

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРОДУКТА И НАПРАВЛЕНИЯ
ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

АРТЮХ Елизавета Игоревна

Научный руководитель:
старший преподаватель, магистр
экономических наук

Е.В.Кудасова

Допущена к защите

«__» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой маркетинга

к.э.н., доцент

_____ Н.В. Черченко

Минск, 2025

Дипломная работа: 84 с., 19 рис., 19 табл., 50 источников, 1 прил.

МОТИВАЦИЯ, теория мотивации, потребительское поведения, факторы, ВЛИЯЮЩИЕ НА МОТИВАЦИЮ, мотивация потребителей продукта, программа лояльности, система подписки

Цель исследования – разработка предложения по повышению мотивации потребителей продукта ЧТУП «Артфлора-плюс».

Объект исследования – повышение мотивации потребителей продукта.

Предмет исследования – повышение мотивации потребителя продукта ЧТУП «Артфлора-плюс».

Методы исследования: анализ, сравнение, наблюдение, сопоставление, обследование, обобщение теоретического и практического материала.

Исследования и разработки: рассмотрено содержание, основные теории, факторы, модели потребительского поведения и нормативные правовые акты мотивации потребителей; изучена организация предприятия и факторы, влияющие на мотивацию потребителей продукта, оценка текущей маркетинговой деятельности организации по повышению мотивации потребителей продукта для ЧТУП «Артфлора-плюс».

Область возможного применения: в практической деятельности ЧТУП «Артфлора-плюс».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Graduate work: 84 p., 19 figures, 19 tables, 50 sources, 1 app.

MOTIVATION, MOTIVATION THEORY, CONSUMER BEHAVIOR, FACTORS INFLUENCING MOTIVATION, MOTIVATION OF PRODUCT CONSUMERS, LOYALTY PROGRAM, SUBSCRIPTION SYSTEM

The purpose of the study is to develop a proposal to increase the motivation of consumers of the product of PTUE «Artflora-plus».

The object of the study – increasing the motivation of consumers of the product.

The subject of the study – increasing the motivation of the consumer of the product of PTUE «Artflora-plus».

Research methods: analysis, comparison, observation, juxtaposition, examination, generalization of theoretical and practical material.

Research and development: the content, main theories, factors, models of consumer behavior and regulatory legal acts of consumer motivation are considered; the organization of the enterprise and factors influencing the motivation of consumers of the product, the assessment of the current marketing activities of the organization to increase the motivation of consumers of the product for PTUE «Artflora-plus» are studied.

Area of possible application: in the practical activities of PTUE «Artflora-plus».

The author of the work confirms that the calculation and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 84 с., 19 мал., 19 табл., 50 крын, 1 прым.

МАТЫВАЦЫЯ, ТЭОРЫЯ МАТЫВАЦЫІ, спажывецкія паводзіны, фактары, якія ўплываюць на матывацыю, матывацыя спажыўцоў прадукту, праграма лаяльнасці, сістэмы падпісу

Мэта даследавання – распрацоўка прапановы па павышэнні матывацыі спажыўцоў прадукта ПГУП "Артфлора-плюс".

Аб'ект даследавання – павышэнне матывацыі спажыўцоў прадукта.

Прадмет даследавання – павышэнне матывацыі спажыўца прадукта ПГУП «Артфлора-плюс».

Метады даследавання: аналіз, параўнанне, назіранне, супастаўленне, абследаванне, абагульненне тэарэтычнага і практычнага матэрыялу.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны змест, асноўныя тэорыі, фактары, мадэлі спажывецкіх паводзін і нарматыўныя прававыя акты матывацыі спажыўцоў; вывучана арганізацыя прадпрыемства і фактары, якія ўплываюць на матывацыю спажыўцоў прадукта, ацэнка бягучай маркетынгавай дзейнасці арганізацыі па павышэнні матывацыі спажыўцоў прадукта для ПГУП «Артфлора-плюс».

Вобласць магчымага прымянення: у практычнай дзейнасці ПГУП «Артфлора-плюс».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова - аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

