

**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 МГр-19-2  
Спеціальності 075 Маркетинг  
Горбенко Софія Геннадіївна  
Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., проф.

**Дніпро**

**2023**

## АНОТАЦІЯ

*Горбенко С.Г. Поведінка споживачів, її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства.*

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей формування поведінки споживачів, та її вплив на маркетингову діяльність підприємства. Розглянуто теоретичні основи формування моделей споживчої поведінки, проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «Алан» ТМ «Алан». Оцінено конкурентоспроможність ТМ «Алан», і його головного конкурента. Проведено маркетингове дослідження щодо уподобань споживачів. На основі отриманих даних розроблено рекомендації щодо формування поведінки споживачів ТМ «Алан».

**Ключові слова:** поведінка споживачів, ринок м'ясоковбасних виробів, маркетингове дослідження, конкурентоспроможність торгової марки, стимулювання попиту.

## SUMMARY

*Horbenko S.H. Consumer behavior its features and significance for the marketing activities of the enterprise*

The qualification work is devoted to the study of the features of the formation of consumer behavior, and its impact on the marketing activities of the enterprise. The theoretical foundations of the formation of models of consumer behavior are considered, the marketing environment of LLC «Alan» TM «Alan» is analyzed. The competitiveness of TM «Alan» and its main competitor was evaluated. A marketing study on consumer preferences was conducted. Based on the data obtained, recommendations for the formation of consumer behavior of TM «Alan» have been developed.

**Keywords:** consumer behavior, sausage market, market research, brand competitiveness, demand stimulation.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                       | 6  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ.....                                          | 8  |
| 1.1. Споживча поведінка в маркетингу.....                                                                        | 8  |
| 1.2. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживача.....                                      | 13 |
| 1.3. Стадії прийняття рішення про купівлю.....                                                                   | 23 |
| РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА МФ «АЛАН» І АНАЛІЗ РИНКУ М'ЯСО-КОВБАСНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....                    | 29 |
| 2.1. Характеристика господарської діяльності МФ «Алан».....                                                      | 29 |
| 2.2. Аналіз українського ринку м'ясо-ковбасної продукції. Аналіз конкурентів.....                                | 35 |
| 2.3. Сегментування ринку, визначення цільових сегментів та позиціонування продукції.....                         | 44 |
| 2.4. SWOT-аналіз.....                                                                                            | 47 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ.....                                                   | 50 |
| 3.1. Маркетингове дослідження уподобань споживачів.....                                                          | 50 |
| 3.2. Розробка заходів щодо стимулювання споживчого попиту покупців м'ясопереробної фабрики «Алан» ТМ «Алан»..... | 57 |
| 3.3. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів.....                                                            | 64 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                    | 67 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                  | 70 |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                     | 75 |