

СЪДЪРЖАНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ.....	5
----------------	---

Част първа

ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ЦЕНАТА В КОНТЕКСТА НА ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ ПРИ ПОКУПКА	9
--	---

1. Съвременни концепции за стойността, ценността и цената	9
2. Цените и тяхното влияние в процеса на вземане на решение за покупка на потребителски стоки.....	31
3. Фактори на ценовата чувствителност, влияещи върху поведението на потребителите	53

Част втора

ЦЕНАТА – ИЗТОЧНИК НА ПОТРЕБИТЕЛСКА ЦЕННОСТ	77
--	----

1. Ценовите намаления – форма за предоставяне на потребителска ценност чрез цената	77
1.1. Директни ценови намаления.....	78
1.2. Форми на индиректни ценови намаления	99
2. Измерване на потребителската ценност чрез цената	104
3. Утилитарно и хедонистично отношение на потребителите към цената	110
4. Концептуален модел на поведение на потребителите под влияние на цената	116

Част трета

ИЗСЛЕДВАНЕ ВЛИЯНИЕТО НА ЦЕНАТА ВЪРХУ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО	125
--	-----

1. Основни методологически принципи на изследването	125
---	-----

2. Изследване влиянието на цената върху поведението на потребителите при покупка на потребителски стоки в търговията на дребно	129
3. Основни изводи от изследването на влиянието на цената върху поведението на потребителите при покупка на потребителски стоки в търговията на дребно	184
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	187
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....	189