

**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, гр.Мгр-21
Спеціальності 075 Маркетинг
Коваленко Анастасія Олександрівна
Керівник: Білоткач І.А., к.е.н., доцент

**Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Коваленко А.О. Поведінка споживачів, її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню поведінки споживачів як важливого елемента маркетингової діяльності підприємства. У роботі розглянуто основні чинники, що впливають на споживчу поведінку, типи поведінкових моделей, а також взаємозв'язок між поведінкою споживачів та ефективністю реалізації маркетингових стратегій. Проведено аналіз конкретного підприємства, виявлено основні риси поведінки його споживачів та запропоновано рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності.

Ключові слова: споживач, маркетинг, поведінка, мотивація, стратегія.

SUMMARY

Kovalenko A.O. Consumer behavior, its features and importance for the marketing activities of the enterprise.

The qualification paper is devoted to the study of consumer behavior as an important element of the enterprise's marketing activity. The work examines the main factors influencing consumer behavior, types of behavioral models, and the relationship between consumer behavior and the effectiveness of marketing strategies. An analysis of a specific enterprise was conducted, the main characteristics of its consumers' behavior were identified, and recommendations for improving marketing activities were proposed.

Keywords: consumer, marketing, behavior, motivation, strategy.

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ..... | 9 |
| 1.1 Підходи щодо визначення поняття «споживча поведінка» | 9 |
| 1.2 Фактори впливу на поведінку споживачів. Моделі споживчої поведінки..... | 13 |
| 1.3 Стадії прийняття рішень про покупку | 22 |
| РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «ПТАХОФАБРИКА «ДНІПРО» | 26 |
| 2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства | 26 |
| 2.2 Аналіз ринку, на якому діє підприємство | 33 |
| 2.3. Дослідження поведінки споживачів товарів ТОВ «Птахофабрика «Дніпро».. | 36 |
| 2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції | 40 |
| 2.5. SWOT-аналіз | 44 |
| РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОВ «ПТАХОФАБРИКА «ДНІПРО» | 49 |
| 3.1 Пропозиції щодо підвищення лояльності споживачів ТОВ «Птахофабрика «Дніпро» | 49 |
| 3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів | 52 |
| 3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів | 59 |
| ВИСНОВКИ | 64 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 69 |
| ДОДАТКИ | 74 |

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бажеріна К. В., Черненко О. В., Афанасьєва К. О. Зміна споживчої поведінки українців в умовах кризи. Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/64.pdf
2. Бабко Н.М., Мандич О.В., Квятко Т.М., Севідова І.О., Романюк І.А., Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
3. Бондарчук Т. Л. Модель поведінки споживача: теоретико-методологічні аспекти. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 11. С. 3-7
4. Бочко О. Ю., Кожушок Н. Дослідження поведінки споживачів в умовах COVID-19 та вплив на них трендів маркетингу. Приазовський економічний вісник. 2021. № 2 (25). С. 66–71
5. Брояка А. А. Поведінка споживача в сучасній ринковій економіці. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. №4. С. 32–40
6. Букало Н.А. Маркетингові дослідження впливу цінової політики на поведінку споживачів. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2024. Т. 3. № 39. С. 142-148
7. Бурліцька О.П. Опорний конспект лекцій із дисципліни «Поведінка споживачів» за освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Тернопіль: ТНТУ ім. І.Пулюя, 2019. 111 с.
8. Васильченко, Л. Вплив маркетингового комунікаційного середовища підприємства на формування поведінки споживача. Підприємництво та інновації. 2019. № 9, С. 66-69
9. Гаврилюк І., Томашевський Ю., Хірівський Р. Особливості маркетингових досліджень поведінки споживачів в умовах війни в Україні. Економіка та суспільство. 2024. № 65. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4515/4455>

10. Гнатенко М. К. Поведінка споживача : конспект лекцій для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальностей 073 Менеджмент, 281 Публічне управління та адміністрування; Харків. нац. ун-т міськ. госпва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 53 с.
11. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с
12. Давидова О.Б., Солнцев М.І., Зозульов О.В. Споживач у сучасному світі: проблеми ідентифікації, самосприйняття і взаємовідносини з навколишнім світом. Використання в маркетингу. Актуальні проблеми економіки та управління. 2018. №12. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/130983>
13. Жалдак Г., Яценко А. Аналіз факторів та моделей поведінки споживача. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. 2021. № 27. С. 145-156
14. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200 с.
15. Євтушевська О. В. Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 20. С. 22–24
16. Ільчук О., Миськів Г. Тенденції зміни поведінки споживачів під час кризових явищ в економіці України та країн Європи. Економіка та суспільство. 2023. № 49. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2264/2187>
17. Коваль Л. А., Романчук С. А. Основні аспекти поведінки споживачів і чинників, що зумовлюють вибір певного типу споживацької поведінки. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2018. № 18. С. 117–122
18. Коломицева О. В., Васильченко Л. С. Особливості поведінки споживачів в умовах сучасного ринку. Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. 2022. Вип. 64. С. 88–96

19. Колосінська М. І., Солійчук А. О., Лахнюк В. В. Особливості поведінки споживачів на ринку електронної комерції в Україні. Молодий вчений. 2018. № 6(2). С. 407–410
20. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Окремі аспекти поведінки споживача в Україні під час війни. Вісник Університету «Україна». 2023. № 8(35).
21. Ларіна Я. С., Рябчик А. В. Поведінка споживача : навч. посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2019. 224 с.
22. Мазана Т. В., Ткаченко В. П. Ринкова поведінка споживача та її вплив на результативність функціонування підприємства. Агросвіт, 2020. №7. С. 38–41
23. Муштай В.А., Лищенко М.О. Поведінка споживача: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 240 с
24. Наумова М.О., Наумова О.О. Поведінка споживачів у глобальному вимірі. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2023. № 1(107). С. 70-74
25. Неізнана О.В., Скринько Н. В. Теорія споживчої поведінки в трактуванні маркетингу: монографія. ДонНУЕТ, 2016. 216с.
26. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посібник. К. «Центр учбової літератури», 2019. 208 с.
27. Пахуча Е.В. Поведінка споживача: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Харків, 2023. 126 с.
28. Переверзева А. В., Губарь О. В. Мікроекономічний аналіз поведінки споживачів із погляду теорії поколінь в умовах цифровізації. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2021. Том 32 (71). №4. С. 13–19
29. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб.; 3-тє вид., переробл. і доповн. Д.: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
30. Полторак В., Тараненко І., Красовская О. Маркетингові дослідження: підруч. К: Центр навчальної літератури, 2017, 342 с.

31. Помиткіна Л. В., Злагодух В. В., Злагодух К. О. Поведінка споживача як предмет впливу маркетингової діяльності організації. Психологічні науки: проблеми і здобутки. 2018. Вип. 2. С. 188–200
32. Пчелянська Г.О. Поведінка споживачів на продовольчому ринку: інституційний та маркетинговий підходи. Економіка АПК. 2020. № 3. С.47-56
33. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживача: навч. посіб. К.: ВЦ «Академія». 2014. 224с.
34. Радкевич Л.А., Луговська І.А. Теоретичні підходи до формування поведінки споживачів. URL: [file:///C:/Users/ranet/Downloads/85740-Текст%20статті-180838-1-10-20161209.p df](file:///C:/Users/ranet/Downloads/85740-Текст%20статті-180838-1-10-20161209.pdf)
35. Сінковська В.М. Вимірювання лояльності споживачів в умовах конкуренції. Маркетинг і цифрові технології. 2019. Том 3, № 4. С. 40-53
36. Смерічевський С.Ф., Шевченко А.В., Малахівська Г.В. та ін. Маркетингові інструменти управління лояльністю клієнтів авіакомпаній України: монографія / за заг. ред. С.Ф. Смерічевського. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 272 с
37. Філатова Л., Благодир Л., Франчук К. Прогнозування поведінки споживачів та визначення її основних трендів під час пандемії COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. № 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/776/744>
38. Цибульський В. О., Пацалюк К. О. Особливості поведінки споживача в сучасних умовах. Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. 2017. № 2. С. 62–63
39. Щерба О. І. Поведінка споживача: вплив післякупівельного задоволення та післякупівельного дисонансу. Габітус. 2020. Вип. 20. С. 20–25
40. Яшкіна О.І., Квахненко К.В. Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку товарів особливого попиту. Економіка і суспільство. 2017. № 9. С. 746-749.
41. Багорка, М. О., 2010. Маркетингове забезпечення функціонування фермерських господарств. Агросвіт, 21, с. 18-23.
42. Білоткач І. Інституційні основи конкурентної стратегії виробників

органічної агропромислової продукції України на зовнішніх ринках. Економіка та держава. 2022. №1. 93–99 с.

43. Gajewski, S. Zachowanie se konsumenta a współczesny marketing. Lodź: Uniwersytet Lodzki, 1994. 275с

44. Hawkins D., Best R.J., Coney K.A. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, McGraw-Hill, 9-th edition, 2003

45. Kaplan Leon B. George G., Jacob J. Components of Perceived Risk in Product Purchase: a Cross Validation. Journal of Applied Psychology. 1974. Pp. 287-291

46. Katona G. Psychological Economics. N.Y., Oxford, Amsterdam: Elsevier, 1977. Pp. 19- 40, 192-228

47. Maslow A. H. Motivation and Personality. New York: Harpaer & Row, 1954. 411 p

48. Nicosia P.M. Consumer Decision Processes. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, 1966. 356 p.

49. Rudnicki, L. Zachowania konsunemtów na rynku. Warszawa: PWE, 2000. 320 p.

50. Światowy, G. Zachowania konsumenckie AE. Wrocław, 1994. 312 с.

АНКЕТА
для дослідження споживчої поведінки товарів
ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»

Будь ласка, відповідайте на запитання анкети, вибираючи відповідь, яка найбільше відповідає вашій думці. Ваша участь у дослідженні є добровільною, а отримані дані будуть використані виключно для наукових цілей.

Загальні питання

1. Ваш вік:
 - До 18 років
 - 18–25 років
 - 26–35 років
 - 36–45 років
 - 46–60 років
 - Старше 60 років
2. Ваша стать:
 - Чоловік
 - Жінка
3. Рівень вашого доходу:
 - Низький
 - Середній
 - Високий

Споживчі звички

4. Як часто ви споживаєте м'ясо птиці?
 - Щодня
 - 2–3 рази на тиждень
 - 1 раз на тиждень
 - Раз на місяць
 - Рідше
5. Які види м'яса птиці ви зазвичай купуєте?
 - Курятина
 - Індичатина
 - Перепілка
 - Інше (вкажіть)
6. Як часто ви купуєте продукцію ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»?
 - Щодня
 - 2–3 рази на тиждень
 - Раз на тиждень
 - Раз на місяць
 - Рідше
7. Який фактор є найбільш важливим при виборі м'яса птиці? (Виберіть до трьох найбільш важливих)
 - Якість товару
 - Ціна товару

- o Бренд виробника
 - o Упаковка
 - o Дата виробництва
 - o Відсутність шкідливих добавок
 - o Інше (вказіть)
8. Як ви оцінюєте якість продукції ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»?
- o Дуже висока
 - o Висока
 - o Середня
 - o Низька
 - o Дуже низька
9. Чи є у вас улюблений бренд м'яса птиці?
- o Так, я завжди купую продукцію ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»
 - o Так, я купую кілька брендів, але ТОВ «Птахофабрика «Дніпро» серед них
 - o Ні, я не звертаю увагу на бренд, вибираю по ціні чи якості
 - o Ні, я не маю сталого бренду

Лояльність та сприйняття бренду

10. Чи знаєте ви про бренд ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»?
- o Так, я знайомий з брендом і регулярно купую цю продукцію
 - o Так, я чув про цей бренд, але рідко купую його продукцію
 - o Ні, я не чув про цей бренд
11. Як часто ви рекомендуєте цей бренд своїм друзям або родичам?
- o Часто
 - o Іноді
 - o Рідко
 - o Ніколи
12. Як ви оцінюєте цінову політику ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»?
- o Відповідає моєму бюджету
 - o Мені здається, що ціни завищені
 - o Ціни занадто низькі для такої якості
 - o Не знаю/не звертаю увагу

Відкрите питання

13. Що, на вашу думку, може покращити продукцію ТОВ «Птахофабрика «Дніпро»? (Відповідь: _____)
14. Що ви хотіли б змінити в асортименті продукції? (Відповідь: _____)
15. Які фактори або події можуть вплинути на ваше рішення про покупку м'яса птиці в майбутньому? (Відповідь: _____)

Дякую за увагу!