

KAZBRAND 2012

TOP 50

KAZAKH BRANDS



Сейчас бизнес компаний во всех странах мира кардинально преобразуется, и от конкуренции на уровне технологий и ценообразования небольшие компании и крупные корпорации переходят к конкуренции на уровне брендов. Это создает предпосылки для рассмотрения бренда как одной из главных составляющих успешного бизнеса для многих компаний как на международном, так и на локальном уровне, внутри своей страны.

В свою очередь, бренд из стандартного атрибута переходит в категорию ценного нематериального актива, который обретает определенную стоимость для бизнеса, а также определенную ценность для клиентов/потребителей. Поскольку ценность является довольно абстрактным понятием и может существенно изменяться практически мгновенно, то с точки зрения бизнеса больший интерес представляет именно стоимость бренда, как нематериального актива, который приносит свой довольно существенный вклад в развитие бизнеса.

С 2006 года агентством MPP Consulting была начата разработка методики определения потенциальной рыночной стоимости брендов, которая бы позволила проводить расчетную оценку стоимости бренда в любой стране мира с учетом максимального числа факторов, влияющих на такую оценку. Впервые методика была опробована на рынке Украины в 2007 году, после чего с 2010 года исследования по оценке стоимости бренда распространились на другие страны.

В 2011 году впервые был составлен рейтинг самых дорогих казахских брендов «КазБренд 2011». Текущий рейтинг «КазБренд 2012» является уже вторым рейтингом казахских брендов и позволяет увидеть не только текущую стоимость каждого отдельного бренда, вошедшего в рейтинг, но и динамику изменения стоимости за прошлые периоды.

* Стоимость брендов, указанных в рейтинге, выражена в миллионах долларов США.

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

Бренд	Стоимость	Отрасль
1 Карагандинское	101,0	Пивобезалкогольная отрасль
2 Рахат	84,5	Кондитерская промышленность
3 БТА Банк	82,0	Финансовые услуги
4 K'Cell	72,2	Телекоммуникации
5 Айналайын	70,9	Молочная промышленность
6 Дербес	69,8	Пивобезалкогольная отрасль
7 Food Master	67,4	Молочная промышленность
8 Хаома	66,9	Ликероводочная отрасль
9 Kaspi Bank	63,0	Финансовые услуги
10 Activ	60,5	Телекоммуникации
11 Sultan	55,2	Продукты питания
12 Одари	48,7	Молочная промышленность
13 Vacchus	44,2	Ликероводочная отрасль
14 NEO	39,0	Телекоммуникации
15 КазМунайГаз	38,8	Топливо и энергетика
16 Sulpak	35,6	Ритейл
17 Halyk Bank	33,4	Финансовые услуги
18 Казком	27,8	Финансовые услуги
19 Асем Ай	25,6	Пивобезалкогольная отрасль
20 Bayan Sulu	24,7	Кондитерская промышленность
21 Цесна	22,5	Продукты питания
22 Казахтелеком	22,3	Телекоммуникации
23 Da-Da	19,6	Пивобезалкогольная отрасль
24 Пиала	18,9	Продукты питания
25 3 желания	18,6	Продукты питания

Бренд	Стоимость	Отрасль
26 Helios	18,1	Топливо и энергетика
27 Abdi	17,8	Ритейл
28 Gracio	17,1	Пивобезалкогольная отрасль
29 ТемирБанк	15,7	Финансовые услуги
30 Heaven	15,5	Ликероводочная отрасль
31 Цин Каз	14,9	Продукты питания
32 Royal Petrol	13,3	Топливо и энергетика
33 Бижан	12,8	Продукты питания
34 Ирбис	11,2	Пивобезалкогольная отрасль
35 АТФ Банк	10,6	Финансовые услуги
36 Green	10,3	Ритейл
37 Air Astana	9,9	Транспорт
38 Турген	9,7	Продукты питания
39 Рахмет	9,4	Ритейл
40 Alina	9,3	Строительство и стройматериалы
41 Алма-Ата	9,1	Пивобезалкогольная отрасль
42 Альянс Банк	9,0	Финансовые услуги
43 Kupa	8,9	Ликероводочная отрасль
44 Тургенские вина	8,8	Ликероводочная отрасль
45 Piko	8,7	Пивобезалкогольная отрасль
46 Tassay	8,3	Пивобезалкогольная отрасль
47 Dalacom	7,7	Телекоммуникации
48 Наурыз	7,6	Продукты питания
49 Коктем	7,5	Продукты питания
50 Фиркан	7,4	Пивобезалкогольная отрасль

Методика оценки потенциальной рыночной стоимости брендов основана на оценке деятельности компаний, владеющих такими брендами, а также на ряде факторов прямо либо косвенно влияющих на позиции бренда на рынке, и отображающих будущие перспективы каждого бренда, возможности его развития и потенциальные угрозы.

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 – Коэффициент уникального идентификатора бренда

Стоимость бренда указана в миллионах долларов США.

Главной особенностью методики агентства MPP Consulting по оценке потенциальной рыночной стоимости брендов является базовое определение стоимости бренда, которое включает в себя исключительно стоимость самой торговой марки (имени) без учета производственных мощностей, инфраструктуры компании, патентов, изобретений и других материальных или интеллектуальных ценностей.

Рейтинг составлен:

Агентство MPP Consulting
Киев, Украина
+380 44 3614647
<http://www.mppconsulting.com.ua>
office@mppconsulting.com.ua