



**ОДЕСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ
СТУДЕНТСЬКЕ САМОВРЯДУВАННЯ**



**XXII ВСЕУКРАЇНСЬКА ЩОРІЧНА СТУДЕНТСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
ЗА МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

**«СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
МОДЕЛІ, СТРАТЕГІЇ, ТЕХНОЛОГІЇ»**

2021

**ОДЕСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ

ФАКУЛЬТЕТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

**НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО СТУДЕНТІВ, СЛУХАЧІВ,
АСПРАНТІВ, ДОКТОРАНТІВ І МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

РАДА СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології

*Матеріали
XXII Всеукраїнської щорічної студентської
науково-практичної конференції
за міжнародною участю
22 квітня 2021 року*

**Одеса
2021**

УДК 658
С 91
ББК 65.050

Редакційний колегія збірника матеріалів конференції:

Майданюк С. І. — головний редактор, доцент кафедри менеджменту організацій, к.е.н.

Красностанова Н. Е. — завідувач кафедри менеджменту організацій, к.е.н., доц.

Колісниченко Н. М. — завідувач кафедри української та іноземних мов, к.держ.упр., доц.

Безверхнюк Т. М. — завідувач кафедри проектного менеджменту, д.держ.упр., проф.

Пігарєв Ю. Б. — завідувач кафедри електронного урядування та інформаційних систем, к.ф.-м.н, доц.

Пахомова Т. І. — завідувач кафедри регіональної політики та публічного адміністрування, д.держ.упр., проф.

Мальцева В. В. — студентка 2 курсу спеціальності «Менеджмент» факультету менеджменту та бізнес-технологій

Заєць У. В. — студентка 3 курсу спеціальності «Менеджмент» факультету менеджменту та бізнес-технологій

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Одеського регіонального інституту державного управління НАДУ при Президентіві України. *Протокол № 5 від 18 березня 2021 р.*

Конференцію зареєстровано ДНУ «Український інститут науково-технічної експертизи та інформації». *Посвідчення № 277 від 30 березня 2021 р.*

С 91 **Сучасний менеджмент: моделі, стратегії, технології** : матеріали XXII Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 22 квіт. 2021 р. — Одеса : ОРІДУ НАДУ при Президентіві України, 2021. — 484 с.

ISBN 978-966-394-108-0

ББК 65.050

Матеріали публікуються в авторській редакції

ISBN 978-966-394-108-0

ОРІДУ НАДУ
при Президентіві України, 2021.

Чернова Г. С. Управління інноваційною діяльністю підприємства	58
Яков С. М. Методичні аспекти та регламент розробки брендингової стратегії	60
Яковчук С. Ю. Маніпулятивна поведінка та заходи з її обмеження	62

Секція 2

Стратегічний менеджмент і маркетинг

Chornomord Ye. Importance Of The Risk Management In The Management Of Enterprise	66
Liao W. Public Management Improve Industry Development In Aging Society	68
Артеменко Я. О. Маркетинг в системі стратегічного управління промисловим підприємством	70
Багро К. В. Сучасні тенденції розвитку менеджменту та умови їх ефективного використання на прикладі HR-менеджменту	72
Близнюк Ю. В. Стратегії та інновації в сучасному торговому маркетингу	74
Бондарець М. М. Економічна безпека будівельного підприємства: теоретичний аспект	76
Волик А. О. Кадрова політика та управління трудовими ресурсами підприємства	78
Гаркуша Е. В. Стратегічне планування в міжнародних корпораціях	80
Герасимчук М. С. Проблеми стратегічного планування в організації та методика їх вирішення	82
Горбань Д. В. Роль стратегічного маркетингового управління у розвитку регіонів	84
Горгоц А. О. Сутність земельного менеджменту в землекористуванні	86
Гориславська В. В. Роль земельного менеджменту в системі управління земельними ресурсами	88
Грипич О. В. Формування стратегічних напрямів забезпечення соціальної безпеки країни	90
Делік А. В. Вплив функції мотивації на конкурентоспроможність організації	92
Д'яченко М. О. SWOT-аналіз стратегії розвитку в українській компанії на прикладі європейської компанії	94
Іванова Д. І. Роль digital-маркетингу у просуванні послуг підприємства	96
Ісаченкова А. В. Управління дебіторською заборгованістю як складова стратегічного менеджменту підприємства	98
Карабута А. О. Теоретичні основи стратегічного управління регіоном	100
Кобилянська Д. О. Аналіз та удосконалення системи витрат на підприємстві	102
Коняшина В. С. Сучасні технології та інструменти стратегічного менеджменту мережі магазинів електроніки та аксесуарів «Цитрус»	104
Костенко А. В. Використання методу ранжування в HR-менеджменті	106
Кривобок Ю. С. Розвиток креативного підприємництва в Європі	108

Д'яченко М. О.
Студентка ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Керівник: ст. викладач
Лещінська А. В.

SWOT-АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В УКРАЇНСЬКІЙ КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КОМПАНІЇ

В основі управління кожної компанії знаходиться розробка стратегій та їх адаптація до специфіки компанії та реалізація на практиці. Усім цим займаються такі дисципліни, як менеджмент і маркетинг (ключові сфери просування компаній на ринку товарів та послуг). Стратегічний менеджмент і маркетинг молоді дисципліни, які досі знаходяться у стані розвитку через те, що на цей час не достатньо вивчені і охоплюють дуже складні процеси сучасного управління в бізнесі. Попри це, сучасні робітники даних сфер вже проаналізували економічний стан ринку Європейського союзу та запевняють українських виробників у необхідності виходу на ринок товарів та послуг, саме Європи, з метою експорту продукту, пропонування послуг та подальшого розвитку вітчизняних компаній. У даній роботі пропонується дослідити стан вітчизняних підприємств та їх готовність до такого відповідального кроку. Інтегрування свого продукту та послуг за межі України. Визначити чи відповідають вітчизняні продукти та послуги Європейським стандартам.

Питанням вивчення ролі стратегічного менеджменту і маркетингу в економіці країни займалися Ф. Тейлор, А. Файоль, Ф. Селзнік, П. Друкер, І. Ансов, Ф. Котлер та ін. У працях цих вчених було висвітлено стратегічне планування розвитку підприємства методом SWOT-аналізу, який ґрунтується на виявленні слабких і сильних сторін внутрішнього середовища організації та сприятливих можливостей і загроз з боку зовнішнього середовища. Зважаючи на це доречно застосувати саме цей вид аналізу з метою оцінки стану вітчизняних підприємств на прикладі мережі супермаркетів «Сільпо» та порівняти з німецькою мережею супермаркетів «Rewe Group».

Rewe Group — це інтернаціональна компанія, яка була заснована у Німеччині в 1927 році. Компанія має принцип кооперації — налічує 6 сфер діяльності: внутрішня торгівля (10 підприємств), зовнішня торгівля (7 підприємств), товари для зручності (3 підприємства), будівельні товари (2 підприємства), туризм (21 підприємство), інше (3 підприємства). Вона представлена у 23 країнах світу, налічує 15,828 тис. магазинів, кількість співробітників — 360 тис. з яких продавців — 1810. На цей час «Rewe Group» займає 70 % ринку товарів та послуг у Німеччині, процент прибутку у порівнянні з 2019 роком виріс у 2,5 % і становить 63 мільярди євро. Rewe Group займаються благодійністю для дітей та належить до компаній «eco friendly». Через свою діяльність отримала такі винагороди як «top employer Germany 2021», «best place to barn», «berufundfamilie».

«Сільпо» — українська торговельна мережа продовольчих супермаркетів заснована в 1998 році, яка входить у корпорацію «Fozzy Group». Компанія присутня тільки у межах України в 62 містах. Усього налічує 273 магазинів в усіх областях України у яких працевлаштовані 36 700 тис. людей. Мережа орієнтується на великі міста: Запоріжжя (15 магаз.), Київ (94 магаз.), Дніпро (14 магаз.), Харків (12 магаз.), Одеса (30 магаз.), Львів (16 магаз.). Середня торговельна площа супермаркету становить 1 464 м². «Сільпо» одні із перших вітчизняних компаній, яка започаткувала власне виробництво (торгова марка «Премія», морозиво «Мо?», торгова марка «рафтяр», власні пекарні (165 шт.)). Станом на 2019 рік воно принесло компанії 10 % від загального прибутку. В асортименті мережі налічується 76 тис. найменувань товарів з часткою імпорту — 8 000 товарів від 880 виробників з понад 65 країн світу. Компанія підтримує менеджмент і маркетинг європейського ринку, так вона орієнтована на покупця та співробітників (дизайнерські супермаркети, супермаркет преміального формату Le Silpo, «вільно каса», проєкт «герой мого дня», мобільний додаток «сільпо», «фудхоли»). Середня заробітна плата становить 8 807 тис. гривень. Також мережа підтримує малий бізнес країни своєю програмою «лавка традицій», заохочуючи виробництва з сільських місцин. «Сільпо» відносить себе до компаній «есо friendly», проєкти: «зелений» магазин, «зелений» офіс, заправки для електромобілів, енергоощадні технології, silpo recycling та ін. «Сільпо» був нагороджений: перше місце «Інноваційність в роботі з клієнтами», Вибір споживача премії Retail Awards 2019.

У межах SWOT-аналізу можна зазначити, що до сильних сторін мережі продовольчих супермаркетів «Сільпо» належить орієнтованість на споживача, залучення інноваційних технологій та модернізація старих магазинів, орієнтованість на західний ринок та дотримання Європейських стандартів продукту. До слабких сторін можна віднести те, що компанія належить корпорації та не має коопераційного принципу праці, який менеджери й маркетингологи відносять до бізнес-моделі майбутнього. Мережа може з перспективою до розширення вийти на Європейський ринок продуктів та послуг, оскільки зарекомендувала себе на премії Retail Awards 2019. Загрозою для «Сільпо» становить можлива економічна криза, падіння купівельної спроможності населення, також більш успішний та динамічний розвиток конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Сільпо. URL: <https://silpo.ua/>.
2. Rewe. URL: <https://www.rewe.de/>.