

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему

*«Товарознавча оцінка якості чоловічих
брючних костюмів та їх позиціонування на
цільовому ринку»*

Виконав: здобувач 4 курсу,
групи ПТБ-21зс
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Халілі Фаїг Ельнур огли
Керівник: О.В. Кузьменко, к.е.н.,
доцент.

м. Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Халіллі Ф. Товарознавча оцінка якості чоловічих брючних костюмів та їх позиціонування на цільовому ринку

У кваліфікаційній роботі досліджено товарознавчу оцінку якості чоловічих брючних костюмів та їх позиціонування на цільовому ринку. Метою роботи є аналіз сучасного стану ринку одягу в Україні, вивчення основних критеріїв оцінки якості чоловічих брючних костюмів та розробка рекомендацій щодо їх ефективного позиціонування з урахуванням потреб споживачів.

У першому розділі розглянуто теоретичні засади товарознавчої оцінки та позиціонування товарів, проаналізовано стан і динаміку розвитку українського ринку одягу, визначено основні методи оцінки якості продукції та розкрито теоретичні підходи до формування позиціонування на споживчому ринку.

Другий розділ присвячено товарознавчій характеристиці чоловічих брючних костюмів на прикладі діяльності магазину «Yarmich» ФОП «Красновідов В.А.». Проведено аналіз асортименту, вивчено якісні показники обраних зразків, що представлені в магазині.

У третьому розділі висвітлено методологію проведення дослідження в магазині «Yarmich», проаналізовано попит та споживчі вподобання клієнтів щодо чоловічих брючних костюмів. На основі отриманих даних сформовано рекомендації щодо покращення позиціонування продукції на цільовому ринку.

Робота містить теоретичні та практичні аспекти, що можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності магазину та задоволення потреб споживачів. Запропоновані рекомендації спрямовані на оптимізацію асортименту та підвищення якості обслуговування, що сприятиме зростанню продажів.

Ключові слова: товарознавча оцінка, якість одягу, чоловічі брючні костюми, позиціонування товарів, споживчий ринок, асортимент, ринок одягу України.

SUMMARY

Khalilli F. Commodity assessment of the quality of men's trouser suits and their positioning in the target market

The qualification work investigates the commodity assessment of the quality of men's trouser suits and their positioning in the target market. The purpose of the work is to analyze the current state of the clothing market in Ukraine, study the main criteria for assessing the quality of men's trouser suits and develop recommendations for their effective positioning taking into account consumer needs.

The first section considers the theoretical principles of commodity assessment and positioning of goods, analyzes the state and dynamics of the development of the Ukrainian clothing market, identifies the main methods of assessing product quality and reveals theoretical approaches to the formation of positioning in the consumer market.

The second section is devoted to the commodity characteristics of men's trouser suits on the example of the activities of the store "Yarmich" FOP "Krasnovidov V.A.". An analysis of the assortment was conducted, and the qualitative indicators of selected samples presented in the store were studied.

The third section highlights the methodology for conducting research in the Yarmich store, analyzes the demand and consumer preferences of customers for men's trouser suits. Based on the data obtained, recommendations are formulated to improve product positioning in the target market.

The work contains theoretical and practical aspects that can be used to increase the competitiveness of the store and meet consumer needs. The proposed recommendations are aimed at optimizing the assortment and improving the quality of service, which will contribute to sales growth.

Keywords: ovological assessment, clothing quality, men's trouser suits, product positioning, consumer market, assortment, clothing market of Ukraine.

ЗМІСТ

Анотація	4
Вступ	7
Розділ 1. Теоретичні засади товарознавчої оцінки та позиціонування товарів	9
1.1. Стан, динаміка та потенціал зростання українського ринку одягу	9
1.2. Основні критерії та методи оцінки якості одягу	15
1.3. Теоретичні основи позиціонування товарів на споживчому ринку	20
Розділ 2. Товарознавча характеристика чоловічих брючних костюмів	25
2.1. Аналіз діяльності магазину «Yarmich» ФОП «Красновідов В.А.»	25
2.2. Товарознавча характеристика обраних зразків в магазині «Yarmich»	30
Розділ 3. Позиціонування чоловічих брючних костюмів на цільовому ринку	40
3.1. Етапи підготовки проведення дослідження в магазині Yarmich» ФОП «Красновідов В.А.»	40
3.2. Аналіз попиту та вподобань споживач в магазині «Yarmich» ФОП «Красновідов В.А.»	42
Висновки та пропозиції	50
Список використаних джерел	52
Додаток	56

