

**Сьомочкіна Іраїда Миколаївна,**  
*аспірант кафедри обліку і аудиту,  
Державний університет «Житомирська політехніка»,  
м. Житомир, Україна*

## **РОЛЬ ТОРГОВИХ МАРОК В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

У сучасних умовах господарювання роль торгових марок в управлінні підприємствами досить вагома, вищевикладена теза підтверджується значною кількістю праць науковців на дану тематику, як зарубіжних так і вітчизняних. Згідно законодавства України, торгова марка – це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб [1].

В міжнародній практиці не використовують поняття «торгова марка», а замість нього у іноземній літературі зустрічається термін «бренд». Бренд - це назва, термін, знак, символ або дизайн, або їх комбінація, які призначені для ідентифікації товарів і послуг одного підприємства або групи підприємств і їх відмінності від товарів і послуг конкурентів [2].

Бренди – це засіб диференціації продуктів і послуг підприємства від продуктів і послуг її конкурентів.

Існує безліч доказів того, що споживачі будуть платити значну надбавку до ціни за популярний бренд і залишаться лояльними до нього. Тому важливо розуміти, що таке бренди, брендинг і чому вони важливі.

Управління торговими марками або брендинг – це маркетингова практика, за якої підприємство створює назву, символ або дизайн, які легко ідентифікувати, як асоціацію з компанією. Це допомагає відрізнити продукт від інших продуктів і послуг та ідентифікувати його.

Брендинг важливий для підприємства, тому що він, по-перше, справляє незабутнє враження на споживачів, по-друге, дозволяє клієнтам зрозуміти, чого очікувати від компанії. Також, це спосіб виділитися серед конкурентів і пояснити, що саме пропонує певне підприємство, що робить його кращим вибором.

Бренд створений для того, щоб реально відображати те, ким підприємство є як бізнес, і як воно хоче, щоб його сприймали.

Є багато елементів, які використовуються для розвитку бренду, включаючи рекламу, обслуговування клієнтів, рекламні товари, репутацію і логотип. Всі ці складові працюють разом, щоб створити один унікальний і професійний профіль.

Брендинг абсолютно важливий для бізнесу через загальний вплив, який він справляє на підприємство в цілому.

Брендинг може впливати на те, як люди сприймають торгову марку, може підвищити її впізнаваність.

Найважливіша причина, по якій брендинг важливий для підприємств, полягає в тому, що саме з його допомогою компанія отримує визнання і стає відомою споживачам.

Логотип – найважливіший елемент брендингу, оскільки це, по суті, стисле відображення підприємства.

Тому професійний дизайн логотипу повинен бути потужним і легко запам'ятовується, справляючи враження на людину з першого погляду.

Ефективно реалізований брендинг дає компанії більше важелів впливу в галузі. Що робить підприємство більш привабливим для інвестицій, оскільки займана доля ринку зростає.

Сильний брендинг зазвичай означає, що у споживачів є позитивне враження про підприємство і вони віддадуть свою споживчу перевагу саме йому, так як споживачі знайомі з торговою маркою і довіряють їй.

Коли співробітник працює на підприємстві з відомою торговою маркою і дійсно відданий бренду, він буде більш задоволений своєю роботою і буде пишатися місцем роботи.

Робота на підприємстві, що користується великою повагою серед громадськості, приносить задоволення працівникам, що в свою чергу підвищує продуктивність праці у компанії.

Професійний зовнішній вигляд і професіональний підхід до брендингу допоможуть компанії завоювати довіру споживачів, потенційних клієнтів і замовників.

Споживачі з більшою ймовірністю будуть купувати товари або замовляти послуги на підприємстві, у якого бездоганний і професійний імідж.

Правильний брендинг створює враження галузевих експертів і змушує громадськість думати, що вони можуть довіряти вашій компанії, продуктам та послугам, які вона пропонує.

Реклама – це ще один компонент брендингу, і рекламні стратегії будуть безпосередньо відображати бренд і його бажане зображення. Рекламні методи, дозволяють легко створити цілісну і привабливу рекламну стратегію, яка добре відповідає цілям брендингу.

Отже, роль торгових марок або бренду для підприємства досить значна, зокрема бренд відіграє одну із головних ролей при прийнятті рішення про покупку товарів або послуг, надає конкурентну перевагу та диференціює підприємства з однаковими товарами або послугами.

#### **Список використаних джерел**

1. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 23.12.1993 р. № 3771-ХІІ. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1994. (№ 7). С. – 36
2. Бренд: Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4> (дата звернення: 04.10.2020).