

Нежинський Ігор Юрійович

студент II курсу (магістратура)

Університет державної фіскальної служби України, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНОГО ЗНАКУ КОРПОРАЦІЇ «APPLE» В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Apple – відома грандіозна американська корпорація, виробник персональної комп'ютерної техніки та програмного забезпечення головний офіс якої знаходиться у місті Купертіно (штат Каліфорнія у США). Почалася історія компанії у середині 70-х років ХХ ст., коли два друга Стів Джобс і Стів Возняк власноруч зібрали та продали декілька персональних комп'ютерів. Зображення яблука – візитка картка корпорації, яка відома в усьому світі. Яка б не була глибока ідея такої назви, Стів Джобс у свій час визнав, що однією з причин такого вибору, було те, що у телефонному довіднику Apple вказувалась буквально у другому рядку, відразу після гіганта відеоігр «Atari».

Від передових раніше комп'ютерів Macintosh до сучасних Mac Pro, iMac і MacBook сьогодні досі продукція Apple створює тренди на ринку електроніки та має передовий статус. Хоча технологічного гіганта прийнято вважати виробником саме комп'ютерної техніки, але наразі асортимент «яблуневої» продукції збільшився. Зараз на ринку можна зустріти iPhone, iPad, Apple TV й аксесуари (Apple Watch, AirPods), що продаються мільйонами та є лідерами у всьому світі по продажу навушників та годинників (не лише смарт-годинників).

Необхідно зазначити, що до 2007 р. офіційною назвою корпорації протягом більше 30 років було «Apple Computer». Відмова від слова «Computer» в назві демонструє зміну основного фокусу корпорації з традиційного для неї ринку комп'ютерної техніки на ринок побутової електроніки. Сьогодні успіхи Apple як бізнесу залежать від популярності iPhone. За останні 15 років Apple всіма можливими способами демонструвала

свою креативність, доводячи, що саме вона – законодавець мод у світі гаджетів. За минуле десятиліття Apple стала найдорожчою компанією у світі, але за цей час випустила лише кілька нових продуктів, удосконалюючи комп'ютери і гаджети, що були створені раніше. У 2020 р., наприклад, Apple заробила на AirPods (навушниках) більше загального прибутку цілих технологічних компаній, таких як Twitter, Spotify і Snap. Необхідно пригадати і відомий Apple Store – мережа роздрібних магазинів по всьому світу, розміщена у торговій площині, що належить Apple, і яка здійснює продаж своєї продукції.

Сьогодні весь світ звик до «яблуневої» назви, а товарний знак і бренд корпорації «Apple» асоціюється із бажанням «з'їсти, спробувати». Відомий логотип одразу ж викликає позитив, емоції. Слід відмітити, що взагалі реклама є одним із найбільших каналів подання потрібного знання та правильної координації дій, оскільки вона відіграє одну з значущих ролей та дозволяє знаходити відповіді на власні важливі питання. Психологічні особливості реклами мають безпосередній вплив на суспільство, а особливо на молодь, загалом на формування нового покоління та засвоєння відповідних норм та цінностей. У цьому потужність її впливу варіюється залежно від соціального статусу особистості, а поглиблена й стійка зосередженість уваги глядача, її інтенсивність на рекламному повідомленні – одна з умов ефективності реклами. Важливим аспектом у процесі привертання уваги рекламою є відповідність існуючим потребам людини, якій адресовано повідомлення. І якщо це походить ще й від авторитетної особи або відомих людей світового значення – тут однозначно при пошуку буде обиратися саме цей бренд. При цьому потрібно зауважити, що сприйняття людини відбирає з рекламного повідомлення лише саме необхідне для її життєдіяльності, а ефективність впливу реклами великою мірою залежить від тривалості процесу уваги. Так, кожна з презентацій нової продукції Apple магічною силою притягує увагу користувачів, тому що продумана до деталей, виконана на високому сучасному технічному рівні подачі інформації. У даному випадку – це привабливість, престиж, якість продукції.

Якщо говорити про фінансову сторону, то необхідно зазначити, що завдяки рекламній діяльності та росту Apple завоювала нові ринки і продовжила бити рекорди, першою в світі подолавши позначку в мільярд і два мільярди доларів оцінної вартості. Власний прибуток Apple навіть під час пандемії досяг рекордних позначок: на початку 2021 р. аудиторія активних користувачів iPhone перевищила 1 млрд людей.

Харизматична особистість, велика людина, майстерний маркетолог і батько цифрових технологій Стів Джобс був першим з майбутніх лідерів Кремнієвої долини, який зрозумів наскільки важливим є функціональний і мінімалістичний дизайн для користувачів електроніки, так і найпростіша та зрозуміла система під час її користування навіть для того, хто перший раз взяв у руки продукцію компанії Apple [1]. За півроку до свого відходу, представляючи iPad 2, Стів Джобс сам дуже точно сформулював те, що було головною справою його життя: «У ДНК Apple закладено, що одних технологій недостатньо. Технології повинні бути суміщені з мистецтвом і гуманітарними науками, щоб змусити наші серця співати» [5].

Отже, на основі викладеного можна зробити висновок, що товарний знак корпорації «Apple» в рекламній діяльності грає важливу роль, а світова спільнота уже не уявляє розвиток цифрових технологій без Apple, як провідної компанії на ринку комп'ютерних технологій, і наша країна не є винятком. Правильно організоване просування товарів дозволяє постійно збільшувати обсяги реалізації продукції. Успіх залежить від власного бажання його втілювати, а вміння правильно подати продукт може призвести до недосяжних висот, що наявно демонструє корпорація Apple. І сьогодні цей бренд не потрібно рекламувати.

Список джерел:

1. Десять років без Стіва Джобса (2021). *Як Apple намагається зберегти свою магію*. URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-58315583>
2. Дунська А. (2016). *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. Експортно-імпортна діяльність України. № 3. 36-46.
3. Лашински А. (2012). *Внутри Apple = Inside Apple*. Москва: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 304.

4. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М., ... (2016). *Психологія реклами*: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 384.
5. *Стів Джобс, який змінив електронний світ. В пам'ять про Стіва Джобса (24.02.1955 – 5.10.2011)*. (2021). URL : http://www.dut.edu.ua/ua/news-1-611-9745-stiv-dzhobs-yakiy-zminiv-elektronniy-svit-v-pamyat-pro-stiva-dzhobsa-24021955---5102011_kafedra-upravlinnya-informaciynoyu-ta-kibernetichnoyu-bezpekoju