

- економічна ефективність: сильний бренд дозволяє встановити преміальні ціни на продукцію чи послуги, зменшити витрати на залучення нових клієнтів та покращити фінансові результати;
- інноваційність: бренд, що асоціюється з інноваціями, швидше адаптується до нових ринкових умов і залучає більш прогресивну аудиторію [1].

Серед сучасних підходів до управління брендом можна виділити використання Big Data для аналізу споживчої поведінки, розробку персоналізованих маркетингових проблем, інтеграцію бренду в соціальні мережі, а також акцент на екологічність і соціальну відповідальність.

Управління брендом, що обґрунтовується на сучасних підходах, дозволяє підприємству підвищити свою конкурентоспроможність через зміцнення взаємодії зі споживачами, створення стійкого іміджу та збільшення ринкової частки. Таким чином, стратегічне управління брендом є чинником довгострокового успіху суб'єкта господарювання в умовах глобалізації та цифровізації ринків.

Список використаних джерел:

1. Парфенчук І. О. Теоретичні основи управління брендом в Україні // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 4. С. 118-122.
2. Савченко Н.М., Савченко Р.О., Суліменко Л.А. Роль бренду в сталому розвитку підприємства. URL: <http://surl.li/rgibzu>.
3. Специфіка понять бренд, торгова марка, товарний знак. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4>.

Radchenko K. V.

PhD researcher, Institute of industrial economy of the National Academy of Sciences of Ukraine

**PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS IN THE SMART CITY ECOSYSTEM:
TRANSFORMING UKRAINIAN CITIES FOR RECOVERY**

ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В ЕКОСИСТЕМІ СМАРТ СІТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ МІСТ ЗАДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ

Based on the conducted SWOT analysis of the public-private partnership (PPP) in smart city context, it is viewed as a promising tool to facilitate efficiency given that it is strategized in a special risk-management and inclusive manner [1]. To employ the maximum potential of a smart city as a recovery tool, a well-developed comprehensive multi-stakeholder partnership strategy is absolutely vital [2]. The following step-by-step approach of PPP is proposed to be used by Ukrainian cities such as Lviv, Rivne, Poltava, Chernivtsi, Mykolaiv, Kyiv, Dnipro and all other interested cities.

Step 1. Formation of a comprehensive PPP concept and legal framework, including definition of risk management procedures based on the practices of foreign cities and international organizations; formation of the PPP Coordination Department in the structure of the city or regional administration with a separate Due Diligence unit; establishment of an online platform for the transparency of PPP processes and a bank of ideas for the recovery and creation of a smart city fund to receive donations from companies and citizens for diversification of crowdsourcing.

Step 2. Identification of projects based on public opinion; creation of an expert group (with the involvement of international smart city experts) in cooperation with the National Academy of Sciences of Ukraine, Taras Shevchenko university and other research departments.

Step 3. Identifying the portfolio of potential business partners and preliminary negotiations; involvement of national and foreign partners.

Step 4. Due Diligence process to determine the risk profiles of potential partners through the online partnership portal; developing the cooperation concepts, communication strategies, risk management plans, etc.; use of RepRisk, Sustainalitics as the risk assessment programs for international and foreign companies.

Step 5. Public discussions of the partnership format; publications on the website of the PPP platform; approval of the partnership by the PPP Department and other structures; start of cooperation.

Step 6. Monitoring and feedback checking, follow up improvement (once every three, six months or a year depending on the project format); permanent reporting.

Step 1 is a one time, while steps 2-6 will be repeated on a case-by-case basis for each partnership. It is necessary to develop a regulatory and legal framework for partnership strategizing, taking into account the best national and foreign practices, especially with regard to the distribution of roles and risks, as well as providing mechanisms for public discussion. It is important to create a coordinating body in the structure of the city or regional administration, such as the PPP Department or as a subdivision of the coordination department of a smart city. It is strongly advisable to set a due diligence unit to assess the risks of cooperation with potential partners and determine partnership maps for the companies with different levels of risk such as low risk, sensitive and exclusionary. The online platform, providing information about existing partners and agreements with them, will serve higher transparency.

The proposed approach is expected to set the stage for further intensifying the PPP processes. Those municipalities that will implement it will be the flagmans of transformations who will then be sharing the expertise with other municipalities based on the lessons learned from practice. The created platform will serve as an online process tracker and partnership intelligence hub to intensify the processes.

References:

1. Radchenko, K. Public-Private Partnership for Smarter Cities. In *Central and Eastern European eDem and eGov Days*. 2021. P. 103-114. DOI: <https://doi.org/10.24989/ocg.v341.7>.
2. Radchenko, K. Is the Smart City model promising for the sustainable post-war recovery of Ukraine?. *Proceedings of the Central and Eastern European eDem and eGov Days 2024*. 2024. P. 130-142. DOI: <https://doi.org/10.1145/3670243.3672438>.

Savkiv Ulyana

candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of management and marketing Vasyl Stefanyk Precarpathian national university, Ivano-Frankivsk, Ukraine

Sydor Halyna

candidate of Economic Sciences, Associate Professor, associate professor of the department of finance, accounting, and taxation named after s. yurii Educational and Rehabilitation Institution of Higher Education "Kamianets-Podilskyi State Institute", Ukraine

Havdey Svitlana

doctor of philosophy, associate professor, associate professor of the department of tourism and hospitality King Daniel university, Ukraine

РОЛЬ ЛІДЕРА У ФОРМУВАННІ ЕТИЧНИХ СТАНДАРТІВ НА**ПІДПРИЄМСТВІ****THE ROLE OF LEADERSHIP IN SHAPING ETHICAL STANDARDS IN AN ORGANIZATION**

У сучасному бізнес-середовищі, де інтенсивна конкуренція та динамічні зміни викликають численні етичні дилеми, лідер відіграє головну роль у формуванні етичних стандартів організації, оскільки саме він є прикладом для наслідування та основним носієм моральних принципів, що закладаються в корпоративну культуру. Його вплив виявляється як у встановленні загальних моральних орієнтирів, так і в конкретних ситуаціях, де рішення потребують балансу між економічною вигодою та соціальною відповідальністю.

Лідери, які дотримуються етичних принципів, сприяють зміцненню довіри між співробітниками, партнерами та клієнтами. Вони формують середовище, в якому чесність, відкритість і справедливість є невід'ємними складовими корпоративної культури. Здатність керівника діяти відповідно до етичних стандартів стимулює працівників дотримуватись моральних норм, що сприяє зниженню ризиків, конфліктів інтересів, корупційних дій та недобросовісної конкуренції.