

УДК 366.1+658.8.013+339.133.017

РОЛЬ И ЗНАЧИМОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПОКУПАТЕЛЕЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Карпенко Н. С., студентка 1-го курса

Научный руководитель – Дроздович Л.И., канд. экон. наук, доцент
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Нарастающая интенсивность конкуренции рынков закономерно обращает интересы производителей товаров, услуг, идей в разных странах к исследованию механизмов поведения потребителей и к возможностям использования этих механизмов для достижения своих целей.

Потребительское поведение влияет на направление развития производства и структуру экономики в целом. Поведение потребителей воздействует и на ценовую политику рынков [1]. Главная работа и предпринимателей, и маркетологов состоит в том, чтобы повлиять на это самое поведение. В результате наука о потребителе приобретает первостепенную важность.

Удачно подобранная и умело реализованная стратегия позволяет предприятию не только достичь конкурентных преимуществ, но и максимально удовлетворить потребности потребителей и сохранить их лояльность по отношению к продукции или услуг предприятия.

Литература

1. Поведение потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/868575/marketing/marketingovaya_strategiya_so_vremennyy_podhod_rabote_potrebitelem. – Дата доступа: 23.02.2017.