

СЪДЪРЖАНИЕ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Предговор | 7 |
| Глава първа | |
| ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ПРИ ПОКУПКА НА БЪРЗООБОРОТНИ СТОКИ..... | 13 |
| 1. Поведението на потребителите като обект на изучаване от търговските фирми | 13 |
| 2. Дефиниране на поведението на потребителите | 31 |
| 3. Бързооборотни потребителски стоки – класификация и характеристика | 38 |
| 3.1. Класифициране на потребителските стоки | 38 |
| 3.2. Класификация и характеристика на бързооборотните потребителски стоки | 49 |
| Глава втора | |
| МЕТОДИЧЕСКИ АСПЕКТИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ПРИ ПОКУПКА НА БЪРЗООБОРОТНИ ПОТРЕБИТЕЛСКИ СТОКИ В ТЪРГОВСКИТЕ ОБЕКТИ..... | 61 |
| 1. Фактори, влияещи върху поведението на потребителите в процеса на вземане на решение за покупка – същност и класификация | 61 |
| 1.1. Обща характеристика на факторите, влияещи в процеса на вземане на решение за покупка – групиране и класифициране | 61 |
| 1.2. Характеристика на факторите, влияещи в процеса на покупка на бързооборотни стоки | 71 |
| 2. Модели на потребителско поведение при покупка | 83 |
| 2.1. Икономически модели на потребителско поведение..... | 89 |
| 2.2. Психологически модели на потребителско поведение..... | 99 |
| 2.3. Маркетингови модели на потребителско поведение | 110 |
| 3. Етапи на вземане на решение при покупка | 116 |
| Глава трета | |
| ИЗСЛЕДВАНЕ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ПРИ ПОКУПКА НА БЪРЗООБОРОТНИ СТОКИ | 131 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Модел на поведение на потребителите при покупка на бързооборотни стоки | 131 |
| 2. Методика за изследване поведението на потребителите при покупка на бързооборотни стоки..... | 136 |
| 2.1. Теоретична рамка на емпиричното изследване на поведението на потребителите при покупка на бързооборотни стоки | 136 |
| 2.2. Методи за анализ на данните..... | 140 |
| 3. Преглед на резултати от предходни изследвания | 148 |
| 4. Основни резултати от изследване поведението на потребителите при покупка на хранителни бързооборотни стоки през 2011 и 2018 г..... | 151 |
| 5. Основни резултати от изследване поведението на потребителите при покупка на нехранителни бързооборотни стоки през 2011 и 2018 г..... | 181 |
| 6. Основни изводи и препоръки от изследване на поведението на потребителите при покупка на бързооборотни стоки в търговските обекти през 2011 г. | 192 |
| 7. Основни изводи от изследване на поведението на потребителите при покупка на бързооборотни стоки в търговските обекти през 2018 г. | 197 |
| 8. Резултати от изследвания на специализирани маркетингови агенции в периода 2014 – 2019 г. | 200 |
| 9. Тенденции в поведението на потребителите при покупка на бързооборотни стоки | 203 |
| Заклучение..... | 207 |
| Използвана литература | 212 |