



Україна: бренд-орієнтований розвиток : монографія / А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Т. М. Мельник [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 352 с.

ISBN 978-966-918-020-9

DOI: <http://doi.org/10.31617/m.knute.2021-464>

У монографії розкрито зміст, передумови та алгоритм формування національного бренду України. Визначено теоретико-методологічні засади бренд-орієнтованої національної економіки, що сприятиме зростанню конкурентоспроможності країни та підвищенню її привабливості для прямих іноземних інвестицій. Сформульовано основні напрями і інструменти державної політики,

орієнтованої на створення та просування позитивного іміджу країни у міжнародному середовищі.

Призначено для науковців, викладачів, студентів, а також широкого кола читачів.

Зам. 464/21

Ціна 140,00 грн

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА 5

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДА 10

1.1. Сучасний термінологічний апарат теорії національного бренду 10

1.2. Ідентифікація контенту брендингу країни 24

1.3. Теоретичні засади дослідження ролі нематеріальних факторів
у забезпеченні конкурентоспроможності держав
у постіндустріальну добу 52

1.4. Національний бренд як конкурентна перевага на глобальних ринках 60

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ СТВОРЕННЯ

НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДА УКРАЇНИ

В МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ 76

2.1. Методологічні підходи до оцінювання національного бренду 76

2.2. Міжнародні рейтинги національних брендів: критерії оцінювання 93

2.3. Конструктивізм економічного образу
у формуванні позитивного іміджу країни 118

2.4. Аналіз архітектури національних економік
бренд-орієнтованих країн 132

РОЗДІЛ 3

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ФОРМ БРЕНДА

ЯК УМОВА ФОРМУВАННЯ БРЕНД-ОРІЄТОВАНОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	143
3.1. Диверсифікація форм бренда й об'єктів брендуння національної економіки.....	143
3.2. Дослідження впливу факторів на формування туристичного бренда України.....	158
3.3. Брендунг роботодавця у формуванні інтелектуального капіталу туроператора: досвід України.....	185
3.4. Досвід використання бренд-комунікацій у розвитку та просуванні національних брендів.....	199
3.5. Дослідження особливостей розвитку форм територіального бренда в Україні.....	211

РОЗДІЛ 4

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БРЕНД-ОРІЄТОВАНОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	224
4.1. Секторальний аналіз напрямів інституційної підтримки формування бренд-орієтваної національної економіки України.....	224
4.2. Обґрунтування економічних засад у формуванні позитивного іміджу країни.....	244
4.3. Напрями регулювання інституціональних змін в бренд-орієтваній національній економіці.....	255
4.4. Брендуння органів державної влади та місцевого самоврядування в контексті формування національного бренда країни.....	266

РОЗДІЛ 5

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ

БРЕНД-ОРІЄТОВАНОГО РОЗВИТКУ

НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	276
5.1. Обґрунтування напрямів формування системи стратегій бренд-орієтваного розвитку національної економіки.....	276
5.2. Національний бренд як фактор інвестиційної привабливості країни.....	292
5.3. Бренд-орієтований розвиток національних виробників в контексті реалізації експортної стратегії України.....	301
5.4. Брендунг як системоутворювальний чинник формування паритетних відносин на рівні держав та господарюючих суб'єктів.....	309

ПІСЛЯМОВА	317
------------------------	-----

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	325
---	-----