**Доклад на тему**

**«Национальный брендинг в странах переходного периода»**

Уважаемые участники семинара!

Глобализация заставляет современные государства конкурировать, завоевывать доверие инвесторов, туристов, покупателей доноров, прессы и правительств других стран. Достоянием любой нации является её национальный бренд, имидж должен быть позитивным, стабильным, четким и самое главное, он должен работать на государство.

Кыргызстану нужно взять под контроль формирование национального бренда, чтобы использовать его для достижения внешних и внутренних целей. Кыргызстан нуждается в узнаваемом и сильном национальном бренде, так как наличие сильного бренда дает стране целый ряд преимуществ: доверие и уверенность инвесторов, повышение международного политического влияния, укрепление внутренней социально-политической стабильности, рост экспорта товаров и услуг, развитие туризма.

В целях развития национального брэндинга в 2007г. была образована экспертная рабочая группа по выработке предложений по созданию национального бренда «Кыргызстан». В состав группы вышли представители ряда министерств, ведомств, бизнес-структур и общественных институтов, утвержден план мероприятий, определена методология, технические задания и этапы их исполнения, вопросы финансирования проекта.

Основой для национального бренда может стать позиционирование Кыргызстана как страны с развитым экотуризмом, чистой экологией, уникальными природными ландшафтами.

Государственная служба интеллектуальной собственности Кыргызской Республики (Кыргызпатент) с 2007г. принимала непосредственное участие в работе группы по выработке предложений по созданию национального бренда «Кыргызстан».

**Слайд № 2**

Схема управления Государственной службы интеллектуальной собственности Кыргызской Республики

**Слайд № 3**

 Структура Центрального аппарата Государственной службы интеллектуальной

 собственности Кыргызской Республики

**Слайд № 4**

Основные законы и международные соглашения в области охраны

интеллектуальной собственности

**Слайды № 5,6**

Международные договора в области интеллектуальной собственности.

Известно, что основой бренда в большинстве случаев является, зарегистрированное наименование места происхождения товара и товарный знак.

**Слайд № 7**

Однако политическая нестабильность последних лет в Кыргызстане сказывается на состояние экономики и на развитие национального бренда тоже.

К основным проблемам формирования позитивного образа национального бренда страны за рубежом можно отнести небольшой объём позитивной информации о социально-экономическом развитии и потенциале страны.

Для целей решения этих проблем разрабатывается комплексная программа целенаправленного формирования позитивного имиджа Кыргызстана.

**Слайд №8**

1. Одним из национальных брендов страны может быть продукция компании «Шоро»: национальные напитки, минеральные воды.
2. Швейная продукция под маркой «Сделано в Кыргызстане» получила устойчивую репутацию качественной, современной, по ценам, доступной среднему покупателю.
3. Узгенский рис.

На сегодняшний день за пределами Кыргызстана широко известны наименования мест происхождения товаров и товарные знаки, которые могут явиться основой для формирования национального бренда Кыргызской Республики.

Чтобы сформировать национальный бренд есть идея провести национальный конкурс лучший бренд года.

### Спасибо за внимание.