

УкрБренд-2008

ТОП-50 национальных брендов

История рейтинга

Создание рейтинга национальных брендов УкрБренд-2008 предполагала новый виток оценки торговых марок (брендов), которые были созданы на Украине и с самого начала предназначались для украинских товаров. Как результат – в сегодняшнем рейтинге присутствуют исключительно бренды «отечественного производства».

УкрБренд-2008 является логическим продолжением рейтинга УкрБренд-2007, который одним из первых начал отображать реальную стоимость нематериальных активов в Украине, в частности, в плане рыночной стоимости интеллектуальной собственности на товарные знаки и торговые марки.

Рейтинг стал результатом 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.

Сегодня 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. В конечный результат вносится поправка относительно насыщенности и конкурентности того или иного сегмента торговли или сферы производства, а также показатель инвестиционной привлекательности рассматриваемого направления и самого бренда в частности.

Стоимость бренда определяется суммой 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

Стоимость бренда = 

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	Nemiroff	FMCG	302,5
2	Хортиця	FMCG	285,0
3	Оболонь	FMCG	272,8
4	Киевстар	Телекоммуникации	170,4
5	Черниговское	FMCG	162,5
6	Sandora	FMCG	128,6
7	SV	FMCG	110,8
8	Славутич	FMCG	108,5
9	Life:)	Телекоммуникации	101,5
10	Приват банк	Банковские услуги	91,2
11	Чумак	FMCG	73,0
12	Верес	FMCG	68,6
13	Сильпо	Торговые сети	66,5
14	Gala	Бытовая химия	63,7
15	Олейна	FMCG	61,4
16	Надра банк	Банковские услуги	60,2
17	Roshen	FMCG	58,5
18	Оранта	Страхование	57,6
19	Фуршет	Торговые сети	56,5
20	Jaffa	FMCG	54,5
21	Миргородская	FMCG	49,7
22	Укрсиббанк	Банковские услуги	47,9
23	Укрсоцбанк	Банковские услуги	43,0
24	Биола	FMCG	42,3
25	Торчин	FMCG	39,6

26	Prime	FMCG	39,1
27	Корона	FMCG	38,2
28	1+1	СМИ	37,5
29	Свиточ	FMCG	35,4
30	Интер	СМИ	35,3
31	Велика Кишеня	Торговые сети	35,0
32	President	FMCG	33,2
33	Правекс банк	Банковские услуги	32,9
34	WOG	ТЭК	32,3
35	Фокстрот	Торговые сети	32,0
36	Росинка	FMCG	29,8
37	Люкс	FMCG	28,8
38	Мрия	FMCG	27,7
39	Массандра	FMCG	26,5
40	Мегамаркет	Торговые сети	25,2
41	Наша Ряба	FMCG	21,8
42	ОККО	ТЭК	21,8
43	Сармат	FMCG	20,1
44	АНР	ТЭК	19,5
45	ТЕТ	СМИ	19,5
46	ICTV	СМИ	19,1
47	Клинков	FMCG	18,7
48	Аеросвит	Транспорт	18,3
49	Галактон	FMCG	17,9
50	Мерх	Промышленные товары	17,5

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 станет регулярным инструментом, который поможет эффективно оценивать и развивать национальные бренды и выводить украинские товары под своими торговыми марками на новый уровень популярности как внутри страны, так и за рубежом.

MPP Consulting

www.mppconsulting.com.ua