

**Подорожна М. Р.**

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

**Логвиненко Д. В.**

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

**Макаренко М. М.**

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-297-8-14>

## **РОЛЬ БРЕНДУ У ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ**

В сучасному світі важливе місце посідає безпека. Безпека життя, безпека даних, тощо. Економічна безпека займає одне з перших місць, означає захист підприємства. Далі наведено визначення поняття «економічної безпеки» та його роль в формуванні бренду.

Економічна безпека – це галузь науки, що вивчає стан економіки, при якому забезпечується високе та стале зростання основних соціально-економічних показників; задоволення потреб всіх учасників процесу суспільного відтворення; контроль держави за рухом та використанням національних ресурсів; захист економічних інтересів країни на національному та міжнародному рівнях. До структури належать: збереження платоспроможності, планування майбутніх грошових потоків економічного суб'єкта, безпека зайнятості. Практично всі фактори залежать від доходу та в подальшому від прибутку підприємства. Тому бренд та брендинг невід'ємна частина економічної безпеки підприємства [2].

В основі економічної безпеки лежить використання системного підходу, при якому різні окремі елементи системи, виконуючи різні

функції, взаємодіють між собою певним чином, злагоджено і спільно для досягнення єдиної мети [3].

Глобалізація економічної безпеки характеризується перетворенням форм та методів конкурентної боротьби. Формування бренду одним з нових складових економічної безпеки та слід вважати одним з важливих інструментів підвищення її привабливості для інвесторів, підприємців тощо [4].

Розвиток апаратів бренд-менеджменту породжує формування та просування бренду продукту на глобальних ринках. Використання такого стратегічного інструменту як брендинг передбачає реалізацію комплексу заходів щодо цілеспрямованого формування позитивного іміджу конкурентного бренда.

На сьогоднішній день з активною цифровізацією будь-яких сфер суспільного життя, у тому числі й економічного, найважливішим об'єктом безпеки є інформація, відомості, дані, у тому числі використовувані у цифровій діяльності. А отже має пряме відношення до теми дослідження.

В даний час відбувається формування цифрової економіки, заснованої на розробці та впровадженні сучасних цифрових технологій у діяльність населення та організацій [1]. Удосконалення аналізу великих даних, широке використання мобільних пристроїв, розвиток Інтернету, поява Інтернету речей, безумовно, є інноваційними елементами, покликаними вирішувати соціально-економічні проблеми, як на рівні окремих регіонів та країн, так і на світовому рівні. Прискорення та ускладнення процесів, що відбуваються в сучасних умовах розвитку цифрових технологій, змушує суб'єктів економічної діяльності замислюватись про інформаційну безпеку.

Однією з особливостей цифрової економіки є усунення акценту з матеріальних ресурсів на інформаційні ресурси (інформація, дані, знання), які, у свою чергу, не зникають при споживанні, можуть бути неодноразово використані різними суб'єктами без прив'язки до місця, часу та суб'єкта створення (виникнення), що призводить до простоти тиражування інформаційних ресурсів.

Наслідком цього і виступає, що в останні роки великі та малі організації наражаються на частіші та серйозніші загрози в цифровому середовищі, що впливає на їх економічну безпеку. З економічної точки зору подібні загрози можуть впливати на репутацію організацій, фінансову складову, завдаючи шкоди їх конкурентоспроможності, підриваючи їхні зусилля щодо інновацій та позиції на ринку. Такі загрози

можуть порушити доступність, цілісність чи конфіденційність інформаційних систем, на яких ґрунтується економічна діяльність [1].

Однією з найважливіших завдань системи економічної безпеки є забезпечення захисту конфіденційних даних будь-якого суб'єкта господарювання. До них відносяться різні ноу-хау, комерційні таємниці, секрети виробництва та ін. В умовах конкуренції навіть такі відомості, як дані про клієнтів або про постачальників та умови їхньої співпраці, можуть значно погіршити фінансовий стан організації. Тому в сучасних реаліях нерідкі випадки крадіжки корпоративних даних та промисловий шпигунство [1].

Отже, економічна безпека є одним з найважливіших елементів формування бренду. Оскільки економічна безпека – це стан будь-якого суб'єкта господарювання, що характеризується наявністю стабільного доходу та інших ресурсів, які дозволяють підтримати рівень життя на поточний момент і в найближчому майбутньому. Від цього фактору залежить безпека підприємства та безпека даних підприємства.

### **Література:**

1. The New Digital Economy. How it will transform business. URL: <https://web.archive.org/web/20160909204202/http://myclouddoor.com/www/wp-content/uploads/Whitepapers/The-New-Digital-Economy.pdf> (дата звернення: 29.03.2023).

2. Будкін В. С. Безпека держави міжнародна економічна. Українська дипломатична енциклопедія : У 2-х т. / ред.: Губерський Л. В. (голова) та ін. Київ : Знання України, 2004. Т. 1. 760 с.

3. Гелей С. Д., Крупка М. І., Лесечко М. Д., Малик Я. Й, Майовець Є. Й. Економічна безпека України: внутрішні та зовнішні чинники: навч. посіб. для вищ. навч. закл. / ред.: Малик Я. Й. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. 255 с.

4. Економічна безпека. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0\\_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0)