Каширина Елена Ивановна. Развитие методов оценки стоимости товарных знаков российских промышленных предприятий : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.10 / Каширина Елена Ивановна; [Место защиты: Рост. гос. эконом. ун-т "РИНХ"].- Ростов-на-Дону, 2010.- 179 с.: ил. РГБ ОД, 61 10-8/1977

**Содержание к диссертации**

Введение

Глава 1. Теоретико-методологические аспекты определения стоимости товарных знаков промышленных предприятий 13

1.1 Экономическая сущность товарного знака как объекта оценки 13

1.2 Исследование факторов, влияющих на стоимость товарного знака 27

1.3 Анализ подходов к оценке стоимости товарных знаков (зарубежный и российский опыт) 40

Глава 2. Специфика методов оценки стоимости товарных знаков промышленных предприятий 57

2.1 Оценка товарных знаков с позиции методов затратного подхода. 57

2.2 Развитие методов сравнительного подхода к оценке товарных знаков 69

2.3 Анализ методов доходного подхода к оценке товарных знаков...82

Глава 3. Обоснование оценки рыночной стоимости товарных знаков промышленных предприятий 107

3.1 Выбор подходов и методов к оценке стоимости товарных знаков промышленных предприятий в российских условиях 107

3.2 Определение рыночной стоимости товарных знаков с позиции методов сравнительного и доходного подходов 119

Заключение 131

Библиографический список 136

Приложения 148

**Введение к работе**

**Актуальность темы исследования.**В состав активов промышленного предприятия, формирующих его стоимость, входят нематериальные активы, которые обеспечивают получение будущих выгод. Инвестиции в нематериальные активы являются определяющим фактором эффективного использования собственного капитала предприятия и играют главную роль в реализации финансовых стратегий компаний в условиях глобальной трансформации финансовых рынков и перехода к инновационной экономике.

В развитых странах доля нематериальных активов составляет от 30 до 40 процентов от всех активов промышленных предприятий, а в наукоемких компаниях достигает 70-80%. В структуре собственности российских предприятий интеллектуальная собственность составляет менее 1% из-за плохо поставленного учета и недооценки значения нематериальных активов в деятельности предприятия, что в результате приводит к ухудшению его финансового состояния, снижению рыночной стоимости компании.

Наиболее ценными нематериальными активами промышленных предприятий являются товарные знаки. Товарные знаки все активнее вовлекаются в процесс хозяйственного оборота, о чем свидетельствует ежегодное увеличение количества зарегистрированных товарных знаков (за последние 5 лет данный показатель увеличился на 40%) и договоров, связанных с распоряжением исключительными правами на товарные знаки. Привлекательной формой распоряжения правами на товарные знаки являются лицензия и коммерческая концессия.

Одним из инструментов эффективного управления финансовыми потоками предприятий становится оценка стоимости товарных знаков. Определение стоимости товарных знаков необходимо при формировании уставного капитала и постановке на балансы предприятий в качестве нематериальных активов, в том числе в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности; при проведении ценовой политики; при получении креди-

та под залог оцениваемого объекта интеллектуальной собственности; при слиянии и поглощении предприятий и т.д.

Отсутствие общепринятых методов оценки в рамках затратного, сравнительного и доходного подходов для проведения стоимостной оценки товарных знаков затрудняет получение наиболее объективной величины их стоимости. Применяемые сегодня методы оценки слабо увязаны с целями оценки товарных знаков и условиями их использования; не учитывается стадия жизненного цикла маркируемого товара и остаточный срок полезного использования товарного знака, что ведет к большому разбросу итоговых результатов, получаемых в рамках трех подходов к оценке и снижению их достоверности. Все это обусловливает актуальность исследований развития методов стоимостной оценки товарных знаков промышленных предприятий.

**Степень разработанности темы.**Проблемы стоимостной оценки нематериальных активов в контексте оценки предприятия (бизнеса) в отечественной литературе стали рассматриваться недавно, поэтому отдельные методологические аспекты в этой сфере недостаточно разработаны. Проблемам оценки стоимости предприятий (бизнеса) посвящены труды таких российских исследователей, как Грязнова А.Г., Джуха В.М., Нейман Е.И., Риполь-Сарагоси Ф.Б., Рутгайзер В.М., Симионова Н.Е., Усенко Л.Н., Федотова М.А.; оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности -Азгальдов Г.Г., Валдайцев СВ., Козырев А.Н., Козырь Ю.В., Леонтьев Б.Б., Леонтьев Ю.Б., Макаров В.Л., Новосельцев О.В., Пузыня Н. Ю., Санников А.Г., Шипова Е.В., Якубова Д.Н.

Вопросы оценки стоимости товарных знаков в зарубежной научной литературе занимают значительное место, при этом исследования опираются на богатый эмпирический опыт западных фирм в области оценки нематериальных активов в целом и товарных знаков в частности. Следует отметить работы Дамодарана А., Гентера М, Лерпера П., Парра Р., Пинга X., Рейли Р., Смита Г., Томсона М., Уэйлера Д., Хитчнера Д.Р., посвященные вопросам

сущности товарных знаков, а также особенностей их стоимостной оценки.

Исследования проблем оценки товарных знаков проводились также и в России. Существенный вклад в разработку методологических подходов к определению стоимости товарных знаков внесли такие ученые, как Азгальдов Г.Г., Гапоненко Т.В., Зинов В.Г., Козырев А.Н., Костин А.В., Леонтьев Ю.Б., Макаров В.Л., Мамаджанов Х.А., Новосельцев О.В., Пузыня Н. Ю., Санников А.Г., Шипова Е.В., Якубова Д.Н. и др.

Однако большинство методов оценки стоимости товарных знаков в российской практике основывается на западном опыте, который не может быть механически перенесен в российские условия. К тому же в настоящее время в специальной литературе недостаточно разработана проблема применения современных методов стоимостной оценки товарных знаков, поэтому необходимо определить специфику оценки товарных знаков промышленных предприятий, систематизировать факторы, влияющие на стоимость товарных знаков, и разработать основные направления оптимизации оценки стоимости товарных знаков с учетом национальных особенностей, в том числе модификации основных методов оценки товарных знаков. Необходимость решения указанных проблем определила выбор темы исследования, его цель, задачи, объект и предмет.

**Цель**и **задачи диссертационного исследования.**Цель диссертационного исследования заключается в развитии теоретико-методологических основ и выработке практических рекомендаций по оценке стоимости товарных знаков промышленных предприятий в рамках затратного, сравнительного и доходного подходов с учетом национальных особенностей.

В соответствии с указанной целью в работе были поставлены и решались следующие исследовательские задачи:

раскрыть содержание стоимостной оценки товарных знаков промышленных предприятий;

выявить и систематизировать основные факторы, формирующие рыночную стоимость товарного знака промышленного предприятия;

развить методы в рамках основных подходов к оценке товарных знаков промышленных предприятий с учетом национальных особенностей и стадий жизненного цикла маркируемых ими товаров, позволяющих повысить достоверность и объективность полученных результатов;

разработать рекомендации по практическому использованию методов оценки стоимости товарных знаков российских промышленных предприятий.

Предметом **исследования**выступают конкретные формы финансовых и организационных отношений, возникающих в процессе определения и использования стоимости товарных знаков российских промышленных предприятий.

Объектом исследования являются методы в рамках сравнительного, доходного и затратного подходов, применяемые в оценке товарных знаков промышленных предприятий.

**Теоретико-методологическую основу**исследования составляют фундаментальные положения, концепции и научные принципы, разработанные отечественными и зарубежными специалистами в области финансов и кредита, маркетинга и стоимостной оценки бизнеса, интеллектуальной собственности и нематериальных активов.

Диссертационная работа выполнена в рамках Паспорта специальностей ВАК 08.00.10 - «Финансы, денежное обращение и кредит», раздела 7. «Оценочная деятельность», п. 7.2. «Теоретическое и методологическое обоснование подходов к оценке собственного капитала организаций и их активов», п. 7.6. «Методологические основы определения стоимости различных объектов собственности в условиях неопределенности».

**Инструментарно-методический аппарат.**В процессе проведения исследования применялись общенаучные методы: анализ и синтез, индукция и дедукция, исторический и логический методы, а также метод экспертных оценок, сравнение, графический анализ. Использование данных методов исследования обеспечивает достаточный уровень надежности полученных ре-

зультатов и позволяет наиболее полно осуществить научный анализ решения поставленных задач.

**Информационно-эмпирическую базу**исследования составили законодательные и нормативные акты Российской Федерации (Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам), международных организаций (Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), Международного комитета по стандартам оценки), регулирующих взаимоотношения субъектов оценочной деятельности в области интеллектуальной собственности и нематериальных активов, материалы научно-практических конференций по вопросам развития оценки товарных знаков промышленных предприятий, статистические данные зарубежных и российских компаний, монографические работы отечественных и зарубежных ученых в области оценки товарных знаков, а также статьи из периодических научных изданий и официальных сайтов сети Интернет.

**Рабочая гипотеза диссертационного исследования**заключается в развитии теоретико-методологических основ оценки стоимости товарных знаков путем совершенствования существующих методов в рамках основных подходов к оценке (затратный, сравнительный и доходный) с учетом стадий жизненного цикла товара, для активизации работы российских промышленных предприятий по использованию ее результатов с целью получения дополнительной прибыли.

**Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту:**

1. Развитие методов оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности в России требует уточнения терминов «неосязаемые активы», «нематериальные активы» и «интеллектуальная собственность» и определения места товарного знака в системе указанных понятий. Экономическое содержание товарного знака как особого объекта оценки может быть раскрыто через его категориальную определенность и выполняемые им ос-

новные и вспомогательные функции, которые необходимо учитывать в процессе определения стоимости товарных знаков.

1. Стоимость товарного знака промышленного предприятия формируется под влиянием множества факторов, в том числе места товарного знака на рынке, инвестиционной политики, каналов распределения предприятия-собственника товарного знака и др. Анализ и группировка этих факторов позволяют рассчитать наиболее объективную стоимость.
2. Определение стоимости товарного знака промышленного предприятия с помощью методов затратного подхода в некоторых ситуациях является единственно правомерным и наиболее достоверным. Однако на практике специалистами недооценивается значимость затратного подхода к оценке товарных знаков, что обусловливает необходимость совершенствования существующих его методов для возможного их применения.
3. Сравнительный подход, являющийся второстепенным в соответствии с мировой практикой систематизации эффективности подходов к оценке стоимости товарных знаков, не всегда применим к оценке последних в связи с непрозрачностью рыночной информации по объектам-аналогам. Сущность данного подхода, основной рабочей процедурой которого является метод сравнения продаж, состоит в определении рыночной стоимости на основе цен продажи объектов сравнимой полезности путем внесения в эти цены корректировок (поправок), учитывающих имеющиеся существенные отличия аналогов от объекта оценки. Поскольку сравнительный подход является прямым и наиболее объективным в оценке товарных знаков, необходимо его развитие и адаптация к российским условиям.
4. Доходный подход к оценке стоимости товарных знаков промышленных предприятий основан на расчете экономических выгод, связанных с получением прибыли за счет рассматриваемых нематериальных активов, не отраженных на балансе предприятия и обеспечивающих прибыль на активы или собственный капитал выше среднеотраслевого уровня. Методы доходного подхода являются самыми структурированными инструментами анализа

товарных знаков. Однако возникают некоторые трудности, прежде всего, при определении ставки дисконтирования. Выбор способа расчета ставки дисконтирования в рамках методов данного подхода зависит от того, определяется ли стоимость товарного знака, не связанного с промышленным предприятием, или стоимость товарного знака в составе промышленного предприятия. При этом учитываются специфические риски, связанные именно с владением товарным знаком.

6. Практическое применение трех подходов при оценке стоимости товарных знаков промышленных предприятий связано с определенными сложностями из-за специфики экономики России и неразвитости рынка товарных знаков: низкая достоверность прогнозов макроэкономических показателей; отсутствие развитого рынка купли-продажи товарных знаков, а также отсутствие ретроспективной информации о тенденциях различных сделок с товарными знаками; иной уровень риска, чем в других странах, связанный с инвестированием в товарные знаки; недостаточная развитость фондового рынка; неэффективные системы налогового и бухгалтерского учета. Вышеперечисленные ограничения не позволяют полностью перенимать зарубежный опыт и применять без корректировок методики расчета, разработанные западными специалистами.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в теоретико-методологическом обосновании и разработке практических рекомендаций по использованию методов в рамках затратного, сравнительного и доходного подходов при оценке товарных знаков промышленных предприятий применительно к современным российским условиям.

Основные результаты, характеризующие элементы научной новизны исследования, состоят в следующем:

1. Сформулировано авторское определение оценки товарного знака, заключающееся в том, что это процесс определения стоимости товарного знака как объекта, влияющего на формирование денежных потоков предприятия в

целях принятия им инвестиционных решений и реализации финансовых стратегий.

2. Обоснована при определении стоимости конкретного товарного знака достаточность применения одного из трех классических подходов в зависимости от исходной информации, целей оценки и стадии жизненного цикла маркируемого им товара (на стадии разработки и регистрации товарного знака достоверными являются результаты, полученные в рамках методов затратного подхода; на стадии массового производства товара - полученные в рамках методов сравнительного подхода; на стадии серийного производства товара - в рамках методов доходного подхода), что позволяет избежать субъективизма при определении итоговой величины стоимости товарного знака.

3.Детализирована с учетом специфики деятельности промышленного предприятия и конкретного товарного знака классификация факторов, формирующих стоимость товарного знака, с целью использования их в качестве элементов сравнения и инструмента для расчета корректировок цен объектов-аналогов в рамках сравнительного подхода для получения объективной величины рыночной стоимости товарного знака.

1. Развиты концептуальные положения основных методов в рамках затратного подхода к оценке стоимости товарных знаков промышленных предприятий в части расширения инструментов оценки: 1) в методе суммирования затрат на замещение товарного знака предлагается рассчитывать затраты на замещение одним из способов (при имеющейся информации о стоимости аналогичного товарного знака с меньшей полезностью и при определении затрат на замещение одного товарного знака другим на данном предприятии); 2) в методе индексации фактически произведенных затрат пересчет прошлых затрат в текущую стоимость производить с использованием индекса цен производителей промышленной продукции.
2. Модифицирован существующий алгоритм оценки стоимости товарных знаков в рамках доходного подхода посредством внесения поправок в части определения ставки дисконтирования путем совершенствования расче-

та индекса значимости товарного знака с целью повышения достоверности и объективности итогового результата.

**Теоретическая значимость диссертационной работы**определяется дальнейшим развитием методов оценки стоимости товарных знаков. Выводы и рекомендации, полученные в процессе работы, могут быть использованы для обоснования оценки стоимости товарных знаков промышленных предприятий применительно к российским условиям и проведения дальнейших научных исследований в этой области.

Научные результаты исследования могут найти применение в высших учебных заведениях при подготовке методических материалов и чтении курсов общепрофессиональных и специальных экономических дисциплин («Оценка собственности», «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности»), при профессиональной переподготовке оценщиков по программе «Оценка стоимости предприятия (бизнеса)».

**Практическая значимость исследования**заключается в том, что выявленные автором проблемы развития методов оценки стоимости товарных знаков промышленных предприятий и предложенные их модификации, позволяющие повысить достоверность и объективность полученных результатов, могут быть полезны: государственным органам при составлении технических заданий и рекомендаций по оценке государственной интеллектуальной собственности; саморегулируемым организациям оценщиков при разработке стандартов и правил оценочной деятельности, а также использоваться оценочными компаниями при определении стоимости предприятия (бизнеса) в целом и товарных знаков в частности.

**Апробация результатов исследования.**Основные положения и результаты докладывались и получили одобрение на научных конференциях, среди которых - VII Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Страны с переходной экономикой в условиях глобализации» (г. Москва, РУДН, 2008 г.), IV Межрегиональная научно-практическая Интернет-конференция «Трансформация финансово-кредитных

отношений в условиях финансовой глобализации» (г. Ростов н/Д: РГЭУ «РИНХ», 2008 г.), VII Международная научно-практическая конференция «Макроэкономические проблемы современного общества (федеральный и региональный аспекты)» (г. Пенза, РИО ПГСХА, 2008 г.), Всероссийская научно-практическая конференция «Управление стоимостью бизнеса» (г. Казань, Казанский государственный финансово-экономический институт, 2009

г.).

Материалы диссертационного исследования используются в учебном процессе ГОУ ВПО «РГЭУ (РИНХ)» при проведении лекционных и практических занятий по курсам «Оценка собственности», «Оценка стоимости предприятия (бизнеса)», «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности».

Результаты диссертационной работы находят практическое приложение при осуществлении оценочной деятельности оценочными компаниями «Ап-прайзер», «Урал-Дон», «Квартал-Эксперт».

По теме диссертации опубликовано 14 работ объемом 4,5 п.л., в том числе 2 статьи в периодических научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

**Логическая структура и объем диссертации.**Цели и задачи исследования определили соответствующую логику и структуру работы.

Диссертационная работа изложена на 179 страницах, включает в себя введение, три главы основного текста, содержащие 8 параграфов, заключение, библиографический список, состоящий из 130 источников, 17 таблиц, 14 рисунков, 22 формулы и 5 приложений.

## Экономическая сущность товарного знака как объекта оценки

Наиболее ценными нематериальными активами промышленных предприятий в современных условиях становятся товарные знаки, которые начали играть свою сегодняшнюю роль в девятнадцатом веке. Появление массового производства, установление более сложной системы распределения товаров от изготовителя до покупателя, растущая торговля товарами - все это принесло с собой необходимость повсеместной идентификации товаров. Товары должны были получать новые наименования в дополнение к своим родовым признакам, таким как инструменты, спички, пиво и т.д.

В зарубежной и российской экономической литературе существует множество толкований понятия «товарный знак».

Американский экономист, гуру в области оценки нематериальных активов, Роберт Рейли относит товарные знаки к нематериальным активам, связанными с маркетингом. Товарным знаком, по его мнению, является «любое слово, название, символ или девиз или любое их сочетание, используемое каким-либо лицом, или которое какое-либо лицо добросовестно намеревается использовать в коммерции и на которое это лицо подало заявку на регистрацию в главном реестре, для того чтобы идентифицировать и отличать свой товар, включая уникальное изделие, от товаров, производимых или реализуемых другими лицами, и для указания происхождения товара, даже если это происхождение неизвестно» .

Пол Лерпер, Полторак А. дают следующее определение: «товарный знак - это слово, символ или их комбинация, которая используется для идентификации источника происхождения товаров (возможно, анонимного)».

Профессор Козырев А.Н. и Макаров В.Л. отождествляют товарный знак с деловой репутацией: «товарный знак или иное средство индивидуализации идентифицирует продукт или услугу как исходящие из конкретного источника, обычно - из коммерческого предприятия. Ценность товарного знака очень тесно связана с репутацией. В некотором смысле товарный знак - это символ деловой репутации (goodwill)»3.

Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. и Якубова Д.Н. дают идентичное определение товарного знака, заключающееся в том, что это зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров одного производителя от однородных товаров других производителей4.

По мнению Пузыни Н.Ю. «товарный знак - это название, символ или дизайн, используемый для того, чтобы потребители имели возможность отличать товары или услуги фирмы от продукции других компаний. Товарный знак является одним из старейших видов продукции, помогающим потребителю принять решение о покупке, а изготовителю - реализовать свою продукцию и успешно функционировать в условиях рыночной конкуренции»5.

Из приведенных определений следует, что товарный знак, представляет собой имеющее правовую охрану обозначение, используемое в коммерческой деятельности для идентификации и защиты производимого товара, являющийся мощным инструментом конкурентной борьбы. Он позволяет выделить конкретный товар среди аналогов и закрепить за ним определенные ассоциации. Это положительно влияет на рост продаж, а также позволяет несколько завышать цены по сравнению с другими аналогичными товарами (в данном случае потребитель платит за гарантию качества продукта и определенный образ, которому он доверяет).

## Оценка товарных знаков с позиции методов затратного подхода

В соответствии со сложившейся практикой и нормативными требованиями, как отмечалось в параграфе 1.3 исследования, при оценке стоимости различных объектов имущества, в том числе и нематериальных активов, используются три основных подхода: доходный, затратный и сравнительный, которые могут приводить к различным результатам.

В соответствии с «Методическими рекомендациями по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности»36, «использование затратного подхода осуществляется при наличии возможности восстановления или замещения объекта оценки. Затратный подход к оценке интеллектуальной собственности основан на определении затрат, необходимых для восстановления или замещения объекта оценки с учетом его износа».

Сущность затратного подхода к оценке товарного знака заключается в определении современной рыночной стоимости посредством суммирования всех расходов, необходимых для его создания и продвижения на рынок.

Проблема определения стоимости товарного знака с помощью затратного подхода состоит в том, что на практике рассчитать ее не представляется возможным. «Сильный» товарный знак по определению уникален и затраты на его создание не отражают действительной стоимости товарного знака. Товарный знак может ничего не стоить, даже в случае если на его создание были потрачены тысячи миллионов долларов.

Существуют, однако, ситуации, когда при определении стоимости товарного знака затратный подход является наиболее достоверным и единственно правомерным. Например, стоимость вновь создаваемых товарных знаков (знаков, еще не выпущенных на рынок) и не имеющих аналогов, невозможно рассчитать никаким другим подходом, кроме затратного.

## Выбор подходов и методов к оценке стоимости товарных знаков промышленных предприятий в российских условиях

В первой и второй главах исследования было доказано, что детальное изучение свойств и функций товарных знаков с точки зрения их конкурентных преимуществ и необходимость совершенствования методов их оценки приобретают особую актуальность в современных российских условиях.

Важность определения стоимости товарных знаков определяется тем, что, во-первых, капиталовложения, которые предприятия осуществляют с целью создания «сильного» товарного знака в ряде отраслей промышленности превышают затраты на приобретение материальных активов. Во-вторых, при анализе сделок по приобретению известных товарных знаков часто стоимость приобретаемого актива в несколько раз выше среднегодовой прибыли компании-правообладателя данного товарного знака. Например, в октябре 1988 года компания Newell приобрела товарный знак Rubbermaid за 5,8 млрд. долларов, в то время, как прибыль составляла 142,5 млн долларов, то есть так называемый коэффициент доходности (Earning-Multiples), который широко использует в своих научных исследованиях специалист в области бренд-менеджмента Генрик Саттлер , равен 41. В-третьих, при оценке акций предприятий фондовый рынок признает стоимость нематериальных активов, в том числе их товарных знаков.

Владение информацией о стоимости своего товарного знака позволяет предприятию получать дополнительную прибыль как от владения им, так и при осуществлении каких-либо сделок. Зарубежный рынок торговли товарными знаками получил свое развитие после приобретения в 1988 году швейцарской компанией Nestle знаков Kit-Kat, After eight, Polo за 5 млн. фунтов стерлингов.