

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

“РОЗВИТОК ВЛАСНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК КОРПОРАЦІЇ АТБ”

Виконав: здобувач 5 курсу,
групи ПТБ-17м
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Івлєв Артем Олегович
Керівник: Павлова В.А., д.е.н.,
професор

м. Дніпро
2018

АНОТАЦІЯ

Івлєв А.О. Розвиток власних торговельних марок „Корпорації АТБ”.

У роботі розглянуто розвиток власних торгівельних марок „Корпорації АТБ”, проаналізовано їх якість, тенденції та перспективи розвитку. Наведено загальну характеристику про технології формування та розвиток власних торгових марок.

Досліджено структуру асортименту та якість продукції власних торгових марок. Проведено аналіз структури асортименту торговельних марок АТБ.

Наведено порівняльну характеристику якості продукції різних виробників.

Розглянуто шляхи підвищення продажу продукції власних торгівельних марок „Корпорації АТБ”.

Вивчено фактори підвищення ефективності власних торгових марок. Представлено порівняльну характеристику якості різних торговельних марок.

Ключові слова: розвиток, торговельні марки, формування, якість, асортимент, ефективність.

SUMMARY

Ivlev A.O. Development of own trademarks, ATB Corporation.

The paper considers the development of its own brands, ATB Corporation, their quality, trends and prospects are analyzed. The general description of technologies of formation and development of own trademarks is presented.

The structure of assortment and quality of products of own brands are investigated. The analysis of the structure of the range of trademarks ATB was conducted.

The comparative characteristic of quality of products of different manufacturers is given.

The ways of increasing the sales of products of own brands, "ATB Corporation", are considered.

The factors of increase of efficiency of own trademarks are studied. A comparative description of the quality of different trademarks is presented.

Key words: development, trade marks, formation, quality, assortment, efficiency.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК	15
1.1. Технології формування та розвитку власної торговельної марки	15
1.2. Бренд – менеджерський аспект власних торговельних марок корпорації „АТБ ”	23
1.3. Методичні підходи до визначення ефективності власних торгових марок	29
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУКТУРИ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ТОВАРУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК КОРПОРАЦІЇ „АТБ”	36
2.1. Організація , об’єкти та методи дослідження	36
2.2. Аналіз структури торговельних марок корпорації „АТБ”	39
2.3. Порівняльна характеристика якості різних торговельних марок корпорації „АТБ”	48
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК В КОРПОРАЦІЇ „АТБ”	51
3.1. Фактори підвищення ефективності торговельних марок	51
3.2. Терміни, та вартість реєстрації торговельних марок	58
3.3. Реструктуризація та ребрендинг товарів власних торговельних марок	74
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	87