

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