

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ,
ФІНАНСІВ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПРАВА
В СУЧАСНИХ УМОВАХ
CURRENT ISSUES OF ECONOMICS,
FINANCE, MANAGEMENT AND LAW
IN MODERN CONDITIONS
Збірник тез доповідей
Book of abstracts
10 січня 2023 р.**

**January 10, 2023
м. Рівне,
Україна
Rivne, Ukraine**

ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 12. МАРКЕТИНГ	
SECTION 12. MARKETING	
<i>Горгачова М. І., Рулінська О. В., Тарасова К. І.</i>	57
МЕРЧАНДАЙЗИНГ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ	
<i>Сенишин О. С., Хіч Р. Я.</i>	58
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ	
<i>Гулак Н. О., Крайнюченко О. Ф.</i>	61
РОЗВИТОК ОСОБИСТОГО БРЕНДУ В ІНТЕРНЕТІ	
СЕКЦІЯ 13. МЕНЕДЖМЕНТ	
SECTION 13. MANAGEMENT	63
<i>Василик А. В., Горбенко Д. Д.</i>	
СИСТЕМА КОНТРОЛІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ	63
<i>Галюк Т. С.</i>	
НОВІТНІ ПІДХОДИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ НА РІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ	65
<i>Гребеник А. А.</i>	66
АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	
<i>Kis S. Y.</i>	68
INDUSTRY 4.0 AND 5.0: A COMPARATIVE ASPECT	
СЕКЦІЯ 14. ЛОГІСТИКА ТА ТРАНСПОРТ	70
SECTION 14. LOGISTICS AND TRANSPORT	
<i>Лагодієнко В. В., Ситник Н. І.</i>	70
АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗ ЗМІН В ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК ТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ В 2023 РОЦІ	
<i>Стрижак Р. О.</i>	71
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ	
СЕКЦІЯ 15. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ	74
SECTION 15. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION	
<i>Самсонова В. В.</i>	74
ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	

УДК 33. 339.1

РОЗВИТОК ОСОБИСТОГО БРЕНДУ В ІНТЕРНЕТІ**Гулак Н. О.**

студентка кафедри маркетингу,

Крайнюченко О. Ф.

доцент кафедри маркетингу,

Національний університет харчових технологій

Сучасна ситуація в Україні змушує людей думати як отримати додатковий заробіток або ж взагалі змінити сферу діяльності. Доступним методом є заробіток в інтернеті, а саме – створення та просування особистого бренду.

Онлайн брендинг передбачає формування автентичності персони чи бренду у інтернет-середовищі з використанням популярних пошукових сервісів (на кшталт Google, Facebook, Instagram) та численних каналів онлайн-маркетингу. При якісному створенню даний вид бренду має великий відсоток на успішність. [1]

Головним аспектом якісного створення є використання онлайн-каналів для потужного позиціонування бренду на цільовому ринку. Правильний підбір цільового ринку можливий після зосередженні на певному виді товару (товари для краси, здоров'я, дітей, волосся...).

На початкових етапах створення бренду важливим є формування ідентичності та чіткого розуміння у споживачів відмінності від конкурентів вашого бренду. Ключовими етапами для даного завдання можна виділити:

- Створення та розповсюдження особливої історії бренду;
- Визначення спеціалізації на продукції;
- Визначення цільової аудиторії;
- Виокремлення та розповсюдження цінності продукції бренду;
- Зосередження на розширенні популярності професійного акаунту

бренду.

Для завоювання зацікавленості потенційних клієнтів у бренді дизайн соціальних мереж має бути унікальним (Instagram, Facebook, Prom). Створений незабутній слоган буде залишитися у свідомості людей відразу при першому перегляді, поширення особистого акаунту забезпечить завоювання довіри клієнтів. Публікація великої кількості відео-оглядів товару матиме змогу якісніше донести для клієнта його цінність; подарунки (розіграші) збільшать зацікавленість до бренду.

Розробка назви та особливого стилю логотипу є важливим в створенні власного бренду. Вибір назви є ефективним елементом задля просування бренду в соціальних мережах. У тих випадках, коли бренд має привабливий, сучасний та мінімалістичний стиль логотипу він набуває збільшену прихильність для потенційних клієнтів. Також забезпечить проведення у глядачів чітких асоціацій з брендом, товаром та його якістю. При вдалому створенні позитивного іміджу бренду, споживач, побачивши вже відомий логотип, прагнучиме здійснити покупку саме у вашому магазині.

Головні параметри для логотипу є:

- Милозвучність;
- Лаконічність;
- Унікальність.

Щоб бути успішним брендом на ринку серед конкурентів слід зайняти бажану позицію та поставити перед собою завдання стати унікальним брендом у свідомості споживачів. Визвати асоціативні паралелі до бренду, як до унікальної одиниці з певними перевагами можливо за допомогою ефективно розробки «брендбуку» (фізичне втілення концепції та місії бренду), тобто підготовка ефективної рекламної кампанії.

В свідомості глядачів потрібно викликати асоціації шляхом фірмового стилю оформлення акаунту в соціальних мережах. Тобто йому мають бути притаманні шрифт в єдиному стилі, кольорове забарвлення (блакитно-рожеві, білі і тд.) або ж особливе (фірмове) привітання менеджера з клієнтом.

Для уникнення використання ваших зображень конкурентами та підвищення впізнаваності до товару бренду в соціальних мережах слід

брендувати зображення, тобто розміщувати назву бренду або ж логотипу на зображеннях представлених товарів магазину.

Наступним важливим елементом задля завоювання прихильності покупців до вашого бренду та бажання здійснити повторну покупку є упакування. Воно має бути унікальним та підкреслювати стилістику вашого бренду. Колір пакувальної коробки, її форма, матеріал, листівки – усе це потрібно гармонічно поєднати між собою для створення лаконічного вигляду та відчуття ідентичності бренду в підсвідомості покупця. Вдалим прикладом упакування є український бренд *cosibella*, який спеціалізується на продажі косметичних засобів для жінок. Упаковка продукції цієї фірми виготовлена з еко-картону, та еко-скотчу, що збігається з цінностями сучасності по збереженню екології, також екологічний наповнювач, який розчиняється у воді та слугує захистом при перевезенні замовлень. Упакування даного бренду може бути прикладом для створення власного особливого стилю виготовлення упаковок. [2]

Розвиток онлайн-брендингу має великі перспективи при дотриманні рекомендацій експертів в даній сфері бізнесу. На сьогоднішній день це дієвий метод для отримання додаткового заробітку. Особистий бренд можливо запустити при мінімальному бюджеті.

Список літератури

1. Створення персонального бренду. *Studlancer.net*: веб-сайт. URL: <https://goo.su/yHjAzWs>
2. Створення особистого бренду. *Studlancer.net*: веб-сайт. URL: <http://surl.li/eiqeq>