

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-21

Спеціальності 075 Маркетинг

Сівак Марія Андріївна

Керівник: Тараненко І.В., д.е.н., професор

Дніпро

2025

А Н О Т А Ц І Я

Сівак М.А. Поведінка споживачів, її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню споживчої поведінки у сфері благодійності та її впливу на формування ефективної маркетингової діяльності неприбуткової організації на прикладі БО «БФ Рішучі серця».

У роботі здійснено аналіз поведінкових моделей одержувачів допомоги, волонтерів і донорів, розкрито ключові мотиваційні чинники, що визначають взаємодію з фондом, ідентифіковано основні сегменти аудиторії. Проведено SWOT-аналіз організації, оцінено цифрову активність споживачів та рівень їх емоційного залучення через соціальні мережі.

Основним результатом дослідження є розробка емоційно-нарративної маркетингової стратегії, що базується на використанні сторітелінгу, персоналізованих комунікацій і інтерактивного контенту. Також запропоновано посилити діджитал-присутність організації, впровадити системну роботу з аудиторією через соціальні платформи та оптимізувати канали зворотного зв'язку. Запропоновані заходи спрямовані на підвищення довіри, зміцнення емоційного зв'язку з бенефіціарами та забезпечення стабільного розвитку фонду в умовах динамічного соціального середовища.

Ключові слова: поведінка споживачів, благодійність, маркетингова діяльність, емоційна стратегія, соціальні мережі, цільова аудиторія.

SUMMARY

Sivak M.A. Consumer behavior, its features and significance for the marketing activities of the enterprise

The qualification work is devoted to the study of consumer behavior in the field of charity and its influence on the formation of effective marketing activities of a non-profit organization using the example of the NGO "Decisive Hearts Foundation".

The work analyzes the behavioral models of aid recipients, volunteers and donors, reveals key motivational factors that determine interaction with the foundation, identifies the main segments of the audience. A SWOT analysis of the organization is conducted, the digital activity of consumers and the level of their emotional involvement through social networks are assessed.

The main result of the study is the development of an emotional-narrative marketing strategy based on the use of storytelling, personalized communications and interactive content. It is also proposed to strengthen the digital presence of the organization, implement systematic work with the audience through social platforms and optimize feedback channels. The proposed measures are aimed at increasing trust, strengthening the emotional connection with beneficiaries and ensuring the stable development of the fund in a dynamic social environment.

Keywords: consumer behavior, charity, marketing activities, emotional strategy, social networks, target audience.

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Сутність і зміст поняття «поведінка споживача» в системі маркетингової діяльності	8
1.2. Основні фактори, що впливають на поведінку споживачів	11
1.3. Теоретичні моделі та підходи до аналізу споживчої поведінки	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ «БО «БФ РІШУЧІ СЕРЦЯ»	20
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства «БО «БФ Рішучі серця»	20
2.2. Аналіз поведінки споживачів у сфері благодійності	25
2.3. Аналіз ринку благодійності в Україні	30
2.4. Сегментування ринку та позиціонування послуг «БО «БФ Рішучі серця»	38
2.5. SWOT- аналіз «БО «БФ Рішучі серця»	48
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З УРАХУВАННЯМ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ «БО «БФ РІШУЧІ СЕРЦЯ»	52
3.1. Розробка маркетингових заходів для покращення взаємодії з цільовою аудиторією	52
3.2. Економічна доцільність запропонованих заходів	63
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ	75

