



MdBRAND 2011



TOP 50 MOLDAVIAN BRANDS

В каждой стране мира различные бренды становятся по-разному популярными. И как бы ни были известны в данной стране мировые бренды, все же национальные бренды в рамках страны имеют наибольшее влияние на потребителя. И именно такие бренды в современных условиях могут стать одним из основных и довольно ценных активов компании, поскольку сильный бренд независимо от его масштабов позволяет компании удерживать или завоевывать существенную долю рынка, а также дает возможность активно развиваться и выводить свою продукцию на внешние рынки.

Все чаще приходится сталкиваться с ситуацией, когда бренд становится одним из самых дорогих активов в стоимости компании даже по сравнению с производственными мощностями. И в такой ситуации стоимости бренда уделяется наибольшее внимание при операциях по слияниям и поглощениям, а также при публичных размещениях акций компании на фондовых рынках или размещении других типов ценных бумаг с целью привлечения инвестиций. И именно здесь приходится решать головоломку, когда компания понимает всю ценность своего бренда, но не может выразить это в конкретных цифрах.

После длительных исследований, оптимальное решение было найдено и с начала 2010 года агентство MPP Consulting запустило проект оценки национальных брендов различных стран мира.

В рамках данного проекта агентство MPP Consulting (Украина) совместно с компанией FEIRA Group (Молдова) в 2011 году создали второй в истории рейтинг 50 самых дорогих брендов Молдовы.

Главной задачей рейтинга «МдБренд 2011» было определить 50 самых дорогих молдавских брендов, а также их текущую реальную рыночную стоимость, основываясь на показателях финансовой деятельности компаний, использующих рассматриваемые бренды (торговые марки), а также позиций каждой компании на рынке и перспектив развития как компаний, так и их брендов.

Стоит отдельно отметить, что в рейтинг вошли только бренды, созданные в Молдове или для молдавских товаров (услуг), несмотря на то, насколько в дальнейшем они стали известны внутри страны или на мировых рынках. Именно географическая принадлежность брендов к Молдове была основным критерием для отбора брендов (торговых марок), которые оценивались при составлении рейтинга.

* Все права на торговые марки и товарные знаки, указанные или упоминаемые в рейтинге, принадлежат их владельцам.

Методика расчета стоимости бренда основана на оценке финансовых составляющих деятельности компаний, использующих бренд, а также учитывает ряд факторов, максимально отображающих рыночные условия, в которых существует бренд, возможные угрозы и перспективы развития бренда и соответствующих отраслей.

Данная методика разработана на основе анализа факторов, существенно влияющих на рыночную стоимость бренда: положение компании на рынке, ценность бренда для потребителя, а также коэффициенты, характеризующие параметры состояния и перспектив развития компании и ее бренда.

Формула расчета стоимости бренда:

$$V = Fc * (Iq * Gq * Tq * Cq) * Uid$$

где:

V - стоимость бренда

Fc – композитный финансовый показатель

Iq - инвестиционный коэффициент

Gq - географический коэффициент

Tq - технологический коэффициент

Cq - конкурентный коэффициент

Uid - уникальный идентификатор

Самым важным моментом в специфике рейтинга является то, что рассчитываемая стоимость бренда включает в себя исключительно стоимость торговой марки (имени) без учета производственных мощностей, инфраструктуры компании, патентов, изобретений и других материальных или интеллектуальных ценностей.

* Стоимость брендов в рейтинге указана в миллионах долларов США

ТОП 50 Место 1 - 18

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
1 Cricova	31		Ликероводочная отрасль
2 Purcari	17		Ликероводочная отрасль
3 Bucuria	11,2		Кондитерская промышленность
4 Chişinău	10,4		Пивобезалкогольная отрасль
5 Aroma	7,3		Ликероводочная отрасль
6 Букет Молдавии	7		Ликероводочная отрасль
7 Moldcell	6,3		Телекоммуникации
8 VictoriaBank	5,5		Финансовые услуги
9 MAIB	4,7		Финансовые услуги
10 BostaVan	4,6		Ликероводочная отрасль
11 kVint	4,4		Ликероводочная отрасль
12 Green Hills	4,0		Ритейл
13 Moldtelecom	3,9		Телекоммуникации
14 Domnita	3,2		Продукты питания
15 Unite	2,8		Телекоммуникации
16 Acorex	2,4		Ликероводочная отрасль
17 Zorile	2,1		Легкая промышленность
18 Dionis Club	1,9		Ликероводочная отрасль

ТОП 50 Место 19 - 36

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
19 Nr 1	1,8		Ритейл
20 Moldincombank	1,6		Финансовые услуги
21 Lapmol	1,3		Молочная промышленность
22 Carmez	1,24		Мясная промышленность
23 Maximum	1,17		Ритейл
24 Bomba	1,14		Ритейл
25 Spicul de Aur	1,12		Продукты питания
26 Banca de Economii	1,09		Финансовые услуги
27 StarNet	1,05		Телекоммуникации
28 Moldasig	1,02		Страхование
29 Fidesco	1		Ритейл
30 Resan	0,99		Пивобезалкогольная отрасль
31 Gura Căinarului	0,96		Пивобезалкогольная отрасль
32 Alina Electronic	0,92		Ритейл
33 Patria	0,9		Кинотеатр
34 Linella	0,89		Retail
35 Alba	0,88		Молочная промышленность
36 Natur Bravo	0,87		Продукты питания

ТОП 50 Место 37 - 50

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
37 Tomai	0,82		Ликероводочная отрасль
38 Mileştii Mici	0,81		Ликероводочная отрасль
39 Zernoff	0,8		Ликероводочная отрасль
40 Bemol	0,78		Нефтепереработка и ГСМ
41 Viorica Cosmetic	0,7		Косметика
42 Alo	0,65		Ритейл
43 Vita	0,61		Пивобезалкогольная отрасль
44 Chateau Vartely	0,53		Ликероводочная отрасль
45 Naturalis	0,52		Drinks
46 Argint	0,49		Пивобезалкогольная отрасль
47 Comrat	0,48		Ликероводочная отрасль
48 Bojo Vin	0,47		Ликероводочная отрасль
49 Aqua unIQa	0,45		Пивобезалкогольная отрасль
50 Nefis	0,44		Кондитерская промышленность

Созданный совместными усилиями агентства MPP Consulting и компании FEIRA Group рейтинг «МдБренд 2011» является вторым в истории рейтингом молдавских брендов и одиннадцатым рейтингом из серии рейтингов национальных брендов, опубликованных в 2011 году.

Вопрос определения самых дорогих национальных брендов не нов и больше заключается не в сложности проведения оценки, а в наличии единой методики, которая позволила бы максимально унифицировать подход к данному процессу независимо от региональных особенностей отдельных стран мира. Именно поэтому наше агентство в первую очередь ставило перед собой цель создать единую универсальную методику оценки брендов, которая сможет быть применена для определения реальной рыночной стоимости любого бренда на любом рынке.

Процесс разработки методики был начат еще в 2006 году и только спустя четыре года она была окончательно отработана на практике и показала свою реальную эффективность. Таким образом, примененная в данном рейтинге методика оценки брендов максимально точно отображает параметры, формирующие текущую рыночную стоимость каждого бренда, и дает возможность создать рейтинг самых дорогих национальных брендов в отдельно взятой стране.

Надеемся, что данный рейтинг, а также методика оценки, станут востребованы компаниями и инвесторами, и помогут более точно и быстро определять текущую реальную рыночную стоимость каждого бренда.

MPP Consulting
Украина, Киев
+380(44) 3614647

www.mppconsulting.com.ua
office@mppconsulting.com.ua

FEIRA Group
Молдова, Кишинев

www.feiragroup.com