

**Лезіна А.В.**, аспірант  
кафедри стратегії підприємств  
*Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана*

## ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТАЛОСТІ ТА ЦІННОСТІ ПРОЕКТІВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ

**Лезіна А.В. Взаємозв'язок сталості та цінності проектів: теоретичний та практичний аспекти.** У статті висвітлено питання щодо формування цінності проектів на тлі їх сталого розвитку. Запропоновано авторську ідею стосовно впливу складників інструменту оцінки сталості проектів на ціннісні характеристики, які можуть бути забезпечені у двох напрямках: у процесі управління проектом та в процесі створення продукту проекту. Проведено аналіз практики п'яти підприємств, що здійснюють свою господарську діяльність у сфері надання послуг з електропостачання, у контексті забезпечення цінності реалізованих проектів. За результатами проведеної діагностики виявлено взаємозв'язок забезпечення сталості та цінності проектів. Оприлюднено середні показники кожного складника інструменту оцінки сталості проектів та представлено критичний огляд щодо готовності підприємств забезпечувати цінність проектів для його стейкхолдерів.

**Ключові слова:** цінність, проект, сталий розвиток, стейкхолдери проекту, фази життєвого циклу проекту.

**Лезина А.В. Взаимосвязь устойчивости и ценности проектов: теоретический и практический аспекты.** В статье освещены вопросы формирования ценности проектов на фоне их устойчивого развития. Предложена авторская идея о влиянии составляющих инструмента оценки устойчивости проектов на ценностные характеристики, которые могут быть обеспечены в двух направлениях: в процессе управления проектом и в процессе создания продукта проекта. Проведен анализ практики пяти предприятий, осуществляющих свою хозяйственную деятельность в сфере предоставления услуг по электроснабжению, в контексте обеспечения ценности реализованных проектов. По результатам диагностики выявлена взаимосвязь обеспечения устойчивости и ценности проектов. Обнародованы средние показатели по каждой составляющей инструмента оценки устойчивости проектов и представлен критический обзор о готовности предприятий обеспечивать ценность проектов для его стейкхолдеров.

**Ключевые слова:** ценность, проект, устойчивое развитие, стейкхолдеры проекта, фазы жизненного цикла проекта.

**Liezina A.L. Interconnection of sustainability and value of projects: theoretical and practical aspects.** The article deals with the issues of forming the value of projects against the background of their sustainable development. The author's idea about the influence of components of the project's sustainability assessment on the value characteristics that can be provided in two directions is proposed: in the process of project management and in the process of creating a project product. The analysis of the practice of five enterprises engaged in their economic activities in the field of providing electricity services in the context of ensuring the value of the projects implemented. According to the results of the diagnostics, the relationship between sustainability and value of the projects was revealed. Published indicators for each component of the sustainability assessment tool are presented and a critical review of the willingness of enterprises to provide value for the project to its stakeholders is presented.

**Key words:** value, project, sustainable development, project stakeholders, phase of the project life cycle.

**Постановка проблеми.** Завданням сталого розвитку є забезпечення економічного, соціального та екологічного розвитку держави як для сьогодення, так і для майбутніх поколінь. З огляду на концепцію «Енергетична стратегія України на період до 2035 року» [1], у сфері надання послуг з електропостачання виникають усе нові завдання. Для виявлення ціннісних очікувань сьогодні та забезпечення їх у майбутньому варто звернути увагу на взаємозв'язок сталого розвитку проектів та цінності проектів, адже створення та реалізація проектів з урахуванням підтримки репутації компанії, створення конкурентних переваг та забезпечення гнучкості/адаптивності до

змін в законодавстві України, що у цілому вказує на сталість проектно орієнтованих підприємств, нині може забезпечити цінність проекту для його стейкхолдерів. У такому разі урядовий пріоритет стратегічного розвитку сфери електроенергетики спонукатиме до сталого розвитку підприємств та проектів, що ними виконуються, за умови прагнення останніми відповідати всім вимогам та забезпечувати цінність своїх проектів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням оцінки цінності проектів цікавиться досить багато видатних українських та зарубіжних учених: С.Д. Бушуев [2], Н.С. Бушуєва, В.І. Вара-

паєв, М.І. Рач, Л.П. Батенко, Guilbert Silvius [3] та ін. В.М. Бабаєв [4] та О.В. Федорчак [5] розкривають питання щодо застосування проектного підходу в державному управлінні, адже сфера електроенергетики входить до енергетичної галузі України та регулюється державою.

Варто звернути увагу на те, як підвищення сталості проектів, що реалізуються підприємствами, може гарантувати створення цінності проекту та забезпечувати отримання цінності його стейкхолдерами в двох напрямках: у процесі управління проектом та в процесі створення продукту проекту.

**Постановка завдання.** Метою статті є виявлення взаємозалежності сталості проектів та цінності проектів, а також висвітлення практичного аспекту оцінки ефективності забезпечення цінності проектів у контексті їх сталого розвитку на підприємствах, що здійснюють свою господарську діяльність у сфері надання послуг з електропостачання.

**Виклад основних результатів.** Наше дослідження спрямоване на виявлення впливу сталості проектів на забезпечення цінності для основних стейкхолдерів проекту, адже взаємозв'язок між ними явний. Ми вважаємо, що прагнення забезпечити ціннісні очікування для стейкхолдерів проекту щільно пов'язане зі ступенем готовності підприємства розвиватися та, відповідно, засвідчує високий показник сталості проектів (рис. 1).

На рис. 1 сформовано базис формування цінності проектів на підприємствах сфери надання послуг з електропостачання. Головним є те, що неможливо уявити підприємство, котре прагне задовільнити ціннісні очікування зацікавлених сторін та збалансувати їх між собою, якщо не існує прагнення до подальшого розвитку, щоб задовільнити сучасні потреби з перспективою та захистом майбутніх

інтересів. Таким чином, цінність проекту може бути ідентифікована, забезпечена та збалансована тоді, коли проект виконано згідно з нормативно-законодавчими актами (ураховано всі інтереси зацікавлених сторін) та дотримано вимоги сталого розвитку проектів у процесі управління проектом та в процесі створення продукту проекту. Цей процес є циклічним та постійним. З огляду на те, що підприємства можуть реалізовувати декілька проектів одночасно, забезпечення сталості для одного проекту впливає та підвищує вірогідність отримання цінності для інших проектів. Відповідно, сталість проектів сьогодні генерує отримання цінності для всіх проектів у майбутньому.

Також слід відзначити, що застосування оцінки сталості проектів [6] є базисом для виявлення ступеня готовності підприємства забезпечувати цінність проектів для його стейкхолдерів (табл. 1).

Як видно з табл. 1, кожен критерій оцінки сталості проектів допомагає у формуванні та забезпеченні ціннісних очікувань зацікавлених сторін проекту в процесі його управління та в процесі створення продукту проекту. Основні напрями кожного блоку інструменту оцінки сталості проектів спрямовані на висвітлення актуальних питань, які допомагають виявити та забезпечити ціннісні характеристики проекту для різних зацікавлених сторін. Теоретично доцільно застосовувати даний інструмент на фазі ініціювання проекту та наприкінці, коли проект завершено. Але даний підхід значною мірою звужує коло прояву ціннісних очікувань, тому для того щоб гарантувати забезпечення та збалансованість ціннісних очікувань стейкхолдерів, необхідним є також проведення даного опитування на різних фазах життєвого циклу проекту. А саме:

- на стадії ініціювання доречним є оцінка проекту за критеріями «підтримка з боку зацікавлених сторін», «партнерство» та «адаптація проекту». На цій фазі життєвого циклу проекту основним є виявлення основних ціннісних характеристик для таких стейкхолдерів, як замовник, оточення та суспільство. Це допоможе підприємству вчасно та якісно забезпечити ціннісні очікування для вищевказаних зацікавлених сторін;
- на стадії планування та реалізації необхідним є контроль над такими критеріями сталості проекту, як «менеджмент та людські ресурси», «моніторинг та оцінка» та «комунікації». Оцінка за цими критеріями спрямована на забезпечення ціннісних очікувань для внутрішніх стейкхолдерів, тобто тих, хто безпосередньо задіяний у процесі реалізації проекту;



**Рис. 1. Формування цінностей проекту з надання послуг у сфері електропостачання**

Джерело: складено автором

Вплив сталості проектів на забезпечення цінності проектів

Фаза життєвого циклу проекту	Ініціація			Планування та реалізація			Завершення	Пост-проектний період
	Цінність продукту проекту			Цінність процесу управління проектом			Цінність фінансово-економічного результату	Унікальність отриманого продукту проекту
	Екологічна безпека; соціальний захист; вплив на культуру суспільства	Національний добробут	Фінансовий вплив на економіку країни; розширення ринків	Підтримка ділової репутації компанії	Мотивація членів проектної команди	Вдосконалення ведення проектних робіт; накопичення досвіду		
Підтримка з боку зацікавлених сторін	+							
Фінансова стабільність							+	
Партнерство		+						
Менеджмент та людські ресурси				+				
Моніторинг та оцінка						+		
Адаптація проекту			+					
Комунікації					+			
Стратегічне планування								+

– на стадії завершення проекту важливим є підведення підсумків реалізації проекту, тому доречним буде проведення аналізу за критерієм «фінансова стабільність». Цей критерій спрямований на оприлюднення підсумків стосовно реалізації проекту. Так, отримання високого показника свідчить про забезпечення ціннісних характеристик, які описують фінансово-економічні результати проекту;

– останнім критерієм оцінки сталості проекту, який акумулює результати проектної діяльності з перспективою розвитку підприємства в майбутньому, є «стратегічне планування». З огляду на специфіку сфери надання послуг з електропостачання, застосування цього критерію є доцільним в постпроектний період. Відповідно, висока результативність за цим блоком питань засвідчує унікальність отриманого продукту проекту.

Для висвітлення практичного аспекту застосування інструменту оцінки сталості проектів було проведено опитування п'яти керівників підприємств сфери надання послуг з електропостачання (рис. 2).

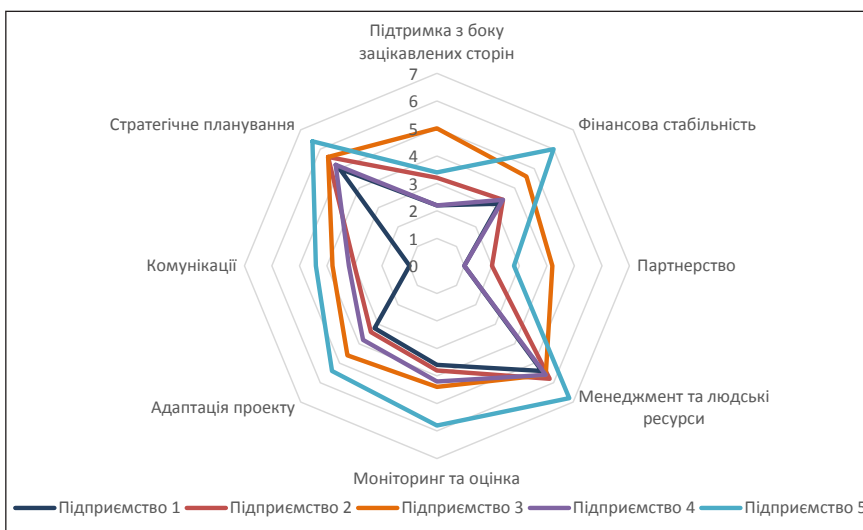


Рис. 2. Оцінка сталості проектів серед підприємств сфери надання послуг з електропостачання

Джерело: складено автором

Вважаємо за доцільне висвітлити отримані значення кожного блоку оцінки сталості проектів та, відповідно до цього, зробити висновки щодо готовності підприємств забезпечувати цінність проекту.

1. Блок № 1: «Підтримка з боку зацікавлених сторін». Цей блок питань спрямований на висвітлення ступеня сприяння зацікавлених сторін, задіяних у проекті, та на тих, хто впливає на процес його реалізації.

лізації на проект. Під час аналізу проектів, що виконувалися на підприємствах, виявлений низький коефіцієнт за даним блоком інструменту у чотирьох представників (від 2,2 до 3,4). Це пов'язано з відсутністю підтримки проекту з боку урядових осіб та громади. Нині спостерігаємо недостатнє прагнення підприємствами заохотити зовнішніх зацікавлених сторін у проекти та забезпечити їх ціннісні очікування. Лише в одного представника показник за даним блоком питань має високе значення (5,0). Це пов'язано з тісною співпрацею органів самоврядування з підприємством. На нашу думку, забезпечення належної підтримки зацікавлених сторін та, відповідно, максимальне значення за блоком спонукає підприємство до відповідальності по відношенню до зовнішніх стейкхолдерів, що, своєю чергою, підвищує створення цінності серед внутрішніх зацікавлених сторін, задіяних у реалізації проекту. Відповідно, можемо стверджувати, що ці дії спрямовані на забезпечення ціннісних очікувань для зацікавлених сторін у контексті створення сприятливого бізнес-середовища.

2. Блок № 2: «Фінансова стабільність». Цей блок спрямований на довгостроковий стратегічний процес, який забезпечує розвиток та прибутковість підприємства. Серед обраних представників нами виявлено досить низькі показники (від 3,2 до 4,6) на чотирьох підприємствах. Це пов'язано передусім із відсутністю фінансування проектів із різних джерел та недостатньою гнучкістю у фінансовому аспекті в процесі управління проектами. Лише на одному підприємстві наявний досить високий показник (6,0). Це вказує на адаптивність фінансових потоків до змін у зовнішньому середовищі та здатністю керівництва підприємства залучати спонсорів до проектів. З погляду на те, що кошти, на які реалізується проект, є одним із ключових критеріїв оцінки успішності проекту, ми вважаємо, що прагнення забезпечити максимальне значення загалом по блоку є запорукою забезпечення фінансової стабільності підприємства у цілому. Відповідно, грошові кошти можуть бути вкладені в розвиток та розширення підприємства.

3. Блок № 3: «Партнерство». Анкетування за цим блоком спрямоване на визначення підтримки серед партнерів, якими можуть бути абсолютно різні представники. Наприклад, це замовники, чий проект реалізувався або ні, це підприємці-конкуренти, з якими є налагоджений взаємозв'язок та підтримка, а також партнерами можуть виступати підприємці з інших сфер діяльності, які прагнуть звернутися за допомогою або підтримкою власних проектів. З урахуванням того, що нині в Україні будь-який проект реалізується в умовах економічної нестабільності та перманентної кризи, надійна підтримка з боку партнерів може стати запорукою завершення проекту та дотримання зобов'язань за ним. Серед підприємств, що підлягали аналізу, у даному блоці наявний досить

низький показник (від 1,0 до 4,2). У всіх організаціях прагнення до співпраці з партнерами має незначний прояв або відсутнє. Така ситуація може негативно впливати на процес реалізації проекту та отримання бажаного продукту проекту. На нашу думку, забезпечення сталого розвитку проектів у напрямі партнерства може гарантувати своєчасну ідентифікацію ціннісних очікувань зацікавлених сторін від проекту та дасть змогу забезпечити добробут населення від співпраці підприємців.

4. Блок № 4: «Менеджмент та людські ресурси». Цей блок спрямований на оцінку внутрішнього стану підприємства, що реалізує проекти. А саме на здатність керівництва забезпечити належну реалізацію проектів, на наявність необхідної кількості штатних одиниць та на мобільність кожного учасника проекту виконувати свої функціональні можливості. У результаті аналізу підприємств виявлено досить високі показники (від 5,6 до 6,8). У цьому разі ми вважаємо, що майстерність управління в процесі реалізації проекту позитивно впливає на успішність проекту та може гарантувати прояв нових ціннісних очікувань для внутрішніх стейкхолдерів, а також можливим є накопичення ціннісного досвіду для підприємства у цілому. Ми переконані, що високий показник у цьому блоці базується на неусвідомленому прагненні забезпечити цінність від проекту для кожного учасника. Але в подальшому для підвищення сталості проектів необхідно застосовувати системний підхід до забезпечення цінності від проекту для зацікавлених сторін.

5. Блок № 5: «Моніторинг та оцінка». Системний аналіз цього блоку вказує на забезпечення сталості в двох напрямках. По-перше, своєчасний моніторинг та аналіз стану реалізації проекту може скорегувати процес управління проектом та адаптувати його під зміни, відповідно, так можуть корегуватися цінності проекту. По-друге, цей блок є важливим у контексті стратегічного розвитку підприємства за рахунок успішної реалізації проектів, що спонукатиме до забезпечення ціннісного досвіду та підтримки ділової репутації підприємства. У подальшому позитивні наслідки можуть забезпечити появу нових проектів, спонсорів та партнерів у довгостроковій перспективі. Під час аналізу підприємств було виявлено середній показник за даним блоком (від 3,6 до 5,8). Це вказує на прагнення підприємців контролювати процес управління проектом та процес створення продукту проекту на різних фазах життєвого циклу проекту. Практика управління проектами на вітчизняних підприємствах вказує на реалізацію декількох проектів одночасно, тому для поліпшення процесів управління та усунення помилок та помилок доцільно проводити опитування за даним блоком через певний період часу серед усіх проектів, що перебувають на стадії реалізації та вже завершилися. Таким чином, це спонукатиме



до отримання бажаного ціннісного досвіду для кожного учасника проекту та забезпечить ціннісні характеристики продукту проекту.

6. Блок № 6: «Адаптивність проекту». Опитування за даним блоком спрямовані на оцінку ефективного використання ресурсів у процесі реалізації проекту. Проведення моніторингу за даним блоком спрямоване на виявлення всіх можливих шляхів для встановлення найбільш вигідних та найменш небезпечних ресурсів для здійснення проекту. Специфіка сфери надання послуг з електропостачання спрямована на забезпечення замовника в електроенергії, тобто в процесі реалізації проекту кінцевим продуктом є електроустановка, яка забезпечує замовника в отриманні необхідного елемента енергії. Під час аналізу практики було виявлено серед трьох представників низький показник (від 3,2 до 3,8) та у двох – середній (від 4,6 до 5,4). Дана ситуація спостерігається в зв'язку з тим, що у підприємств у пріоритеті є впровадження та бажання замовника, та лише потім прагнення забезпечити довгострокові перспективи у співпраці. На нашу думку, варто звернути увагу на останнє, а саме на фазі ініціювання проекту створити такі умови, щоб забезпечення продуктом проекту замовника допомогло іншим зацікавленим сторонам проекту, у тому числі майбутнім замовникам, скористатися інженерними спорудами та мережами для власних потреб. У такому разі ціннісні очікування будуть мати вираження в отриманні бажаного продукту проекту належної якості та кількості вчасно і з урахуванням стратегічних перспектив.

7. Блок № 7: «Комунікації». Цей блок містить п'ять питань, спрямованих на отримання достовірних даних щодо поінформованості про проект та його доцільність. Комунікації розглядаються у двох напрямках. По-перше, це комунікації членів проектної команди з громадськістю. Високий показник за даними питаннями вказує на залучення та підтримку громадськості щодо реалізації та необхідності проекту в даний час. По-друге, комунікація у процесі реалізації проекту між усіма задіяними стейкхолдерами допомагає заручитися підтримкою та мотивувати персонал та керівництво організації. Ми вважаємо, що чим більша аудиторія знає про проект, тим імовірніше отримати успіх від проекту та позитивні наслідки від використання продукту проекту. На жаль, на обраних підприємствах показник за даним блоком серед чотирьох представників низький (від 1,0 до 3,8) та лише на одному підприємстві досить високий (4,4). Така ситуація зумовлена відсутністю комунікацій із громадськістю та зовнішніми стейкхолдерами. Практика виконання проектів у сфері надання послуг з електропостачання свідчить, що члени проектної команди інформування оточення не проводять. На нашу думку, це негативно впливає на формування загальної цінності від проекту для таких стейкхолдерів, як суспільство, оточення та громада, тому що своєчасна інформація

стосовно реалізації проекту може спонукати до підтримки та допомоги в рамках реалізації проекту в довгостроковій перспективі.

8. Блок № 8: «Стратегічне планування». Цей блок питань спрямований на виявлення стратегічного довгострокового планування в рамках реалізації одного проекту, але в перспективі розвитку всього підприємства. На нашу думку, ці питання є дуже важливими в контексті сталого розвитку підприємства. Нині в умовах сучасного стану економічного середовища нашої країни неможливо оцінити успішність усього підприємства, спираючись лише на нагальні короткострокові результати. Ми вважаємо, що сталість проектів може бути забезпечена повною мірою лише у разі отримання високих показників за даним критерієм. На обраних підприємствах маємо змогу спостерігати середній та високий рівні (від 5,0 до 6,4). Це вказує на прагнення організацій залишатися на ринку надання послуг з електропостачання з перспективою подальшого розвитку та розширення. Також підтвердженням цього є досвід роботи кожного обраного підприємства на даному ринку. Накопичення бази постійних клієнтів, удосконалення процесів управління проектами та розширення кола впливу створюють позитивні наслідки впровадження довгострокових перспектив. На нашу думку, вдосконалення процесів стратегічного планування може створити та об'єднати всі ймовірні прояви ціннісних очікувань від реалізації проекту та його сталого розвитку. Відповідно, підприємство, що реалізує проекти, фіксує нагальний успіх проектів та формує сталість проектів із перспективою розвитку в майбутньому.

**Висновки.** У результаті дослідження нами було проведено аналіз зв'язку сталості та цінності проектів у теоретичному та прикладному аспектах сфери надання послуг з електропостачання. Можемо стверджувати, що забезпечення сталого розвитку проектів спонукає до створення, формування та забезпечення цінності проектів для його стейкхолдерів. Варто відзначити, що кожен із восьми блоків інструменту оцінки сталості проектів може бути застосований на різних фазах життєвого циклу проекту, що спонукає до виявлення та забезпечення ціннісних характеристик для зацікавлених сторін проекту. Аналіз практики управління проектами в галузі електроенергетики показав низький рівень сталості проектів, що підтверджує нашу думку стосовно безконтрольного та неусвідомленого прагнення забезпечувати цінність проектів. Такий підхід до управління проектами не дає змоги підприємствам стрімко розвиватися та зумовлює короткостроковий успіх. Усе це свідчить про необхідність розроблення системи управління цінністю проектів, яка врахувала б основні аспекти та допомогла б виявити, сформулювати, забезпечити, збалансувати та управляти цінністю проектів, тому вважаємо за доцільне продовжити наукові пошуки у цьому напрямі.

## Список літератури:

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Енергетична стратегія України на період до 2035 року. «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»», схвалено 18 серпня 2017 року № 605-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>.
2. Бушуєв С.Д. Креативні технології управління проектами та програмами : [монографія] / С.Д. Бушуєв. – К. : Самміт-Книга, 2010. – 768 с.
3. Guibert Silvius Sustainability in Project Management / Guibert Silvius, Ron Schipper, Julia Planko, Jasper van den Brink, Adri Kohler. – Gower, 2012. – 182 p.
4. Бабасєв В.М. Проектний підхід в механізмі державного управління / В.М. Бабасєв, В.І. Торкатюк // Проектний підхід в механізмі державного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eprints.kname.edu.ua/29745/1/50.pdf>.
5. Федорчак О.В. Проектний підхід як інноваційний механізм державного управління / О.В. Федорчак // Проектний підхід як інноваційний механізм державного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/TEKNOLOGIYA/02-FEDORCHAK.pdf>.
6. Університет Вашингтон, Сент-Луїс, штат Міссурі, США. Інструмент оцінки сталості програм та проектів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://sustaintool.org/>.

УДК 658.8.012.12/339.138

**Пушкарьов М.О., Чабанова Є.І.,**  
студенти факультету менеджменту та маркетингу  
*Національний технічний університет України*  
*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

**Лободзинська Т.П.,** к.е.н., доцент,  
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки  
*Національний технічний університет України*  
*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

**БРЕНДИНГ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

**Пушкарьов М.О., Чабанова Є.І. Брендінг: стан і перспективи розвитку в Україні.** У статті висвітлено поняття брендінгу як сучасного інструменту ефективного маркетингу та методу впливу на лояльність споживачів. Проаналізований його стан в Україні, визначені найбільш успішні бренди та розглянуті варіанти формування свого бренду. Виявлені проблеми та шляхи їх подолання запропоновані як висновки та матеріал до подальшого дослідження.

**Ключові слова:** бренд, брендінг, маркетинг, інструмент, розвиток, аналіз, перспективи, ефективність.

**Пушкарев Н.А., Чабанова Е.И. Брендінг: состояние и перспективы развития в Украине.** В статье освещено понятие брендінга как современного инструмента эффективного маркетинга и метода воздействия на лояльность потребителей. Проанализировано его состояние в Украине, определены наиболее успешные бренды и рассмотрены варианты формирования своего бренда. Выявленные проблемы и пути их преодоления предложены как выводы и материал для дальнейшего исследования.

**Ключевые слова:** бренд, брендінг, маркетинг, інструмент, развитие, анализ, перспективы, эффективность.

**Pushkarov M.O., Chabanova E.I. Branding: the state and development outlook in Ukraine.** The article describes the concept of branding as a modern tool of effective marketing and a methodology of influence on consumer loyalty. Branding status in Ukraine has been analyzed, the most successful brands and the variants of forming of his brand have been considered. Identified problems and ways to overcome them are proposed as conclusions and material for further research.

**Key words:** brand, branding, marketing, tool, development, analysis, outlook.

**Постановка проблеми.** Значна кількість виробників на ринку провокує велику конкуренцію, що є однією з передумов виникнення бренду та брендінгу. Кожне підприємство має мету: створити найоптимальнішу стратегію для розвитку та удосконалення свого бренду, вивести його на світовий рівень. Споживач, у свою чергу, постійно стикається

з проблемою вибору серед розмаїття зарубіжних та українських брендів. Торгове маркування в умовах розвитку виробництва та розширення асортименту є необхідністю і дає можливість сформувати споживчі переваги своєї марки серед конкуруючих для виробників, а також полегшити вибір та сформувати впевненість у його правильності для споживачів.