

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ СИМВОЛІЧНОГО БРЕНД-КАПІТАЛУ

Воліков В.В., Ларка М.І.

НТУ"ХП", м. Харків

На сучасному етапі розвитку економіки України, з ростом конкуренції й насиченості ринків закордонними товарами становлення бренду стає одним із основних завдань і одною з найважливіших складових економічної політики підприємства. Підприємства збільшують витрати на брендінг, особливо в компаніях, що мають прямих конкурентів на ринках збуту. У свою чергу це призводить до зростання впливу брендів підприємств і виготовлених на них товарів. Це сприяє їх економічній стійкості і довгостроковій ринковій конкурентоспроможності. Все це призводить до зростання впливу символу бренду на поведінку споживачів, зумовлюючи формування символічного бренд-капіталу підприємства, який відображає зростання привабливості продукції, що ним випускається. У зв'язку з цим на підприємствах відбувається еволюційний розвиток, який характеризується зростанням корпоративної культури підприємства, корпоративних стандартів й загального рівня освіти співробітників підприємства. Однак виникає проблема оцінки ефективності витрат на розвиток бренду, яка пов'язана з побудовою чіткої системи контролю і аналізу величини витрат і результатів діяльності, яка б стимулювала б більш активну участь підприємців в фінансуванні витрат на становлення бренду з метою збільшення продажів на українському ринку. У зв'язку із цим, пропонується оцінювати результати формування символічного бренд-капіталу за наступними ознаками: 1) відповідність брендваної продукції потребам споживачів; 2) висока стратегічна ефективність брендінгової політики підприємства 3) комунікативна ефективність брендінгової діяльності підприємства; 4) високий ступінь відповідальності за продукцію невідповідної якості та інші невиконані обіцянки бренду; 5) ступінь професіоналізму співробітників підприємства (кількість людей з вищою та спеціальною освітою); 6) динаміка зростання символічного бренд-капіталу підприємства; 7) прогнозне зростання величини бренд-капіталу в найближчому часі.