

ЛОГОТИП КАК ИНСТРУМЕНТ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. АЛЕКСАНДРОВ, А.Н. ДЕМЧУК

Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Логотип выражают индивидуальность предприятия, которое его использует. От успешной разработки логотипа, товарного знака во многом зависит эффективность товарной политики в целом.

Логотип – своеобразная «визитная карточка» предприятия. Он выполняет две важные функции: отличительную и гарантийную.

Логотип МОАО «Красный металлист» был разработан в 80-е годы XX века и с тех пор не претерпел никаких изменений. В то же время, логотип отвечает современным требованиям: простота, индивидуальность, привлекательный внешний вид.

Удачными решениями при разработке логотипа были:

- использование круга с лучами, который обозначает солнце;
- использование красного цвета.

Сравним логотип данного предприятия с логотипами конкурентов. Предприятие ОАО «Урал» использует изящный наклонный шрифт в сочетании с изображением ложки; логотип подчеркивает то, что продукция данного предприятия является изящной и современной. ОАО «Амет» использует в своем логотипе стиль шрифта, схожий с применяемым на исследуемом предприятии; логотип выполнен в двух вариантах – на английском и русском языках. ОАО «ПЗХМ» подчеркнул в своем логотипе традиции, указав дату образования.

Таким образом, для ведения успешной конкурентной борьбы на российском рынке логотип МОАО «Красный металлист» необходимо модернизировать:

- обеспечить логотип правовой защитой (зарегистрировать товарный знак);
- отразить на логотипе специфику деятельности предприятия (указание на производимую продукцию);
- изменить стиль шрифта, сделав его более легким, изящным; использовать контрастные оттенки.

Это сделает логотип более узнаваемым и легко запоминающимся, что будет способствовать успешному продвижению продукции МОАО «Красный металлист» на внешние рынки.