



MDBRAND 2013

TOP 50 MOLDAVIAN BRANDS



Современное развитие мировой экономики во многом определяет те тенденции, которые можно наблюдать в характере изменений к восприятию таких нематериальных активов, как торговые марки/бренды. Оставив вопросы географических или технологических преимуществ далеко в XX веке, компании сосредоточили конкурентную борьбу на уровне торговой марки товаров и услуг, то есть «бренда». Таким образом битва за рынок разворачивается совсем не в той плоскости, о которой говорили учебники по экономике прошлого века – сейчас сражение за прибыль, а иногда и за выживание, идет между конкурирующими на рынке брендами.

В итоге, бренд для компании имеет куда большее значение в ее бизнес-процессах, чем это было ранее, когда все определяло только ресурсное, техническое или технологическое превосходство. Именно в последние годы мы можем видеть случаи, когда компания владеет только брендом, и не имея никаких производственных мощностей, является лидером рынка в объемах и доле рынка только лишь за счет производственного аутсорсинга. Для таких компаний бренд является самой большой ценностью и его потенциальная стоимость в основном равна фактической реальной рыночной стоимости самой компании.

Рейтинг самых дорогих молдавских брендов впервые был составлен нашим агентством в 2010 году. «МдБренд 2010» стал первым рейтингом, который давал инвестиционную оценку потенциальной стоимости каждого бренда на рынке Молдовы.

Рейтинг «МдБренд 2013» является четвертым рейтингом молдавских брендов в данной серии, позволяя не просто зафиксировать статические показатели потенциальной стоимости брендов, но и видеть динамику изменения этого показателя из года в год, а также наблюдать общий инвестиционный и конкурентный уровень в каждой отрасли, где представлены бренды.

Общие рыночные тенденции 2012 года привнесли заметные изменения как в бизнес и его структуру, так и в стоимость всех брендов, вошедших в данный рейтинг. Фактически все эти тенденции можно и проследить через призму рейтинга самых дорогих брендов.

* 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, млн.\$	Отрасль
1	 Cricova	39	Ликероводочная отрасль
2	 Purcari	23,5	Ликероводочная отрасль
3	 Bucuria	17	Кондитерская промышленность
4	 Chişinău	12,4	Пивобезалкогольная отрасль
5	 Moldcell	9,5	Телекоммуникации
6	 MAIB	8,5	Финансовые услуги
7	 Aroma	8,3	Ликероводочная отрасль
8	 VictoriaBank	7,4	Финансовые услуги
9	 Green Hills	5,5	Ритейл
10	 BostaVan	4,9	Ликероводочная отрасль
11	 kVint	4,75	Ликероводочная отрасль
12	 Букет Молдавии	4,2	Ликероводочная отрасль
13	 Moldtelecom	4,1	Телекоммуникации
14	 Domnita	3	Продукты питания
15	 Unite	2,65	Телекоммуникации
16	 Spicul de Aur	2,33	Продукты питания
17	 Nr1	2,2	Ритейл

	Бренд	Стоимость, млн.\$	Отрасль
18	 Comrat	2,15	Ликероводочная отрасль
19	 Lapmol	2,05	Молочная промышленность
20	 Acorex	1,95	Ликероводочная отрасль
21	 Moldasig	1,92	Страхование
22	 Moldinconbank	1,8	Финансовые услуги
23	 Dionis Club	1,77	Ликероводочная отрасль
24	 Maximum	1,64	Ритейл
25	 Gura Căinarului	1,5	Пивобезалкогольная отрасль
26	 Zorile	1,45	Легкая промышленность
27	 Tomai	1,27	Ликероводочная отрасль
28	 Carmez	1,2	Мясная промышленность
29	 Natur Bravo	1,13	Продукты питания
30	 Mileștii Mici	1,1	Ликероводочная отрасль
31	 Banca de Economii	1,02	Финансовые услуги
32	 Bemol	0,98	Топливо и энергетика
33	 StarNet	0,95	Телекоммуникации
34	 Chateau Vartely	0,93	Ликероводочная отрасль

		Бренд	Стоимость, млн.\$	Отрасль
35		Bomba	0,9	Ритейл
36		Aqua unIQa	0,89	Пивобезалкогольная отрасль
37		Vitanta	0,88	Пивобезалкогольная отрасль
38		Linella	0,85	Retail
39		Dionysos Mereni	0,82	Ликероводочная отрасль
40		Alina Electronic	0,81	Ритейл
41		Bunătate	0,8	Продукты питания
42		Zernoff	0,73	Ликероводочная отрасль
43		Bojo Vin	0,7	Ликероводочная отрасль
44		Floare	0,65	Легкая промышленность
45		Naturalis	0,6	Пивобезалкогольная отрасль
46		Orlact	0,55	Продукты питания
47		Alianta	0,51	Ликероводочная отрасль
48		Incomlac	0,5	Молочная промышленность
49		Vita	0,49	Пивобезалкогольная отрасль
50		Nefis	0,48	Кондитерская промышленность

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