

**Торгашева К. К.,**

*здобувач третього року навчання за освітнім ступенем «бакалавр»  
зі спеціальності 6.022.010 «Бізнес-дизайн»*

*навчально-науковий інститут менеджменту і маркетингу*

*Науковий керівник: Борисенко Д. В.,*

*Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця*

*м. Харків, Україна*

## **РОЛЬ ЛОГОТИПУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В ХАРЧОВІЙ СФЕРІ**

На сьогодні фінансово-економічна безпека підприємств стала важливою в умовах нестабільного ринку та сильної конкуренції.

Розробка успішного логотипа є важливою складовою забезпечення фінансово-економічної безпеки соціально-економічних систем. «Логотип є важливим елементом бренду, який не тільки сприяє впізнаваності компанії, але й створює перше враження про її цінності та імідж».

Логотип є ключовим елементом ідентичності бренду. Він допомагає компанії формувати впізнаваність та унікальність. Щоб виділитись серед конкурентів важливо мати успішний логотип, який допоможе приваблювати клієнтів та буде асоціюватися з компанією. «Добре розроблений логотип забезпечує не лише перше враження, але й здатний викликати довіру і підсвідомо вплинути на вибір споживачів» зазначає Девід Ейрі. Логотип є першим враженням про компанію. Саме він формує початкове враження у потенційних клієнтів. Якісний логотип викликає цікавість та довіру, що допомагає компанії створити позитивне враження. Це все забезпечує стабільний та високий дохід. «Високий рівень економічної безпеки підприємства можливий лише за умови чітко визначеної стратегії брендуння і належного використання його елементів, зокрема логотипу».

Управління фінансово економічною безпекою містить й маркетингові інструменти. В харчовій сфері на зараз дуже багато конкурентів, а розробка якісного та унікального допоможе виділитись серед конкурентів та бути успішними. Логотип є важливим інструментом, адже саме він допомагає компанії мінімізувати ризики, адаптуватись до конкурентів, забезпечити стабільне функціонування та створити успішний і прибутковий бізнес.

### **Список використаних джерел:**

1. Бутенко, О. В. (2015). Брендинг в маркетинговій стратегії підприємства.
2. Ейрі, Д. (2014). Логотип та ідентичність бренду: від розробки до втілення.
3. Стадник, В. П. (2017). Економічна безпека підприємства: теорія, методологія, практика.