

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

**«ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ, ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ  
ТА ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»**

Виконав: здобувач 4 курсу,

групи МГ-16

Спеціальності 075 Маркетинг

Монат Милана Євгенівна

Керівник: Мішустіна Т.С., к.е.н., доцент

**Дніпро**

**2020**

## **А Н О Т А Ц І Я**

**Монат М.Є. Поведінка споживачів, її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства.**

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто розробку заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Брокард-Україна», проаналізовано конкурентоспроможність, розроблено рекомендації щодо підвищення лояльності споживачів ТОВ «Брокард-Україна». З урахуванням специфіки продукції ТОВ «Брокард-Україна» та конкурентних умов, запропоновано впровадження програми лояльності для споживачів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності ТОВ «Брокард-Україна» на національному ринку.

**Ключові слова:** маркетингове дослідження, поведінка споживачів, лояльність, маркетингова діяльність.

## **SUMMARY**

**Monat M.E. Consumer behavior, its features and significance for the marketing activities of the enterprise.**

The qualification bachelor's thesis considers the development of measures to improve the marketing activities of LLC "Brocard-Ukraine", analyzed competitiveness, developed recommendations for increasing customer loyalty of LLC "Brocard-Ukraine". Taking into account the specifics of LLC «Brocard-Ukraine» products and competitive conditions, it is proposed to introduce a loyalty program for consumers, which will help increase the competitiveness of LLC «Brocard-Ukraine» on the national market.

**Keywords:** marketing research, consumer behavior, loyalty, marketing activity.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <u>ВСТУП</u> .....                                                                                                                          | 7  |
| <u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ</u> .....                                                                  | 9  |
| 1.1. Специфіка і значення маркетингових досліджень клієнтської аудиторії в структурі маркетингових заходів організації.....                 | 9  |
| 1.2. Поведінка споживачів як об'єкт маркетингового дослідження.....                                                                         | 15 |
| 1.3. Модель купівельної поведінки і особливості вивчення споживачів на ринку товарів споживчого призначення.....                            | 20 |
| <u>РОЗДІЛ 2. СТАН ТА АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БРОКАРД-УКРАЇНА»</u> .....                | 30 |
| 2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «БРОКАРД-УКРАЇНА».....                                                                     | 30 |
| 2.2. Аналіз та сегментування цільового ринку ТОВ «БРОКАРД-УКРАЇНА».....                                                                     | 42 |
| 2.3. Аналіз конкурентоспроможності та позиціонування ТОВ «БРОКАРД-УКРАЇНА».....                                                             | 47 |
| 2.4. SWOT – аналіз ТОВ «БРОКАРД-УКРАЇНА».....                                                                                               | 51 |
| <u>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЗАСНОВАНІ НА ОСОБЛИВОСТЯХ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОВ «БРОКАРД-УКРАЇНА»</u> ..... | 54 |
| 3.1. Дослідження лояльності споживачів.....                                                                                                 | 54 |
| 3.2. Пропозиції щодо підвищення лояльності споживачів.....                                                                                  | 61 |
| 3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів.....                                                                                     | 66 |
| <u>ВИСНОВКИ</u> .....                                                                                                                       | 72 |
| <u>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</u> .....                                                                                                     | 75 |