

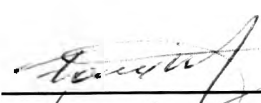
Universitatea Tehnică a Moldovei
Programul de masterat „Design și Dezvoltare de Produs”

Admis la susținere
Șef de catedră MTCP a FIU
conf.dr. univ. ing. Marina Malcoci

„49” 101 2016

STUDIUL CERINȚELOR BENEFICIARILOR (FEMEI) ÎNAINȚATE CĂTRE ÎNCĂLȚĂMINTEA DE UZ CURENT DESTINATĂ SEZONULUI TOAMNĂ – PRIMĂVARĂ

Teză de master

Masterand:  (Olga Pancenco)

Conducător:  (Marina Malcoci)

Chișinău - 2016

REZUMAT

Succesul acțiunilor comerciale ale firmelor producătoare de încălțăminte este asigurat prin dialog permanent cu consumatorii în vederea cunoașterii și anticipării nevoilor și dorințelor sale, pentru o mai bună satisfacere a acestora prin intermediul bunurilor și serviciilor oferite. Astfel și scopul principal al acestei lucrări este de a studia cerințele beneficiarilor din segmentul feminin al populației Republicii Moldova în ceea ce privește încălțăminte de uz curent pentru sezonul de tranziție 2016, în vederea obținerii informației necesare pentru a elabora o colecție de producere care va întări reputația întreprinderii pe piața autohtonă și va asigura firma cu clienți fideli.

Tot procesul de colectare și prelucrare a informației necesare pentru a obține aceste rezultate a fost structurat într-o lucrare de master; aceasta fiind realizată într-un număr de ___ de pagini, organizate în 4 capitole. Teza compune în sine datele privind fenomenul de fashion – istoria și evoluția tendințelor precum și influența acestora asupra populației. După ce în capitolul 1, au fost analizate componentele modei, a urmat stabilirea factorilor cu ajutorul cărora poate fi manipulată cererea sau opinia clientului privind un produs de încălțăminte, influențând astfel și finală alegerea a clientului (capitolul 2).

Pentru a obține o rezolvare cât mai eficientă a problemei înaintate de către tema tezei de master, în capitolul 3 a fost analizată activitatea întreprinderii de încălțăminte ÎCS „Cristina Mold-Rom Simpex” SRL, politica de producere și vânzare a producției.

Paralel cu perfectarea teoretică a lucrării a fost efectuată chestionarea unui grup de femei în număr de 100 de persoane. Acestea au formulat o idee destul de concretă în ceea ce privește elaborarea unei colecții de succes. În așa mod a fost concepută și propusă spre realizare, o colecție nouă de modele de încălțăminte demi, de uz curent, pentru femei destul de interesantă și originală.

SUMMARY

Commercial success of companies that produce footwear is ensured through an ongoing dialogue with consumers in order to know and foresee their needs and desires, to meet them in a better way by means of goods and services, which are provided. Thus, the main purpose of this paper is to study beneficiaries' requirements, and namely the requirements of the female part of the Moldovan population regarding light casual footwear of 2016 in order to receive information necessary to develop a production collection, which is to improve the company's reputation at the local market and to provide the company with loyal customers.

The whole process of collecting and processing information necessary to achieve these results has been structured into a master's thesis. The latter consists of ___ pages organized in 4 chapters. The thesis itself includes the data about the fashion phenomenon – history of trends and their influence on the population. Once we have analyzed fashion components in Chapter 1, we also tried to determine the factors that make it possible to manipulate customer demand or opinion regarding a footwear product, thus influencing the customer's final choice (Chapter 2).

To find the most efficient solution of the problem, raised by the master's thesis presented below, we have analyzed the activity of the footwear company FIE "Cristina Mold-Rom Simpex" Ltd., its production policy and sales in Chapter 3.

Along with the development of the theoretical basis of the paper, we have polled a group of 100 women, who, having completed the questionnaires, stated a fairly specific idea regarding the development of a successful collection. This is the way we have developed and proposed a new collection of light casual footwear for women.

CUPRINS

REZUMAT.....	1
INTRODUCERE.....	3
1. MODA. TRECUTUL. PREZENTUL. VIITORUL.....	5- 25
1.1 Apariția și evoluția tendințelor. Pătrunderea tendințelor în masă și influența acestora asupra populației.....	5
1.2 Design. Părțile componente.....	19
1.3 Stiluri.....	20
1.4 Gama cromatică.....	22
1.5 Construcția.....	24
2. FACTORII DE INFLUENȚĂ ÎN ÎNAINȚAREA CERINȚELOR UNUI CLIENT FAȚĂ DE PRODUSUL DE ÎNCĂLȚĂMINTE	26- 33
2.1 Factori vizuali, auditivi, senzoriali.....	26
2.2 Regulile de comportare și comunicare cu clientul.....	30
2.3 Metode de atragere a consumatorului.....	31
3. STUDIUL POZIȚIEI ÎNTREPRINDERII ANALIZATE PE PIAȚA AUTOHTONĂ.....	34- 49
3.1 Prezentarea întreprinderii de încălțăminte „Cristina Mold-Rom Simpex SRL”.....	34
3.2 Analiza etapelor de elaborarea a unei colecții de producere.....	38
3.3 Analiza rezultatelor chestionarului de consumatori.....	38
3.4 Recomandări.....	45
CONCLUZII.....	50
BIBLIOGRAFIE.....	51-52
ANEXE.....	53-165
Anexa 1. Sortimentul de modele ai întreprinderii „Cristina Mold-Rom Simpex SRL” pentru sezonul de tranziție 2016	54
Anexa 2. Model de chestionar realizat pentru efectuarea studiului.....	60
Anexa 3. Chestionarele îndeplinite de către persoanele anchetate.....	64