

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-19 Спеціальності 075 Маркетинг

Тітова Владислава Андріївна

ПІБ

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

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2023

АНОТАЦІЯ

Тітова В.А. Поведінка споживачів, її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи поведінки споживачів та їх значення для маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз господарської діяльності та внутрішнього середовища ТОВ «Медтехніка Південь». З урахуванням специфіки продукції підприємства «Медтехніка Південь» та конкурентних умов запропоновано удосконалення асортиментної політики, рекомендовано впровадження маркетингових інструментів для дослідження споживчої поведінки.

Ключові слова: поведінка споживачів, управління підприємством, дослідження споживчої поведінки, аналіз ринку, характеристика маркетингової діяльності підприємства, маркетинговий аналіз підприємства.

SUMMARY

Titova V.A. Consumer behavior, its peculiarities and significance for marketing activities of an enterprise

In the bachelor's thesis, the theoretical and methodological foundations of consumer behavior and their importance for the marketing activities of the enterprise are considered, a marketing analysis of the economic activities and internal environment of Medtekhnika Pivden LLC is carried out. Taking into account the specifics of the products of Medtekhnika Pivden and competitive conditions, the improvement of the assortment policy is proposed, the introduction of marketing tools for the study of consumer behavior is recommended.

Keywords: consumer behavior, enterprise management, consumer behavior research, market analysis, characteristics of enterprise marketing activity, enterprise marketing analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ.....	6
1.1. Теоретичні аспекти поведінки споживачів.....	6
1.2. Особливості поведінки споживачів на ринку товарів та послуг.....	11
1.3. Вплив поведінки споживачів на маркетингову діяльність підприємства.....	22
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «МЕДТЕХНІКА-ПІВДЕНЬ».....	26
2.1 Характеристика господарської діяльності та внутрішнього середовища ТОВ «Медтехніка Південь».....	26
2.2. Позичіонування продукції підприємства на основі споживчої поведінки.....	32
2.3 Аналіз стратегій формування цільових ринків підприємством.....	56
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ОХОПЛЕННЯ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ НА ОСНОВІ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ЗАКРІПЛЕННЯ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «Медтехніка Південь».....	63
3.1. Удосконалення асортиментної політики.....	63
3.2. Впровадження маркетингових інструментів для дослідження споживчої поведінки	69
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТКИ	81