

Útdráttur

Það er hverju fyrirtæki nauðsynlegt að vera meðvitað um starfsumhverfi sitt. Til að vera samkeppnishæf á markaði þurfa þau að gera markaðsgreiningu og skoða hvað vel er gert og hvað betur má fara.

Í þessari ritgerð var framkvæmd markaðsgreining á barnafatamarkaðinum á Íslandi (sérvöruverslunum með barnafatnað) og heildarumhverfi verslunarinnar Káttra krakka skoðað. Sett var fram fræðileg skilgreining á hugtökunum hvað varðar innra og ytra umhverfi fyrirtækja og þau skoðuð út frá sjónarmiði Káttra krakka. Hugtakið neytendahegðun var einnig skilgreint. Markmið ritgerðarinnar var að leita svara við spurningunni „Hverjir eru helstu þættir sem hafa áhrif á val neytenda á barnafatnaði?“

Niðurstöður leiddu í ljós að afar erfitt er fyrir sérstæðar barnafataverslanir að halda velli á markaðinum. Neytendur eiga það sameiginlegt að vilja endingargóðan gæðafatnað fyrir börn sín en versla ódýran, fjöldaframleiddan fatnað af stórum keðjum.

Abstract

It is vital for companies to be aware of their working environment. In order to stay competitive they need to execute regular marketing audit where they focus on what they are doing right vs. what they could improve.

This thesis includes marketing audit for children's clothing market in Iceland, focusing on the independent shops which solely sell children's clothing. In addition to that the author researched the macro environment for a specific children's clothes shop; Kátir Krakkar. Theoretical definitions were defined for micro- and macro environment and they analyzed further from Kátir Krakkar's perspective as well as analyzing consumer behavior. The main focus with this thesis was to try to answer the following question „What are the main factors influencing consumer's choice when buying children's clothing“?

This thesis's research showed that the market environment in Iceland is extremely tough for independent children's clothing shops. Consumers do have that in common that they want quality clothes which lasts but at the same time choose to buy cheap, mass produced clothes from the bigger retail chains.