

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«ВЛАСНІ ТОРГОВІ МАРКИ У МЕРЕЖЕВОМУ РИТЕЙЛІ: ТЕОРЕТИЧНІ І ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА»

**Виконала: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ 20 вв
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Лебединченко Анастасія Євгеніївна
Керівник: Павлова В.А., д.е.н.,
професор**

м. Дніпро
2022р.

АНОТАЦІЯ

Лебединченко А.Є. Власні торгові марки у мережевому ритейлі: теоретичні і прикладні аспекти підприємництва.

У роботі розглянуто теоретичні і практичні аспекти позиціонування власних торгових марок на цільовому ринку Дніпропетровського регіону, досліджено стан та тенденції їх розвитку, виявлено та систематизовано асортимент товарів краси та здоров'я у забезпеченні потреб споживачів, виявлено особливості власних торгових марок, досвід їх впровадження в торгових мережах ритейлу.

Охарактеризовано економічну діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «РУШ» щодо впровадження власних торгових марок, проаналізовано асортимент власних торгових марок у мережі магазинів Єва, складено порівняльну характеристику якості різних торгових марок у мережі магазинів Єва.

Розроблено сегментацію споживачів власних торгових марок товариства з обмеженою відповідальністю «РУШ» для визначення ступеня їх задоволення і рівня впровадження в продаж у мереж магазинів Єва. Виявлено залучені методи активізації продажів власних торгових марок товариства з обмеженою відповідальністю «РУШ». Розроблено заходи щодо підвищення прибутковості товариства з обмеженою відповідальністю «РУШ».

Ключові слова: власна торгова марка, споживач, класифікація, методи дослідження, цільовий ринок, товар.

SUMMARY

Lebedynchenko A.E. Private label in retail. Theoretical and applied aspects of business.

The work is examined theoretical and practical aspects of the positioning of proprietary brands in the main market of the Dnipropetrovsk region, The state and trends of their development have been investigated, the range of beauty and health has been identified and systematized in providing the needs of consumers, the peculiarities of their trade marks are revealed, the experience of their implementation in retail retail networks.

The economic activity of the Limited Liability Company "Rush" regarding the introduction of own brands is analyzed, the range of own brands in the network of EVA stores is analyzed, a comparative characteristic of the quality of various trademarks in the network of Eve stores is analyzed.

Developed segmentation of consumers of own brands of Limited Liability Company "Rush" to determine the degree of their satisfaction and level of implementation in the networks of Eve stores. The methods of intensification of sales of own trade marks of the Limited Liability Company "Rush" are revealed. Measures have been developed to increase the profitability of Limited Liability Company "Rush".

Keywords: private label, consumer, classification, research methods, target market, product.

ЗМІСТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА.....	1
Лебединченко Анастасія Євгенівна.....	1
АНОТАЦІЯ.....	2
Лебединченко А.Є. Власні торгові марки у мережевому ритейлі: теоретичні і прикладні аспекти підприємництва.	2
SUMMARY	2