

Практическое применение полученных результатов. Внедрение предлагаемого бренда «VegChips» в производственную деятельность обеспечит отечественным предприятиям маркетинговый и социальный эффект. Овощные чипсы могут быть продвинуты как уникальный продукт и здоровая альтернатива перекусам, которые не так распространены, как обычные чипсы. Также важно учитывать веганство, которое может привлечь внимание людей, которые следуют веганскому образу жизни. Овощные чипсы могут позиционироваться как экологически чистый продукт, так как производятся из натуральных ингредиентов. Социальный эффект овощных чипсов способствует повышению осведомленности о здоровом образе жизни и важности употребления овощей в рационе, росту вовлечённости населения в вопросы заботы об окружающей среде.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. А. Телишко (студентка II курса), Д. С. Жолнерчук (студентка II курса)

Проблематика. Национальный бренд должен представлять страну как государство, обладающее уникальным потенциалом в области производства товаров и услуг, научных разработок, образовательных технологий, культурных традиций, природно-рекреационных особенностей. Также национальный брендинг – это стратегическая самопрезентация страны с целью создания репутационного капитала посредством продвижения экономических, политических и социальных интересов.

Цель работы. Выполнить анализ и систематизацию направлений развития национальных брендов в Республике Беларусь, выявить факторы создания конкурентных преимуществ для национальных предприятий.

Объект исследования. Бренды Республики Беларусь.

Использованные методики. Анализ, синтез, сравнение, аналогия.

Полученные научные результаты и выводы.

1. Формирование национального бренда – многоступенчатый процесс.
2. В Республике Беларусь всё больше производителей понимают значение брендинга с ориентацией на национальную идентичность.
3. Белорусские производители демонстрируют разные подходы.
4. Увеличивается количество брендов с использованием национальных элементов.
5. При формировании национальных брендов необходимо сформировать благоприятные условия для их позиционирования не только на отечественном, но и зарубежных рынках.

Практическое применение полученных результатов. Результаты позволяют более грамотно подходить к созданию и продвижению предприятий, используя атрибуты национального брендинга, формировать образ Республики Беларусь через призму конкурентоспособности национальных компаний.