

УДК 33
ББК 65
Д79

Рецензенты:

Е. Г. Гребнев — доктор экономических наук, профессор;
Т. Ф. Рябова — доктор экономических наук, профессор.

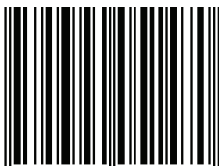
Дубровин И. А.

Д79 Поведение потребителей: Учебное пособие / И. А. Дубровин. — 6-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 310 с.

ISBN 978-5-394-05147-0

В учебном пособии рассмотрены факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей, изложены вопросы восприятия потребителем товаров, консюмеризма, этики продаж, установления партнерских отношений и особенности принятия решения при выборе продуктов питания. Приведены примеры расчетов и вопросы для самопроверки.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» и «Торговое дело».



9 785394 051470 >



Сертификат соответствия № РОСС RU.AB51.HO5316

Подписано в печать 10.11.2022. Формат 60×84 1/16.

Печать офсетная. Бумага газетная. Печ. л. 19,5.

Тираж 50 экз.

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732

Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58

E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-05147-0

© Дубровин И. А., 2009

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2009

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	5
1. МАРКЕТИНГ И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ	7
1.1. Характер поведения потребителя.....	7
1.2. Основные категории поведения потребителей.....	20
1.3. Методы исследования поведения потребителей.....	28
1.4. Анализ результатов исследований поведения потребителей ...	43
2. ФАКТОРЫ ВНЕШНЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ...	59
2.1. Роль культуры.....	59
2.2. Значение референтных групп в поведении потребителей.....	73
2.3. Роль семьи и домохозяйства.....	82
2.4. Социальный статус потребителей.....	86
2.5. Влияние конкретных ситуаций.....	90
3. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	94
3.1. Восприятие.....	94
3.2. Осведомленность	103
3.3. Отношение	114
3.4. Содействие	119
3.5. Мотивация в поведении потребителя	129
3.6. Жизненный стиль потребителя.....	156
3.7. Психогномика профиля потребителя.....	166
4. ПРОЦЕССЫ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕМ	177
4.1. Обработка информации	177
4.2. Вовлеченность и обучение потребителя.....	182

5. МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ...	203
5.1. Общая модель принятия решения о покупке	203
5.2. Корректирующие факторы принятия решения о покупке	214
6. ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ	219
6.1. Процесс выбора продовольственных товаров.....	219
6.2. Ресурсы потребителей для выбора продовольственных товаров	236
7. КОНСЬЮМЕРИЗМ И ПАРТНЕРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ	250
7.1. Консьюмеризм	250
7.2. Партнерские отношения с потребителями.....	256
8. ПРАКТИКУМ	276
8.1. Тестовые задания	276
8.2. Задачи	306