

**Библиотека “Проф. Цани Калянджиев”**

---

**Книга дванадесета**

**Гл. ас. д-р Мария Кехайова-Стойчева**

**Социално-психологически  
измерения на потребителското  
поведение**

**2008**

**Издаелство “Наука и икономика”  
Икономически университет - Варна**

## СЪДЪРЖАНИЕ

Резюме на български език .....	5
Резюме на руски език .....	5
Резюме на английски език .....	6
Резюме на немски език .....	6
Въведение .....	8

### **I глава. Индивидуални особености на потребителите като предпоставка за различия в покупките**

1. Личността и "аз"-концепцията като фактори върху поведението на индивидуалните потребители .....	13
2. Влияние на концепцията стил на живот върху потребителското поведение .....	28

### **II глава. Психични процеси, които помагат на потребителите да се ориентират и да натрупват знания за предлагането**

1. Процесът на възприятие като фактор върху потребителското поведение .....	41
2. Влияние на процесите учене и запаметяване при оформяне на потребителските решения .....	57

### **III глава. Психични процеси, които обясняват потребителските решения**

1. Влияние на мотивацията и емоциите върху потребителското поведение .....	83
2. Нагласите като фактор върху потребителското поведение .....	104
3. Потребителската удовлетвореност - емоция или нагласа .....	124

**IV глава. Социални аспекти  
на потребителското поведение**

1. Груповите влияния и проблемите при тяхното изучаване .....	133
2. Влияние на семейството върху оформянето на потребителските решения .....	143
3. Влияние на "лидерите на мнение" върху поведението при покупка .....	152
Заклучение .....	157
Използвана литература .....	159
Индекс на фигурите .....	166
Индекс на таблиците .....	167