

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

“ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ЯК ЧАСТИНА
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-1
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Бабіч Владислава Олегівна

ПІБ

Керівник: Мішустіна Т. С.

к.е.н., доцент

ДНІПРО
2023

АНОТАЦІЯ

Бабіч В.О. Дослідження поведінки споживачів як частина маркетингової діяльності

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи досліджень поведінки користувачів підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетингове дослідження споживачів, розроблено рекомендації щодо вдосконалення маркетингова комунікація підприємства «Better Me». З урахуванням специфіки ІТ-продукту підприємства «Better Me» та конкурентних умов запропоновано впровадження нового шляху комунікації та залучення користувачів до мобільного застосунку, рекомендовано проводити аудит індексу лояльності та зоводоленості клієнтів власними силами раз на 3 місяці, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства «Better Me » на ринку.

Ключові слова: дослідження поведінки споживачів, маркетингова діяльність, методи досліджень поведінки споживачів, маркетинговий аналіз підприємства, індекс лояльності, особливості поведінки споживачів, класифікація поведінки споживачів.

SUMMARY

Babich V.O. Consumer behavior research as part of a company`s marketing activities

The qualification work considers the theoretical and methodological foundations of research on the behavior of users of the enterprise, conducts marketing analysis and marketing research of consumers, develops recommendations for improving the marketing communication of the enterprise "Better Me". Taking into account the specifics of the IT-product of the enterprise "Better Me" and competitive conditions, it is proposed to introduce a new way of communication and attracting users to the mobile application, it is recommended to audit the index of loyalty and customer satisfaction on its own every 3 months, which will help to increase the competitiveness of the enterprise "Better Me" in the market.

Keywords: consumer behavior research, marketing activity, methods of consumer behavior research, marketing analysis of enterprise, loyalty index, features of consumer behavior, classification of consumer behavior.

ЗМІСТ

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	
1.1. Методи класифікації поведінки споживачів	5
1.2. Особливості поведінки споживачів	8
1.3. Процес прийняття рішень про купівлю споживачем	13
1.4. Роль аналізу даних у дослідженні споживачів	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ “BETTERME” ТА ЇЇ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА	21
2.1. Характеристика та особливості діяльності компанії Better Me	21
2.2 Аналіз ринку мобільних додатків для здоров'я в Україні та світі	30
2.3. Аналіз маркетингової діяльності компанії Better Me	35
2.4 Сегментація та аналіз цільової аудиторії	38
2.5. SWOT – аналіз компанії «BetterMe»	42
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ BETTER ME	46
3.1. Дослідження поведінки користувачів	46
3.2. Дослідження користувацького досвіду	56
3.3. Розробка заходів та бюджету для підвищення рівня лояльності	60
Висновки	68
Список використаних джерел	71
Додатки	74