

Функціональний створює всі операції для отримання та аналізу інформації, відштовхуючись від своїх даних, документообігу, каналів зв'язку та архівів. Управлінці самі збирають та аналізують інформацію і уже після цього створюють проекти управлінських рішень [3, с. 92].

Відповідно до інтегрованої системи інформаційного забезпечення проектування відбувається одразу під велику сукупність функцій управління. Використати цей підхід можна лише, якщо відбудеться передача інформації від ходу управління та виробництва.

Отже, інформація це один із найголовніших та найважливіших факторів у процесі управління та функціонування керівника, який істотно впливає на ефективність керування.

#### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Литвин В.В. Технології менеджменту знань. — Львів: Видвн. лвівської політехніки, 2010. — 260 с.
2. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент. — Київ: Академвидав, 2007.
3. Твердохліб М. Інформаційне забезпечення менеджменту. – К.,2004.

**Науковий керівник:** професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,  
д.е.н., доцент Білик В.В.

*С. О. Луговський*

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

### **ЧОМУ БРЕНД ВАЖЛИВИЙ?**

Брендинг, за визначенням, є маркетинговою практикою, в якій компанія створює ім'я, символ або дизайн, які легко ідентифікувати як приналежність до компанії. Це допомагає легко впізнати продукт і відрізнити його від інших продуктів і послуг. Брендінг є важливим, тому що це не тільки те, що залишає враження на споживачів, але й дозволяє вашим клієнтам знати, чого очікувати від вашої компанії. Це спосіб виділити себе з конкурентів і доводить, що саме ви пропонуєте кращий вибір. Ваш бренд побудований так, щоб бути справжнім представником того, хто ви, як бізнес, і як ви бажаєте бути сприйнятим.

Є багато галузей, які використовуються для розробки бренду: рекламу, обслуговування клієнтів, рекламні товари, репутацію та логотип. Всі ці елементи працюють разом, щоб створити один унікальний і привабливий професійний профіль.

Брендинг є критично важливим для бізнесу через загальний вплив, який він робить на вашу компанію. Брендінг може змінити те, як люди сприймають ваш продукт, він може керувати новим бізнесом і підвищувати обізнаність про бренд.

Найважливіша причина брендингу - це те, як компанія отримує визнання і стає відомим споживачам. Логотип є найважливішим елементом брендингу, оскільки він, по суті, є обличчям компанії. Ось чому професійний дизайн логотипу повинен бути потужним і легко запам'ятовуватися, справляючи враження на людину на перший погляд. Друковані рекламні продукти - це спосіб досягти цього.

Брендинг є важливим при спробі генерувати майбутній бізнес, а міцно створений бренд може підвищити цінність бізнесу, надавши компанії більше важелів впливу на промисловість. Це робить його більш привабливою інвестиційною можливістю завдяки своєму міцному місці на ринку.

Сильний брендинг в цілому означає, що серед споживачів є позитивне враження про компанію, і вони, ймовірно, мають справу з вами через те, що вони знайомі та вважають надійним ваше ім'я, якому можуть довіряти. Після того, як бренд буде добре зарекомендованим, усні слова будуть найкращою і найефективнішою технікою реклами компанії.

Коли працівник працює у фірмі і дійсно стоїть за брендом, вони будуть більш задоволені своєю роботою і матимуть вищу ступінь гордості за роботу, яку вони роблять. Робота для бренду, який є авторитетним і допомагає з високою повагою серед громадськості, робить

роботу для цієї компанії більш приємною та повноцінною. Наявність фірмового офісу, який часто може допомогти співробітникам почувати себе більш задоволеними і мати відчуття приналежності до компанії, може бути досягнуто за допомогою рекламних товарів для вашого робочого столу.

Професійний зовнішній вигляд і добре розроблений брендинг допоможуть компанії зміцнити довіру до споживачів, потенційних клієнтів. Люди з більшою ймовірністю займаються бізнесом з компанією, яка має витончене та професійне зображення. Належний бренд створює враження, що він є експертами галузі і робить відчуттям, що споживачі можуть довіряти вашій компанії, продуктам і послугам, які вона пропонує, і способом, яким вона керує своїм бізнесом.

Реклама є ще одним компонентом брендингу, і рекламні стратегії безпосередньо відображають бренд і бажане зображення. Рекламні технології, такі як використання рекламних продуктів від надійних компаній, полегшують створення згуртованої та привабливої рекламної стратегії, яка добре впливає на ваші цілі брендингу.

Отже, кожна фірма, яка хоче зарекомендувати себе на ринку, отримувати великі доходи та мати впізнаваний товар, повинна приділяти увагу розробці власного бренду.

#### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Герасименко В.В., Очковская М.С. Бренд-менеджмент / В.В. Герасименко, М.С. Очковская. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
2. Келлер К. Л. (англ.) русск. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. – М.: «Вильямс», 2005.

**Науковий керівник:** старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,  
к.е.н. Чередниченко В.В.

*Д. С. Міняйло*

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток ринкової економіки та початок кризи постали перед вітчизняними підприємствами серйозним викликом. Через це важливим завданням функціонування підприємств стало не тільки виживання в умовах нестабільної економіки, а й розробка та реалізація дієвої системи управління власною фінансово-економічною безпекою.

Окрім зазначених обставин, на рівень фінансово-економічної безпеки підприємства впливають також такі фактори, як недосконалість чинного законодавства, низька інвестиційна привабливість національної економіки, втрата ринків через зниження рівня конкурентоспроможності тощо [1].

Вибір напряму розвитку підприємства та ефективного здійснення підприємницької діяльності суб'єктами господарювання у перспективі в значній мірі залежить від правильно розробленої системи та стратегії управління фінансово-економічною безпекою.

Аналіз наукової літератури з даного питання дозволив розкрити поняття та основні характеристики фінансово-економічної безпеки підприємства наступним чином:

1. Фінансово-економічна безпека належить до основних елементів безпеки підприємства. В силу основоположного значення структури та рівня фінансового потенціалу підприємства для забезпечення основних цілей його діяльності, провідною у загальному складі елементів комплексної системи економічної безпеки підприємства є її фінансова компонента.

2. Фінансово-економічну безпеку можна охарактеризувати за допомогою комплексу кількісних і якісних параметрів фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання, що відображають рівень його захищеності від загроз внутрішнього та зовнішнього середовища.