



KAZBRAND 2011

A grayscale background image of the Independence Tower in Astana, Kazakhstan. The tower is a tall, slender structure with a large, spherical observation deck at the top. It is surrounded by modern buildings and a landscaped area with steps and fountains. The sky is cloudy.

TOP 50 KAZAKH BRANDS

В каждой стране мира различные бренды становятся по разному популярны. 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 внедрило долгосрочный проект оценки национальных брендов, в рамках которого в 2011 году впервые и создан рейтинг самых дорогих брендов Казахстана.

Главной задачей рейтинга «КазБренд 2011» было определить 50 самых дорогих казахских 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 Казахстане или для казахских товаров (услуг), несмотря на то, насколько в дальнейшем они стали известны внутри страны или на мировых рынках. Именно географическая принадлежность брендов к Казахстану 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 - 25

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
1 Карагандинское	95,0		Пивобезалкогольная отрасль
2 БТА Банк	90,0		Финансовые услуги
3 Рахат	83,0		Кондитерская промышленность
4 Дербес	79,0		Пивобезалкогольная отрасль
5 Хаома	77,0		Ликероводочная отрасль
6 K'Cell	75,0		Телекоммуникации
7 Food Master	71,2		Молочная промышленность
8 Kaspi Bank	68,5		Финансовые услуги
9 Activ	57,0		Телекоммуникации
10 NEO	46,0		Телекоммуникации
11 Sultan	43,7		Продукты питания
12 Vacchus	41,0		Ликероводочная отрасль
13 КазМунайГаз	35,5		Топливо и энергетика
14 Abdi	33,0		Ритейл
15 Казком	31,8		Финансовые услуги
16 Одари	30,0		Молочная промышленность
17 Sulpak	28,8		Ритейл
18 Halyk Bank	26,7		Финансовые услуги
19 Цесна	26,0		Продукты питания
20 3 желания	25,2		Продукты питания
21 Рамстор	24,0		Ритейл
22 Bayan Sulu	22,8		Кондитерская промышленность
23 Sinooil	22,5		Топливо и энергетика
24 Gracio	21,0		Пивобезалкогольная отрасль
25 ТемирБанк	20,0		Финансовые услуги

ТОП 50 Место 26 - 50

	Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
26	Helios	19,4		Топливо и энергетика
27	Da-Da	19,0		Пивобезалкогольная отрасль
28	Казахтелеком	18,2		Телекоммуникации
29	Heaven	17,0		Ликероводочная отрасль
30	Асем Ай	15,2		Пивобезалкогольная отрасль
31	Royal Petrol	14,1		Топливо и энергетика
32	Пиала	13,0		Продукты питания
33	Тянь-Шань	12,8		Пивобезалкогольная отрасль
34	Green	12,2		Ритейл
35	Цин Каз	12,0		Продукты питания
36	Турген	11,9		Продукты питания
37	Бижан	11,2		Продукты питания
38	Арзан	11,0		Ритейл
39	Альянс Банк	10,5		Финансовые услуги
40	Piko	10,1		Пивобезалкогольная отрасль
41	Рахмет	10,0		Ритейл
42	АТФ Банк	9,9		Финансовые услуги
43	Ирбис	9,7		Пивобезалкогольная отрасль
44	Alina	9,0		Стройматериалы
45	Сарру	8,8		Пивобезалкогольная отрасль
46	Gros	8,7		Ритейл
47	Kuna	7,5		Ликероводочная отрасль
48	Calipso	7,3		Пивобезалкогольная отрасль
49	Айналайын	7,1		Молочная промышленность
50	Dalacom	7,0		Телекоммуникации

Рейтинг «КазБренд 2011» является первым в истории рейтингом казахских брендов и первым рейтингом из серии рейтингов национальных брендов, которые запланированы к публикации агентством MPP Consulting 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
+38-044-361-46-47

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