Черепанов, Владимир Юрьевич. Оценка стоимости бренда и товарного знака профессионального футбольного клуба : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.10 / Черепанов Владимир Юрьевич; [Место защиты: Моск. финансово-пром. акад.].- Москва, 2011.- 217 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-8/2135

**Введение к работе**

**Актуальность темы исследования.** В последние годы в РФ управление субъектами хозяйствования ориентировано на рост стоимости бизнеса. Объектом управления выступают денежные потоки, создаваемые их активами; при этом все большее значение начинают приобретать нематериальные активы. В связи с этим у менеджеров возникла потребность формирования и эффективного управления последними.

Во многих отраслях экономики значительную часть нематериальных активов хозяйствующих субъектов формируют бренды и товарные знаки.

В настоящее время профессиональный футбол является частью социальной сферы, области оказания услуг и является объектом предпринимательства. Согласно отчету международной аудиторской и консалтинговой компании Deloitte «Deloitte’s Football Money League» за 2011 г. лучшие двадцать европейских футбольных клубов в сезоне 2009-2010 гг. заработали общий доход в 4,3 млрд. евро. Поэтому вопросы увеличения стоимости и совершенствования управления нематериальными активами профессиональных футбольных клубов (далее — ПФК), не менее актуальны, чем для остальных субъектов бизнеса. При оценке эффективности управления их деятельностью наряду с финансовыми, спортивными и другими показателями, должны присутствовать показатели, характеризующие эффективность управления брендом и товарным знаком клуба.

Нарастание проблемы эффективного управления и оценки стоимости брендов и товарных знаков среди российских ПФК связано с увеличением их выручки, бюджета, роста внимания со стороны болельщиков и инвесторов, а также получением права на проведение чемпионата мира по футболу в 2018 г., что свидетельствует о повышенном внимании к отечественному футболу и развитии футбольной индустрии.

**Степень разработанности проблемы.** Вопросам оценки стоимости нематериальных активов, брендов и товарных знаков в частности, уделено внимание в исследованиях зарубежных и российских специалистов: Г.Г. Азгальдова, С. Гордона, А.Г. Грязновой, В.В. Зотова, А.Н. Козырева, И.В. Косоруковой, Ю.Б. Леонтьева, Х.А. Мамаджанова, Н.Ю. Пузыни, Р. Рейли, В.М. Рутгайзера, А.Г. Санникова, Д. Хитчнера и др. Значительный вклад в решение проблемы управления марочным капиталом и брендами внесли ученые: Д. Аакер, Б. Джанелл, Э. Йохимштайлер, Ж-Н Капферер, К.Л. Келлер, В.Е. Китайский, В.Л. Музыкант, П. Стюарт, А. Эллвуд и др. Развитие рыночных отношений в спорте и спортивной индустрии освещены в работах М. Брукса, В.А. Леднева, Б. Муллина, А.В. Орлова, И.И. Переверзина, В. Суттона, М. Томича, Ф. Шаафа, М. Шанка и др.

В их исследованиях в общих чертах проанализированы современные методы оценки стоимости брендов и товарных знаков, обоснованы рекомендации по увеличению их стоимости и правовой охраны, продвижения и позиционирования на рынке, сформулированы проблемы менеджмента в спорте, исследована специфика коммерческой деятельности спортивных организаций в условиях рыночных отношений, взаимодействие со спонсорами, болельщиками и соответствующими государственными органами.

Вместе с тем, в этих работах не идентифицирован бренд ПФК как объект стоимостной оценки, не разработана методика оценки стоимости брендов и товарных знаков ПФК, учитывающая специфику их деятельности. Кроме того, не исследованы способы расчета ставки дисконтирования бренда и товарного знака ПФК, не определена совокупность факторов, оказывающих влияние на их стоимость. Таким образом, в опубликованных работах проанализирована оценка стоимости бренда и товарного знака ПФК не как самостоятельная проблема.

Это подтверждает актуальность темы диссертации с теоретической и практической точек зрения, что определило цель и задачи исследования.

**Цель исследования** состоит в решении научной задачи по обоснованию и выработке практических рекомендаций по оценке стоимости бренда и товарного знака ПФК.

Реализация цели потребовала решения следующих **задач**:

1. Раскрыть особенности бренда и товарного знака ПФК, их экономическую сущность и содержание для идентификации как объекта оценки.
2. Провести сравнительный анализ и разработать группировку методов оценки стоимости брендов и товарных знаков для определения предпочтительности их использования при оценке стоимости бренда и товарного знака ПФК.
3. Выявить ключевые факторы, оказывающие влияние на итоговую величину стоимости бренда и товарного знака ПФК.
4. Разработать методику расчета индекса бренда ПФК для определения величины генерируемых им денежных потоков.
5. Разработать методику расчета ставки дисконтирования бренда и товарного знака ПФК.
6. Создать методику определения величины функционального устаревания товарного знака ПФК для повышения достоверности и обоснованности результатов оценки в затратном подходе.

**Объектом исследования** выступает стоимость бренда и товарного знака ПФК.

**Предметом исследования** являются методы оценки стоимости бренда и товарного знака ПФК.

**Теоретические и методологические основы исследования.** Теоретической базой исследования являются труды отечественных и зарубежных авторов в области оценки стоимости нематериальных активов и предприятий, экономики спорта, спортивного менеджмента и маркетинга.

Методологическая основа исследования базируется на использовании анализа и синтеза, индукции и дедукции, сравнительного анализа, такого принципа познания как общее, особенное и единичное. В диссертации использованы методы корреляционно-регрессионного анализа, некоторые методы финансовой математики.

**Информационную базу исследования** составили специализированные интернет-сайты, финансовая отчетность ПФК, данные международных консалтинговых компаний BBDO Consulting, Brand Finance, FutureBrand, Delloite&Touche, а также материалы, собранные и обработанные автором работы в ходе апробации.

**Наиболее существенные новые результаты, полученные лично и выносимые на защиту:**

1. **Доказано, что под брендом ПФК для целей оценки следует понимать** совокупность исключительных прав на использование репутации главного тренера и игроков команды, зависящей, главным образом, от спортивных результатов клуба и числа его болельщиков. Исключительные права на бренд не могут быть юридически оформлены, выступать объектом гражданских прав, быть самостоятельным объектом оценочной деятельности и бухгалтерского учета, так как относятся к неидентифицируемым нематериальным активам. Раскрыто, что бренд ПФК создает клубу конкурентные преимущества, может быть объектом управленческого анализа, и имеет стоимость, которую можно рассчитать и управлять ею.

Предложенное определение бренда ПФК развивает и дополняет понятийный аппарат, позволяет рассчитать его стоимость.

1. **Разработана группировка методов оценки стоимости бренда и товарного знака** к числу которых относятся: метод расчета добавленной экономической стоимости, ценовой премии, освобождения от роялти, выделения доли лицензиара в прибыли лицензиата, экономии затрат, чувствительности, сравнения продаж, исторических затрат, расчета затрат на воспроизводство, расчета затрат на замещения, оценки по предполагаемой стоимости рекламы.

В основе группировки лежат признаки: ключевые критерии формирования стоимости, способ определения экономического эффекта, оцениваемый объект, вида определяемой стоимости, оформление результатов оценки.

Разработанная группировка позволяет выбрать метод оценки стоимости бренда и товарного знака ПФК в рамках доходного, сравнительного и затратного подходов, а также согласовать полученные результаты при определении итоговой величины стоимости любого бренда и товарного знака, в т.ч. бренда и товарного знака ПФК.

Обосновано, что при оценке стоимости бренда ПФК следует применять метод расчета добавленной экономической стоимости, при оценке стоимости товарного знака ПФК — методы освобождения от роялти и расчета затрат на воспроизводство.

1. **Раскрыты ключевые факторы, влияющие на стоимость бренда и товарного знака ПФК:**спортивные достижения команды, личные спортивные достижения игроков, размер бюджета, наличие контрактов со спонсорами, местоположение клуба, реализуемая клубом трансферная политика, численность болельщиков, средняя посещаемость матчей, организационно-управленческая структура клуба, развитость принадлежащей клубу инфраструктуры, степень юридической защищенности исключительных прав, количество (в среднем) телетрансляций матчей команды. Ключевые факторы были сгруппированы на факторы внешней (экономические, социальные, географические) и внутренней среды.

Выявленная совокупность факторов и их последующая группировка актуальны для оценщиков для адекватной интерпретации полученных результатов стоимости, для менеджеров ПФК — в целях принятия управленческих решений за счет воздействия на данные факторы.

1. **Разработана методика расчета индекса бренда ПФК.** Отличие данной методики от существующих состоит в учете стратегических источников стоимости ПФК: посещаемость матчей, лояльность болельщиков, выигранные трофеи клуба (спортивные достижения), спонсоры, состав игроков, стадион ПФК, качество и ассортимент атрибутики, фирменный стиль и дизайн, реклама, местоположение ПФК.

Предложенная методика расчета индекса бренда ПФК позволяет учитывать специфику деятельности ПФК как субъектов экономических отношений и самостоятельных объектов инвестирования.

1. **Разработана методика расчета ставки дисконтирования:**

для бренда ПФК на основе модифицированной модели оценки капитальных активов и модифицированного метода кумулятивного построения. Модификация модели оценки капитальных активов заключается в анализе и количественном определении премии инвестирования в бренд ПФК, а модификация метода кумулятивного построения — в оценке критериев исходного состава факторов риска.

для товарного знака ПФК на основе модифицированного метода кумулятивного построения. Модификация метода кумулятивного построения заключается в составе факторов риска и критериев их оценки.

Разработанная методика расчета ставки дисконтирования позволяет повысить достоверность и обоснованность полученных результатов оценки стоимости бренда и товарного знака ПФК в рамках доходного подхода.

1. **Разработана методика определения величины функционального устаревания товарного знака ПФК,** суть которой заключается в балльной оценке выполняемых товарным знаком ПФК функций (индивидуализирующей, информационной, рекламной, конкурентной, охранной) по предложенным автором критериям.

Данный способ расчета функционального устаревания товарного знака позволяет повысить объективность и обоснованность полученных результатов оценки стоимости товарного знака ПФК в рамках затратного подхода.

Наиболее существенные результаты соответствуют п. 5.1. Теория, методология и концептуальные основы формирования стоимости различных объектов собственности паспорта специальности 08.00.10 — Финансы, денежное обращение и кредит (ч. I, р. 5).

**Научная новизна исследования** состоит в разработке методики оценки стоимости товарного знака и бренда профессионального футбольного клуба, которая позволяет учесть специфику его деятельности, обеспечить достоверность и обоснованность результатов оценки, принять управленческие решения, направленные на рост стоимости бренда и товарного знака ПФК.

**Теоретическая значимость исследования** развивает теорию оценки и управления стоимостью, спортивного менеджмента и маркетинга.

Полученные теоретические положения и выводы способствуют дальнейшему накоплению теоретического знания о сущности бренда и товарного знака ПФК, оценки их стоимости и управления на основе стоимостного подхода.

**Практическая значимость исследования** заключается в возможности применения разработанной методики оценки стоимости бренда и товарного знака ПФК, повышения эффективности управления их стоимостью, увеличения степени конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности российских футбольных клубов.

Выводы и результаты работы ориентированы на использование оценщиками для анализа, достоверности и интерпретации полученных результатов оценки; менеджерами для оценки эффективности управленческих решений на основе стоимостного подхода.

Материалы диссертации целесообразно использовать в образовательном процессе в дисциплинах: «Оценка стоимости предприятия (бизнеса)», «Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности» при обучении студентов, магистров, слушателей групп профессиональной переподготовки оценщиков и спортивных менеджеров.

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Результаты исследования были освещены в докладах «Оценка стоимости бренда (торговой марки)» на втором Международном научном конгрессе «Роль бизнеса в трансформации российского общества — 2007» (в апреле 2007 г.), «Оценка стоимости спортивных брендов» на третьем Международном научном конгрессе «Роль бизнеса в трансформации российского общества — 2008» (в апреле 2008 г.), «Факторы стоимости бренда профессионального футбольного клуба» на пятом Международном научном конгрессе «Роль бизнеса в трансформации российского общества — 2010» (в апреле 2010 г.), «Определение величины функционального устаревания товарного знака футбольного клуба» на шестом Международном научном конгрессе «Роль бизнеса в трансформации российского общества — 2011» (в апреле 2011 г.), «Сколько стоит бренд футбольного клуба?» на второй Всероссийской научно-практической конференции «Развитие саморегулирования оценочной деятельности: конкуренция, стандартизация и подготовка кадров» (в июне 2009 г.).

Материалы диссертации применены при разработке (в соавторстве) учебного пособия «Оценочная деятельность. Оценка стоимости имущества. Книга 2» и при преподавании курсов «Оценка стоимости предприятия (бизнеса)», «Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности» в МФПА.

Результаты исследования использовались при оценке стоимости исключительных прав на товарные знаки, в т.ч. на товарные знаки ПФК, в ЗАО «Рыночные оценочные системы», ООО «Центр независимой оценки и консалтинга», что подтверждается соответствующими справками о внедрении.

**Полнота публикаций.** Основное содержание диссертации опубликовано в 9 научных работах общим объемом 5,0 п.л., 3 из которых в изданиях, рекомендованных ВАК.