УДК 339.138
Винничок К. – ст. гр. БМп-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ НА ОБЛИЦЮВАЛЬНІ ВИРОБИ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Зяйлик М.Ф.

Vinnichek K.
Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

RESEARCH OF CONSUMER MOTIVATIONS IS ON FACINGS WARES

Supervisor:Zyaylik M.F.

Ключові слова: споживчі мотивації, облицювальні вироби.
Key words: consumer motivations, facings wares.

Дослідження споживчих мотивацій, вибір маркетингових каналів та управління ними відносяться до найважливіших рішень маркетингу. Прибуток та витрати маркетингового каналу складають до 50% ціни, яку оплачує кінцевий споживач, тому ефективність каналу – визначальний фактор прибутковості та конкурентоспроможності компанії. Можливості та мотивація організацій, що входять в канал, визначають здатність постачальника створити конкурентну перевагу в обслуговуванні споживачів та задоволенні його потреб.

Управління каналом – один із способів підвищення конкурентоспроможності компанії та цінності її товару. Вибір і побудова каналу має стратегічне значення через те, що він є довгостроковим рішенням, яке неможливо швидко змінити. Гуру менеджменту, Пітер Друкер, передбачав, що основних змін у бізнесі XXI ст. слід очікувати не у виробництві або споживанні товарів, а в каналах розповсюдження.

Україна – одна з небагатьох країн світу, яка володіє величезними запасами сировини для виробництва усіх видів архітектурно-будівельних та облицювальних виробів з твердих порід каменю. Але найбільш значними родовищами по запасам та якості сировини є гранитні. Якість та кількість запасів мармуру в Україні залишає чекати на краще. Українська економіка переживає тяжкі часи. Але існуючий інтелектуальний потенціал та ресурсні можливості дають надію на очікуване зростання економічних показників в недалекому майбутньому. Будівництво - це завжди була галузь, яка відображала стан економіки країни. Тому очікуване зростання показників виробництва в цілому потягне за собою зростання показників виробництва будівельних та облицювальних матеріалів.

Відкритість зовнішніх поглядів України щодо міжнародної торгівлі дає можливість звернутись до зарубіжної сировинної бази (Греції, Італії та ін.). Багато виробників старої формації звикли, що їм не треба прикладати великих зусиль щодо привернення уваги споживачів, але в умовах сьогодення відношення "виробник-споживач" істотно змінились до того, що виробнику необхідно визначити в якому виді мармуру потреба є найбільш актуальною, що впливає на прийняття рішення про купівлю, які вимоги до якості мармуру виставляє споживач. Відповіді на ці запитання дадуть можливість зробити його діяльність найбільш ефективною та найбільш повно задовольнити потреби та бажання споживачів.