

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ВЯЖЕВИЧ  
Виктория Олеговна

**КОММУНИКАЦИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ  
В БЕЛОРУССКОМ РИТЕЙЛЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
старший преподаватель  
А.А. Липский

Допущена к защите  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.  
Зав. кафедрой  
кандидат филологических наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Ю.Н. Лукьянюк

Минск, 2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ .....	3
РЭФЕРАТ .....	4
ABSTRACT .....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ .....	
1.1 Изучение поведения потребителей: понятие, структура, особенности.....	
1.2 Технологии построения эффективной коммуникации с потребителями .....	
1.3. Современные технологии коммуникации с потребителями .....	
ГЛАВА 2 КОММУНИКАЦИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В БЕЛОРУССКОМ РИТЕЙЛЕ (НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА БЕЛОРУССКИХ СЕТЕЙ ПРОДУКТОВЫХ МАГАЗИНОВ)	
2.1. Особенности розничной торговли в Беларуси .....	
2.3. Технологии оптимизации коммуникации сетей продуктового ритейла с потребителями .....	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	

## РЕФЕРАТ

*Структура дипломной работы:* 75 страниц, 7 приложений, 53 использованных источника.

*Ключевые слова:* КОММУНИКАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ, ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, РИТЕЙЛ, РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ.

*Объект дипломной работы* – коммуникация с потребителями в белорусском ритейле.

*Предмет дипломной работы* – технологии коммуникации с потребителями в белорусском ритейле на примере продуктовых розничных сетей.

*Целью* дипломной работы является выявление эффективных технологий коммуникации с потребителями в белорусском ритейле. Для достижения данной цели необходимо.

*Методологическую базу* дипломной работы составляет выделение особенностей розничной торговли в Республике Беларусь, анализ коммуникации с потребителями в ритейле, проведение опроса об особенностях поведения потребителей относительно их предпочтений в выборе продуктового магазина для совершения покупок, применение метода моделирования для составления портретов целевой аудитории, описание существующих проблем в построении коммуникации с потребителями в продуктах ритейле, выделение современных технологий коммуникации прогнозирование их эффективности в перспективе.

*Научная новизна дипломной работы* связана с исследованием современных технологий коммуникации с потребителями в белорусском ритейле в условиях трансформации коммуникативной среды.

*Практическая значимость работы* заключается в выделении конкретных технологий коммуникации с потребителями с учетом тенденций и перспектив развития условий потребления информации. Разработанные рекомендации могут быть использованы для оптимизации их взаимодействия с покупателями и повышения конкурентоспособности на белорусском рынке.

*Достоверность материалов и результатов дипломной работы.* Автор подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

*Область возможного практического применения:* Результаты исследования современных особенностей и проблем коммуникации в продуктовом ритейле могут быть использованы специалистами по информации и коммуникации при разработке коммуникативной стратегии сетей ритейла.

## РЭФЕРАТ

*Структура дыпломнай працы:* 75 старонак, 7 дададкаў, 53 выкарыстаныя крыніцы.

*Ключавыя словы:* КАМУНІКАЦЫЯ, ТЭХНАЛОГІІ КАМУНІКАЦЫІ, ПАВОДЗІНЫ СПАЖЫЎЦОЎ, РЫТЭЙЛ, РАЗДРОБНЫ ГАНДАЛЬ.

*Аб'ект дыпломнай працы* – камунікацыя з спажыўцамі ў беларускім рытэйле.

*Прадмет дыпломнай працы* – тэхналогіі камунікацыі з спажыўцамі ў беларускім рытэйле на прыкладзе прадуктовых рознічных сетак.

*Мэтай* дыпломнай працы з'яўляецца выяўленне эфектыўных тэхналогій камунікацыі з спажыўцамі ў беларускім рытэйле. Для дасягнення дадзенай мэты неабходна.

*Метадалагічную базу* дыпломнай працы складае вылучэнне асаблівасцяў рознічнага гандлю ў Рэспубліцы Беларусь, аналіз камунікацыі з спажыўцамі ў рытэйла, правядзенне апытання аб асаблівасцях паводзін спажыўцоў адносна іх пераваг у выбары прадуктовага магазіна для здзяйснення пакупак, прымяненне метаду мадэлявання для складання партрэтаў мэтавай аўдыторыі, апісанне існуючых праблем у пабудове камунікацыі з спажыўцамі прадуктаў у рытэйла, вылучэнне сучасных тэхналогій камунікацыі прагназаванне іх эфектыўнасці ў перспектыве.

*Навуковая навізна* дыпломнай працы звязана з даследаваннем сучасных тэхналогій камунікацыі з спажыўцамі ў беларускім рытэйле ва ўмовах трансфармацыі камунікатыўнай асяроддзя.

*Практычная значнасць* работы заключаецца ў выдзяленні канкрэтных тэхналогій камунікацыі з спажыўцамі з улікам тэндэнцый і перспектыву развіцця умоў спажывання інфармацыі. Распрацаваныя рэкамендацыі могуць быць выкарыстаны для аптымізацыі іх узаемадзеяння з пакупнікамі і павышэння канкурэнтаздольнасці на беларускім рынку.

*Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай работы.* Аўтар пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

*Вобласць магчымага практычнага выкарыстання:* Вынікі даследавання сучасных асаблівасцяў і праблем камунікацыі ў прадуктовым рытэйла могуць быць выкарыстаны спецыялістамі па інфармацыі і камунікацыі пры распрацоўцы камунікатыўнай стратэгіі сетак рытэйла.

## ABSTRACT

*The graduate work includes:* 75 pages, 7 appendices, 53 source used.

*Keywords:* COMMUNICATION, COMMUNICATION TECHNOLOGIES, CONSUMER BEHAVIOR, RETAIL, RETAIL TRADE.

*The object* of the graduate work is communication with consumers in Belarusian retail.

*The subject* of the graduate work is technologies of communication with consumers in Belarusian retail on the example of grocery retail chains.

*The purpose* of the graduate work is to identify effective technologies of communication with consumers in the Belarusian retail sector. To achieve this goal, you must:

*The methodological basis* of the graduate work is to identify the features of retail trade in the Republic of Belarus, analyze communication with consumers in retail, conduct a survey on the features of consumer behavior regarding their preferences in choosing a grocery store for shopping, apply the modeling method to draw up portraits of the target audience, describe existing problems in building communication with consumers in retail, communication technologies forecasting their effectiveness in the future.

*The scientific novelty* of the graduate work is connected with the study of modern technologies of communication with consumers in the Belarusian retail sector in the context of transformation of the communication environment.

*The practical significance* of the work is to identify specific technologies of communication with consumers, taking into account trends and prospects for the development of information consumption conditions. The developed recommendations can be used to optimize their interaction with customers and increase their competitiveness in the Belarusian market.

*Reliability of materials and results of the graduate work.* The author confirms the reliability of the materials and results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

*Scope of possible practical application:* The results of the study of modern features and problems of communication in grocery retail can be used by information and communication specialists in developing a communication strategy for retail chains.

## ВВЕДЕНИЕ

В Республике Беларусь розничная торговля является одним из наиболее развитых секторов экономики. Однако в условиях нестабильности экономической системы и постоянно изменяющихся потребительских предпочтений белорусским ритейлерам необходимо постоянно совершенствовать свою коммуникационную политику для удержания клиентов.

В условиях конкуренции и насыщенности рынка ритейлерам необходимо уделять все большее внимание коммуникации с потребителями. Успешное применение коммуникативных технологий позволяет компаниям выделяться среди конкурентов, повышать лояльность среди потребителей и влиять на спрос и объемы продаж.

При построении эффективной коммуникации с потребителями сети продуктового ритейла сталкиваются с рядом проблем, в основе которых лежит особенность отраслевой конкуренции. Многообразие брендов продуктовых сетей розничной торговли характеризуется слабым различием товарного предложения, из-за чего правильно выстроенная стратегия коммуникации является наиболее эффективным способом конкуренции.

С изменением экономических условий и коммуникативной среды меняются и условия поддержания эффективной коммуникации. Для людей на передний план выходят удобство, мобильность и экономия времени. Люди становятся мобильнее, для них важны комфорт, атмосфера и экономия времени, а значит, и меняются комфортные условия для получения информации.

Изучение современных особенностей коммуникации с потребителями в белорусском ритейле приобретает особую актуальность. Исследования коммуникативных технологий позволят выявить наиболее эффективные инструменты и каналы информационного обеспечения потребителей продуктового ритейла. Результаты исследования могут быть полезны при разработке и реализации стратегии коммуникации и улучшения позиций компании в новых условиях конкуренции.

*Актуальность* данной темы заключается в том, что с развитием современных коммуникативных технологий меняются особенности построения эффективной коммуникации с потребителями. Трансформация коммуникативной среды формирует новые конкурентные позиции, поэтому внедрение современных технологий является ключевым фактором для будущего существования и успешности компании.

*Целью* дипломной работы является выявление эффективных технологий коммуникации с потребителями в белорусском ритейле. Для

достижения данной цели необходимо. Для достижения цели дипломной работы необходимо выполнить следующие *задачи*:

- 1) изучить особенности поведения потребителей;
- 2) выделить технологии построения эффективной коммуникации с потребителями;
- 3) выявить современные технологии коммуникации с потребителями в online и offline-среде;
- 4) выделить особенности и разновидности современной розничной торговли в Беларуси;
- 5) проанализировать коммуникацию сетей белорусского ритейла с потребителями;
- 6) выделить актуальные технологии коммуникации сетей продуктового ритейла с потребителями.

При написании дипломной работы в качестве *теоретической основы* были использованы научные публикации и учебные пособия по тематикам поведения потребителей, технологий коммуникации, особенностей применения различных каналов коммуникации с потребителями. Основные используемые источники: Алешина И. В. «Поведение потребителей: учеб. пособие для вузов»; Блэкуэлл Р. «Поведение потребителей»; Котлер Ф. «Основы маркетинга»; Старостин В.С. «Интерактивные инструменты продвижения как тренд коммуникационных решений в ритейле»; Шорцман К. А. «Исследование психотипов потребителей при формировании маркетинговой стратегии».

*Методологическую базу дипломной работы* составляет выделение особенностей розничной торговли в Республике Беларусь, анализ коммуникации с потребителями в ритейле, проведение опроса об особенностях поведения потребителей относительно их предпочтений в выборе продуктового магазина для совершения покупок, применение метода моделирования для составления портретов целевой аудитории, описание существующих проблем в построении коммуникации с потребителями в продуктовом ритейле, выделение современных технологий коммуникации и прогнозирование их эффективности в перспективе.