

БЕЛОРУССКИЕ БРЕНДЫ

BELARUSIAN BRANDS

Лескович М.Д., Корень Е.Д., студенты Брестского государственного технического университета, г. Брест, Беларусь

Leskovich M. D., Koren E.D. students of The Brest State Technical University, Brest Belarus

Аннотация

Статья посвящена проблеме существования брендов в Республике Беларусь.

Abstract

This paper addresses the problem of existence of brands to Republic of Belarus.

Ключевые слова: бренд, брендинг, законодательство, потребитель, предприятие, регистрация, товар, товарный знак

Keywords: brand, branding, legislation, the consumer, enterprise, registration, product trademark

В последние годы бизнес компаний во многих странах мира претерпел существенные изменения, и от конкуренции на уровне технологий и ценообразования компании всё больше переходят к конкуренции на уровне бренда. Это создает предпосылки для рассмотрения бренда как одной из главных составляющих успешного бизнеса для многих компаний как на международном, так и на локальном уровне, внутри своей страны.

В настоящее время существует два подхода к определению бренда:

1. задача и также индивидуальные атрибуты: название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, дизайн, цветовые схемы и символы), позволяющие выделить компанию или продукт по сравнению с конкурентами;

2. образ, имидж, репутация компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнёров, общественности.

Иногда считается, что другими синонимами такого понятия, как «бренд», являются понятия «товарный знак» или «торговая марка». Ранее термином «бренд» обозначался не всякий товарный знак, а лишь широко известный. В настоящее время этот термин в средствах

массовой информации употребляется как синоним термина «товарный знак».

Законодательство Республики Беларусь не содержит понятие «бренд», нет в нем и понятия «торговая марка». Зато есть – «товарный знак» и «знак обслуживания». Согласно законодательству РБ, товарные знаки и знаки обслуживания представляют собой обозначения, которые способствуют отличию товаров или услуг одного лица от однородных товаров и услуг других лиц.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные обозначения, включая имена собственные, сочетания цветов, буквенные, цифровые, изобразительные, объемные обозначения, включая форму товара или его упаковку, а также комбинации таких обозначений. Иные обозначения могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в случаях, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании.

Правовая охрана товарных знаков в Республике Беларусь осуществляется на основании их регистрации в Национальном центре интеллектуальной собственности (далее - Центр) либо в соответствии с международными соглашениями, в частности Парижской конвенцией по охране промышленной собственности, Мадридским соглашением о международной регистрации знаков и Протоколом к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков.

Товарный знак может быть зарегистрирован на имя организации или гражданина. Подача заявки в патентный орган, ведение дел с патентным органом могут осуществляться заявителем самостоятельно либо через патентного поверенного, зарегистрированного в патентном органе.

Регистрация товарного знака действительна в течение 10 лет с даты подачи заявки в Центр. Срок действия регистрации товарного знака может быть продлен по заявлению владельца товарного знака, поданному в течение последнего года ее действия, каждый раз на десять лет.

Законодательством Республики Беларусь предусматривается исключительное право на использование товарного знака на территории страны. Поэтому только владельцы товарных знаков могут давать разрешение другим лицам на использование своего знака на определённые товары или услуги.

В Республике Беларусь общеизвестным товарным знаком может быть признан товарный знак, который в результате длительного интенсивного использования приобрёл в Республике Беларусь широкую известность среди потенциальных потребителей соответствующего товара.

Общеизвестными в Республике Беларусь являются следующие товарные знаки: «Intel», «Intel inside», «Милавица», «Савушкин продукт», «Песняры», «Velcom», «Спартак», «Атлант», «МАТИАС», «Аліварія», «Коммунарка», «Крыніца», «Беллакт», «Витьба».

Это предприятия, которые являются своеобразными символами качества продукции и успешной маркетинговой политики в своих отраслях. Они имеют наиболее значимые результаты в сфере охраны интеллектуальной собственности.

Количество зарегистрированных товарных знаков в Беларуси увеличилось за последние 4-5 лет на 50%. По состоянию на 1 января 2012 года общее количество действующих охранных документов по товарным знакам составляет - 100,4 тыс.

Ситуация с развитием и продвижением белорусских брендов в последние годы изменилась к лучшему и очень серьезно - как внутри страны, так и за её пределами. Бренд в Беларуси уже становится реально значимой экономической ценностью, частью капитала компании - как интеллектуальный капитал.

На российском рынке продуктов питания широко представлено несколько узнаваемых и качественных брендов - «Бабушкина крынка», «Савушкин продукт», «Санта-Бремор» и др. Также стоит отметить, что брендом для потребителей уже много лет является сама маркировка «Сделано в Беларуси». Многие белорусские товары уже имеют позиции стихийно сформировавшихся брендов. В России можно услышать такие уже прижившиеся понятия как «белорусская мебель», «белорусская косметика», «белорусский трикотаж», «белорусская обувь».

Бесспорным признанием силы белорусского бренда является количество подделок под белорусские товары. На данном этапе рассматривается вопрос институционализации бренда «Сделано в Беларуси», создании инструментов его защиты и продвижения.

Развитию и укреплению позиций белорусских брендов во многом содействует уже традиционный для Беларуси конкурс бренда года. Профессиональный конкурс «Брэнд года» проводится в национальном масштабе и направлен на развитие компетенций в области маркетинга и брендинга в стране, конкурентоспособности отечественных марочных товаров и брендового сознания потребителей. В 2012 году по результатам конкурса лидирующие позиции различных номинациях заняли такие бренды, как Бабушкина крынка, Савушкин продукт, МТС, Неман и др.

Согласно данным проведенных исследований на 2013 год, в число наиболее узнаваемых белорусских брендов за рубежом входят всего несколько компаний. СП «Санта Бремор» более 60 % своей продукции отправляет на экспорт и имеет потенциальную стоимость своего бренда \$72 млн. Могут претендовать на узнаваемость своих брендов за

рубежом: ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Савушкин продукт», ООО «Конте Спа», ЗАО «Милавица».

В Беларуси в последнее время приостановился процесс создания новых брендов. В основном белорусские производители предпочитают заниматься продвижением уже существующих брендов, потому что создание нового требует достаточно больших ресурсов. Что касается продвижения брендов за рубеж, то белорусские компании не создают марки товаров и услуг, нацеленные на европейский рынок или на экспорт. Нет такого разграничения, когда один бренд разрабатывается для внутреннего рынка, а другой - для рынка Европы или России. Если какой-то бренд зарекомендовал себя на внутреннем рынке, то его пробуют продвигать и на экспорт.

Грамотное продвижение бренда может стать для компании эффективным инструментом продаж и завоевания новых рынков. Еще одно важное условие продвижения любого бренда за рубеж – широкое присутствие товара на полках магазинов. Если товар есть в продаже, то о нем будут говорить, и он завоевывает доверие.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на ряд сдерживающих факторов, процесс формирования цивилизованного рекламно-информационного пространства, в т.ч. в области создания новых торговых марок и трансформации их в бренды, набирает обороты в Беларуси.

Литература

1. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь <http://www.pravo.by/>
2. Закон Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания»
3. Электронная энциклопедия брендов <http://www.brandreport.ru/>
4. Публикация рейтинга Агентства MPP Consulting <http://www.babushkina.by/>
5. <http://marketing.by/>

Literature

1. The national legal Internet portal of the Republic of Belarus <http://www.pravo.by/>
2. Law of the Republic of Belarus «On Trademarks and Service Marks»
3. Electronic Encyclopedia brands <http://www.brandreport.ru/>
4. Published rankings MPP Consulting Agency <http://www.babushkina.by/>
5. <http://marketing.by/>

ПРЕВЫШЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НАД СПРОСОМ