



УДК 339.138

10 НАЙДОРОЖЧИХ БРЕНДІВ ЗА ВЕРСІЄЮ ЖУРНАЛУ FORBES

Студ. П.С. Волковинська, гр. БМРск-17
Науковий керівник доц. Ю.В. Зимбалевська
Київський національний університет технології та дизайну

Мета і завдання. *Мета* – дослідження найдорожчих брендів світу.

Завдання полягає в розкритті особливостей функціонування та управління найдорожчими світовими брендами.

Об'єкт та предмет дослідження - бренди з точки зору їх вартості та економічної ефективності.

Методи та засоби дослідження. Для досягнення поставленої мети у процесі дослідження були використані такі методи: системний аналіз, дедукція та порівняння.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Систематизація досвіду формування найдорожчих брендів.

Результати дослідження. Forbes (укр. «Форбс») — американський діловий журнал, один із найавторитетніших і найвідоміших економічних друкованих видань у світі. Журнал відомий завдяки рейтинговим спискам найзаможніших людей світу, публікаціями історії успіху і поразок підприємців, нових ідей для бізнесу та інвестицій. Команда журналу Forbes має доступ до перших осіб компаній, політиків і лідерів думок, а тому отримує інформацію від найбільш обізнаних джерел. При складанні рейтингу найдорожчих брендів світу редакція Forbes враховує прибуток компаній за останні три роки і коефіцієнт впливу бренду на прибуток у різних галузях. Топ-10 дорогих брендів світу:

1. Apple. За оцінкою видання вартість бренду Apple становить 145,3 млрд доларів США, що на 87% перевищує номінальну вартість бренду Google. Незважаючи на те, що смартфони iPhone не дуже відрізняються від останніх гаджетів Samsung, Apple призначає на них преміум-ціну, і вони становлять майже половину від усіх проданих смартфонів в США, а їх світові продажі за різдвяні канікули становили 75 млн. штук.

2. Microsoft, вартістю 69,3 мільярда доларів. Після багатьох років поневірянь і жорсткої критики з боку користувачів і преси Microsoft несподівано знову стала успішною. Багато в чому це заслуга нового CEO Сатьї Наделли – номер 4 в рейтингу найбільш високооплачуваних CEO у світі, третього керівника корпорації за останні 40 років. Microsoft заінтригувала презентацією нового продукту – окулярів додаткової реальності HoloLens, які поки перебувають на стадії розробки. «Ми працюємо над тим, щоб наші користувачі не потребували Windows, а обирали окулярів додаткової реальності HoloLens», – говорив Наделла на січневій презентації нової операційної системи. З приходом нового CEO компанія вклала 11 млрд дол. США в дослідження і розробку новаторських продуктів. Протягом трьох наступних років Microsoft сподівається здобути 1 млрд користувачів. «Я розумію, чому користувачі перестануть ненавидіти компанію, але чому повинні її полюбити – це для мене загадка», – розповів Forbes Кевін Келлеру, професор Дортмундської бізнес-школи.

3. Google – 65,6 млрд доларів США. Зростання за рік: 16%. Компанія Google котрий рік утримує лідерство на ринку пошукових систем як у США, так і за межами країни. Останнім часом активний наступ почався по СНД, де лідером був «Яндекс», і в Китаї, де є своє пошукова система. Зробити це вдалося за рахунок стрімкого розвитку мобільної операційної системи Android. Сьогодні Google вже займається не лише

пошуком, а й створює свої пристрої, всесвітній інтернет, безпілотні автомобілі, персонального мобільного оператора.

4. Coca-Cola - 56 млрд доларів США. Зростання за рік: 0%. Для Coca-Cola настали не найкращі часи. За останній рік споживання флагманського напою впало в США на 0,1%, а дієтична кола втратила майже 7%. Виручка компанії за рік знизилася на 17%. Упевненості акціонерам надає наявність більш ніж 9% акцій компанії в портфелі Berkshire Hathaway – найвпливовішої компанії в США.

5. IBM – 49,89 млрд доларів США. Зростання за рік: 4%. Для IBM настали не найкращі часи: фінансові показники падають 12 кварталів поспіль. Керівництво компанії знову прийняло стратегічне рішення – повністю перейти в «хмару», доходи від якої в 2014 році зросли на 60%. Також компанія уклала партнерство з Apple на спільну розробку софту для корпоративного ринку.

6. McDonald's – 39,5 млрд доларів США. Зростання за рік: -1%. Щодня мережа ресторанів McDonald's обслуговує 69 млн відвідувачів у сотні країн світу. Але є підозри, що час швидкої їжі минув: Звички людей змінюються, і тепер у США та Азії більше переваги надають здоровій їжі. Як результат, у планах компанії закрити понад 700 точок у всьому світі через низькі продажі.

7. Samsung – 37,9 млрд доларів США. Зростання за рік: 8%. Для компанії Samsung минулий рік був неймовірно складним: падіння продажів смартфонів і доходів йшло квартал за кварталом. Великою проблемою став вихід iPhone 6 Plus, який перекрив повітря моделям Note. До цього підключилася китайська Xiaomi, яка перейняла лідерство. Змінити ситуацію можуть нові флагмани Galaxy S6 і S6 Edge, які вже зараз успішно продаються.

8. Toyota – 37,8 млрд доларів США. Зростання за рік: 21%. Японська компанія Toyota на поточний момент займає перше місце серед дорогих автомобільних брендів. За 2014 рік компанія продала 10,23 млн автомобілів, що стало новим рекордом і ставить Toyota в лідери автомобільної індустрії.

9. General Electric – 37,5 млрд доларів США. Зростання за рік: 1%. У 2014 році компанія General Electric почала повертатися до життя. В планах у керівництва – виплатити акціонерам компанії близько \$90 млрд дивідендів і викупити власних акцій компаній на \$50 млрд.

10. Facebook – 36,5 млрд доларів США. Зростання за рік: 54%. Facebook показав найвище зростання за 2014 рік щодо вартості бренда – відразу на 54%. Це дало змогу брендові соціальної мережі потрапити в десятку найдорожчих брендів. Загальна кількість користувачів Facebook зросла до 1,44 млрд, а кількість активних користувачів підвищилася до 936 млн. Сьогодні компанія активно працює над розвитком відеонапрямку і намагається перетягнути на свою сторону світові онлайн-видання для публікації контенту.

Висновки. Бренд оцінюється так, як його сприймають споживачі. Готовність клієнтів платити вищу ціну або ймовірність, що куплять саме його продукт, – це те, що робить його цінним з точки зору компанії", – зазначив Девід Райбстін, професор маркетингу і експерт з брендингу Wharton School університету Пенсільванії.

Ключові слова: бренд, брендинг, найдорожчі бренди світу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Марті Ноймайер. «Zag. Найкращий посібник з брендингу» — К: 2017, 192 с.
2. Рябых Андрей. Персональный бренд: создание и продвижение / Андрей Рябых, Ника Зебра. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 304 с.
3. Беквит Гарри. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг — М.: Альбина Паблишер, 2017. — 292 с.