



UKRBRAND 2011



TOP 100 UKRAINIAN 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 внедрило долгосрочный проект оценки национальных брендов, в рамках которого в 2011 году впервые и создан следующий рейтинг самых дорогих брендов Украины.

Главной задачей рейтинга «УкрБренд 2011» было определить 100 самых дорогих украинских 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 Украине или для украинских товаров (услуг), несмотря на то, насколько в дальнейшем они стали известны внутри страны или на мировых рынках. Именно географическая принадлежность брендов к Украине 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, 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

Важным моментом в специфике рейтинга является тот момент, что 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 100 1 - 20

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
1 Nemiroff	460,0		Ликероводочная отрасль
2 Оболонь	353,0		Пивобезалкогольная отрасль
3 Черниговское	248,0		Пивобезалкогольная отрасль
4 Киевстар	229,0		Телекоммуникации
5 Моршинская	212,0		Пивобезалкогольная отрасль
6 Сандора	189,5		Пивобезалкогольная отрасль
7 Хортица	167,0		Ликероводочная отрасль
8 Roshen	162,0		Кондитерская промышленность
9 Life:)	149,0		Телекоммуникации
10 Торчин	132,0		Продукты питания
11 Славутич	119,5		Пивобезалкогольная отрасль
12 Чумак	106,0		Продукты питания
13 Мивина	103,0		Продукты питания
14 Корона	100,0		Кондитерская промышленность
15 Prime	98,5		Ликероводочная отрасль
16 Наша Ряба	95,0		Продукты питания
17 Цельсий	91,2		Ликероводочная отрасль
18 Верес	86,4		Продукты питания
19 Наш сок	79,0		Пивобезалкогольная отрасль
20 Олейна	77,7		Продукты питания

ТОП 100 21 - 40

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
21 Эпицентр	75,5		Строительство и стройматериалы
22 Приват банк	72,5		Финансовые услуги
23 Gala	71,0		Бытовая химия
24 Свиточ	68,2		Кондитерская промышленность
25 Хлебный Дар	67,0		Ликероводочная отрасль
26 Сильпо	62,6		Ритейл
27 Люкс	58,8		Продукты питания
28 SV	56,7		Ликероводочная отрасль
29 Миргородская	52,2		Пивобезалкогольная отрасль
30 Метинвест	51,0		Горно-металлургический комплекс
31 Comfy	49,5		Ритейл
32 Козырная карта	48,6		Рестораны, кафе, гостиницы
33 Jaffa	46,7		Пивобезалкогольная отрасль
34 Фокстрот	44,1		Ритейл
35 Тульчинка	42,2		Молочная промышленность
36 WOG	41,1		Топливо и энергетика
37 1+1	40,0		СМИ
38 Конти	39,2		Кондитерская промышленность
39 Оранта	38,7		Страхование
40 Львовское	37,0		Пивобезалкогольная отрасль

ТОП 100 41 - 60

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
41 ОККО	36,6		Топливо и энергетика
42 Укртелеком	35,0		Телекоммуникации
43 Medoff	33,4		Ликероводочная отрасль
44 Садочок	33,1		Пивобезалкогольная отрасль
45 Велика Кишеня	32,6		Ритейл
46 Правекс банк	32,2		Финансовые услуги
47 Marengo	31,8		Ликероводочная отрасль
48 Воля	30,4		Телекоммуникации
49 АТБ	30,0		Ритейл
50 Ukr.net	29,5		Интернет
51 СТБ	28,8		СМИ
52 Фора	28,1		Ритейл
53 Биола	27,0		Пивобезалкогольная отрасль
54 Живчик	26,3		Пивобезалкогольная отрасль
55 Интер	25,9		СМИ
56 Росинка	25,8		Пивобезалкогольная отрасль
57 АВК	25,4		Кондитерская промышленность
58 Буковель	24,9		Туризм
59 ICTV	24,4		СМИ
60 Новая линия	23,6		Строительство и стройматериалы

ТОП 100 61 - 80

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
61 Укрсоцбанк	23,3		Финансовые услуги
62 Рогань	22,9		Пивобезалкогольная отрасль
63 5 капель	22,5		Ликероводочная отрасль
64 Vega	22,0		Телекоммуникации
65 Новый канал	21,6		СМИ
66 Мягков	21,4		Ликероводочная отрасль
67 Аеросвіт	20,9		Транспорт
68 Массандра	20,8		Ликероводочная отрасль
69 Ятрань	20,0		Продукты питания
70 Космо	19,7		Ритейл
71 Фанні	19,2		Молочная промышленность
72 Коктебель	18,9		Ликероводочная отрасль
73 ФК Шахтер	18,5		Спорт
74 Шустов	18,0		Ликероводочная отрасль
75 Фрекен Бок	17,9		Хозяйственные товары
76 Коблево	17,7		Ликероводочная отрасль
77 Артемовское	17,6		Ликероводочная отрасль
78 ЕКО маркет	17,3		Ритейл
79 Любимов	17,2		Кондитерская промышленность
80 Ласуня	17,0		Молочная промышленность

ТОП 100 81 - 100

Бренд	Стоимость, млн.\$	Логотип	Отрасль
81	Интертоп		Ритейл
82	Олимп		Ликероводочная отрасль
83	Билосвит		Молочная промышленность
84	Shake		Пивобезалкогольная отрасль
85	ФК Динамо Киев		Спорт
86	Шостка		Молочная промышленность
87	Novus		Ритейл
88	Zarina		Ювелирная отрасль
89	Фуршет		Ритейл
90	Hike		Пивобезалкогольная отрасль
91	Dragon Capital		Финансовые услуги
92	Клуб Сыра		Молочная промышленность
93	Stoletov		Ликероводочная отрасль
94	Millenium		Кондитерская промышленность
95	Руна		Продукты питания
96	Словяночка		Молочная промышленность
97	Щедро		Продукты питания
98	Корреспондент		СМИ
99	Мобилочка		Ритейл
100	Inkerman		Ликероводочная отрасль

1. Ликероводочная отрасль

Отрасль производства ликероводочных изделий не только одна из самых сильных в Украине, но и обладает самыми дорогими брендами и является самой представленной в данном рейтинге – 18 брендов из 100. Как и годом ранее, бессменным лидером рейтинга остается не теряющий популярности на многих рынках бренд «Nemiroff», получивший в этом году оценку в 460 млн. \$. Существенно отстал от него ближайший конкурент – «Хортица», обосновавшийся на 7 месте с ценой в 167 млн. \$. Также в 20-ку лидеров вошли «Prime» и «Цельсий», занявшие 15 и 17 места соответственно.

Довольно популярные в стране бренды «Хлебный Дар» и «SV» оттеснены за пределы 20-ки на 25 и 28 места. А в середине рейтинга расположились на 43 месте (33,4 млн. \$) все еще не сдающий позиции «Medoff» и постоянно набирающий силу «Marengo» на 47 месте (31,8 млн.\$).

Оставшиеся 10 алкогольных брендов стройным рядом растянулись по рейтингу до самого сотого места: «5 капель» (63 место), «Мягков» (66), «Массандра» (68), «Коктебель» (72), «Шустов» (74), «Коблево» (76), «Артемовское» (77), «Олимп» (82), «Stoletov» (93) и «Inkerman» (100).

Несмотря на то, что по сравнению с 2010 годом количество алкогольных брендов, присутствующих в рейтинге уменьшилось с 22 до 18 брендов, пока что этой отрасли мало кто сможет составить существенную конкуренцию в вопросе вклада бренда в успех бизнеса и привлечения добавочной стоимости.

2. Пивобезалкогольная отрасль

Пивобезалкогольная отрасль в 2011 году увеличила количество представленных брендов в рейтинге с 13 в прошлом году до 16 в этом. Как и прежде, ее представители вплотную подбираются к лидеру рейтинга и занимают уже две из трех лидерских позиций: «Оболонь» на 2 месте с оценкой в 353 млн. \$ и «Черниговское» на 3 месте с ценой в 248 млн. \$.

Наибольший прогресс в этом году показал бренд минеральной воды «Моршинская», который с прошлого 29 места переместился сразу на 5 место рейтинга и благодаря агрессивной маркетинговой политике сегодня оценивается в 212 млн. \$.

Следом на 6 месте уверенно закрепились «Сандора», которая поднялась на одну ступеньку и чуть прибавила в стоимости.

Еще один бренд отрасли, уверенно перешагнувший стомиллионный рубеж – «Славутич».

Несмотря на снижение стоимости и утрату пары мест, потенциал бренда остается довольно высоким и оценивается в 119, 5 млн. \$ (11 место).

Следующая группа брендов – безалкогольные: очень популярный и интересный бренд «Наш сок» (19 место), вода «Миргородская» (29 место) и именитый и заслуженный бренд «Jaffa» (33 место).

Ближе к середине рейтинга расположились «Львовское», «Садочок», «Биола», «Живчик», «Росинка» и «Рогань», а бренды «Shake» и «Nike» заняли места в последней двадцатке рейтинга – 84 и 92 места соответственно.

3. Ритейл

В отрасли ритейла произошли существенные изменения за последний год и сегодня в рейтинге присутствуют 12 представителей отрасли, среди которых есть 4 новичка: «Comfy» (31 место), «АТБ» (49 место), «Интертоп» (81 место) и «Novus» (87 место).

Лидером в сегменте ритейла по стоимости бренда остался «Сильпо», который увеличил свою стоимость с 57 до 62,6 млн. \$, заняв в рейтинге 26 место. Немного прибавил в стоимости и «Фокстрот», вышедший на 34 место в общем зачете. Много положительных моментов принес ребрендинг «Великой кишене», которая прибавила в стоимости и поднялась с 56 места на 45-ое.

Оставшиеся бренды отрасли расположились таким образом: «Фора» (52 место), «Космо» (70 место), «ЕКО маркет» (78 место), «Фуршет» (89 место), «Мобилочка» (99 место).

4. Продукты питания

В вопросе брендинга сфера продуктов питания является одной из самых интересных, поскольку ввиду высокой конкуренции и большого разнообразия товарного предложения, бренд, а особенно сильный бренд, может в одночасье сделать продукт невероятно популярным и прибыльным. Для того, чтобы убедиться в этом, достаточно взглянуть на первую двадцатку рейтинга, где плотным рядом расположились сразу 6 очень популярных продуктовых брендов: «Торчин» (10 место), «Чумак» (12 место), «Мивина» (13 место), «Наша ряба» (16 место), «Верес» (18 место) и «Олейна» (20 место). Уровень стоимости этих брендов также немаленький – от 77 до 132 млн. \$.

Сразу за лидерами на 27 месте расположился бренд «Люкс», а во второй части рейтинга на 69 месте «Ятрань». Почти в самом конце на 95 и 97 местах соответственно находятся «Руна» и «Щедро», которые в условиях высокой конкуренции, все же могли пробиться в сотню самых дорогих брендов.

5. Кондитерская промышленность

В этом году прибавилось и представителей кондитерской промышленности. Самым дорогим брендом пока остается «Roshen», занявший 8 место с результатом в 162 млн. \$. За ним на 14 месте уверенно и нерушимо стоит, взявший стомиллионную планку, бренд «Корона». Далее привычно расположились «Свиточ» (24 место, 68,2 млн. \$), «Конти» (38 место, 39,2 млн. \$) и «АВК» (57 место, 25,4 млн. \$), а замыкают рейтинг новички «Любимов» и «Millenium» - 79 и 94 места соответственно.

6. Молочная промышленность

В 2011 году отрасль уменьшила свое присутствие в рейтинге с 11 до 7 брендов, оставив своего самого дорогого представителя бренд «Тульчинка» на 35 месте с оценкой в 42,2 млн. \$. Остальные бренды расположились на слишком высоко, но вполне уверенно: «Фанни» (71 место, 19,2 млн. \$.), «Ласуня» (80 место, 17 млн. \$.), «Билосвит» (83 место, 16,3 млн. \$.), «Шостка» (86 место, 15,9 млн. \$.), «Клуб сыра» (92 место, 14,9 млн. \$.) и новичок рейтинга «Словяночка» (96 место, 13,9 млн. \$.).

7. СМИ

Сфера средств массовой информации представлена в рейтинге привычными брендами телеканалов, к которым в этом году добавилось одно печатно-электронное издание – «Корреспондент» (98 место и 13,7 млн. \$.)

Телеканалы же расположились в рейтинге таким образом: «1+1» (37 место), «СТБ» (51 место), «Интер» (55 место), «ICTV» (59 место) и «Новый канал» (65 место).

8. Телекоммуникации

В сфере телекоммуникаций стоит выделить двух основных лидеров, существенно опережающих своих коллег по отрасли – это операторы мобильной связи «Киевстар» на 4 месте с оценкой в 229 млн. \$ и «Life:)» на 9 месте с оценкой в 149 млн. \$

Другие бренды телекоммуникационных провайдеров расположились чуть ниже: на 42 месте «Укртелеком», на 48 месте «Воля» и на 64 месте «Vega».

9. Финансовые услуги

В сфере финансовых услуг бренды, как и сами организации, начали оправляться после кризисных явлений и приращивают в стоимости. Так «Приват банк» увеличил стоимость своего бренда с 46 до 72,5 млн. \$ и поднялся на 22 место в общем зачете.

«Правекс банк» и «Укрсоцбанк» заняли соответственно 46 и 61 места, также немного увеличив стоимость своих брендов.

Новичок рейтинга «Dragon Capital» с результатом в 15 млн. \$ занял сразу 91 место в общем рейтинге брендов, что является для этой отрасли достаточно хорошим результатом.

10. Строительство и стройматериалы

Несмотря на кризисные явления в данных отраслях, в рейтинге как и ранее присутствуют два ритейлера, работающие в сфере реализации строительных материалов: «Эпицентр» (21 место) и «Новая линия» (60 место). Что касается компаний строительного рынка, то по видимому в списке ТОП 100 брендов мы их сможем увидеть еще не скоро.

11. Топливо и энергетика

Как и в случае с предыдущей отраслью, сфера топлива и энергетике представлена в рейтинге двумя представителями розничного бизнеса – «WOG» (36 место) и «ОККО» (41 место). Данные бренды не новички в рейтинге и оба прирастили в стоимости и существенно поднялись в общем зачете - «ОККО» на 10 позиций вверх, «WOG» на 6 позиций.

12. Спорт

Сфера спорта стала в целом новичком в рейтинге, но бренды, присутствующие в ней со старта заняли довольно высокие позиции. Это может выглядеть на первый взгляд странным, но сегодня спорт становится в Украине довольно прибыльным бизнесом, и успех этого бизнеса все больше зависит от наличия сильного бренда, позволяющего продвигать и продавать широкий спектр товаров и услуг. Пока же в рейтинге присутствуют бренды всего двух достаточно именитых спортивных команд: «Шахтер» (73 место) и «Динамо Киев» (85 место). Здесь еще раз стоит сделать акцент на том, что стоимость, упоминаемая в рейтинге относится только к стоимости бренда (торговой марки) команды, а не стоимости всего клуба в целом, поэтому порядок цифр существенно отличается от той суммы, в которую сегодня можно было бы оценить команду со всеми ее активами и инфраструктурой.

13. Бытовая химия

Как и в предыдущие годы, единственным представителем отрасли бытовой химии среди украинских брендов стал известный и популярный в Украине бренд «Gala». По сравнению с прошлым годом «Gala» не изменила позицию в общем рейтинге (23 место), но существенно увеличила свою стоимость с 56,7 млн.\$ в 2010 году до 71 млн.\$ в 2011 году.

14. Горно-металлургический комплекс

Единственным представителем в рейтинге довольно капиталоемкой и мощной металлургической отрасли стал бренд «Метинвест», занявший 30 место с оценкой в 51 млн. \$. Несмотря на то, что в данной отрасли бренд не настолько сильно влияет на потребителя и не дает такой высокой добавочной стоимости как в сферах FMCG, сильные позиции компании на рынке и ее высокая популярность позволила бренду «Метинвест» получить достаточно высокую оценку и войти в ТОП 100 самых дорогих украинских брендов.

15. Рестораны, кафе, гостиницы

Как и в предыдущие годы, данная отрасль представлена в рейтинге всего одним брендом – «Козырная карта». Бренд сумел сохранить свое уверенное 32 место в общем рейтинге, но увеличил свою стоимость с 43,2 млн. \$ до 48,6 млн. \$.

16. Страхование

Поднявшись с 48 на 39 место и получив оценку в 38,7 млн. \$, единственный представитель страховой отрасли «Оранта» немного реабилитировался после прошлогоднего падения. В перспективе он вполне может усилить свои позиции как в уровне стоимости, так и в общем зачете рейтинга.

17. Интернет

Также впервые в рейтинг вошел и представитель такого сугубо виртуального бизнеса, как Интернет. Бренд «Ukr.net» в 2011 году стартовал в рейтинге на 50 месте с ценой в 29,5 млн. \$. Учитывая все возрастающее проникновение Интернета в Украине, в будущем возможно стоит ожидать появления в рейтинге и других представителей этой отрасли.

18. Туризм

Единственный представитель туристической отрасли в рейтинге «Буковель» за год повысил свою стоимость с 22,9 млн. \$ до 24,9 млн. \$ и поднялся в рейтинге на 7 позиций с 65 до 58 места. К сожалению, ближайших перспектив появления в рейтинге других представителей украинской туристической отрасли пока еще нет.

19. Транспорт

Несмотря на неофициальный статус транзитного государства, транспортная отрасль в Украине пока очень слабо развита, что сказывается как на бизнесе, так и на брендах компаний, работающих в данной сфере. Пока же в рейтинге присутствует только один бренд из этой сферы – «Аэросвит», который с оценкой в 20,9 млн. \$ занял только 67 место.

20. Хозяйственные товары

Хозтовары – еще одна новая отрасль в рейтинге. И представлена она все более популярным брендом «Фрекен Бок», который из года в год набирает обороты и все больше входит в жизнь простого обывателя. В 2011 году бренд занял в общем зачете 75 место с оценкой в 17,9 млн. \$.

21. Ювелирная отрасль

Новичок прошлого года бренд «Zarina» пока так и остался единственным представителем своей отрасли в рейтинге, но за прошедший год сумел увеличить стоимость с 11,3 млн. \$ до 15,5 млн. \$, отвоевав в рейтинге целых 11 позиций, переместившись с 99 места на 88 место.

Рейтинг «УкрБренд 2011» является пятым рейтингом украинских брендов проекта «УкрБренд» (с 2007 года) и шестым 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