

адміністративно-територіальної реформи. *Фінанси України*. 2014. № 10. С. 97-108.

3. Куценко Т., Сіренко Я. Забезпечення фінансової спроможності територіальних громад як пріоритет децентралізації управління. *Макроекономічне оцінювання публічного сектору в антикризовому управлінні: аналітична доповідь*. Київ: КНЕУ, 2019. С. 125-152.

Matsola M.,

candidate of economic sciences, associate professor of entrepreneurship, trade and applied economics department Vasyl Stefanyk Precarpathian national university, Ukraine

Marusiak V.

master of entrepreneurship, trade and applied economics department Vasyl Stefanyk Precarpathian national university, Ukraine

**РОЛЬ БРЕНДУ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ: КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР
УСПІХУ
THE ROLE OF BRANDING IN MODERN BUSINESS: A KEY FACTOR FOR
SUCCESS**

Бренд – це більше, ніж просто назва компанії або логотип. Це комплексний образ, який формується в свідомості споживачів і асоціюється з певними цінностями, якістю, емоціями та досвідом. У сучасному бізнесі, де конкуренція зростає з кожним днем, сильний бренд стає незамінним інструментом для досягнення успіху.

Важливість бренду полягає у:

– впізнаваності – сильний бренд легко запам'ятовується, виділяється серед конкурентів і формує лояльність клієнтів;

– довірі – бренд, який довів свою якість і надійність, викликає довіру у споживачів, що є ключовим фактором при прийнятті рішень про покупку;

– преміальності – сильні бренди дозволяють встановлювати більш високі ціни на свої продукти та послуги, оскільки споживачі готові платити більше за відомий і якісний бренд;

– конкурентній перевазі – бренд створює унікальну пропозицію, яка відрізняє компанію від конкурентів і робить її більш привабливою для клієнтів.

– захисті від криз – сильний бренд допомагає компанії швидше відновитися після криз і зберегти свою репутацію;

– залученні інвестицій – інвестори охочіше вкладають кошти в компанії з сильним брендом, оскільки це гарантує стабільність і зростання [2].

Для створення і розвитку сильного бренду необхідно визначити його цінності, створити унікальну пропозицію, розробити візуальну ідентичність, навчитись спілкуватися з аудиторією, разом з вищепереліченим бути послідовним, забезпечувати якість та моніторити репутацію [3].

Сформульовані ясні і зрозумілі цінності будуть відрізняти ваш бренд від конкурентів. Розроблена пропозиція, яка вирішує конкретні проблеми клієнтів повинна вирізняється від пропозицій конкурентів. Створений логотип, фірмовий стиль повинен відображати цінності бренду і запам'ятовуватися, дотримуючись якого слід у здійсненні всіх комунікацій [1].

Постійна робота над покращенням якості продуктів і послуг, спостереження за тим, що говорять про ваш бренд у соціальних мережах і інших каналах, дозволить побудувати довгострокові відносини з клієнтами і тримати високу репутаційну планку.

У сучасному світі бренд є одним з найважливіших активів компанії. Сильний бренд не тільки підвищує продажі і прибуток, але і допомагає компанії досягти своїх стратегічних цілей. Тому інвестування в розвиток бренду – це довгострокова інвестиція в успіх бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Гриценюк В. В., Руснак А. В., Надточій І. І. Сутність брендингу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7545>

2. Кінас Ірина. Вплив бренд-менеджменту на підвищення лояльності споживача. Трансформація моделі соціально-економічного розвитку в умовах відновлення України та інтеграції з ЄС: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (Луцьк, 15 травня 2023 р.). / За заг. ред. Павліхи Н. В. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. С. 81–85.

3. Лихолат С., Задоріжна І. М. Вплив бренду на поведінку споживачів в умовах Covid-19. Економіка та суспільство. 2021. № 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-8>

Pylypiv N.,

doctor of economic sciences, professor, head of entrepreneurship, trade and applied economics department Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

Marusiak V.

master of entrepreneurship, trade and applied economics department Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА СУБ'ЄКТИ
МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESSES AT A SMALL BUSINESS
ENTITY: CHALLENGES AND PROSPECTS**

У сучасному динамічному світі, де технології розвиваються з неймовірною швидкістю, здатність до інновацій стала ключовим фактором виживання та процвітання будь-якого підприємства, особливо малого. Малі підприємства, завдяки своїй гнучкості та швидкості адаптації, мають значний потенціал для впровадження інновацій. Однак, управління інноваційними процесами в умовах обмежених ресурсів та високої конкуренції є складним завданням.

Одним з головних викликів для малих підприємств є фінансування інноваційних проектів. На відміну від великих корпорацій, малі підприємства мають обмежений доступ до інвестицій. Тому, для успішного впровадження