

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
Сумський державний університет  
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та  
менеджменту

**УПРАВЛІНСЬКІ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО  
РОЗВИТКУ ТА ІНКЛЮЗИВНОГО  
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

**MANAGEMENT PARADIGMS OF SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT AND INCLUSIVE ECONOMIC GROWTH**

**Матеріали**

**Міжнародної науково-практичної конференції  
(Україна, Суми, 29-30 листопада 2023 р.)**

Суми  
Сумський державний університет  
2023

*Рекомендовано вченою радою  
навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту  
(протокол № 4 від «08» грудня 2023 р.)*

E45 Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» / за заг. ред.: І. І. Рекуненка, В. В. Сулим. Суми : Сумський державний університет, 2023. – 404 с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» містять результати наукових досліджень, пов'язаних з актуальними проблемами науки і практики управління та застосуванням інклюзивного підходу до їх вирішення для досягнення цілей сталого розвитку.

Для науковців, аспірантів, студентів, представників органів державної влади та місцевого самоврядування, науково-дослідних і проектних організацій, комерційних фірм і вищих навчальних закладів та широкого кола читачів.

The materials of the International scientific and practical conference "Management paradigms of sustainable development and inclusive economic growth" provide the results of scientific research related to the current problems of management science and practice and the application of an inclusive approach to their solution in order to achieve the goals of sustainable development.

For scientists, PhD students, students, representatives of state authorities and local self-government bodies, research and project organizations, commercial companies and higher education institutions and a wide range of readers.

**УДК 005.8:502.131.1(063)**

© Колектив авторів, 2023

© Сумський державний університет, 2023

## ЗМІСТ

<i>Софія Молочко</i>	Особливості застосування технологічних	
<i>Інга Мірошинченко</i>	Інновацій у туристичному бізнесі .....	11
<i>Інна Балагуровська</i>	Гуманістичне лідерство для досягнення цілей сталого розвитку .....	13
<i>Бондар Ю.А.</i>	Шляхи та методи підвищення	
<i>Дар'я Новак</i>	конкурентоспроможності в готельному бізнесі .....	16
<i>Марина Шевчун</i>	Особливості інноваційного розвитку роздрібної	
<i>Алла Безус</i>	торгівлі в Україні .....	20
<i>Оксана Яковлева</i>	Цифрова безпека в контексті надання електронних послуг на місцевому рівні .....	22
<i>Ірина Федулова</i>	Розвиток цифрової економіки в Україні .....	24
<i>Іван Макачук</i>		
<i>Anastasiia Krasnonos</i>	Management of organizations for sustainable development: challenges and opportunities .....	28
<i>Anastasiia Niesheva</i>	Формування і управління бізнес-процесами в іт- компаніях: стратегічний підхід та метрики ефективності .....	31
<i>Yuliia Hrytsai</i>	Communication features in technical support during the sale of medical equipment .....	33
<i>Svitlana Tarasenko</i>	Природні активи у територіальній економіці.....	36
<i>Дмитро Клиновий</i>		
<i>Ірина Петровська</i>	Впровадження концепції менеджменту якості (TQM).....	39
<i>Валентина Самодай</i>	Оптимізація ефективного функціонування системи управління якістю на підприємстві .....	41
<i>Юлія Яценко</i>	Особливості використання інструментів управління якістю .....	44
<i>Валентина Самодай</i>	Недостовірні класифікації товарів за УКТ ЗЕД та її наслідки .....	47
<i>Костянтин Циганок</i>	Основні напрями розвитку системи публічного управління та адміністрування .....	50
<i>Тетяна Чорна</i>	Вплив фінансових інструментів на процеси перетворення відходів в енергію .....	53
<i>Андрій Лизогуб</i>	Особливості підприємницької діяльності як складного й багатопланового процесу .....	57
<i>Юлія Матвєєва</i>	Розвиток фрілансу як широко розповсюдженої форми самостійної зайнятості .....	61
<i>Галина Сурмай</i>	Брендинг як персоніфікація продукту бізнесу .....	65
<i>Дем'яненко Н. В.</i>		
<i>Іван Штик</i>		
<i>Вікторія Кудря</i>		
<i>Алла Світлична</i>		
<i>Владислав Передера</i>		
<i>Ханлар Махмудов</i>		
<i>Віктор Кривошея</i>		
<i>Владислав Шамрай</i>		

<i>В'ячеслав Бурименко</i>	Механізм управління інноваційними процесами торгівельного підприємства .....	69
<i>Яна Кобушко</i>	Удосконалення процесу рекрутингу на виробничих підприємствах України .....	71
<i>Тетяна Голик</i>	Public health as an aspect of modern urban public policy .....	74
<i>Oleksii Demikhov</i>		
<i>Sirle Salmistu</i>		
<i>Nadiia Demikhova</i>		
<i>Дар'я Гапієнко</i>	Актуальні теорії мотивації у системі стимулювання праці персоналу .....	77
<i>Посилкіна О.В.</i>	Впровадження моделі економічного управління в закладах охорони здоров'я в умовах їх переходу на нові умови господарювання .....	79
<i>Бушуєва В.Ю.</i>		
<i>Інна Бондарчук</i>	Економіко-правовий механізм природокористування.....	83
<i>Вікторія Дехтярчук</i>		
<i>Світлана Капран</i>		
<i>Тетяна Гусаковська</i>	Особливості управління кар'єрним зростанням персоналу організації в сучасних умовах .....	87
<i>Марина Малець</i>	Вплив митної політики на зовнішньоекономічну діяльність підприємств України .....	89
<i>Олена Костюнік</i>		
<i>Вікторія Сухоцька</i>	Менеджмент персоналу в банківській установі .....	91
<i>Наталія Стоянець</i>		
<i>Андрій Дудченко</i>		
<i>Наталія Стоянець</i>	Управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства .....	93
<i>Віталій Андріяшев</i>		
<i>Наталія Стоянець</i>	Менеджмент інноваційної діяльності аграрного підприємства .....	95
<i>Микола Придуха</i>		
<i>Наталія Стоянець</i>	Менеджмент підприємств будівельної галузі .....	97
<i>Сергій Чугай</i>		
<i>Юлія Матвєєва</i>	Особливості промоції зелених енергетичних інновацій у світовій практиці .....	99
<i>Вадим Желіба</i>		
<i>Людмила Борян</i>	Виклики та завдання сучасного менеджменту .....	103
<i>Анна Гаман</i>		
<i>Віталій Баранов</i>	Управління трудовими ресурсами організації на основі використання технологій штучного інтелекту .....	105
<i>Анна Назаренко</i>		
<i>Вікторія Борщ</i>	«Запас» людського капіталу в галузі охорони здоров'я: дефініція та вимір .....	109
<i>Михайло Данилко</i>		
<i>Ірина Цілюрик</i>	Управління ресурсним потенціалом підприємства...	115

<i>Олексій Жмаєв</i>	Методи подолання опору у процесі запровадження	
<i>Ія Дегтярьова</i>	електронного документообігу .....	117
<i>Юрій Рагозін</i>	Підходи та методи оцінювання ефективності	
<i>Ія Дегтярьова</i>	діяльності будівельної організації .....	120
<i>Юрій Лихвар</i>	Підходи до формування організаційної структури	
<i>Ія Дегтярьова</i>	будівельної компанії .....	126
<i>Nataliya Stoyanets</i>	Improving the effectiveness of existing management	
<i>WU Yiyang</i>	methods of the organization .....	129
<i>Nataliya Stoyanets</i>	International cooperation and European integration:	
<i>Fu Baoer</i>	innovative dimension .....	132
<i>Роман Мірошник</i>	Перспективи розвитку малого та середнього	
<i>Соломія Кушпір</i>	бізнесу в умовах воєнного стану в Україні .....	135
<i>Валентина Ізбаиш</i>	Інтеграція принципів екологічного менеджменту в	
<i>Віктор Кушнірук</i>	економічні стратегії підприємств для сталого	
	розвитку .....	137
<i>Олександр</i>	Вплив вертикальної диверсифікації на	
<i>Старовойтов</i>	резильєнтність підприємства електронної комерції..	141
<i>Леся Рибалко-Рак</i>	Методи дослідження якості послуг при прийнятті	
<i>Софія Білецька</i>	управлінських рішень на підприємстві .....	143
<i>Денис Грунін</i>		
<i>Михайло Коломієць</i>	Деякі аспекти управлінської діяльності на	
<i>Олена Хачатурян</i>	підприємстві .....	145
<i>Роман Мигалюк</i>	Забезпечення особистісного і професійного	
<i>Ія Дегтярьова</i>	розвитку членів команд як чинник успішності	
	компанії .....	147
<i>Павло Панченко</i>	Друге життя старої електротехніки .....	151
<i>Гіржева Ольга</i>	Організація зв'язків з громадськістю: роль у	
	формуванні іміджу підприємств та сучасні	
	тенденції розвитку.....	154
<i>Довгенко Я. О.</i>	Сучасна система управління результативністю	
<i>Токарев Б. Р.</i>	підприємства .....	156
<i>Ірина Тернова</i>	Особливості прийняття управлінських рішень топ-	
<i>Дмитро Безбородий</i>	менеджерами в умовах економічної нестабільності	162
<i>Ліна Стороженко</i>	Демократія участі: сучасні виклики.....	166
<i>Mariya Sira</i>	Aligning management with ai: advancing sustainable	
	development .....	168
<i>Юлія Матвєєва</i>	Реалізація енергоефективних проєктів у міському	
<i>Михайло Смик</i>	благоустрої .....	171

<i>Mauboroda Tetiana</i>	Analysis of the current state of development of	
<i>Vertsiuk Illia</i>	advertising projects on the meat market in ukraine .....	175
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Формування інвестиційної привабливості	
<i>Микола Личак</i>	зовнішньо-економічних проєктів .....	178
<i>Яна Довгенко</i>	Особливості ризик – менеджменту страхових	
<i>Людмила Яременко</i>	компаній України .....	180
<i>Тетяна Козарь</i>	Організація професійного навчання з підвищення	
	кваліфікації державних службовців в Україні .....	184
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Організаційно-структурні перетворення у системі	
<i>Костянтин</i>	адміністративного менеджменту приватного	
<i>Паржсин</i>	медичного закладу тов «САНА – МЕД».....	187
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Якість надання адміністративних послуг на	
<i>Вікторія Козак</i>	регіональному і місцевому рівнях в Україні.....	191
<i>Андрій Андрєєв</i>	Ефективне управління персоналом в умовах	
	непередбачуваних змін та нестабільності .....	195
<i>Ірина Новік</i>	Комерційна таємниця як одна зі складових успіху	
<i>Ірина Андрощук</i>	економічної безпеки бізнесу .....	197
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Теоретичні основи управління персоналом в	
<i>Віктор Садовничий</i>	організації: дефініції, класифікація та роль .....	200
<i>Олександра Кужур</i>	Теоретичні основи взаємодії з клієнтами у бізнес-	
<i>Ігор Хоменко</i>	середовищі .....	204
<i>Олена Лук'янихіна</i>	Вдосконалення системи управління митними	
<i>Олександр Бондар</i>	ризиками в процесі європейської інтеграції України	208
<i>Костянтин</i>	Особливості надання освітніх послуг в умовах	
<i>Гриценко</i>	діджиталізації суспільства та освіти.....	212
<i>Олександр</i>		
<i>Островський</i>		
<i>Katarzyna</i>	Cognitive technologies for SMART CITY .....	215
<i>Postrzednik-Lotko</i>		
<i>Людмила Гусарчук</i>	Інноваційні принципи успішного менеджменту в	
	галузі водневої енергетики, як пріоритетна	
	складова концепту національної безпеки України... ..	217
<i>Андрій Коваленко</i>	Феномен резильєнтності в контексті цілей сталого	
<i>Оксана Сакаль</i>	розвитку.....	221
<i>Ihor Vakulenko</i>	Scaling up energy innovations in Ukraine in the	
<i>Svitlana Medvid</i>	context of war and beyond .....	224
<i>Меженська В.О.</i>	Науково-практичні підходи до формування і	
<i>Посилкіна О.В.</i>	управління корпоративною культурою у закладі	
	охорони здоров'я .....	226

<i>Вікторія Мартинець</i>	Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в контексті цілей сталого розвитку.....	229
<i>Едуард Богдан</i>	Проектний менеджмент як основа розвитку будівельної галузі .....	231
<i>Антон Золотарьов</i>	Особливості управління сучасними вищими навчальними закладами .....	233
<i>Юлія Матвєєва</i>		
<i>Катерина Загоруйко</i>		
<i>Світлана Рибальченко</i>		
<i>Iuliia Myroshnychenko</i>	Beyond direct impacts: using system dynamics to capture the consequences of the clean energy transition	235
<i>Катерина Мальцева</i>	Самоорганізація населення в системі місцевого самоврядування .....	239
<i>Юрії Бакал</i>	Використання методу сценаріїв при оцінці ризиків господарської діяльності закладу охорони здоров'я	241
<i>Яна Деренська</i>	The essence and concept of production organization.	
<i>Anastasiia Karepina</i>	system approach to the organization of production .....	243
<i>Anastasiia Niesheva</i>	Crafting a positive public image: strategic approaches to managing the perception of employees in local self-government bodies.....	246
<i>Nelya Verbitska</i>		
<i>Svitlana Rybalchenko</i>		
<i>Софія Журило</i>	Антикризове управління на підприємстві і методи запобігання кризи .....	248
<i>Анастасія Маркіна</i>	Роль формування партнерських відносин у місцевому економічному розвитку .....	252
<i>Марина Волосюк</i>	Розробка стратегії економічного відновлення та розвитку Сумщини .....	255
<i>Тарас Савченко</i>		
<i>Світлана Ткачова</i>	Удосконалення стратегічного планування розвитку регіонів України.....	259
<i>Катерина Борисова</i>		
<i>Алекс Нусєйр</i>	Особливості менеджменту персоналу медичних закладів в умовах воєнного стану та кадрових обмежень .....	262
<i>Kamilė Medekytė-Žydelė</i>	An investigation into the development of an environmental management accounting system tailored for companies providing intellectual	
<i>Andželika Nariūnaitė</i>	services.....	265
<i>Katažyna Basiulis</i>		
<i>Олександр Павлов</i>	Комплементарна управлінська парадигма інклюзивного розвитку об'єднаних територіальних громад та районів України .....	269

<i>Вуйченко М.А.</i> <i>Яроміч М.М.</i>	Роль управління соціальним розвитком персоналу підприємств в формуванні трудового потенціалу країни .....	274
<i>Ольга Давидюк-Потужна</i> <i>Олена Павленко</i>	Принципи організації первинної медичної допомоги .....	277
<i>Олександр Бондар</i> <i>Віктор Виноградчий</i>	Ефективність міжнародної співпраці в управлінні митними ризиками .....	279
<i>Максим Алексєєв</i> <i>Микола Небава</i> <i>Марія Бойко</i>	Роль цифрових технологій в оптимізації логістичних процесів у фармацевтиці .....	282
	Методи аналізу маркетингової діяльності на підприємстві: ключ до успіху у сучасному бізнесі.....	284
<i>Катерина Пасько</i> <i>Георг Рекуненко</i>	Управління персоналом в органах державної влади.....	289
<i>Олександр Сухой</i> <i>Ія Десятьова</i> <i>Тетяна Жолуденко</i> <i>Корж М. В.</i>	Ключові функції для формування ефективної корпоративної культури в ІТ компаніях в Україні... Обмеження та можливості впровадження інновацій до комплексу маркетингу на фармацевтичному ринку .....	291 294
<i>Ольга Євтушенко</i>	STAY-інтерв'ю як інструмент підтримки та зміцнення команди.....	298
<i>Izabela Marszalek-Kotzur</i> <i>Юлія Дзюбан</i>	Artificial intelligence and organizational management.. Особливості антикризового менеджменту в умовах війни .....	300 303
<i>Бобонець Є.С.</i> <i>Ольга Гіржева</i> <i>Ольга Ігнатенко</i>	Теоретичні аспекти у сфері публічного адміністрування .....	305
	Особливості управління товарною лінійкою компанії та ренеймінгу портфелю продуктів в сучасних умовах.....	308
<i>Вячеслав Мельник</i> <i>Ія Десятьова</i>	Підходи до забезпечення працевлаштування осіб без досвіду роботи, в іт-компанії в умовах кризової ситуації на ринку ІТ .....	311
<i>Ірина Тернова</i> <i>Аліна Маліновська</i> <i>Світлана Бабич</i> <i>Дмитро Ілясов</i>	Інформаційне забезпечення процесів управління в органах державної влади..... Формування системи стратегічного управління на основі інформаційної бази даних організації .....	315 323



<i>Світлана Бабич</i>	Формування та реалізації стратегічного управління	
<i>Андрій Крайній</i>	розвитком підприємства в умовах цифровізації.....	326
<i>Світлана Бабич</i>	Організаційна структура в системі управління	
<i>Марія Завада</i>	сучасним підприємством .....	329
<i>Єлизавета Кічігіна</i>	Формування стратегії розвитку іміджу закладів освіти.....	332
<i>Карина Юзефович</i>	Використання штучного інтелекту для оптимізації управлінських процесів .....	335
<i>Tetyana Mayboroda</i>	Common challenges encountered by emerging	
<i>Daniela Chumakova</i>	organizations .....	338
<i>Володимир</i>	Пріоритети системи управління інноваційним	
<i>Ціпуринда</i>	розвитком підприємства .....	341
<i>Олексій Деміхов</i>	Дослідження сучасної політики управління	
<i>Артем Барикін</i>	соціальним розвитком в Польщі (м. Познань) та можливості застосування її підходів в Україні.....	345
<i>Марія Мінченко</i>	Збутова політика підприємства: практичні аспекти	
<i>Тетяна Болотна</i>	використання соціальних мереж .....	349
<i>Тетяна Майборода</i>	Проектний підхід в управлінні територіальними	
<i>Тимур Саченко</i>	громадами базуючись на методологіях Р2М та РМ..	352
<i>Віталій Нестерук</i>	Актуальність дистанційних та гібридних моделей управління організаціями в контексті інформаційних технологій .....	355
<i>Вероніка Приходько</i>	Використання сучасних технологій в управлінні персоналом молочних підприємств .....	358
<i>Руслан Мугутдінов</i>	Особливості управління проектами в сфері	
<i>Денис Смоленніков</i>	інтелектуальних розваг: вітчизняний та місцевий досвід .....	363
<i>Юлія Опанасюк</i>	Управління інвестиційною привабливістю	
<i>Сергій Кашка</i>	підприємств водопостачання при повоєнному відновленні.....	365
<i>Катерина Кравцова</i>	Роль публічного управління та адміністрування у підвищенні системи мотивації викладацького складу у закладах вищої освіти.....	368
<i>Олена Заворотна</i>	Розробка заходів щодо удосконалення надання амбулаторно-поліклінічної допомоги населенню...	372
<i>Супрун Богдана</i>	Удосконалення системи мотивації та оплати праці на підприємствах .....	374

<i>Тетяна Бондар</i>	Особливості планування міжнародного проекту.....	376
<i>Владислав Тимошенко</i>		
<i>Тетяна Майборода</i>	Новели законодавства щодо спрощення процедури надання адміністративних послуг .....	379
<i>Анастасія Пушкарь</i>	Соціальні інновації в Україні: виклики та перспективи.....	381
<i>Вікторія Сулим</i>	Особливості системи менеджменту підприємства медичної галузі (на прикладі комунального некомерційного підприємства «Новгород-Сіверська центральна міська лікарня» імені І. В. Буяльського).....	384
<i>Арсен Мяус</i>		
<i>Катерина Логінова</i>	Теоретичний аспект формування системи управління фінансово-економічною безпекою .....	386
<i>Ольга Шульга</i>	Реалізація корпоративної соціальної відповідальності в Україні .....	389
<i>Ірина Музира</i>	Удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом (на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ІЮКРЕЙН»).....	392
<i>Світлана Тодорова</i>	Значення комунікативних якостей сучасного керівника.....	394
<i>Ольга Дромашко</i>	Підготовка викладачів до екологічної грамотності: подолання прогалін в екологічній освіті.....	397
<i>Яна Півоварова</i>	Управління прибутком туристичних компаній в умовах сезонності .....	399
<i>Бондар Ю.А.</i>		
<i>Liudmyla Saher</i>	Assessment approaches of inclusive growth .....	402

## **БРЕНДИНГ ЯК ПЕРСОНІФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ БІЗНЕСУ**

*Махмудов Ханлар Зейналович,  
д.е.н., професор,  
Кривошея Віктор Вікторович,  
здобувач вищої освіти ОС Магістр,  
Шамрай Владислав Павлович,  
здобувач вищої освіти ОС Магістр,  
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава*

У зв'язку із конкуренцією яка активно зростає на ринку товарів й послуг виникає необхідність виділити власну компанію серед інших пропозицій, зробити її унікальною та відомою. Для цього розробляють й впроваджують цілий комплекс заходів, які сприяють підвищенню впізнаваності й закріпленню позитивного іміджу продукту, зокрема, брендинг. Правильно підібрана стратегія із урахуванням усіх особливостей бізнесу – важлива умова досягнення успіхів [2].

Завдання створення відмінної особливості для власного продукту стояло перед виробниками товарів ще у середні століття. Уже в той час ремісники і булочники ставили на власні вироби унікальні знаки, що вказували на виробників. Більше брендинг активно почав розвиватися в 20 столітті, коли рівень конкуренції зріс в кілька разів. Головний упор робився уже на враження клієнта від покупки, певні цінності, що повинні були асоціюватися із конкретною продукцією компанії [2].

Брендинг – це напружена щоденна робота із споживачами, які можуть і не відчувати дефіциту у грошах, але є обмеженими у часі. Для них економія часу чи важливіше, чи еквівалентна економії грошей. Отже, бренди розробляють комунікаційні технології, що економлять час споживачів, але при цьому й коштують дорого.

Оцінка бренду допомагає компаніям зрозуміти цінність власного бренду і те, як він впливає на вартість компанії в цілому. Це важливе розуміння допомагає прийняти правильні рішення, пов'язані із маркетингом і брендингом та може забезпечити орієнтири для цільових показників. Його також можна використати для залучення інвесторів і забезпечення фінансування, так як сильний бренд є дуже цінним активом. Окрім того, оцінка брендів може бути корисна у період злиття чи поглинання (M&A), оскільки вона може допомогти визначити вартість бренду, який купується [4].

У січні 2023 р. міжнародна компанія Brand Finance предоставила щорічний рейтинг найдорожчих брендів світу «Brand Finance Global 500». У першу п'ятірку найдорожчих брендів світу входить Amazon (табл. 1).

Таблиця 1 - Список найдорожчих брендів світу, 2023 р.

Місце 2023	Місце 2022	Бренд	Країна	Сектор	Вартість бренду 2023, \$	Динаміка, %	Вартість бренду 2022, \$
1	2	Amazon	United States	Retail	299,3	-14,6	350,3
2	1	Apple	United States	Tech	297,5	-16,2	355,1
3	3	Google	United States	Media	281,3	+6,8	263,4
4	4	Microsoft	United States	Tech	191,6	+4,0	184,2
5	5	Walmart	United States	Retail	113,8	+1,7	111,9
6	6	Samsung Group	South Korea	Tech	99,7	-7,1	107,3
7	8	ICBC	China	Banking	69,5	-7,4	75,1
8	10	Verizon	United States	Telecoms	67,4	-3,2	69,6
9	28	Tesla	United States	Automobiles	66,2	+43,9	46,0
10	18	TikTok/Douyin	China	Media	65,7	+11,4	59,0
16	15	Mercedes-Benz	Germany	Automobiles	58,8	-3,2	60,8
19	12	Toyota	Japan	Automobiles	52,5	-18,3	64,2
33	39	BMW	Germany	Automobiles	40,4	+6,4	37,9
40	46	Porsche	Germany	Automobiles	36,8	+9,0	33,7
47	33	Volkswagen	Germany	Automobiles	34,0	-17,3	41,0
48	44	Coca-Cola	United States	Soft Drinks	33,5	-5,4	35,4
67	72	Hyundai Group	South Korea	Automobiles	27,3	+9,1	24,9
79	61	Honda	Japan	Automobiles	24,2	-142,0	28,2
89	76	Ford	United States	Automobiles	22,3	-7,9	24,2
100	111	Salesforce	United States	Tech	19,1	+6,7	17,9

*Джерело: побудовано автором за даними [4]*

Показово, що у 2022 р. збільшилася вартість брендів виробників електромобілів. Причина цього феномену – загальносвітова енергетична криза, що призвела до зростання цін на нафтопродукти. Увесь 2022 р. попит на електричні автомобілі залишався на стабільно високому рівні. Серед автомобільних компаній у десятку найдорожчих брендів світу увійшла Tesla. З 2022 р. вартість бренду Tesla зросла на 44 % до \$ 66 млрд. Друге місце серед автомобільних компаній дісталось бренду Mercedes-Benz, що оцінили у 2023 р. у \$ 58,8 млрд, що на 3 % дешевше, ніж у 2022 р. А Toyota, яка в 2022 р. була найдорожчим автомобільним брендом, у 2023 р. була оцінена лише в \$ 52,5 млрд (-18,0 %). Крім американської компанії Tesla, додав в ціні бренд китайського виробника електрокарів BYD. Бренд BYD зріс на 57,0 % – до \$10 млрд. [4].

В найбільш загальному розумінні ефективність – це співвідношення отриманого ефекту та витрат на його здійснення та є певною ціною чи платою за досягнення даного результату. Брендінг має вагоме значення у забезпеченні ефективності підприємницької діяльності. Та вимірюється різними критеріями.

Рівень дистрибуції бренду. Бренд може бути відомий та слабка

представленість у каналах дистрибуції (особливо його відсутність) можуть звести нанівець усі успішні заходи брендингу. Для аналізу рівнів дистрибуції бренду на ринках використовуються дані моніторингу продажу незалежних дослідницьких компаній. Вивчення даних аудиту – це цікавий з точки зору оцінки позицій конкуруючих компаній про представленості брендів в місцях продажу в тому або іншому регіоні.

Доцільно розглядати зразу декілька показників. Поряд із традиційним показником чисельної дистрибуції (numerical distribution), відповідно відсотку пунктів продажу, у яких представлений бренд, доцільно оцінювати й показник зваженої дистрибуції (weighted distribution) як сумарна частка пунктів продажу, що мають у наявності дану торговельну марку, у загальному обсязі продажів категорії у цілому. Якщо чисельну дистрибуцію можемо вважати кількісним показником, який відображає широту представленості марочного товару, то якісним показником, який відображає рівень представленості бренду у продажу, є зважена дистрибуція [1].

Для оцінки рівня дистрибуції брендів використовується також й показник відсутності товару у пункті продажу (Out of stock чи OOS distribution). Цей показник оцінює стабільність постачання марочного продукту у пункти продажу. Чим він нижчий, тим ефективніше налагоджено роботу дистриб'юторів з просування бренду компанії.

Індекс розвитку бренду. Якщо розподіл товарів компанії відбувається у різних областях країни, то рекомендують використовувати індекс розвитку бренду (Brand Development Index – BDI).

Розширення бренду. Якщо підприємство бажає розтягнути чи розширити бренд, проводять вивчення підйомної сили бренду (brand leverage) – здатність бренду щодо розширення за допомогою збільшення кількості користувачів, поширення на нову групу продуктів, нові ринки й в новій якості. Фактично – це різниця поміж зусиллями із просування одного й того ж продукту із використанням уже наявного бренду та бренду «з нуля». Дана метрика дуже важлива щодо оцінки ефективності бренд-стратегій, оптимізації марочного портфеля та географічної експансії компанії [1].

Фінансові метрики. Окрім ринкових показників, доцільно використовувати фінансові метрики ефективності брендингу, до яких у першу чергу потрібно віднести показники віддачі інвестицій у бренд (ROBI) та оцінку поточної вартості бренду.

Показник ефективності інвестицій у бренд (Return on Brand Investments (ROBI) показує ефективність інвестицій в проекти з створення і розвитку бренду. Використання даної метрики ефективності брендингу має ряд переваг:

- дає можливість розставити пріоритети в фінансуванні бренд-проектів;
- служить простим критерієм щодо порівняння результативності

альтернативних бренд-рішень;

– дає можливість оцінювати ефективність роботи бренд-менеджерів (середній показник ROBI до конкретного бренду порівнюється із показниками по підприємству у цілому й за окремими брендами марочного портфеля).

Інвестиції в бренд, у свою чергу – це сума затрат, до якої входять:

– попередні витрати по розробці проекту, в тому числі продукту, концепцій, дизайну, зйомки рекламних роликів та ін.;

– змінні маркетингові витрати (ТБ, преса, радіо, зовнішня реклама, POS-матеріали)

– довгострокові зобов'язання;

– витрати на маркетинговий персонал.

Врахування та правильне використання інструментів сприятиме підприємству забезпечувати зростання вартості бренду. Відбудеться не тільки задоволення потреб споживачів від використання бренду, але і можливість створення преміальної вартості щодо власних продуктів, що є однією із найбільш вагомих цілей існування суб'єктів підприємництва або навіть громадської організації на ринку.

Системність, готовність кілька років вкладати в справу енергію, час та кошти, структурованість процесу – це базові передумови створення бренду. Із метою визнання бренду на території України, заявники подають на розгляд пакет документів, який включає: заяву з чітким обґрунтуванням відомості знаку і долученими доказами, квитанцію офіційного збору, зображення знаку і дату на яку вимагається визнання його достатньо відомим [3].

Отже, в цілому бренд впливає на ефективність діяльності підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аналіз ефективності брендингу. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult> (дата звернення: 09.11.2023).

2. Брендинг. Персоніфікація продукту. URL: <https://kebeta.agency/article/brending> (дата звернення: 10.11.2023).

3. Панченко О. П. Брендинг. URL: [https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding\\_in\\_business\\_activities](https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities) (дата звернення: 18.10.2023).

4. Рейтинг брендів 2023: найдорожчі бренди світу. URL: <https://inventure.com.ua/uk/tools/database/rejting-brandiv-2023:-najdorozhchi-brandi-svitu> (дата звернення: 11.11.2023).