

Данько Т. В., Україна, Харків

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ОСНОВІ ВАРТОСТІ СПОЖИВЧОГО КАПІТАЛУ

Успішність маркетингової діяльності в великій мірі залежить від правильного вибору відповідних методів оцінки її результатів. Серед таких методів важливе місце посідає оцінка споживчого капіталу, який становить чисту вартість грошових потоків від теперішніх та майбутніх споживачів підприємства. По мірі того, як зростає кількість підприємств, які впроваджують в своїй діяльності управління споживчим капіталом, підвищується актуальність даних досліджень.

Данько Т. В., Україна, Харків

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ СТОИМОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КАПИТАЛА

Успешность маркетинговой деятельности в большой мере зависит от правильного выбора соответствующих методов оценки ее результатов. Среди таких методов важное место занимает оценка потребительского капитала, который представляет собой чистую стоимость денежных потоков от теперешних и будущих потребителей предприятия. По мере того, как растет число предприятий, которые внедряют в своей деятельности управления потребительским капиталом, возрастает актуальность данных исследований.

Danko T. V., Ukraine, Kharkiv

MARKETING ACHIEVEMENT ASSESSMENT BY MEASURING THE VALUE OF THE CUSTOMER EQUITY

Successful marketing activity is to a large extent attributable to the proper selection of appropriate methods for assessing its achievement. Among these, customer equity, the net monetary value of current and future cash flows generated from enterprise's customers, is of important role. As more enterprises adopt a customer equity management to their business, it has become increasingly important to study current approaches to the assessment of marketing achievement input into the financial performance of the enterprise.