

*Назарова Алена Александровна*

*студентка*

*3 курс, Финансово-экономический институт*

*ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный*

*университет имени М.К.Аммосова»*

*Научный руководитель: Хандакова Оюна Павловна*

*старший преподаватель*

*Россия, г. Якутск*

### **КАРТА БРЕНДА ОАО «САХАБУЛТ»**

*Аннотация: В статье рассматриваются структурные элементы понятия «бренд». Описываются понятия сущности, платформы, позиционирования, идентичности, ассоциации, имиджа бренда на примере ОАО «Сахабулт». Анализируется карта бренда ОАО «Сахабулт».*

*Ключевые слова: бренд, карта бренда, платформа бренда, позиционирование, ассоциация бренда, имидж бренда.*

*Nazarova Alena Alexandrovna*

*student*

*3 year, Financial and Economic Institute*

*North-Eastern Federal University*

*Academic adviser: Khandakova Oyuna Pavlovna*

*Senior Lecturer*

*Russia, Yakutsk*

### **MAP OF BRAND JSC "SAKHABULT"**

*Annotation: The article deals with the structural elements of the concept of "brand". Describes the concepts of brand essence, brand platform, brand positioning, brand identity, brand association, brand image on the example of JSC "Sakhabult. Analyzes the brand map of OJSC Sakhabult.*

*Keywords: brand, brand platform, brand positioning, brand association, brand image.*

В современной экономике наличие грамотно разработанного бренда дает огромные преимущества бизнеса и помогает сформировать определенный имидж, повысить узнаваемость, увеличить объем целевой аудитории, отличиться от конкурентов, укрепить свои позиции на рынке, защитить продукт от рыночных колебаний, а также способствует увеличению прибыли.

Бренд — это имя или символ, которые идентифицируют продукт. Успешный бренд идентифицирует продукт, который имеет неоспоримое конкурентное преимущество.<sup>1</sup>

Структура бренда состоит из сущности (сути), платформы, идентичности (позиционирования), ассоциации, имиджа (образа), факторов влияния на образ бренда.

Якутское предприятие ОАО «Сахабулт» производит из кожи и меха животных Восточной Сибири. Его продукция неоднократно завоевывала российские и международные призы и экспортируется во многие страны.

Рассмотрим всю структуру бренда ОАО «Сахабулт», начиная с сущности бренда.

Сущность бренда - «Сохраняя традиции, создаем будущее».

Платформа бренда — это инструмент для формулирования уникального набора элементов бренда, который позволит компании дифференцироваться на рынке<sup>2</sup>. Ключевыми элементами платформы бренда являются легенда и миссия, индивидуальность, видение бренда.

Рассмотрим платформу на примере бренда ОАО «Сахабулт».

Легенда бренда- Национальный промысловый концерн «Сахабулт» был образован в 1991 году. Впоследствии к «Сахабулт» был присоединен

---

<sup>1</sup> Артем Жуков. Логика строения бренда. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://yellowdog.ru/blog/i/logoka\\_stroeniya\\_brenda](http://yellowdog.ru/blog/i/logoka_stroeniya_brenda)

<sup>2</sup> Артем Жуков. Логика строения бренда. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://yellowdog.ru/blog/i/logoka\\_stroeniya\\_brenda](http://yellowdog.ru/blog/i/logoka_stroeniya_brenda)

Якутский кожевенно-обувной комбинат, который работает с 1930 года. В результате слияния Акционерное общество Финансово-агропромышленный концерн «Сахабулт» стал уникальным предприятием, включающим в себя весь цикл производства товара: заготовкой и переработкой пушнины, кожсырья, производством готовых изделий и их последующей реализацией<sup>3</sup>.

Миссия бренда- Сохранение традиций коренного населения республики и дальнейшее развитие промышленной технологии высококачественных меховых изделий для внутреннего и внешнего рынка.

Индивидуальность бренда- «Сахабулт» — народный концерн для жителей Якутии, и бренд Якутии, который показывает все культурное и историческое многообразие народов Якутии.

Видение бренда - Лидерство в рынке кожевенно-мехового производства.

Следующим этапом создания структуры бренда является позиционирование бренда. Позиционирование бренда – это главное отличие, создающее преимущество бренда в отдельном секторе рынка в конкретное время, которое должно быть донесено до целевой аудитории с помощью средств коммуникаций. Позиционирование включает в себя следующие элементы: целевая аудитория, выгоды, отличия от конкурентов.

Позиционирование ОАО «Сахабулт» - «Красота, дарящая здоровье и теплоту».

Целевая аудитория: Ориентированы на тех, кто любит и сохраняет национальные традиции коренного населения республики.

Выгоды: Национальный стиль, удобство пользования, низкая цена.

Отличия от конкурентов: Продукция «Сахабулт» ориентирована на все категории покупателей – от бюджетных моделей из спилковой кожи до эксклюзивных образцов из оленьего камуса с использованием декоративной вышивки в национальном стиле – «билэ».

---

<sup>3</sup> Официальный сайт ОАО «Сахабулт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fapk-sakhabult.ru>

Идентичность бренда включает социальные, психологические и культурные аспекты, которые существенно влияют на предпочтения и выбор потребителей конкретного фирменного продукта<sup>4</sup>.

Идентичность на основе модели ВІР ОАО «Сахабулт»:

1. Физические данные: Национальный якутский орнамент. Значок с лисой.
2. Индивидуальность: Стиль и красота. Элегантность.
3. Культура: Традиционные якутские идеалы. Индивидуализм.
4. Взаимоотношения: Дерзкий. Доступный.
5. Отражение: Мужчины и женщины, одетые дорого.
6. Самообраз: Я одет в свой национальный стиль.
7. Суть бренда: Роскошь.

Дальнейшим элементом является определение ассоциации с брендом. Ассоциации с брендом - итог коммуникационной кампании по продвижению бренда в сознание потребителей.

Ассоциации с брендом ОАО «Сахабулт»:

1. Патриотизм;
2. Якутский национальный орнамент;
3. Качественная меховая одежда и обувь.

Имидж бренда «Сахабулт»: Имя «Сахабулт» несомненно ассоциируется с роскошной меховой одеждой и является гарантией качества продукции.

Описание образа бренда «Сахабулт» покупателями:

1. Хорошая репутация продукции
2. Наличие скидочной системы
3. Разумная доступная цена

Таким образом, можно сформулировать следующие обобщения из краткого обзора структуры бренда «Сахабулт»:

---

<sup>4</sup> Артем Жуков. Логика строения бренда. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://yellowdog.ru/blog/i/logoka\\_stroeniya\\_brenda](http://yellowdog.ru/blog/i/logoka_stroeniya_brenda)

Концерн «Сахабулт» - единственный кожевенный завод на Дальнем Востоке и единственный в России по переработке оленьей шкуры. Поэтому «Сахабулт» является стратегической компанией, которая сохраняет традиции культуры коренных народов Севера, и продвигает имидж республики в России и за границей.

Бренд очень популярен в Республике Саха(Якутия), так как якутские люди ценят свои традиции и свою культуру. Также «Сахабулт» активно продвигает свой бренд в социальных сетях и в средствах массовой информации. В свою очередь, правительство республики стимулирует продвижение бренда. Поэтому, можно утверждать, что бренд концерна «Сахабулт» в дальнейшем будет известен как и в России, так и в других странах.

#### **Использованные источники:**

1. Артем Жуков. Логика строения бренда. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://yellowdog.ru/blog/i/logoka\\_stroeniya\\_brenda](http://yellowdog.ru/blog/i/logoka_stroeniya_brenda)
2. Официальный сайт ОАО «Сахабулт» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fapk-sakhabult.ru>