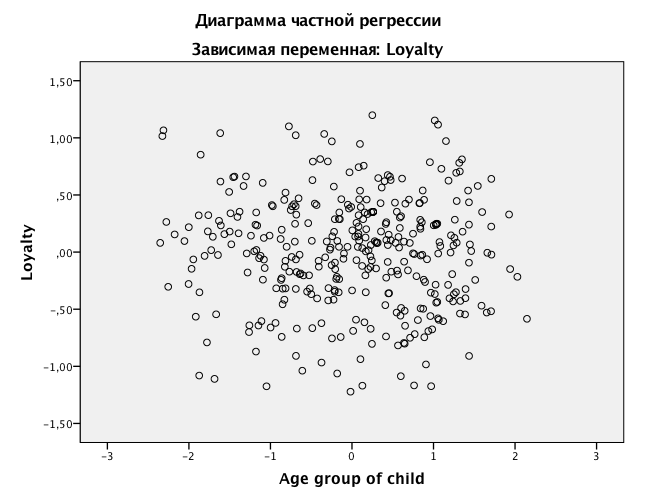
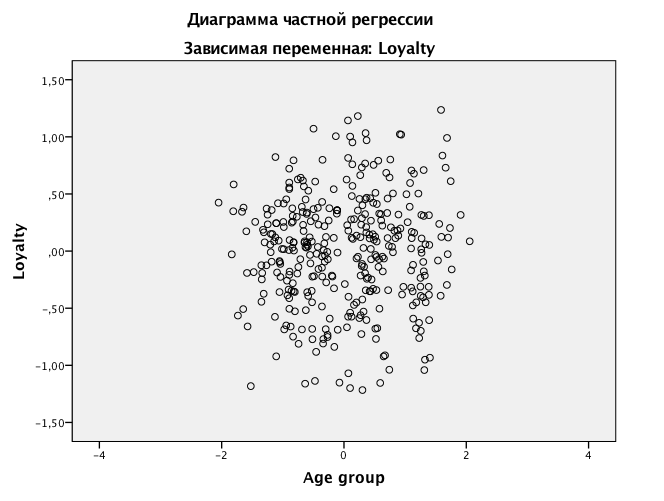


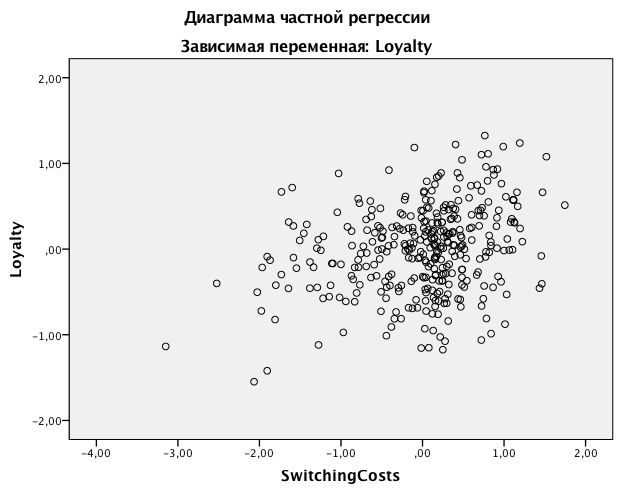
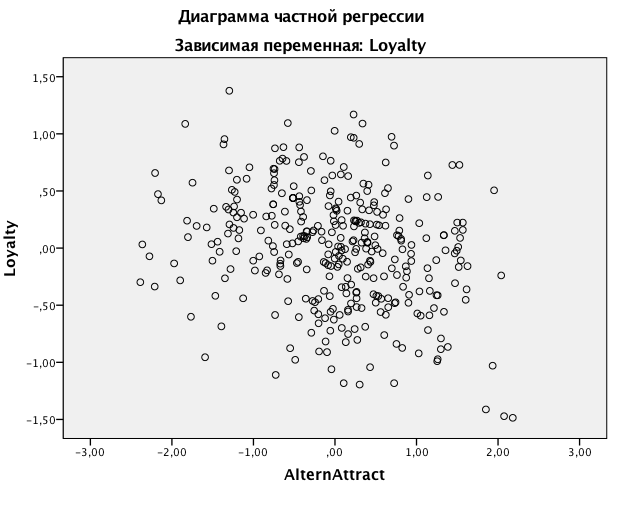
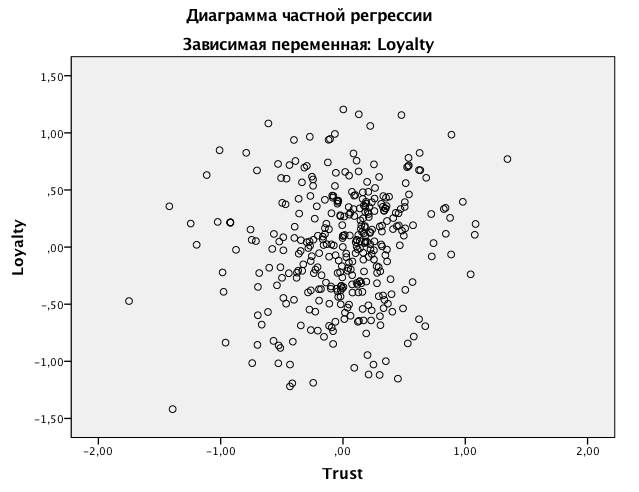


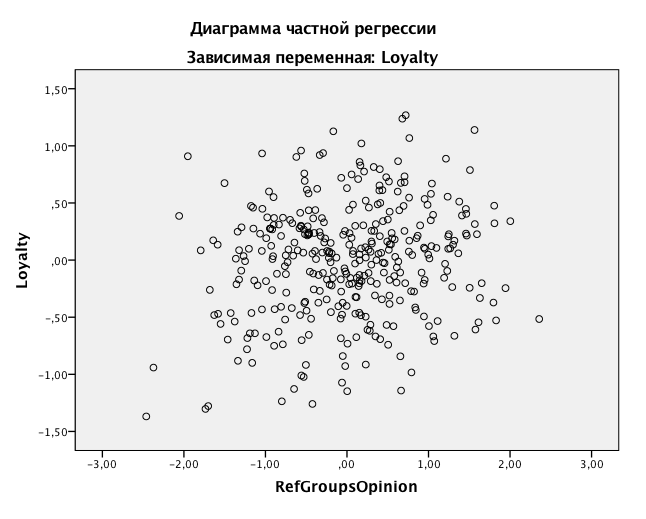
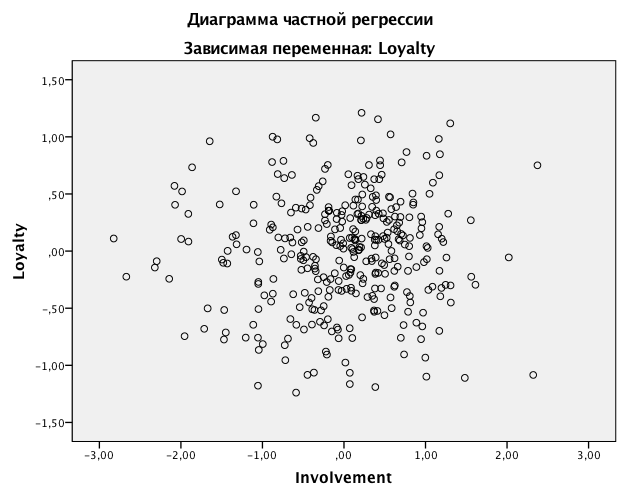




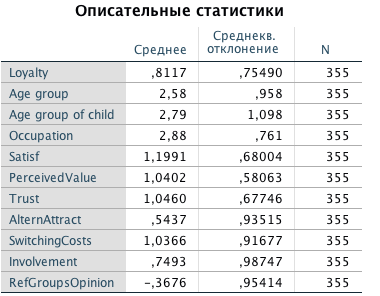


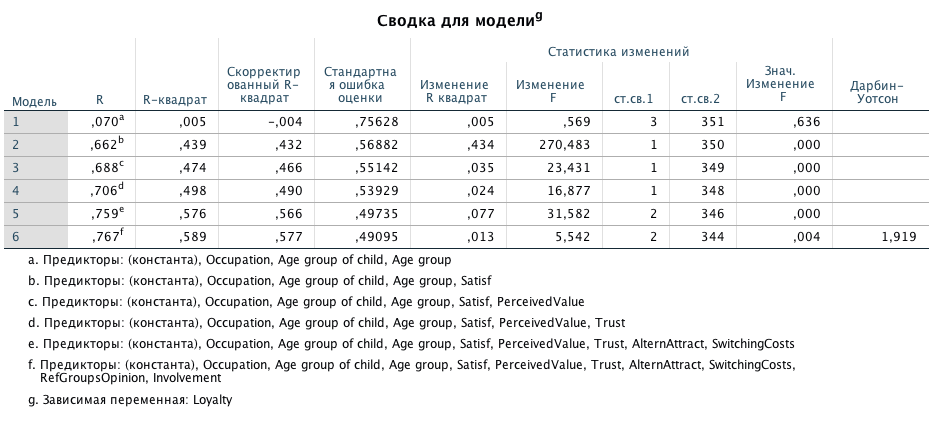


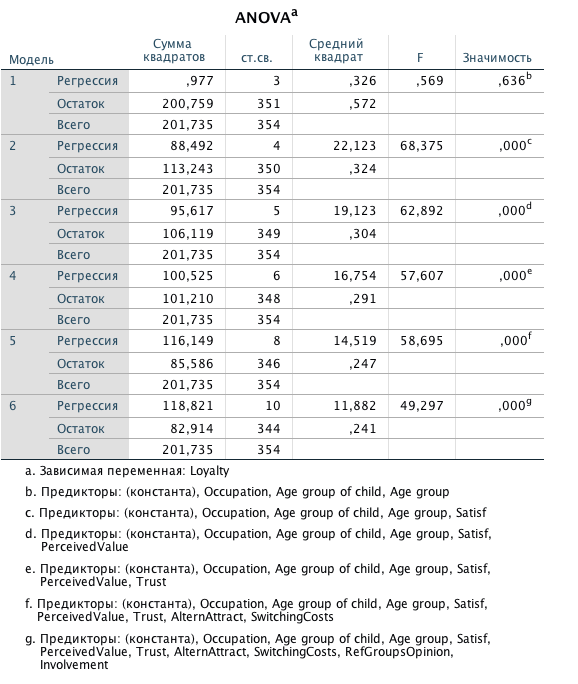


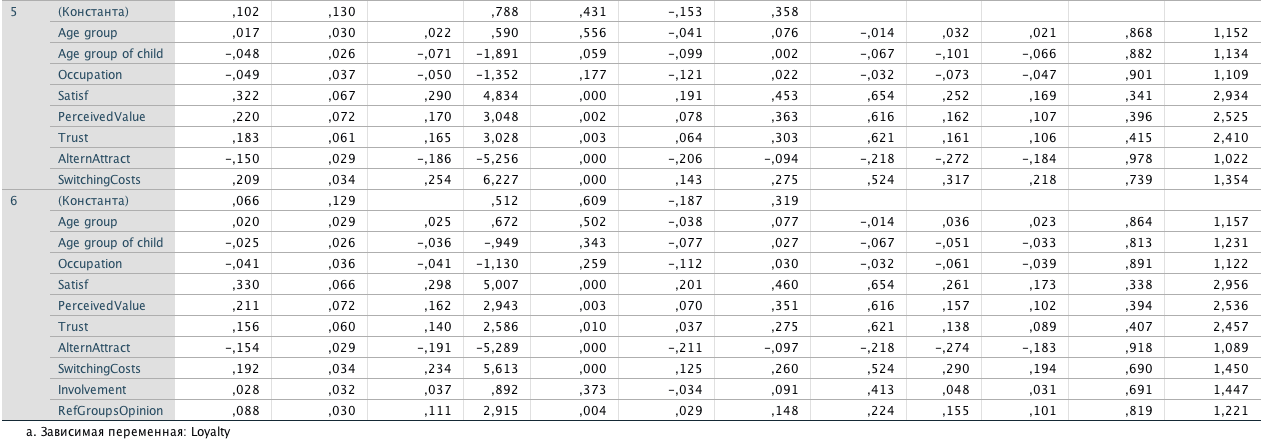
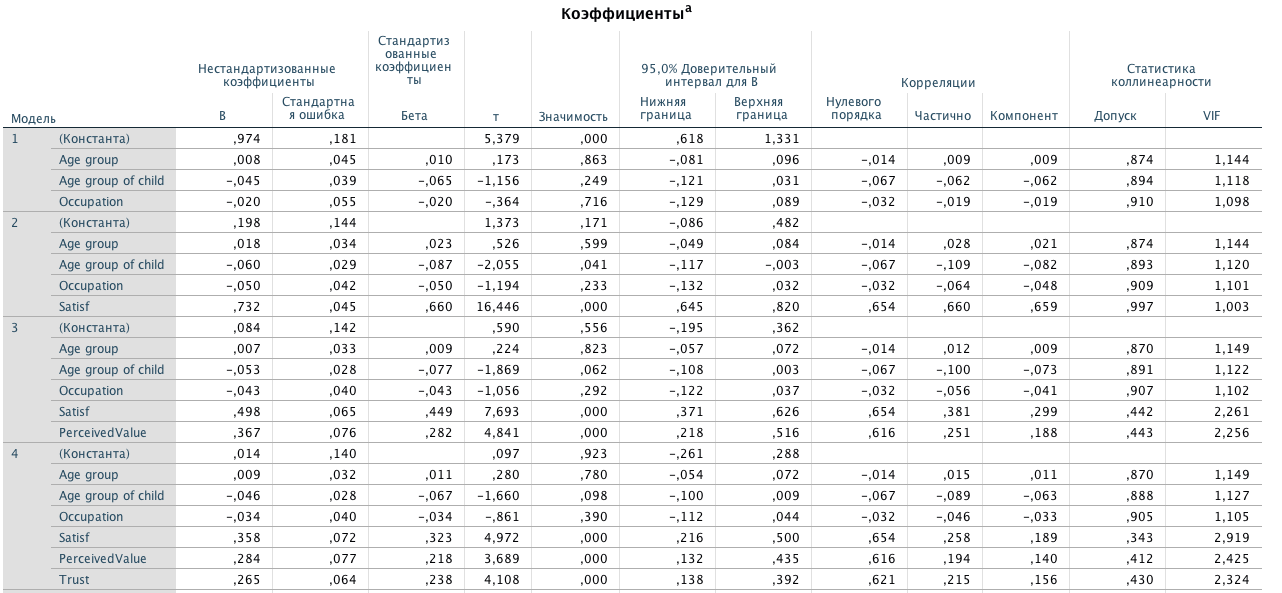


## Приложение 15. Регрессионная модель







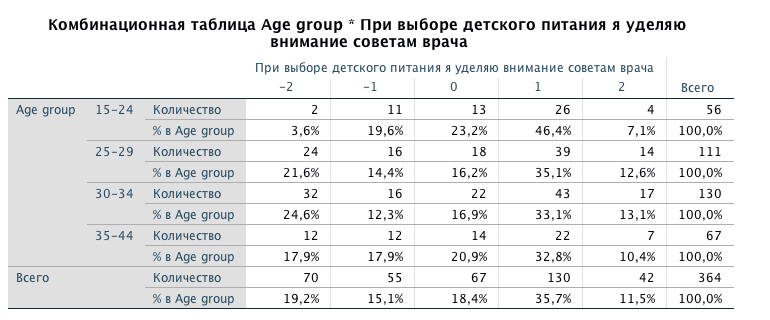


## Приложение 16. Описательная статистика для переменной, отражающей степень важности советов врача при выборе детского питания





## Приложение 17. Статистика по проверке Предположения 3.





## Приложение 18. Описательная статистика по переменной, отражающей готовность искать любимый бренд детского питания

