

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
МАГІСТРА**

на тему

***«Формування попиту споживачів
на жіночий одяг в торговельній мережі»***

**Виконала: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-22м
Спеціальності 076 Підприємництво
торгівля та біржова діяльність
Лемешко Аміна Дмитрівна
Керівник: Павлова В.А., д.е.н.,
професор**

**м. Дніпро
2024**

АННОТАЦІЯ

Лемешко А.Д. Формування попиту споживачів на жіночий одяг в торговельній мережі.

Ця дослідницька робота присвячена дослідженню та аналізу процесів формування попиту на жіночий одяг в торговельній мережі Zara. Проведено дослідження ринку жіночого одягу та його сегментів, визначено ключові фактори та тенденції, що впливають на споживчий попит в досліджуваному сегменті.

Розглянуто асортимент жіночого одягу в торговельній мережі Zara. Проведено організаційно-економічний аналіз торговельної мережі, включаючи SWOT-аналіз для визначення конкурентних переваг підприємства. Проведено перевірку якості жіночого одягу, що продається в мережі Zara.

Визначено сегменти споживачів торговельної мережі ZARA за критеріями вибору. Прогнозовано обсяги продажів в сегменті жіночого одягу в торговельній мережі ZARA. Виділено фактори, що визначають величину попиту, для його формування в торговельній мережі ZARA.

Ключові слова: попит споживачів, жіночий одяг, торговельна мережа Zara, асортимент, якість, стратегії підвищення попиту.

SUMMARY

Lemeshko A.D. Formation of consumer demand for women's clothing in the retail network.

This research work is devoted to the study and analysis of the processes of formation of demand for women's clothing in the Zara retail chain. A study of the women's clothing market and its segments was conducted, key factors and trends affecting consumer demand in the studied segment were identified.

The assortment of women's clothing in the Zara retail network is considered. An organizational and economic analysis of the trade network was carried out, including a SWOT analysis to determine the competitive advantages of the enterprise. The quality of women's clothing sold in the Zara network has been checked.

Segments of consumers of the ZARA retail network were determined according to the selection criteria. Forecasted sales volumes in the women's clothing segment in the ZARA retail network. The factors that determine the amount of demand for its formation in the ZARA trade network are highlighted.

Key words: consumer demand, women's clothing, Zara retail network, assortment, quality, demand-boosting strategies.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ СПОЖИВАЧІВ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ	12
1.1. Дослідження ринку жіночого одягу та його сегментів	12
1.2. Сегменти ринку одягу. Асортимент жіночого одягу. Показники якості	17
1.3. Види, особливості та методи формування попиту на жіночий одяг	26
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ZARA	30
2.1. Організаційно-економічна характеристика торговельної мережі Zara групи компаній Inditex Group. Swot-аналіз діяльності підприємства	30
2.2. Дослідження асортименту жіночого одягу в торговельній мережі ZARA	36
2.3. Перевірка якості жіночого одягу в торговельній мережі ZARA	42
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА ЖІНОЧИЙ ОДЯГ В ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ZARA	53
3.1. Сегментування споживачів торговельної мережі ZARA за критеріями вибору	53
3.2. Прогнозування обсягів продажів в сегменті жіночого одягу в торговельній мережі ZARA	59
3.3. Використання факторів, що визначають величину попиту, для його формування в торговельній мережі ZARA	65
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТКИ	78