

ЦЕНА БРЕНДА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАШИНОСТРОЕНИЯ

О.С. Близнюк

магистр экономических наук, преподаватель кафедры инноватики и
предпринимательской деятельности
Белорусского государственного университета, г. Минск

Аннотация. В настоящее время конкурентоспособность любой организации является многофакторной экономической категорией. Определенные аспекты повышения конкурентоспособности весьма успешно поддаются управлению и регулированию. Рассматривая машиностроительный комплекс, стоит иметь в виду, что современные машиностроительные организации являются крупными корпорациями и сильными игроками на мировом рынке. Во многом, по сути, они определяют новые перспективные направления и отрасли развития современной экономики. Именно по этому, анализ конкурентоспособности машиностроительных организаций, и факторов, ее формирующих, является необходимым для правильного понимания процессов, происходящих в современной мире. Целью данной статьи является анализ такой экономической категории, как цена бренда. Она является во многих аспектах главным показателем конкурентоспособности и рыночной позиции машиностроительной организации на рынке.

Ключевые слова: цена бренда, конкурентоспособность организаций машиностроения, рейтинг “Best Brands”.

BRAND PRICE AS INDICATOR OF COMPETITIVENESS OF ENGINEERING

O.S. Bliznyuk

Master of Economics, Lecturer, Department of Innovation and Entrepreneurship
Belarusian State University, Minsk

Abstract. Currently, the competitiveness of any organization is a multi-factor economic category. Certain aspects of improving competitiveness are very well managed and regulated. Considering the machine-building complex, it should be borne in mind that modern machine-building organizations are large corporations and strong players in the world market. In many respects, in fact, they determine new promising directions and branches of development of the modern economy. This is why the analysis of the competitiveness of machine-building organizations, and the factors that shape it, is necessary for a correct understanding of the processes taking place in the modern world. The purpose of this article is to analyze such economic category as brand price. It is in many aspects the main indicator of the competitiveness and market position of a machine-building organization in the market.

Keywords: brand price, competitiveness of machine-building organizations, rating "Best Brands".

Одним из важнейших показателей конкурентоспособности организаций машиностроения, является такой показатель, как цена бренда.

В машиностроении существует шесть основных способов, позволяющих обойти конкурентов, такие, как цена, качество, сервис, бренд, инновации и комфорт. Машиностроительные организации реализуют различные стратегии для достижения

конкурентного преимущества. Основная стратегия Ford Motor Company заключается в разработке продукта и эффективном лидерстве. General Motors делает упор на инновации и превосходные качественные продукты, используя децентрализованный контроль принятия решений в качестве своей основной стратегии. Toyota делает упор, как на качество продукции, так и на ее разнообразие.

Анализ деятельности конкурентов является неотъемлемой частью анализа конкуренции в отрасли и конкурентоспособности товара. Изучая сильные и слабые стороны конкурентов, можно корректировать свою стратегию в целях повышения конкурентоспособности посредством исправления ошибок конкурентов, перехода в другие ли создания новых (промежуточных) ниш рынка, понять собственное положение на рынке. [1]

В то же время, бренд позволяет создать новое конкурентное преимущество, которое доступно всем компаниям. По сути, бренд формирует уникальную конкурентную позицию компании.

Согласно американской маркетинговой Ассоциации (American Marketing Association (AMA)) бренд - это имя, термин, символ, дизайн или их комбинация, которые являются выражением истинной природы продукта или сервисной компании. Прежде всего бренд является знаком качества и доверия клиентов. Доверие клиентов- это главная цель бренда. Дэвид Аакер говорит, что бренд - это символ, отражающий моральные качества компании или продукции.

Сегодня бренды играют одну из ведущих ролей в улучшении жизни потребителей и повышении ценности компании. Бренды определяют основу продукта и позволяют физическим или юридическим лицам предъявлять определенные требования к производителям и поставщикам, а также формируют у них определенную отзывчивость и ответственность.

Бренд является своеобразным сигналом качества, позволяющим с легкостью принять решение о покупке.

Согласно Филиппу Котлеру бренд можно рассматривать как название, термин, знак, символ, дизайн или их комбинацию, которая определяется как поставщик определенных товаров и услуг выделяется среди других аналогичных поставщиков товаров и услуг, т.е. как он выгодно отличается от своих конкурентов.

Существование бренда, снижает воспринимаемый клиентом риск при покупке услуг.

К числу преимуществ брендинга для компании можно отнести:

1. Повышение лояльности клиентов;
2. Рост рентабельности;
3. Предотвращение появления новых конкурентов;
4. Снижение уязвимости перед конкурентами;
5. Уменьшение стоимости рекламы.

Создание мощного бренда на рынке является целью многих организаций. Финансовые эксперты считают, что бренд может стоить больше, чем сама организация. Бренд является стратегическим императивом, который необходим организациям для создания большей ценности для клиентов, а также достижения устойчивых конкурентных преимуществ.

Растущая конкуренция на рынках услуг вынудила многие компании рассматривать свой бренд как на конкурентное преимущество, которое иногда отделено от маркетинга продукции, маркетинговых услуг. [2]

Следовательно, стоимость бренда является важной характеристикой конкурентного преимущества машиностроительной организации.

Известная консалтинговая компания Interbrand, которая ходит в состав бренд-Консалтинговой группы Omnicom Group Inc. и работает на рынке консалтинговых услуг уже более 40 лет, ежегодно составляет список самых дорогих мировых брендов.

Организации машиностроения ежегодно занимают ведущие позиции в рейтинге самых дорогих брендов в мире “Best Brands”.

Так, по итогам 2017-2019 гг. такие ведущие мировые товаропроизводители, как TOYOTA, Mercedes-Benz, BMW, HONDA, FORD, HYUNDAI и др. ежегодно занимали высокие позиции в рейтинге 100 лучших мировых брендов. Кроме того, стоимость большинства данных брендов в млн. долл. повышается с каждым годом. Так, стоимость бренда TOYOTA с 2017 по 2019 гг. выросла на 11,84%, VOLKSWAGEN на 12,14%, PORSCHE на 15,33%, FERRARI на 32,44% (рисунок 1). Следовательно, цена бренда является одним из важнейших показателей конкурентоспособности машиностроительных организаций, сочетающих в себе показатели цены, качества, надежности и т.д.

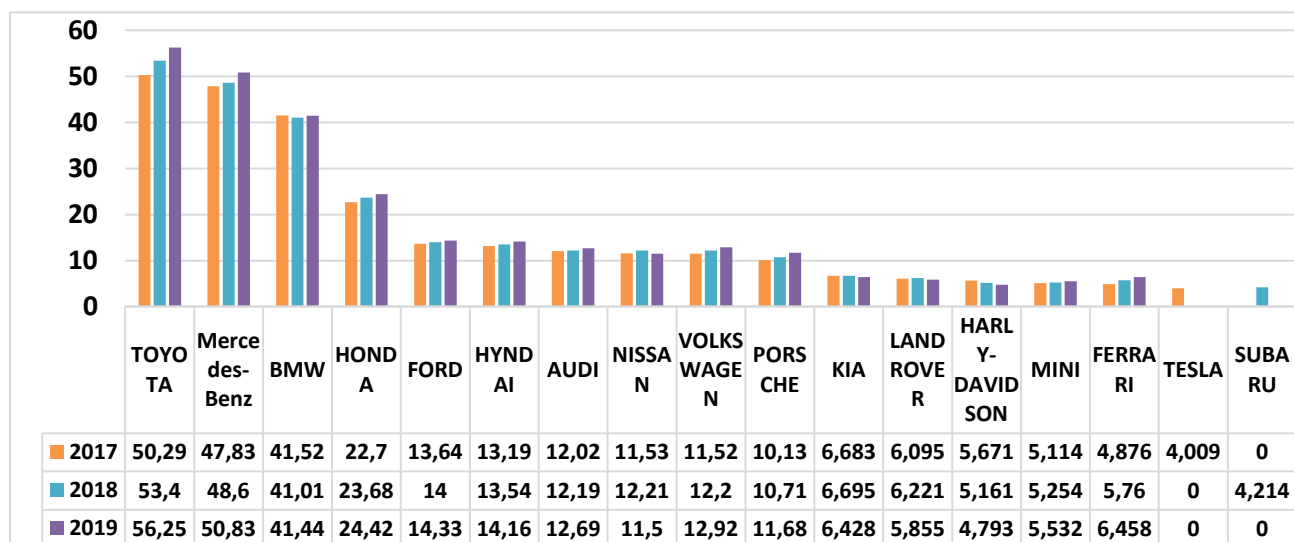


Рисунок 1 – Стоимость брендов в млрд. долл. организаций машиностроения в рейтинге “100 Best Global Brands” с 2017-2019 гг.

Источник: собственная разработка автора на основании [3-5].

Список использованных источников:

1. Ивуть, Р.Б., Оценка интенсивности конкуренции рынка международных автомобильных перевозок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/26038/1/Ivum.pdf>- Дата доступа: 11.12.2020.
2. Steven R. Nivin Regional Innovation Potential: The Case of the U.S. Machine Tool Industry [Electronic resource]: Access mode: https://books.google.by/books?id=a-pGDwAAQBAJ&pg=PP12&lpg=PP12&dq=The+Machine+Tool+Industry+as+a+%27Nodal%27+Industry&source=bl&ots=K5_0N5_EfN&sig=ACfU3U2_x3RH1Mk9isoQxgFgDPkm13e9EA&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjMluij-LjAhWklIsKHTkKDX-EQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q=The%20Machine%20Tool%20Industry%20as%20a%20Nodal%20Industry&f=false- Date of access: 27.12.2019.
3. Best Global Brands 2017 Rankings/[Electronic resource]: Access mode: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2017/ranking/#?filter=Automotive>Date of access: 27.08.2019.
4. Best Global Brands 2018 Rankings/[Electronic resource]: Access mode: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/#?filter=Automotive>: 27.12.2019.
5. Best Global Brands 2019 Rankings/[Electronic resource]: Access mode: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2019/ranking/#?sortBy=rank&listFormat=sq&filter=Automotive>: 27.12.2019.