

РАЗВИТИЕ ЕДИНОГО РЕГИОНАЛЬНОГО БРЕНДА ДЛЯ КЛАСТЕРА ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Грошева Н. Б., Окладникова Д. Р., Тверитинов А. А., 2024

Иркутский государственный университет, г Иркутск

Развитие отдельных отраслей является важным для каждого региона Российской Федерации. Иркутская область, обладая существенным потенциалом в части углеводородного сырья, полезных ископаемых и других видов сырьевого экспорта стремится развивать и другие, не менее важные отрасли. В частности, летом 2024 года в столице Восточной Сибири состоялась стратегическая сессия, ключевыми задачами которой стали поиск векторов развития легкой промышленности региона. Мероприятие прошло с участием представителей предприятий, субъектов малого и среднего предпринимательства, самозанятых в текстильном и швейном производствах, институтов поддержки, региональных министерств экономики, труда и образования, а также экспертного сообщества. Среди основных возможностей для развития легкой промышленности в Иркутской области участниками стратегической сессии были обозначены:

- наличие кластера, который может дать синергетический эффект для предпринимателей;
- низкий порог входа (до 500 тыс. рублей) для организации производства;
- наличие уже существующих и известных за пределами региона брендов одежды и обуви;
- наличие малых индивидуальных мастерских по пошиву и производству продукции с возможностью их масштабирования;
- наличие известных на федеральном уровне скульпторов и художников, идеи которых можно использовать при производстве;
- наличие производства украшений, которые могут быть использованы в одежде;
- наличие символов, которые традиционно ассоциируются с регионом — Бабр, нерпа, Байкал;
- близость к Китаю и странам средней Азии, как источникам поставок тканей;
- наличие ассоциаций по продвижению этнических брендов;
- большое количество исторических и узнаваемых видов одежды, которые могут вновь производиться и продаваться;
- существующая и отработанная система «модных показов» как инструмент продвижения брендов.
- развитая система креативных производств, наличие талантливых дизайнеров, художников и так далее.

Предложено возможное решение: разработка и продвижения единого бренда территориального кластера легкой промышленности.

Ключевые слова: развитие легкой промышленности, кластерное развитие, бренд, брендинг

Особо важным для отрасли лёгкой промышленности и компаний производителей, в условиях высокой конкуренции, является создание сильного бренда и его продвижение на рынок. Создание регионального бренда для кластера позволит сформировать положительный ассоциативный ряд в сознании как целевой аудитории, так и смежных с ней, повысить лояльность к бренду и закрепить приверженность покупателей.

Одним из позитивных примеров создания и продвижения регионального (локального) бренда местных продовольственных товаров в Иркутской области является бренд «Продукты Приангарья» разработанный в 2013 году и зарегистрированный в Роспатенте два года спустя. К концу 2023 года почти 50 предприятий пищевой, перерабатывающей

отрасли имеют право использовать бренд «Продукты Приангарья».

Создание подобного бренда для продукции и производителей региона лёгкой промышленности позволит получить синергетический эффект по различным направлениям — от единого кампании по продвижению, до экспортных возможностей.

Ключевыми, укрупнёнными, этапами создания бренда, по мнению, экспертов являются:

- целеполагание (стратегические цели и задачи);
- определение перечня продукции возможной для использования бренда;
- формирование критериев для продукции и производителей по использованию бренда;
- проведение аналитики (как российского, так и зарубежного опыта) по созданию и продвижению

подобных брендов из смежных отраслей.
Формирование базы лучших практик;

- разработка позиционирования (определение наиболее важных аспектов восприятия целевой аудитории продукции и компаний — натуральность, экологичность, соответствие стилям и трендам, etc.);
- визуализация (разработка логотипа, цветовой гаммы, шрифтов и формы, слогана, маскаота, создание бренд-бука, etc.);
- продвижение (выбор каналов коммуникации с различными сегментами целевой аудитории, подбор tone of voice исходя из особенностей каждого из сегментов ЦА и используемого коммуникационного канала).

Задачу по разработке территориального бренда возможно было бы возложить на Центр кластерного развития Центра «Мой бизнес», который обладает достаточным опытом и компетенциями по поддержке кластерных инициатив, координации и кооперации субъектов малого и среднего предпринимательства.

Кроме того, возможным (с определёнными ограничениями и сложностями) является и использование для продвижения производителей и продукции легкой промышленности уже существующего регионального товарного знака Иркутской области «Baikal Natural», разработанного Союзом «Торгово-промышленная палата Восточной Сибири» по поручению Губернатора региона в 2019 году. Знак имеет международное свидетельство о регистрации и зарегистрирован в России, Монголии и Китайской Народной Республике (КНР).

Изначально данный бренд был разработан под задачи по увеличению экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров Иркутской области, но в перспективе планируется его использование и для других отраслей экономики. 16 лепестков на логотипе символизируют отрасли экономики региона, которые могут представлять продукцию на внешние рынки, в том числе и лёгкая промышленность. Но, следует учитывать, что данный бренд в большей степени ориентирован на внешние рынки.

Так или иначе, объединение в единую структуру производителей под брендом (как существующим, так и вновь разработанным) территориального кластера легкой промышленности позволит увеличить инвестиционную привлекательность области, оптимизировать затраты предприятий, повышение узнаваемости и другие аспекты. ■

Development of a unified regional brand for the light industry cluster of the Irkutsk region

© Grosheva N., Okladnikova D., Tveritinov A., 2024

The development of individual industries is important for each region of the Russian Federation. The Irkutsk Region, with its significant potential in terms of hydrocarbon raw materials, minerals and other types of raw material exports, seeks to develop other equally important industries. In particular, in the summer of 2024, a strategic session was held in the capital of Eastern Siberia, the key objectives of which were to find vectors for the development of the region's light industry. The event was held with the participation of representatives of enterprises, small and medium-sized businesses, self-employed individuals in the textile and clothing industries, support institutions, regional ministries of economy, labor and education, as well as the expert community. Among the main opportunities for the development of light industry in the Irkutsk Region, the participants in the strategic session identified:

- the presence of a cluster that can provide a synergistic effect for entrepreneurs;
- low entry threshold (up to 500 thousand rubles) for organizing production;
- the presence of existing and well-known brands of clothing and footwear outside the region;
- the presence of small individual workshops for sewing and manufacturing products with the possibility of scaling them up;
- the presence of sculptors and artists known at the federal level, whose ideas can be used in production;
- the presence of jewelry production that can be used in clothing;
- the presence of symbols that are traditionally associated with the region — Babr, seal, Baikal;
- proximity to China and Central Asian countries — as a source of fabric supplies;
- the presence of associations for the promotion of ethnic brands;
- a large number of historical and recognizable types of clothing that can be re-produced and sold;
- an existing and well-established system of «fashion shows» as a tool for promoting brands.
- a developed system of creative production, the presence of talented designers, artists, etc.;
- A possible solution has been proposed: development and promotion of a single brand for the territorial cluster of light industry.

Keywords: development of light industry, cluster development, brand, branding
