

Ю.И. Соколов, И.М. Лавров

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ

Допущено

*Федеральным агентством железнодорожного транспорта
в качестве учебного пособия для студентов
вузов железнодорожного транспорта*

Москва
2018

Оглавление

Предисловие	3
-------------------	---

Раздел I

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ

Глава 1. ОСОБЕННОСТИ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО РЫНКА РОССИИ	4
---	---

1.1. Отраслевые особенности транспортного рынка	4
1.2. Характеристика рынка грузовых перевозок	7
1.3. Характеристика рынка пассажирских перевозок	15
1.4. Перспективы развития транспортного рынка	31

Глава 2. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ	35
---	----

2.1. Особенности маркетинговой деятельности на транспорте	35
2.2. Виды потребителей на транспортном рынке	41

Раздел II

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ

Глава 3. ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ	48
--	----

3.1. Культура	48
3.2. Субкультура	54
3.3. Социальные группы	56
3.4. Семья и домохозяйство	63

Глава 4. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ	74
---	----

4.1. Мотивация	74
4.2. Персональные ценности	82
4.3. Психологические факторы	86

Глава 5. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕМ.....	99
5.1. Основные факторы принятия решения потребителем	99
5.2. Осознание необходимости покупки	107
5.3. Информационный поиск	111
5.4. Оценка и выбор альтернатив	115
5.5. Покупка	122
5.6. Реакция на покупку.....	132
Раздел III	
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СТИМУЛЫ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ	
Глава 6. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ.....	147
6.1. Сущность и особенности организационного потребления на транспорте.....	147
6.2. Типы закупочных ситуаций	151
Глава 7. ВЛИЯНИЕ ЦЕНЫ ПЕРЕВОЗКИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	155
7.1. Сущность транспортных тарифов.....	155
7.2. Ценообразование в регулируемом и дерегулированном сегментах транспортного рынка	166
7.3. Ценовая эластичность спроса	178
7.4. Механизм влияния цены на поведение потребителя.....	181
Глава 8. ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ	194
8.1. Сущность качества как инструмента стимулирования сбыта транспортных услуг.....	194
8.2. Система показателей для оценки качества транспортного обслуживания грузовладельцев и пассажиров.....	199
8.3. Механизм влияния уровня качества на потребительский выбор.....	208
Рекомендуемая литература.....	218