

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра менеджменту, публічного управління та HR-технологій

РОЗРОБКА АЛГОРИТМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ (НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖІ СУПЕРМАРКЕТІВ «СІЛЬПО»)

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи магістра
за освітньою програмою «Менеджмент організацій і адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»

КРМ. 073. 12217798 ПЗ

Розробив здобувач вищої освіти
за другим (магістерським) рівнем
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів
академічної доброчесності)
групи 216-МОА-Д24
Олексій БЛИЗНЮК

Керівник: доцент, к-т ек. наук
Олена ГРОМОВА

Рецензент: професор, д-р ек. наук
Олена КІРДІНА

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота включає в себе пояснювальну записку формату А4, що містить 12 слайдів презентації, 90 аркушів пояснювальної записки формату А4, що включає в себе 6 таблиць, 11 рисунків та 76 використаних літературних джерел

Ключові слова: БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ, СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ, БРЕНД-СТРАТЕГІЯ, РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ.

Об'єктом дослідження є процес стратегічного управління підприємством у сфері роздрібної торгівлі.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством з урахуванням специфіки функціонування мережі супермаркетів «Сільпо».

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади бренд-менеджменту як складової стратегічного управління підприємством та проаналізовано практику управління брендом у мережі супермаркетів «Сільпо». Проведено аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства, динаміки розвитку мережі та особливостей реалізації бренд-стратегії.

За результатами дослідження розроблено алгоритм підвищення ефективності бренд-менеджменту, який може бути застосований як у діяльності мережі супермаркетів «Сільпо», так і на підприємствах роздрібної торгівлі загалом, з урахуванням галузевої специфіки та стратегічних цілей розвитку.

ABSTRACT

This qualification work includes an explanatory note in A4 format, containing 12 presentation slides, 90 pages of explanatory notes in A4 format, including 6 tables, 11 figures, and 76 cited sources.

Keywords: BRAND MANAGEMENT, STRATEGIC MANAGEMENT, BRAND STRATEGY, RETAIL TRADE, COMPETITIVENESS.

The object of the study is the process of strategic management of an enterprise in the retail trade sector.

The aim of the qualification work is to develop an algorithm to improve the efficiency of brand management within the system of strategic management of an enterprise, taking into account the specifics of the operation of the Silpo supermarket chain.

The qualification work examines the theoretical foundations of brand management as a component of strategic enterprise management and analyzes brand management practices within the Silpo supermarket chain. An analysis of the company's financial and economic performance, network development dynamics, and the features of brand strategy implementation was conducted.

Based on the results of the study, an algorithm for enhancing brand management efficiency was developed, which can be applied both in the activities of the Silpo supermarket chain and in retail enterprises in general, considering industry specifics and strategic development goals.

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра менеджменту, публічного управління та HR-технологій

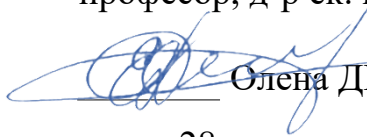
Ступінь вищої освіти: магістр

Освітня програма: «Менеджмент організацій і адміністрування»

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
професор, д-р ек. наук

 Олена ДИКАНЬ

«28» жовтня 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Олексію Близнюку

1 Тема «Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством (на прикладі мережі супермаркетів «Сільпо»)»

керівник Олена Громова, к-т ек. наук, доцент

затверджено розпорядженням по економічному факультету від «27» лютого 2025 року № 65/25

2 Строк подання здобувачем вищої освіти закінченої роботи «17» січня 2026 року

3 Вихідні дані публікації провідних вітчизняних і зарубіжних учених, монографічні дослідження спеціалістів із проблематики управління брендами та стратегічного управління підприємствами, дані фінансової та статистичної звітності мережі супермаркетів «Сільпо», інформаційні ресурси Інтернету

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Теоретико-методичні основи бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством. Сутність, роль та еволюція бренд-менеджменту в сучасній економіці. Місце бренд-менеджменту в системі стратегічного управління. Методи оцінювання ефективності бренд-менеджменту. Аналіз ефективності бренд-менеджменту мережі супермаркетів «Сільпо». Організаційно-економічна характеристика мережі супермаркетів «Сільпо». Аналіз поточної бренд-стратегії підприємства. Проблеми та перспективи підвищення ефективності бренд-менеджменту «Сільпо». Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в стратегічному управлінні

«Сільпо». Обґрунтування необхідності вдосконалення бренд-менеджменту. Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту.

5 Перелік графічного матеріалу

1 Теоретико-методичні основи бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством – 5 слайдів. 2 Аналіз ефективності бренд-менеджменту мережі супермаркетів «Сільпо» - 4 слайди. 3 Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в стратегічному управлінні «Сільпо» - 4 слайди.

6 Консультанти окремих розділів

Розділ	Прізвище, ініціали, посада та науковий ступінь консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання 27 жовтня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1 Теоретико-методичні основи бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством	20.11.2025	
2 Аналіз ефективності бренд-менеджменту мережі супермаркетів «Сільпо»	15.12.2025	
3 Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в стратегічному управлінні «Сільпо»	08.01.2026	
4 Графічна частина	15.01.2026	

Здобувач вищої освіти

Олексій БЛИЗНЮК

Керівник

Олена ГРОМОВА

Зміст

Вступ	6
1 Теоретико-методичні основи бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством	8
1.1 Сутність, роль та еволюція бренд-менеджменту в сучасній економіці	8
1.2 Місце бренд-менеджменту в системі стратегічного управління	17
1.3 Методи оцінювання ефективності бренд-менеджменту	24
Висновки до розділу 1	31
2 Аналіз ефективності бренд-менеджменту мережі супермаркетів «Сільпо»	33
2.1 Організаційно-економічна характеристика мережі супермаркетів «Сільпо»	33
2.2 Аналіз поточної бренд-стратегії підприємства	49
2.3 Проблеми та перспективи підвищення ефективності бренд-менеджменту «Сільпо»	60
Висновки до розділу 2	66
3 Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в стратегічному управлінні «Сільпо»	68
3.1 Обґрунтування необхідності вдосконалення бренд-менеджменту	68
3.2 Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту	71
Висновки до розділу 3	80
Висновки	82
Список використаних джерел	84

					КРМ. 073. 12217798 ПЗ			
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Розроб.		Близнюк О. Ю.			Розробка алгоритму підвищення ефективності бренд-менеджменту в системі стратегічного управління підприємством (на прикладі мережі супермаркетів «Сільпо»)	Літ.	Аркуш	Аркушів
Перевір.		Громова О.В.					5	90
Н. Контр.		Крихітіна Ю.О.				УкрДУЗТ		
Затверд.		Дикань О.В.						

Список використаних джерел

- 1 Бергер А., Драган О. Стратегії управління стійким розвитком підприємств в умовах дотримання соціально-економічної безпеки. *Розвиток міста*. 2025. № 1 (05). С. 7–17. URL: <https://doi.org/10.32782/city-development.2025.1-1>.
- 2 Білик І. І., Погиба А. А., Маргіта М. В. The importance of branding for businesses and its impact on building consumer loyalty. *The actual problems of regional economy development*. 2024. Vol. 2, no. 20. P. 150–159. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.20.150-159>.
- 3 Боєнко О. Ю. Дослідження еволюції поняття «бренд» в контексті розвитку суспільства. Львів, 2018. URL: <https://ena.lpnu.ua/bitstreams/cbb5ae5a-63d9-47f5-a2cc-20ea83d00b76/download>.
- 4 Бренд-менеджмент: маркетингові технології. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології*. 2024. URL: <https://doi.org/10.31617/k.knute.2024-03-14>.
- 5 Бренд-менеджмент: маркетингові технології. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології*. 2025. С. 1–586. URL: <https://doi.org/10.31617/k.knute.2025-03-12>.
- 6 Власенко А. Організація бренд-менеджменту на підприємстві. *Стратегії та технології цифрового маркетингу. бренд-менеджмент у світовій та вітчизняній практиці*. 2025. № 1. С. 165–170. URL: <https://ur.knute.edu.ua/items/144e3ffa-e7e2-4ff6-9917-c4ce14a0043f>.
- 7 Впровадження бренд-менеджменту в управління діяльністю підприємства: українські реалії / О. Вдовічена та ін. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2021. Т. 5, № 40. С. 546–555. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v5i40.245227>.
- 8 Гераскіна А. О. Бренд-менеджмент як складова стратегічного розвитку підприємства : thesis. 2019. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/12751>.

- 9 Громова О. В., Мельничук А. Theoretical and practical aspects of anti-crisis management in the field of personnel adaptation. *Pryazovskyi economic herald*. 2020. № 6(23). URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-6-10>.
- 10 Громова О. В., Яковенко В. Г. Управління людськими ресурсами підприємства в умовах воєнного стану. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2025. № 90. С. 46–51. URL: <https://doi.org/10.18664/btie.90.337074>.
- 11 Данилюк А. Стратегічне бренд-менеджмент та його значення в інноваційному розвитку. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 1. С. 170–176. URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-3-20>.
- 12 Дикань О. В., Крихтіна Ю. О. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем спеціальності 073 «Менеджмент». Харків : УкрДУЗТ, 2021. 35 с.
- 13 Дубровіна О. М. Бренд-менеджмент в системі управління містом (на прикладі м. Суми) : master's thesis. 2021. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/85807>.
- 14 Звіт про управління ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2020 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2021/04/30/608bebf3b3bc36.pdf>.
- 15 Звіт про управління ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2021 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2022/10/06/633e8b138437a.pdf>.
- 16 Звіт про управління ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2022 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2023/07/05/64a56f7808283.pdf>.
- 17 Звіт про управління ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2023 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2024/07/05/6687db249d826.pdf>.
- 18 Звіт про управління ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2024 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/f39a758b-c70c-484b-9f88-97e5aa418c6a.pdf>.
- 19 Історія та розвиток керамічного виробництва / О. В. Саввова та ін. Харків : Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекет., 2022. 182 с.
- 20 Калач Г. М. Моделі оцінки бренду в умовах цифровізації бізнесу. *Підприємництво і торгівля*. 2020. № 27. С. 26–30. URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-27-04>.

21 Каркушка О. Управління брендом підприємства роздрібною торгівлі. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-123>.

22 Коротка історія брендингу: від єгипетських горщиків до iPhone 13. *Домени – перевірка та реєстрація доменів в Україні | Imena.ua*. URL: <https://www.imena.ua/blog/brief-history-of-branding/>.

23 Косарук О. М., Вишталюк К. Бренд-менеджмент як основа формування успішної маркетингової стратегії підприємства. 2025. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/49103/24185.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.

24 Лабурцева О. І. Технології маркетингових бренд-комунікацій у торгівлі : thesis. 2020. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/15800>.

25 Лишенко М. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-80>.

26 Майборода Г. О. Бренд-менеджмент як складова комплексу маркетингу підприємства. *Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія "Економіка"*. 2018. Т. 19, вип. 308. С. 173–180.

27 Малік Т. В., Шкляр О. А. Формування внутрішнього середовища торговельного закладу з урахуванням корпоративної естетики. *Theory and practice of design*. 2021. № 24. С. 88–94. URL: <https://doi.org/10.18372/2415-8151.24.16295>.

28 Мережа Фірмових магазинів ROSHEN. *ROSHEN*. URL: <https://roshenstores.com/?srsltid=AfmBOooalUd09FEfxvau76qTwXGh3NJeTTEDXojxh7Q1IB0W37yPWVcc>.

29 Назарчук Т., Ковальчук В. Бренд – стратегія як ключовий фактор розвитку компанії на ринку. *Development service industry management*. 2025. № 1. С. 123–129. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9\(17\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2025-9(17)).

30 Нова Пошта. *NovaPoshta*. URL: <https://novaposhta.ua/>.

31 Опитування "Доставка з Сільпо/Ашану - підводне каміння?". *reddit*. URL: https://www.reddit.com/r/RedditUATalks/comments/1ovx8ha/доставка_з_сільпо_ашаніві_тд_підводне_каміння/.

32 Осіїк Д. Найбільш вражаючі: як виглядають Сільпо, які потрапили до списку Europe's Finest Store 2024 (фотоогляд). *Асоціація ритейлерів України – The profile association of retail market players*. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/najbilsh-vrazhajuchi-silpo/>.

33 Смолич Д. В. СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО РОЛЬ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ. *Економічні науки. Серія "Регіональна економіка"*. 2022. № 19(75). С. 236–247. URL: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19\(75\)-28](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2022-19(75)-28).

34 Струтинська І. В. Бренд-менеджмент. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.

35 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення : методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності / Л. М. Козар та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2014. 46 с.

36 Фінансова звітність ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2020 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2021/04/30/608bd581266e4.pdf>.

37 Фінансова звітність ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2021 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2022/10/06/633e8a9c12767.pdf>.

38 Фінансова звітність ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2022 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2023/07/05/64a56f1b2f679.pdf>.

39 Фінансова звітність ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2023 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/2024/07/05/6687db84ae5d4.pdf>.

40 Фінансова звітність ТОВ "Сільпо-Фуд" за 2024 рік. *static.silpo*. URL: <https://static.silpo.ua/content/d071b360-be48-4298-bbdc-c3ce7b3c34c7.pdf>.

41 Харчук О. А. Сутність бренду як економічного поняття: виникнення, становлення та сучасні тенденції розвитку. *Наукові записки. серія "Економіка"*. 2010. № 13.

42 Червона О. Ю., Гопка А. С. Бренд-менеджмент у системі стратегічного управління бізнесом. *Український економічний часопис*. 2024. № 4. С. 79–82. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8273/2024-4-15>.

43 Чернатоні Л. Д. Від бачення бренду до оцінки бренду. Стратегічний процес росту і посилення бренду. М. : Група ІДТ, 2007. 47 с.

44 Шаповал К. Ось так починався бізнес «Сільпо». Історія магазинів та власника Володимира Костельмана – Forbes.ua. *Forbes.ua*. URL: <https://forbes.ua/company/oda-radosti-dlya-volodimira-kostelmana-ta-yogo-komandi-biznes-tse-fan-yak-tse-pratsyue-01122023-17559>.

45 Ягельська К. Ю., Каркушка О. О. Інтегральна оцінка ефективності бренд-менеджменту підприємств роздрібної торгівлі. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 17. URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/923/910>.

46 Яковенко В. Г., Громова О. В. Розгляд доцільності застосування соціально-психологічних методів управління персоналом на підприємствах в умовах війни. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 81-82. С. 329–336. URL: <https://doi.org/10.18664/btie.81-82.287342>.

47 Як перекладається слово Бренд українською - Словотвір. *Словотвір*. URL: <https://slovotvir.org.ua/words/brend>.

48 Яцишина Л. Бренд-менеджмент і маркетингові технології. *Маркетинг в Україні*. 2015. № 6 (93), листоп.-груд. С. 12–13.

49 12 найнезвичніших тематичних «Сільпо» з усієї України - Хмарочос. *Хмарочос*. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2023/08/31/12-najnezvychnishyh-tematychnyh-silpo-z-usiyeyi-ukrayiny/>.

50 Aaker D. Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success. Morgan James Publishing, 2014. 220 p.

51 Amazon. *Amazon*. URL: <https://www.amazon.com/>.

52 Apple (Україна). *Apple*. URL: <https://www.apple.com/ua/>.

- 53 Arora A. P. Marketing management. *Vision: the journal of business perspective*. 2013. Vol. 17, no. 1. P. 99.
URL: <https://doi.org/10.1177/0972262912469705>.
- 54 ATB-market. *Atbmarket*.
URL: https://www.atbmarket.com/?srsltid=AfmBOooMKnyWwboR1XsxfrvNGryDxpghYy_boyvbLAbtv97nG367xFCY.
- 55 Azin Yazdi A., Ramachandran S. The ebb and flow of brand loyalty: a 28-year bibliometric and content analysis. *arXiv.org*.
URL: <https://arxiv.org/abs/2402.13177>.
- 56 Berger-Grabner D. Strategic retail management and brand management. De Gruyter, 2021. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110543827>.
- 57 Coca-Cola UA. *Coca-Cola*. URL: <https://www.coca-cola.com/ua/uk>.
- 58 Dickson P. R. Marketing management. Fort Worth : Dryden Press, 1994. 642 p.
- 59 Drucker P. Technology, Management and Society. Routledge, 2012. URL: <https://doi.org/10.4324/9780080928876>.
- 60 Globa M., Zozulov O., Gnitetskyi I. Marketing metrics during brand audit. *Economic scope*. 2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-64>.
- 61 Jevtić P., Stošić-Mihajlović L., Latin R. Modern crisis marketing management. *Ekonomski izazovi*. 2020. Vol. 9, no. 18. P. 110–120. URL: <https://doi.org/10.5937/ekoizazov2018110j>.
- 62 Kapferer J.-N. New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. Kogan Page, Limited, 2012.
- 63 Keller K. L. Strategic brand management. Pearson.
- 64 Kotler P., Keller K. L. Marketing management (12th edition) (marketing management). Prentice Hall, 2006. 816 p.
- 65 Liubchuk V. Бренд-менеджмент як вид управлінської діяльності. *Sociological studios*. 2020. № 1(16). С. 57–63. URL: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2020-01-57-63>.
- 66 Marketing 3: Marketing-Management. Springer London, Limited, 2013.

- 67 Marketing management / ed. by Z. Gerald. Chicago : Dryden Press, 1987. 656 p.
- 68 Microsoft. *Microsoft*. URL: <https://www.microsoft.com/uk-ua>.
- 69 Panchenko M., Velyka K. Research of the impact of artificial intelligence in marketing. *Marketing and digital technologies*. 2023. Vol. 7, no. 2. P. 147–155. URL: <https://doi.org/10.15276/mdt.7.2.2023.11>.
- 70 Sánchez Martínez A. Marketing management. *Gestión y estrategia*. 2007. Vol. 31. P. 89–90. URL: <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2007n31/sanchez>.
- 71 Sherrington M. Added Value: The Alchemy of Brand-Led Growth. Palgrave Macmillan Limited, 2003.
- 72 Supermarket "Silpo": feedback from employees and customers. *EN.BIRMISS.COM*. URL: <https://en.birmiss.com/supermarket-silpo-feedback-from-employees-and-customers/>.
- 73 Tull D. S. Marketing management. Basingstoke : Macmillan, 1990.
- 74 V S., K J. R., R C. Global marketing management planning and organization. *Journal of advanced research in dynamical and control systems*. 2019. Vol. 11, no. 0009-SPECIAL ISSUE. P. 489–493. URL: <https://doi.org/10.5373/jardcs/v11/20192596>.
- 75 Witzel M. Marketing. *Management*. 2nd ed. London, 2022. P. 98–127. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003171720-5>.
- 76 Zhalinska I. V. The impact of artificial intelligence on marketing. *Вплив інноваційних змін на розвиток суспільства: управлінські та соціально-економічні аспекти* : Всеукраїнська науково-практична on-line конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених, Житомир, 19 May 2023. 2023. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/sekcija-4-1.pdf>.