

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 Мгр19-1  
Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

*Головко Дар'я Вячеславівна*

*ПІБ*

*Керівник: Яременко С. С., кандидат  
економічних наук, доцент*

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

Дніпро  
2023

## АНОТАЦІЯ

*Головко Д.В. Поведінка споживачів, її особливості та значення для маркетингової діяльності підприємства.*

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретичні основи форсування поведінки споживачів, особливості її формування та важливість для маркетингової діяльності підприємства. Здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства «АТБ-Маркет». З урахуванням специфіки ринку на якому здійснює діяльність підприємство «АТБ-Маркет» та конкурентних умов запропоновано заходи, що позитивно впливатимуть на поведінку споживачів підприємства та сприятимуть задоволеності їх потреб, зокрема рекомендовано комплексна маркетингова програма стимулювання збуту, а також встановлення кас самообслуговування, що дозволить покращити задоволеність споживачів та ліквідує черги на касах.

**Ключові слова:** споживачі, дослідження поведінки споживачів, опитування, сегментація, позиціонування, конкурентоспроможність.

## SUMMARY

*Golovko D.V. Consumer behavior, its features and significance for the enterprise's marketing activities.*

The bachelor's thesis examines the theoretical foundations of forcing consumer behavior, the peculiarities of its formation and its importance for the marketing activities of the enterprise. A marketing analysis and marketing audit of activities was carried out, recommendations were developed for improving the organization of marketing activities of the ATB-Market enterprise. Taking into account the specifics of the market in which ATB-Market operates and competitive conditions, measures are proposed that will positively influence the behavior of the company's consumers and contribute to the satisfaction of their needs, in particular, a comprehensive marketing program to stimulate sales is recommended, as well as the establishment of self-service cash registers, which will allow to improve consumer satisfaction and eliminates queues at cash registers.

**Keywords:** consumers, consumer behavior research, survey, segmentation, positioning, competitiveness.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ .....	9
1.1. Поняття, структура і сутність поведінки споживача.....	9
1.2. Фактори, що впливають на поведінку споживача.....	16
1.3. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем .....	29
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТА ДОСЛІДЖЕННЯ І АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» .....	37
2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства .....	37
2.2. Аналіз ринку роздрібної торгівлі .....	47
2.3. Сегментування ринку та позиціонування продукції .....	52
2.4. Аналіз конкурентоспроможності ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» .....	58
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» .....	64
3.1. Маркетингове дослідження ТОВ «АТБ-МАРКЕТ» .....	64
3.2. Рекомендації щодо заохочення споживачів ТОВ «АТБ-МАРКЕТ».....	67
ВИСНОВКИ .....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ .....	81