

УкрБренд-2007

ТОП-50 национальных брендов

История рейтинга

Ввиду наступающей глобализации мировой экономики, большинство товаров в стране замещаются продукцией с этикетками и логотипами международных корпораций. К счастью, национальные традиции еще не утрачены, и Украина может достойно представить свои товары как отечественному, так и зарубежному потребителю.

В эпоху слияний и поглощений национальным компаниям очень важно знать не только стоимость производственных мощностей, но и стоимость имени (бренда) выпускаемых товаров, чтобы по неосторожности не ликвидировать действительно ценную интеллектуальную собственность, способную принести значительную прибыль и увеличить добавочную стоимость продукции.

Идея создания рейтинга национальных брендов (УкрБренд) состояла в оценке тех торговых марок (брендов), которые были созданы на Украине и с самого начала предназначались для украинских товаров. Как результат – в рейтинге присутствуют исключительно бренды «отечественного производства».

Рейтинг стал результатом глубокого анализа всех отраслей экономики Украины, а также оценки рисков и перспектив развития сегментов и сфер бизнеса на ближайшие пять лет. Важным моментом при анализе стали показатели узнаваемости торговых марок на рынке, и уровень лояльности со стороны клиентов.

В целом, рейтинг представляет собой индикатор будущих перспектив для производителей и сегодняшних предпочтений потребителей.

Методика оценки

Методика оценки стоимости бренда основывается в первую очередь на финансовых показателях и уровне экономической целесообразности ведения бизнеса в данном сегменте рынка.

Методика расчета стоимости бренда строится на оценке добавочной стоимости, получаемой с помощью бренда для каждой единицы товара и соответствующих объемов производства товаров под именем оцениваемого бренда. При расчетах учитывается поправка уровня насыщенности и конкурентности того или иного сегмента бизнеса, а также показатель инвестиционной привлекательности рассматриваемого направления и самого бренда в частности.

Особую важность уделено коэффициенту «свободы бренда», то есть его независимости от географии производства и конкретных производственных мощностей.

Стоимость бренда определяется суммой многочисленных факторов, которые условно можно свести в три раздела:

- 1 Доходность предприятий, использующих бренд
- 2 Позиции бренда на рынке в сравнении с конкурентами
- 3 Уровень инвестиционной привлекательности отрасли в целом и самого бренда в частности

$$\text{Стоимость бренда} = \text{\$} \times \text{№} \times \%$$

Доходность Позиции на рынке Коэффициент инвестиционной привлекательности

Стоимость Бренда включает в себя исключительно стоимость самой торговой марки (имени) без учета производственных мощностей, инфраструктуры компании, патентов, изобретений и других материальных или интеллектуальных ценностей.

Рейтинг национальных брендов

	Бренд	Отрасль	Стоимость (млн. \$)
1	Хортиця	FMCG	315,0
2	Nemiroff	FMCG	266,0
3	Оболонь	FMCG	242,0
4	Киевстар	Телекоммуникации	154,0
5	Черниговское	FMCG	137,0
6	SV	FMCG	122,2
7	Приват банк	Банковские услуги	109,8
8	Славутич	FMCG	106,3
9	UMC	Телекоммуникации	105,6
10	Надра банк	Банковские услуги	95,6
11	Віlagoff	FMCG	91,3
12	Фуршет	Торговые сети	73,9
13	Чумак	FMCG	72,8
14	5 капель	FMCG	63,9
15	Сильпо	Торговые сети	63,3
16	Фокстрот	Торговые сети	62,5
17	Укрсиббанк	Банковские услуги	61,1
18	Jaffa	FMCG	52,7
19	Укрсоцбанк	Банковские услуги	49,3
20	Правекс банк	Банковские услуги	43,5
21	Корона	FMCG	42,4
22	Олейна	FMCG	41,7
23	Верес	FMCG	41,5
24	Интер	СМИ	39,2
25	Сандора	FMCG	38,6

26	Миргородская	FMCG	38,4
27	Свиточ	FMCG	38,2
28	Торчин	FMCG	36,4
29	1+1	СМИ	33,8
30	President	FMCG	33,2
31	Оранта	Страхование	33,1
32	Велика Кишеня	Торговые сети	32,5
33	Roshen	FMCG	32,0
34	Росинка	FMCG	31,4
35	Массандра	FMCG	30,3
36	Мегамаркет	Торговые сети	29,3
37	Биола	FMCG	28,6
38	Сармат	FMCG	27,2
39	Наша Ряба	FMCG	25,5
40	Олимп	FMCG	24,3
41	Gala	Бытовая химия	20,6
42	Unitrade	Торговые сети	19,0
43	Золотая амфора	FMCG	18,7
44	Люкс	FMCG	18,4
45	Билосвит	FMCG	18,2
46	ICTV	СМИ	17,9
47	Клинков	FMCG	17,2
48	Аеросвит	Транспорт	16,5
49	УГМК	Металлургия	16,4
50	Львовское	FMCG	15,0

От авторов

В данном исследовании представлены результаты анализа состояния и перспектив национальных брендов в разрезе конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности бизнеса в Украине.

Надеемся, что рейтинг поможет национальным участникам рынка эффективно конкурировать с международными брендами и выводить украинские товары и бренды на качественно новый уровень доходности и популярности как внутри страны, так и за рубежом.

MPP Consulting

www.mpp.co.ua