

Hanna
Górska-
Warszewicz

Ranking wartości marek

Burzliwe i niepewne otoczenie przedsiębiorstw sektora żywnościowego wymaga umacniania marek postrzeganych korzystnie przez konsumentów w kontekście jakości, oferowanych korzyści i relacji cena – wartość dla konsumenta. Wybory konsumenckie dokonywane na rynku wpływają na pozycję marek, co kształtuje udziały rynkowe, a z perspektywy przedsiębiorstwa warunkuje satysfakcjonujące przychody ze sprzedaży. W artykule przedstawiono wybrane aspekty „Rankingu Najcenniejszych Marek Polskich” w odniesieniu do marek produktów żywnościowych i napojów bezalkoholowych.

O publikowany w grudniu 2011 r. „Ranking Najcenniejszych Marek Polskich” objął 330 marki o łącznej wartości 57 mld zł. Zanotowano spadek łącznej wartości analizowanych marek o 40 mld zł (ok. 3%) w stosunku do rankingu z ubiegłego roku. Zaistniała sytuacja wynika z postępującego procesu konsolidacji i wycofywania niektórych marek z portfeli asortymentowych koncernów międzynarodowych. W mniejszym stopniu spadek łącznej wartości marek można tłumaczyć sytuacją na rynkach kapitałowych. Indeks największych spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych obniżył się od 31 grudnia 2010 r. do dnia publikacji rankingu o 16% [1].

Najwyżej wycenioną marką w sektorze żywnościowym jest marka Mlekovita należąca do SM Mlekovita, której wartość wzrosła w stosunku do ubiegłorocznego rankingu o 6% i przekroczyła 1 mld zł. Oprócz marki Mlekovita wśród trzydziestu najcenniejszych polskich marek znalazły się trzy

marki napojów alkoholowych (Tyskie, Żubr i Czysta de Luxe) i po jednej marce z branży wyrobów cukierniczych (Wedel) i przetworów mięsnych (Sokołów).

Na uwagę zasługują tendencje budowy i umacniania marek żywności w branżach o najniższych wskaźnikach znajomości marek. Do takich branż należy branża mięsna oraz przetworów zbożowych. Wysoka pozycja dwóch marek: Sokołów i Indykpol wynika z działań producentów koncentrujących się na kształtowaniu wizerunku marek przetworów mięsnych, a z drugiej strony jest odzwierciedleniem potrzeb konsumentów w zakresie wyboru produktów o gwarantowanej jakości. Wśród marek produktów zbożowych o największej wartości wymienić należy marki: mąki Polski Młyn i makaronów Lubella.

Oprócz głównego rankingu przedstawiającego wartość marki opartej na miarach finansowych, przedstawiono też zestawienia cząstkowe dotyczące m.in. mocy marki, lojalności wobec marek, świadomości marki.

Moc marki w rankingu jest miarą efektywności zarządzania i przedstawia marki w podziale na kategorie, w tym słodczyce i lody, produkty żywnościowe, napoje alkoholowe i bezalkoholowe. W rankingu mocy marek słodczy i lodów najwyższe pozycje zajęły marki: Wedel, Prince Polo, Grzeński, Wawel i Goplana, wśród produktów żywnościowych: Winiary, Pudliszki, Lubella, Sokołów i Hortex (mrożonki). W grupie napojów alkoholowych najwyższą moc uzyskały marki: Tyskie, Żywiec, Lech, Żołądkowa Gorzka i Żubrówka, nato-

Tabela. Pięćdziesiąt najbardziej cennych polskich marek żywności i napojów alkoholowych

Pozycja w rankingu	Nazwa marki	Wartość marki [mln zł]	Zmiana wartości marki 2011/2010 [%]	Właściciel (użytkownik) marki	Branża
9	Mlekovita	1058,8	6	SM Mlekovita	mleko i przetwory mleczne
12	Tyskie	785,0	-15	Kompania Piwowarska	piwo
17	Sokołów	611,6	190	Sokołów	przetwory mięsne
18	Wedel	607,7	-17	E. Wedel	wyroby cukiernicze
21	Żubr	573,3	-16	Kompania Piwowarska	piwo
22	Czysta de Luxe	549,8	1	Polmos Lublin	alkohole wysokoprocentowe
32	Winiary	425,2	1	Nestle	dania w proszku, przyprawy
34	Lech	382,0	-16	Kompania Piwowarska	piwo
35	Żywiec	381,0	-22	Grupa Żywiec	piwo
36	Żywiec Zdrój	352,2	-10	Żywiec Zdrój	napoje bezalkoholowe
38	Tymbark	328,1	-21	Tymbark	napoje bezalkoholowe
39	Tatra	324,8	-12	Grupa Żywiec	piwo
44	Indykpol	281,1	1634	Indykpol	przetwory mięsne
47	Morliny	266,3	-18	Animex	przetwory mięsne
49	Żołądkowa Gorzka	253,8	-16	Polmos Lublin	alkohole wysokoprocentowe
50	Łaciate	251,3	-10	SM Mlekoop	mleko i przetwory mleczne
52	Absolwent	235,0	-31	Polmos Białystok	alkohole wysokoprocentowe
55	Warka	230,8	-17	Grupa Żywiec	piwo
56	Mleko Łowickie	222,6	-17	OSM Łowicz	mleko i przetwory mleczne
59	Bakoma	212,7	-9	Bakoma	mleko i przetwory mleczne
60	Piątnica	211,6	-10	OSM Piątnica	mleko i przetwory mleczne
62	Wawel	191,1	8	Wawel	wyroby cukiernicze
65	Pudliszki	184,7	-20	HJH	przetwórstwo owoców i warzyw
66	Łowicz (żywność)	183,7	-1	Agros Nova	przetwórstwo owocowo-warzywne
69	Harnaś	170,8	17	Carlsberg	piwo

miast w kategorii napojów bezalkoholowych: Tymbark, Żywiec Zdrój, Hortex (soki), Cisowianka i Nałęczowianka.

Ranking **lojalności marek** obrazuje stopień uwzględnienia marki przy okazji kolejnych zakupów. Najwyższe pozycje spośród marek produktów żywnościowych i napojów alkoholowych uzyskały: Pudliszki, Winiary, Wedel, Lubella, Hortex (mrożonki). Zestawienie dotyczące świadomości marki oparto na dwóch wskaźnikach: pamięci wspomaganą (respondent wybiera marki z prezentowanej listy) i pamięci spontanicznej (respondent sam przypomina sobie nazwę marki, gdy podana jest nazwa kategorii). Spośród produktów żywnościowych najwyższe noty uzyskały marki: Wedel, Winiary, Bebiko, Żywiec Zdrój i Saga.

W pozostałych rankingach szczegółowych najwyższe pozycje uzyskały następujące marki produktów żywnościowych i napojów alkoholowych:

- Wedel, Hortex (mrożonki), Winiary, Hortex (soki) i Krakus (wędliny) w rankingu prestiżu sporządzonym na podstawie relatywnych ocen konsumentów prestiżu marek w danych kategoriach produktów,
- Wedel, Hortex (mrożonki), Winiary, Pudliszki, Hortex (soki) w rankingu postrzeganej jakości obrazującym relatywne oceny konsumentów ogólnej doskonałości i wyższości marek,
- Wedel, Pudliszki, Lubella, Sokołów i Tymbark w rankingu siły marek uwzględniającym pozycję rynkową marki, relacje z klientami, postrzeganie marki i rodzaj rynku.

Nowym elementem umieszczonym w opracowaniu „Rzeczpospolitej” są wyniki konkursu Młoda Marka Sukcesu. Zamierzeniem pomysłodawców była promocja firm, które w ciągu ostatnich siedmiu lat zbudowały rodzime marki konsumenckie. Do konkursu zgłoszono 15 marek. Rada Polskich Marek przyznała pierwsze miejsce marce Abramczyk,

wyróżnienie uzyskała marka Wypasione Spółdzielni Mleczarskiej Mlekovita.

Marka Abramczyk jest marką zbiorową, korporacyjną mrożonych, pakowanych ryb i owoców morza, istniejącą od 2005 r. Argumentem przesądzającym okazała się nowa technologia produkcji Dare Fresh, ograniczająca warstwę lodu do 10% [2].

Marka Wypasione jest marką mleka UHT, kierowaną do segmentu młodych konsumentów. Należy wskazać na jej istnienie w świadomości konsumentów dzięki nowatorskiej strategii pozycjonowania, co osiągnięto mimo krótkiej ekspozycji rynkowej (od 2009 r.).

Podsumowując aktualny ranking marek, należy wskazać na współlistnienie miar finansowych i odnoszących się do percepcji konsumenckiej. Obrazuje to podkreślenie świadomego wyboru konsumentów opierającego się m.in. na jakości i zaufaniu wobec marki. W sytuacji natężenia działań konkurencyjnych producentów, zachowania konsumentów przejawiające się w konkretnych wyborach produktów i usług w istotny sposób warunkują wielkość sprzedaży, a w konsekwencji wyniki finansowe przedsiębiorstw. Jednocześnie obserwujemy wpływ na kształtowanie się miar finansowych w postaci wartości marki. ■

Dr inż. H. Górską-Warsewicz - Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji, SGGW

LITERATURA:

- [1] Anklewicz M.: 2011. Markowa bessa dotknęła Polski. Ranking Najcenniejszych Marek Polskich. Dodatek „Marki Polskie”, Rzeczpospolita, 15 grudnia.
- [2] Błaszczak A.: 2011. Ryby głosu nie mają, ale mogą mieć markę, Ranking Najcenniejszych Marek Polskich. Dodatek „Marki Polskie”, Rzeczpospolita, 15 grudnia.

Mlekovita jest najwyższą wycenioną marką w sektorze żywnościowym, jej wartość przekroczyła 1 mld zł. Wśród trzydziestu najcenniejszych polskich marek znalazły się: Tyskie, Żubr i Czysta de Luxe, Wedel oraz Sokołów.

Pozycja w rankingu	Nazwa marki	Wartość marki [mln zł]	Zmiana wartości marki 2011/2010 [%]	Właściciel (użytkownik) marki	Branża
75	Krupnik	159,7	870	Destylarnia Sobieski	alkohole wysokoprocentowe
79	Jutrzenka	155,3	-11	Colian	wyroby cukiernicze
80	Olej Kujawski	153,3	-20	ZT Kruszwica	tłuszcz jadalne
81	Kubuś	151,0	-27	Maspex	napoje bezalkoholowe
85	Herbapol	145,8	-16	Herbapol Lublin	herbaty owocowe i ziołowe
95	Bobovita	131,3	-80	Nutricia	produkty dla dzieci
96	Okocim	129,1	10	Carlsberg	piwo
97	1906	128,8	22	Polmos Lublin	alkohole wysokoprocentowe
99	Hortex (soki)	126,5	-38	Hortex	napoje bezalkoholowe
103	Polskie Młyny	122,2	6	Polskie Młyny	mąka
104	Sobieski	121,8	-24	Destylarnia Sobieski	alkohole wysokoprocentowe
105	Krakus (wędliny)	120,3	-16	Animex	przetwory mięsne
108	Dębowe Mocne	111,0	-34	Kompania Piwowarska	piwo
113	Lubella	106,5	5	Lubella	makarony
114	Redds	106,2	-12	Kompania Piwowarska	piwo
115	Kamis	104,6	7	Kamis	przyprawy
117	Delma	100,5	0	Unilever	tłuszcz jadalne
118	Luksusowa	99,0	1	Polmos Zielona Góra	alkohole wysokoprocentowe
120	Żubrówka	97,8	-12	Polmos Białystok	alkohole wysokoprocentowe
121	Starogardzka	97,6	-28	Destylarnia Sobieski	alkohole wysokoprocentowe
122	Prima	97,3	18	Prima	kawa
123	Wyborowa	97,0	-30	Wyborowa	alkohole wysokoprocentowe
124	Saga	95,7	2	Unilever	herbata
125	Soplica	93,6	-28	Unicom Bols	alkohole wysokoprocentowe
128	Hortex (mrożonki)	87,2	-38	Hortex	przetwórstwo owoców

Źródło: Ranking Najcenniejszych Polskich Marek. Dodatek do „Rzeczpospolitej” 15 grudnia 2011 r.