

## БРЕНДИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У СВІТОВОМУ РЕЙТИНГУ

П'янкова О.В., асистент

*Національний університет харчових технологій*

Процеси розвитку брендів актуалізують проблему управління ними, що підвищує значущість питання оцінки брендів у світі. Найбільш авторитетними серед фахівців є результати щорічного рейтингу компанії Interbrand, що працює на ринку з 1974 року, а відповідно до інформації з сайту компанії: «з того часу, коли світ почав розуміти, що бренд – не лише слово або логотип». Під слоганом «Створюємо вартість бренда та управляємо нею» представництва компанії працюють у 29 країнах світу. Відповідно до методики, детальний опис якої подано у першому розділі, Interbrand розраховує частку у прибутку, котру отримує компанія за рахунок бренда, його роль у нематеріальних активах, силу бренда. Проведений нами аналіз результатів дозволяє констатувати наявність серед 100 лідерів 11 брендів харчової промисловості, серед яких 4 об'єднують безалкогольні напої, 3 бренди представляють алкогольні напої та 5 полегшують вибір продуктів харчування. За національною приналежністю брендів традиційне лідерство залишається за США: 51 позиція серед 100 найкращих, вісім позицій у першій десятці, 6 брендів серед 11 найкращих брендів продуктів харчування та напоїв. Друге місце посідає Франція: 8 представників у сотні лідерів світу, 3 бренди з 11 харчових є французькими за походженням. Боротьба за третє місце у рейтингу відбувається між Німеччиною та Японією, кожна з яких представила до рейтингу по 7 учасників. Також особливої уваги заслуговують результати Швейцарії, яка є батьківщиною 5 брендів з найкращої сотні та 2 з лідерів продуктів харчування. На жаль, у всесвітньому рейтингу 2009 року вітчизняні бренди не представлені, покладаємо надію на майбутній успіх.