

реализации. Если цена будет установлена в данном диапазоне, то она будет являться приемлемой и для производителя и для потребителя.

## **НЕЙМСКВОТТИНГ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ПОКУПКИ ГОТОВОГО ИМЕНИ БРЕНДА**

*С.В. Верешня*

Научный руководитель – *О.В. Привалова*

*Белорусский национальный технический университет*

Среди всех компонентов бренда название товара имеет самое большое значение.

Создание бренда - это творчество, основанное на глубоком знании рынка. Процесс создания бренда достаточно сложен, а цена ошибки может составлять просто астрономическую сумму, поэтому многие крупные компании предпочитают не заниматься этим самостоятельно, а передать создание бренда фирме-профессионалу в этой области. Стоимость контракта только на создание имени продукта может составлять от 30 до 50 тыс. долларов, имя корпорации может обойтись в 50 - 75 тыс. долларов, в некоторых случаях сумма превышает 100 тысяч [1].

Но можно и просто приобрести готовое имя.

Неймсквоттинг – новое для нас понятие. Это слово состоит из 2-х английских слов – «name» – имя и «squat» - незаконное вторжение. Под этим термином понимают торговлю заранее зарегистрированными именами.

Покупка готового имени имеет как положительные так и отрицательные стороны.

Минусы покупки готового имени:

- дороговизна такого приобретения. За хорошее, пусть даже и не раскрученное имя продавец может запросить 5-10 тысяч долларов, а иногда и более 50 тысяч.
- мала вероятность попадания готового имени в общую концепцию позиционирования бренда.

Плюсы от такой операции:

- нежелание многих заказчиков проходить всю утомительную процедуру поисков своего оригинального и неповторимого имени. Доведенные до отчаяния неоригинальностью своих копирайтеров, люди готовы заплатить больше денег, но только за уже готовое и зарегистрированное название;
- на "запуск" нового бренда у клиента слишком мало времени, и вместо плановой работы идет срочное латание дыр к очередному сезону;
- можно купить название для ассортимента. Скажем, выпускает предприятие 15 наименований, можно к ним добавить еще парочку [3].

Бизнес по продаже готовых имен уже существует и активно развивается. Так, например, Ассоциация делового сотрудничества ветеранов Афганистана «Мир» владеет правами на более чем 2000 товарных знаков, предлагаемых к продаже. Компания «Майский чай» также имеет более 1000 зарегистрированных товарных знаков, готовых к продаже [2].

Перспективность этого бизнеса напрямую связана с размером пошлины за регистрацию товарного знака. Несмотря на все возмущения по поводу кардинального увеличения пошлин, люди, желающие зарегистрировать свой товарный знак, как правило, готовы выложить большие деньги за эту процедуру. Для сквоттеров же зачастую эта сумма является слишком большой для того, чтобы потратить ее «на всякий случай».

### **Литература**

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика.-М.: Финпресс, 1998.
2. Надеин А. Продажа готовых имен: заниматься этим или нет? // Рекламные идеи, № 3/2003
3. Современная реклама / Пер. с англ., под ред. О. А. Феофанова. М., Издательский дом Довгань, 1995.