

БРЕНДИНГ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ВИРОБНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

С.В. Стахурська

Керівник - ст. викл. О. О. Кутас

Сучасні трактування брендингу як правило зводять його до нового елементу рекламної діяльності, акцентуючи увагу на його довгостроковій спрямованості. Враховуючи вартість створення бренду, обсяги та тривалість робіт, варто зауважити, що брендинг потрібен виробникам масової продукції, які працюють в умовах немонопольного ринку і планують свою діяльність на довгострокову перспективу.

Брендинг представляє собою високоефективну технологію завоювання й утримання споживача, це діяльність по створенню довгострокової переваги товару, заснована на спільній посиленій дії на споживача товарного знаку, пакування, рекламних звертань, способів просування продажів та інших елементів впливу, об'єднаних визначеною ідеєю та типовим оформленням, які виділяють товар серед конкурентів та створюють його образ. Така дальносяжна цільова спрямованість брендингу виділяє його як засіб забезпечення довгострокової виробничої стратегії, який потребує вирішення ряду задач:

- розроблення загальної стратегії підприємства;
- обґрунтування виробничої стратегії;
- визначення стратегії бренду;
- забезпечення стратегії бренду ресурсами;
- реалізація стратегії брендингу (найдовший та найзатратний процес).