

Yurii Oleinikov, PhD in Economics, Associate Professor

State University of Trade and Economics

Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-222-7-7>

FORMATION OF A BRAND-ORIENTED NATIONAL ECONOMY IN UKRAINE

ФОРМУВАННЯ БРЕНД-ОРІЄНТОВАНОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Базуючись на досягненнях у теоретичних розробках щодо брендінгу та практичних аспектах розвитку України як експорто-орієнтованої країни, доречно відзначити, що окремі аспекти багатогранної наукової проблеми управління розвитком національного бренду країни-експортера залишаються дискусійними та потребують подальшого дослідження. Особливої уваги заслуговує дуалістичність підходу до первинності впливу сильного національного бренду на здобутки країни-експортера чи навпаки формування бренду країни на підґрунті експортної результативності.

Національний бренд як інструмент ідентифікації та конкурентоспроможності країни на світовому ринку з'явився у

вітчизняній науці у ХХ сторіччі та був покликаний стати найголовнішою детермінантою формування взаємодії у ХХІ ст.

Розвиток національного бренду корелюється з розвитком країни, її економічного стану та політичного устрою, культурного та соціального розвитку, рівня національної безпеки, геостратегічних пріоритетів, інтеграційних прагнень. Стрімкий розвиток України як повноцінного партнера міжнародних економічних відносин проявляється у посиленні позицій на світовому ринку товарів та послуг, актуалізує питання розвитку національного бренду.

Наголошуючи на можливості розвитку національного бренду еволюційним та революційним шляхом, доречно акцентувати увагу на складній революційній українській моделі, що на противагу від еволюційної, характеризується як якісний зсув. Результати пошуків, які США та країни Європи отримали внаслідок природньої еволюції, вітчизняні науковці намагаються дослідити, проаналізувати та адаптувати до українських реалій. Вагомий внесок у розвиток теорії брендінгу зроблений Д. Аакером, С. Девісом, Д. Джоббером [1]. Особливості розвитку національних брендів досліджували С. Анхольт [2], В. Олінс [3].

Базуючись на досягненнях у теоретичних розробках щодо брендінгу та практичних аспектах розвитку України як експортоорієнтованої країни, доречно відзначити, що окремі аспекти багатогранної наукової проблеми управління розвитком національного бренду країни-експортера залишаються дискусійними та потребують подальшого дослідження.

Розвиток національного бренду доречно розглядати як систематичний процес, сукупність взаємоузгоджених складових системи, а саме управління, орієнтоване на побудову ідентичності та забезпечення спектру складових національної безпеки та конкурентної позиції країни-експортера. Саме національний бренд виступає джерелом конкурентної переваги, визначає стратегічну спрямованість, формує й підтримує взаємовідносини з партнерами через поєднання функцій нематеріального активу країни (комерційної, захисної, забезпечення конкурентної переваги на ринку, культууроформуючої, координуючої, синергічної та

комунікаційного інструменту (інформаційної, забезпечувальної, ідентифікуючої, символічної).

Доречно відзначити, що національний бренд України тільки починає свій активний розвиток. Слід зазначити, що посилення позиціонування національного бренду України на світовій арені не призводить до зменшення ролі держави у забезпеченні конкурентоспроможності національних підприємств і економіки країни в цілому. Навпаки, усі складові елементи національного бренду здатні ефективно інтегруватись до світового простору за умови наявності ефективної підтримки з боку уряду своєї країни. Вагомість цього фактору суттєво підвищено на перехідному етапі формування державної економічної політики посилення національного бренду.

У цьому контексті при дослідженні проблематики формування та реалізації національного бренду всі дії Уряду, окремих міністерств, інших центральних органів виконавчої та законодавчої влади, їх промислову, зовнішньоекономічну, а також макроекономічну політику необхідно оцінювати за єдиним критерієм – удосконалення системи державного сприяння формування та просуванню національного бренду на усіх рівнях національного господарства.

Тісний взаємозв'язок між експортною орієнтацією країни та силою національного бренду, як за рівнем виникнення, так і за характером прояву та наслідками, вимагає докладного дослідження факторів, що прямо чи опосередковано впливають на економіку України, конкурентну позицію на світовому ринку.

Розуміючи наявність значної конкурентної переваги України на ринку продовольства, Уряд держави виступає з ініціативою в контексті реалізації експортної стратегії створити експортний бренд України. Саме він, за свідченням розробників, стане «цілісним комплексом емоцій, асоціацій та характеристик товарів і послуг з України у свідомості споживачів» (БРЕНД-БУК), сприятиме посиленню позицій національного бренду.

Питання розвитку національного бренду доречно розглядати в контексті стратегічних пріоритетів розвитку країни. Одним з

ключових напрямів визначається експортоорієнтованість національної економіки України. Принциповий підхід до розв'язання загальнодержавного завдання розвитку національного експортного бренду закладено у затвердженій урядом «Експортній стратегії України: дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі на період 2017–2021 років» [4]. Згідно з цим документом першочергового значення надано зміцненню комплексної інституційної основи для стимулювання інновацій; зміцненню інноваційного потенціалу підприємств; поліпшенню правових та економічних умов для здійснення торгівлі. Відповідно Експортній стратегії визначений «наукомісткий та інноваційний експорт для стійкого розвитку та успіху на світових ринках» через зміцнення навичок та компетенцій суб'єктів міжнародної економічної діяльності, зокрема малого та середнього бізнесу, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Стратегічною метою структурної та інноваційної політики держави є створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво та здатного до саморозвитку бренд-орієнтованого промислового комплексу України. Основним довгостроковим критерієм впровадження відповідних структурних та інноваційних змін є забезпечення планової модернізації промислового виробництва, його відповідність сучасним вимогам науково-технічного прогресу та постіндустріального розвитку. Галузева структура промислового виробництва повинна наближатись до пропорцій економічно розвинених країн та країн з перехідною економікою, які досягли економічного зростання внаслідок активної промислової інвестиційної політики.

Інституційні перетворення у промисловості доцільно проводити тільки з точки зору економічної доцільності; підвищення конкурентоспроможності та ефективності виробництва. Ми підкреслюємо, що розвиток бренд-орієнтованих виробництв залежить від конкретних умов країни, і головну роль тут повинні відігравати не незалежні ринкові сили, а державні інституції. Принципи та методи реалізації державної промислової політики – максимальна орієнтація на власні можливості; використання

механізму програмно-цільового планування розвитку бренд-орієнтованих галузей промисловості. Найважливішим пріоритетом промислової політики має бути поліпшення інвестиційного клімату, оздоровлення економічного середовища, в якому діють суб'єкти господарювання.

Беззаперечно, сильний національний бренд формується на підґрунті сильної експортоорієнтованої економіки. Перегляд структури вітчизняного експорту на користь наукомісткого та інноваційного в контексті реалізації Експортної стратегії України створить передумови для посилення позицій національного бренду України як надійного стратегічного партнера серед розвинених країн світу.

Література:

1. Aaker David A. Building strong brands. New York : Free Press, 1996. 380 p.
2. Anholt S. Beyond the nation brand: The role of image and identity in international relations. *Journal of Public Diplomacy*. 2011. Vol. 2. No. 1. P. 6–12.
3. Olins W. Branding the nation – the historical context. *Journal of Brand Management*. 2002. Vol. 9. No. 4–5. P. 241–248.
4. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2017, № 1017-р. Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p>.