

тного мнения о компании (товаре, услуге); 3) формирование у пользователей ассоциации какого-то типа продукции с именем компании; 4) создание у пользователей устойчивого мнения о преимуществах продукции компании перед известными аналогами.

Таким образом, имиджевая реклама является эффективным средством продвижения товара (работы, услуги) на рынок, инструментом поддержания благоприятной репутации компании, способом «сохранения» зарегистрированного товарного знака. На наш взгляд, представляется возможным закрепить в законодательстве понятие имиджевой рекламы как одного из возможных средств использования правообладателем товарного знака вне зависимости от введения в оборот товаров, маркированных последним.

Мирошниченко О.
ХНАМГ

«КРЕАТИВНА ПОЛІТИКА» ЯК ЗАСІБ ЗМЕНШЕННЯ ДИСПРОПОРЦІЙНОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Адміністративно-територіальні перетворення, що відбуваються сьогодні в Україні й у всьому світі, призводять до значних зрушень в економічній, політичній, соціально-демографічній та інших сферах людського життя. Мова йде про так звані «диспропорції», що виникають як на національному, так і на регіональному чи муніципальному рівні, а саме: відсталий економічний і соціальний розвиток регіонів; поглиблення регіональної диференціації населення, що заважають спрямованому розвитку продуктивних сил і становлення українського потенціалу; нерівномірне розподілення трудових і природних ресурсів; низька інвестиційно-інноваційна діяльність, що призводить до конкретних економічних депресій.

Для наочного прикладу нерівномірності регіонів наведемо динаміку валового регіонального продукту на душу населення (ВРП) (рис. 1).

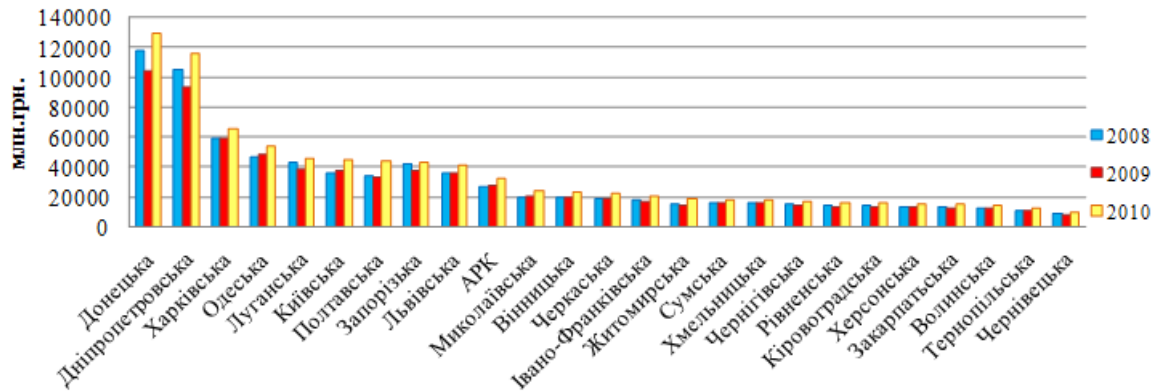


Рис.1 - Динаміка ВРП на душу населення в період 2008-2010 рр., млн.грн.

Як видно з рисунка, у 2008–2010 рр. регіони України продемонстрували позитивну динаміку виробництва ВРП, незважаючи на різні рівні розвитку регіонів. 2009 року спостерігаємо падіння ВРП у деяких регіонах (Дніпропетровській, Донецькій, Івано-Франківській, Луганській, Полтавській, Рівненській, Хмельницькій та ін. областях), проте 2010 р. ВРП збільшився в усіх регіонах на 7,2–23,7 % у цінах попереднього року. Найбільший внесок у виробництво ВРП 2010 р. зробили Дніпропетровська (10,9 %), Донецька (11,8 %) і Харківська області (6,9 %).

Одними з важливих напрямів практичної реалізації «креативної політики» є становлення й розвиток промислового виробництва України та окремих її територій. Це вимагає формування організаційних, економічних, екологічних, правових механізмів забезпечення позитивних зрушень у розвитку міст і регіонів України, основою соціально-культурного й економічного відродження яких є сталий розвиток промислового виробництва. Однак забезпечення сталого розвитку цих територій повинно супроводжуватися втіленням екологічної політики, бо, зважаючи на екологічну ситуацію в регіонах, виникає потреба здійснення відповідних цілеспрямованих дій.

«Креативна політика» має на меті становлення нової ціннісної, комунікативної та інструментальної сфери, у якій споживання товарів і послуг відсунуто на другий план, а на перший виходить створення можливостей для творчого самовираження та самореалізації кожної людини, кожного регіону.