

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

***“Створення та ефективність власних
торгових марок роздрібних торговельних
підприємств”***

**Виконала: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-18мв
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Гололобова Наталія Віталіївна
Керівник: Павлова В.А., д.е.н.,
професор**

**м. Дніпро
2019**

АНОТАЦІЯ

Гололобова Н.В. Створення та ефективність власних торгових марок роздрібних торговельних підприємств.

У роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти дослідження та просування власних торгових марок роздрібних торгівельних підприємств на прикладі ТМ «РОШЕН». Визначена сутність, значення, створення та впровадження власної торгової марки, особливості визначення власної торгової марки. Проведене дослідження особливостей розвитку ТМ «РОШЕН». Розглянута загальна характеристика Корпорації «РОШЕН». Була проведена порівняльна характеристика різних торгових марок Корпорації «РОШЕН». Ознайомились з способами та методами підвищення ефективності реалізації власної торгової марки. Розробили стратегію підвищення ефективності власної торгової марки та прогноз її застосування в перспективі.

Ключові слова: власні торгові маркки, торговельні підприємства, ефективність.

SUMMARY

Gololobova N.V. Creation and efficiency of own brands of retail trade enterprises.

The theoretical and practical aspects of research and promotion of own trade marks of retail trade enterprises on the example of TM "ROSHEN" are considered in the work. The essence, meaning, creation and implementation of own brand, features of definition of own brand are defined. The study of the peculiarities of the development of TM "ROSHEN" was carried out. The general description of the ROSHEN Corporation is considered. A comparative description of the various ROSHEN Corporation trademarks was conducted. Familiarize yourself with the ways and methods of improving the effectiveness of implementing your own brand. Developed a strategy to improve the effectiveness of their own brand and forecast its use in the future.

Keywords: own brands, trade enterprises, efficiency.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	4
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЛАСНИХ ТОРГОВИХ МАРОК	
1.1. Власна торгова марка: сутність, значення, створення, впровадження.....	10
1.2. Використання власних торговельних марок за світовими тенденціями на національному рівні.....	20
1.3. Особливості визначення ефективності власних торгових марок.....	26
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ТМ «РОШЕН»	
2.1. Загальна характеристика Корпорації «РОШЕН»	33
2.2. Аналіз особливостей створення та ефективності просування власних торгових марок Корпорації «РОШЕН»	38
2.3. Порівняльна характеристика якості різних торгових марок корпорації «Рошен».....	42
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЛАСНОЇ ТОРГОВОЇ МАРКИ	
3.1 Зарубіжний досвід підвищення ефективності власних торгових марок у роздрібних торговельних мережах.....	48
3.2. Способи та методи підвищення ефективності реалізації власної торгової марки.....	52
3.3. Розробка стратегії підвищення ефективності власної торгової марки та прогноз перспективи її застосування.....	58
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67
ДОДАТКИ.....	73