

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему

***“Дослідження споживчого попиту на
будівельні товари”***

**Виконала: здобувач 4 курсу,
групи ПТБ-зс21**

**Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність**

Рябко Михайло Максимович

Керівник: Кузьменко О.В., к.е.н., доцент

**м. Дніпро
2025**

АНОТАЦІЯ

Рябко М. М. Дослідження споживчого попиту на будівельні товари.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти формування та дослідження споживчого попиту на будівельні товари, охарактеризовано основні методи аналізу попиту та визначено особливості розвитку ринку будівельних матеріалів в Україні. Здійснено аналіз організаційно-економічної діяльності ТОВ «Епіцентр К» та асортименту будівельних товарів, що реалізуються підприємством. Проведено дослідження структури та динаміки споживчого попиту на будівельні товари, а також визначено основні чинники, що впливають на попит. Особливу увагу приділено сегментації споживачів будівельної продукції та обґрунтовано практичні рекомендації щодо підвищення попиту через вдосконалення маркетингової політики компанії.

Ключові слова: споживчий попит, будівельні товари, ТОВ «Епіцентр К», сегментація споживачів, маркетингова стратегія.

SUMMARY

Ryabko M. Research on Consumer Demand for Construction Materials

The paper examines the theoretical aspects of the formation and study of consumer demand for construction materials, describes the main methods of demand analysis, and identifies the specific features of the construction materials market development in Ukraine. An analysis of the organizational and economic activity of LLC «Epicentr K» and the range of construction products offered by the company was carried out. The structure and dynamics of consumer demand for construction materials were studied, and the main factors influencing demand were determined. Special attention is paid to the segmentation of consumers of construction products, and practical recommendations are substantiated for increasing demand through the improvement of the company's marketing strategy.

Keywords: consumer demand, construction materials, LLC "Epicentr K", consumer segmentation, marketing strategy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ НА БУДІВЕЛЬНІ ТОВАРИ.....	9
1.1. Поняття та сутність споживчого попиту.....	9
1.2. Методи дослідження споживчого попиту.....	13
1.3. Стан та тенденції будівельних товарів в Україні.....	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».....	22
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Епіцентр К».....	22
2.2. Асортимент будівельних товарів ТОВ «Епіцентр К».....	25
2.3. Аналіз структури та динаміки споживчого попиту на будівельні товари ТОВ «Епіцентр К».....	31
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ НА БУДІВЕЛЬНІ ТОВАРИ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К».....	36
3.1. Сегментація покупців будівельних товарів ТОВ «Епіцентр К».....	36
3.2. Рекомендації щодо підвищення споживчого попиту на будівельні товари ТОВ «Епіцентр К».....	42
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54
ДОДАТКИ.....	57