ШАБУРІНА Ю.Ю., магістр, м. Харків, НТУ «ХПІ»

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗРОБКИ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах розвитку споживчого ринку вибір товарів і послуг часто визначається популярністю бренду.

Бренд — унікальна комбінація цінностей торгової марки, за яку споживач сплачує додаткову вартість або просто надає перевагу при покупці, часто викликає унікальні емоції.

Сьогодні для України є актуальним адаптація світового досвіду, набутого в процесі створення і розвитку брендів, до реалій вітчизняної економіки в контексті поглиблення глобалізації, оскільки в Україні вже функціонують десятки глобальних брендів, які значною мірою детермінують середовище формування та розвитку українських брендів.

Для формування вітчизняними виробниками власних успішних брендів необхідні великі зусилля і грошові кошти, щоб «перехопити ініціативу» у зарубіжних конкурентів, які давно здійснюють рекламний тиск на населення України.

Загальний рівень розпізнання брендів в українських споживачів невисокий, але він постійно зростає, тому Україна - країна, де можна досить швидко створити й популяризувати новий бренд.

Бренд в Україні, на відміну від Заходу, сприймається як символ «автентичності товару» (відсутність підозр у підробці марки).

Для створення бренду в Україні необхідна потужна рекламна кампанія в засобах масової інформації й активне використання зовнішньої реклами, хоча надалі можливості впливу реклами (насамперед телевізійної) будуть зменшуватися внаслідок зростання недовіри до неї споживачів.

Задачі брендингу для українських компаній на сьогодні такі:

- агресивне зростання бренду з метою наближення до основних конкурентів;

- стійке зростання знання про бренд;

- поліпшення візуалізації бренда, використання креативних підходів в комунікації;

- розширення бази лояльних і регулярних споживачів.

Важливим чинником розвитку економіки країни є бренди національних виробників. Істотні доходи розвинені країни отримують не від експорту природних ресурсів, а від експорту брендованих товарів. Розробка успішних українських брендів тісно пов'язана з іміджем країни. Забезпечення позитивного міжнародного іміджу України є важливим засобом захисту та просування її національних інтересів, а також підвищення успішності країни в конкурентній боротьбі на міжнародних ринках збуту та інвестицій.

Позитивне сприйняття України різними цільовими аудиторіями є чинником, який безпосередньо впливає на соціально-економічний розвиток нашої держави.

За прогнозами аналітиків в найближчому майбутньому бренди країн будуть конкурувати не лиже між собою, а й з такими супербрендами сфери бізнесу, як CNN, «Microsoft» та іншими. Країнам, які свідомо не трансформують свій імідж та не створюють сильний і привабливий бренд, надалі буде складно підвищувати міжнародну конкурентоспроможність.

Найактуальнішими завданнями для України на сучасному етапі щодо брендів є: збереження українських брендів, які успішно розвиваються; створення та розвиток нових брендів; формування глобального країнового бренду «Україна» з позитивним іміджем. Для цього необхідно виховувати власних спеціалістів з бренд-менеджменту, враховуючи досвід міжнародних компаній, які вже спромоглися досягти значних успіхів у цій сфері. Це дозволить Україні стати повноправною частиною Європи.