

ОПК «Независимость»
ОГРН 1187746868473
ИНН 7724457517/КПП 772401001
Телефон: 8-495-642-46-19
Сайт: www.ocenka-msfo.ru
E-mail: info@ocenka-msfo.ru



Утверждаю
Генеральный директор

м.п. Горев Г.В

20 марта 2020 г.

ОТЧЁТ № 148/02/20-1

Об оценке рыночной стоимости лицензионных платежей (периодических) за использование товарного знака.

Заказчик:

Исполнитель:
ООО ОПК «Независимость»

Дата составления отчета:

Оглавление

1. Задание на оценку.....	4
2. Применяемые стандарты оценки	6
3. Принятые при проведении оценки допущения и ограничения.....	7
4. Сведения о заказчике, оценщике и исполнителе	10
4.1. Сведения о заказчике оценки.....	10
4.2. Сведения об оценщике	10
4.3. Сведения об исполнителе.....	10
5. Основные факты и выводы.....	11
6. Описание объекта оценки	12
6.1. Количественные и качественные характеристики объекта оценки	12
6.2. Краткое описание деятельности предприятия – владельца оцениваемых товарных знаков	12
6.3. Состояние и перспективы отрасли, где создан и (или) используется объект оценки	12
7. Анализ рынка объекта оценки и внешних факторов, влияющих на стоимость объекта оценки.....	15
7.1. Макроэкономический обзор. Итоги 2017 года	15
7.2. Определение и анализ сегмента, к которому принадлежит оцениваемый объект.	24
7.3. Анализ основных факторов, влияющих на спрос, предложение и цены сопоставимых с объектом оценки объектов.....	28
7.4. Основные выводы.....	28
8. Описание подходов к оценке	30
8.1. Описание методологии определения стоимости объекта оценки затратным подходом.....	30
8.2. Описание методологии определения стоимости объекта оценки доходным подходом	30
8.3. Описание методологии определения стоимости объекта оценки сравнительным подходом	30
8.4. Обоснование выбранных подходов	31
9. Определение рыночной стоимости объекта оценки	32
9.1. Описание методологии.	32
9.2. Расчет стоимости объекта оценки.....	36
10. Согласование результатов определения стоимости	38
11. Список используемой литературы.....	39
12. Приложения.....	Ошибка! Закладка не определена.
12.1. Документы, предоставленные заказчиком	Ошибка! Закладка не определена.
12.2. Скриншоты, подтверждающие расчеты.....	Ошибка! Закладка не определена.
12.3. Документы, подтверждающие квалификацию Оценщика	Ошибка! Закладка не определена.

1. Задание на оценку

Основание для проведения оценки	Договор № 148/02/20 от 12 февраля 2020 г.
Объект оценки	Лицензионные платежи за использование товарного знака (графическое изображение), № рег. (периодические) Лицензионные платежи за использование товарного знака (слово), № рег. (периодические)
Состав объекта оценки с указанием сведений, достаточных для идентификации каждой из его частей (при наличии)	Лицензионные платежи за использование товарного знака (графическое изображение), № рег. Лицензионные платежи за использование товарного знака (слово), № рег.
Режим предоставленной правовой охраны интеллектуальной собственности, включая объем, сроки, территории правовой охраны	Исключительное право использования товарного знака в соответствии с законодательством государства-члена и распоряжения этим исключительным правом, а также право запрета другим лицам использования товарного знака или обозначения, сходного с ним до степени смешения, в отношении однородных товаров и (или) услуг. Срок правовой охраны – первоначально 10 лет, с возможностью неограниченного числа раз по обращению правообладателя на срок не менее 10 лет каждый раз.
Ограничения (обременения) в отношении исключительных прав на интеллектуальную собственность	Не выявлено
Объем прав на интеллектуальную собственность, подлежащих оценке	Право использования
Совокупность объектов (или единой технологии, или сопутствующих активах), в состав которой входит объект оценки	Отсутствуют
Характеристики объекта оценки и его оцениваемых частей или ссылки на доступные для оценщика документы, содержащие такие характеристики	Документы, устанавливающие количественные и качественные характеристики объекта оценки, находятся в Приложении к настоящему Отчету и в архиве Оценщика: Сведения о товарных знаках из Роспатента Приложения к свидетельству на товарный знак
Имущественные права на объект оценки	Исключительные права
Цель оценки	Определение рыночной стоимости лицензионных платежей (периодических)
Предполагаемое использование результатов оценки	Результат оценки как независимое профессиональное суждение о стоимости Объекта оценки предполагается использовать для принятия управленческих решений.
Ограничения, связанные с предполагаемым использованием результатов оценки	Использование результатов оценки возможно только в рамках цели оценки
Вид определяемой стоимости	Рыночная
Существующие ограничения (обременения) права	Не зарегистрировано
Оценка должна производиться с учетом / без учета ограничений (обременений)	Без учета ограничений. Без учета обременений.
Дата оценки	
Дата составления отчета	
Срок проведения оценки	12 февраля 2020 г. – 20 марта 2020 г. ¹

¹ Документы в полном объеме были получены 10 марта 2020 г.

Порядковый номер отчета	148/02/20-1
Допущения и ограничения, на которых основывается оценка	<p><u>Допущения и ограничения к проведению оценки</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Объект оценки не характеризуется какими-либо скрытыми (не указанными явным образом) факторами, которые могут повлиять на его стоимость. 2. Оценка проводится в предположении отсутствия будущих изменений экономической среды (свойств объекта оценки, других существенных для результата оценки обстоятельств), которые не могут быть спрогнозированы. 3. Услуги по оценке не должны включать в себя прочие услуги по аудиту и налогообложению. 4. Оценка проводится в предположении отсутствия обязательств и обременений в отношении имущества и имущественных прав Заказчика, также работы по оценке не включают анализ юридических аспектов возникновения таких обязательств и обременений. <p><u>Допущения в отношении оцениваемых прав</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка проводится из допущения, что заявленное право владельца на имущество является обоснованным. 2. Оценка проводится из допущения, что все необходимые лицензии, разрешения и т.д. имеют действующую силу. 3. В рамках проведения оценки рассчитывается рыночная стоимость преимущественного права собственности объекта оценки. Допущения в отношении используемых методов расчета при проведении оценки. Оценщик самостоятельно формулирует допущения, использованные в рамках конкретных выбранных методов оценки.

2. Применяемые стандарты оценки

Федеральные стандарты оценочной деятельности

При проведении данной оценки использовались нормативные документы и федеральные стандарты оценочной деятельности, а также стандарты оценочной деятельности, установленные саморегулируемой организацией, членом которой является Оценщик, подготовивший отчет:

- Федеральный закон Российской Федерации «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29 июля 1998 г., № 135-ФЗ с изменениями и дополнениями;
- Федеральный стандарт оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО №1) (утв. приказом Минэкономразвития РФ от 20 мая 2015 г. № 297);
- Федеральный стандарт оценки «Цель оценки и виды стоимости» (ФСО № 2) (утв. приказом Минэкономразвития РФ от 20 мая 2015 г. № 298);
- Федеральный стандарт оценки «Требования к отчету об оценке» (ФСО № 3) (утв. приказом Минэкономразвития РФ от 20 мая 2015 г. № 299);
- Федеральный стандарт оценки «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности» (ФСО № 11) (утв. приказом Минэкономразвития РФ от 22 июня 2015 г. № 385)

Использование Федеральных стандартов оценки вызвано обязательностью их применения при осуществлении оценочной деятельности на территории Российской Федерации, что установлено положениями указанных стандартов.

Стандарты оценки саморегулируемой организации, членом которой является Оценщик

– Стандарты и правила оценочной деятельности **Некоммерческого партнерства саморегулируемой организации «Свободный Оценочный Департамент»**, утвержденные решением Совета Некоммерческого партнерства «СВОД» Протокол № 3/2013 от «25» января 2013 года, Протокол № 101/2014 от «28» октября 2014 года.

3. Принятые при проведении оценки допущения и ограничения

<p>Оценка произведена с учетом допущений и ограничивающих условий, содержащихся в настоящем разделе.</p> <p><u>Допущения к составу работ по оценке и содержанию отчета об оценке:</u></p>	<p>1. Работы по оценке включают: – исследование объекта оценки и окружающей его среды (в текущем состоянии и ретроспективе); – сбор и анализ информации, необходимой для обоснования сути и меры полезности объекта оценки в настоящем и будущем; – выполнение необходимых исследований, прогнозов и вычислений; подготовку письменного отчета об оценке.</p> <p>2. Состав работ по оценке, детальность и глубина выполняемых анализов и исследований, содержание отчета удовлетворяют требованиям необходимости и достаточности для доказательства результата оценки: – состав работ по оценке не содержит работ, выполнение которых не повысит доказательности результата оценки и не повлияет на значение итогового результата в пределах неизбежной погрешности; – глубина анализов и исследований ограничивается существенностью их влияния на значение результата оценки, его погрешность и степень обоснованности; – отчет не содержит сведений, которые не используются в анализах, выводах и расчетах.</p> <p>3. Отчет содержит все необходимое для того, чтобы представитель получателя отчета (имеющий высшее или дополнительное образование в области экономики, но не являющийся профессиональным оценщиком) мог понять содержание отчета; примененные оценщиком способы выполнения работ, анализов и исследований; идентифицировать источники использованной им информации и степень ее достоверности; проверить выполненные расчеты.</p> <p>4. Оценщиком не проводится как часть работы юридическая экспертиза Объекта</p> <p>5. Отчет об оценке достоверен лишь в полном объеме и лишь в указанных в нем целях.</p> <p>6. Оценщик оставляет за собой право включать в состав приложений к Отчету не все использованные документы, а лишь те, которые представлены оценщиком как наиболее существенные для понимания содержания Отчета. При этом в архиве Оценщика будут храниться копии всех существенных материалов, использованных при подготовке Отчета.</p> <p>7. Заказчик не может отказать в принятии отчета об оценке объекта оценки в случае наличия в нем незначительных недостатков редакционно-технического характера:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Опечаток, содержащих грамматические, орфографические или пунктуационные ошибки, если они не ведут к неоднозначному толкованию текста или искажению смысла текста и не носят массового характера. - Наличие незначительных недостатков редакционно-технического характера (менее десяти процентов печатного объема текста) не умаляет достоверность отчета как документа, содержащего сведения доказательственного значения и не является основанием для признания итоговой величины рыночной или иной стоимости объекта оценки не достоверной или не рекомендуемой для целей совершения сделки с объектом оценки. <p>8. При выявлении существенных ошибок (не грамматических, или если грамматическая ошибка привела к искажению смысла текста) отчет об оценке должен быть заменен (сложившаяся практика издания и применения распорядительных документов).</p>
<p><u>Допущения и ограничения к проведению оценки</u></p>	<p>При оценке выводы делаются на основании стандартных допущений:</p> <p>1. Объект оценки, по предположениям оценщика, не характеризуется какими-либо скрытыми (не указанными явным образом) факторами, которые могут повлиять на его стоимость.</p> <p>2. Оценщик не несет ответственности за будущие изменения экономической среды, свойств объекта оценки, макроэкономических показателей, возможные изменения экономической политики Правительства РФ, других существенных для результата оценки обстоятельств, которые он не мог прогнозировать и учитывать в процессе выполнения оценки.</p> <p>3. Услуги, оказанные в рамках настоящего отчета, представляют собой стандартную практику оценки. Оказанные Оценщиком услуги ограничиваются его квалификацией в области оценки и не включают в себя прочие услуги по аудиту, налогообложению.</p>

	4. Оценщик не берет на себя ответственность за полноту учета имущества и основывается на данных, предоставленных Заказчиком.
<p align="center"><u>Допущения в отношении оцениваемых прав</u></p>	<p>1. Оценщик не берет на себя никаких обязательств по правовым вопросам, включая толкование законов или контрактов.</p> <p>2. Оценщик не изучал вопрос о правовом статусе и исходил из того, что заявленное право владельца на имущество является обоснованным.</p> <p>3. Оценщик исходит из допущения, что все необходимые лицензии, разрешения и т.д. имеют действующую силу.</p> <p>4. Оценщик не берет на себя ответственность за полноту учета имущественных прав, а также обязательств и обременений, которые могли иметь место в отношении имущества и имущественных прав Заказчика, а также за анализ юридических аспектов возникновения таких обязательств и обременений.</p>
<p align="center"><u>Допущения к источникам информации, использованным в отчете</u></p>	<p>1. Информация, используемая в настоящем отчете, оценивалась по достаточности, достоверности и актуальности.</p> <p>2. Сведения, полученные Оценщиком и содержащиеся в Отчете, считаются достаточными и достоверными для получения обоснованной оценки. Однако Оценщик не может гарантировать абсолютную точность информации, поэтому для всех сведений указан источник информации.</p> <p>3. Большая часть существенной для оценки информации об Объекте оценки была предоставлена Заказчиком. Оценщик не располагает данными независимых источников об Объекте оценки, и не имеет необходимой квалификации для подтверждения указанной информации и не выражает какого-либо мнения относительно ее корректности.</p> <p>4. Оценка производится из предположения об отсутствии каких-либо скрытых факторов, влияющих на стоимость оцениваемого имущества, не выявленных в ходе визуального осмотра или не указанных в представленных Оценщику документах. На Оценщика не возлагается обязанность обнаруживать подобные факторы, а также на нем не лежит ответственность за их обнаружение.</p> <p>5. При наличии альтернативных данных, несогласованности поступившей в распоряжении Оценщика информации или её отсутствии расчеты и выводы делались, исходя из информации и предположений Оценщика.</p> <p>6. Ссылки на использованные источники информации и литературу не заменяют разумного объема разъяснений, которые содержатся в Отчете, и предоставляют пользователю Отчета возможность проверки качества использованных данных и результатов анализа.</p> <p>7. Оценщик для подтверждения использованных данных в Отчете, которые были получены из открытых источников сети Internet, сохранял скриншоты страниц. В силу специфики данных, полученных из указанного источника (в частности, данные по объектам-аналогам, являющихся объявлениями), Оценщик не несет ответственности за изменение этих данных в будущем.</p> <p>10. Оценщик, использовал при проведении оценки Объектов документы, полученные от Заказчика, и допускал, что с даты, указанной в представленных Заказчиком документах, до даты оценки каких-либо существенных количественных и качественных изменений характеристик Объектов оценки не произошло.</p> <p>11. В случае наличия разночтений в представленных в материалах дела документах, предпочтение отдавалось данным, представленным в документах, датированных более поздней датой.</p>
<p align="center"><u>Допущения в отношении используемых методов расчета</u></p>	<p>1. Допущения, сформулированные в рамках использованных конкретных методов оценки, ограничения и границы применения полученного результата приведены непосредственно в расчётных разделах настоящего Отчёта.</p> <p>2. Все расчеты, выполняемые для целей подготовки настоящего Отчета, производятся в программе Microsoft Office Excel. Числовая информация приводится в Отчете в удобном для восприятия виде, в том числе, округленном. Сами расчеты выполняются с более высокой точностью в соответствии с внутренней архитектурой указанной программы, если иное прямо не указывается в Отчете.</p> <p>3. Все расчеты, выполняемые для целей подготовки настоящего Отчета, производятся в программе Microsoft Office Excel, в настройках которой устанавливается опция «задать точность как на экране».</p>
<p align="center"><u>Допущения и</u></p>	1. Заключение о стоимости, содержащееся в Отчете, базируется на данных о

<p><u>ограничивающие условия к результату оценки</u></p>	<p>сложившейся ситуации на дату оценки. Оценщик не принимает во внимание события, которые произошли или могут произойти после даты проведения оценки.</p> <p>2. Оценщик не несет обязательств по обновлению настоящего Отчета или сделанной им оценки с учетом событий и сделок, произошедших после даты оценки.</p> <p>3. Итоговый результат стоимости, полученный в рамках настоящей оценки, характеризуется неизбежной погрешностью, являющейся следствием качества исходных данных и вычисляемых оценщиком параметров, используемых для расчета результата оценки.</p>
<p><u>Ограничивающие условия использования результатов, полученных при проведении оценки</u></p>	<p>1. Сумма денежного выражения ценности Объекта, (итоговая величина рыночной стоимости), указанная в настоящем Отчете об оценке, носит рекомендательный характер для целей совершения сделки с объектом оценки, и может быть признана рекомендуемой для целей совершения сделки с объектом оценки, если с даты составления отчета об оценке до даты совершения сделки с объектом оценки или даты представления публичной оферты прошло не более 6 месяцев.</p> <p>2. Оценщик обязуется соблюдать условия строгой конфиденциальности во взаимоотношениях с Заказчиком, т.е. Оценщик обязуется не разглашать третьим лицам конфиденциальные сведения, полученные от Заказчика, равно как и результаты задания, выполненного для Заказчика, за исключением следующих лиц: – лиц, письменно уполномоченных Заказчиком; – суда, арбитражного или третейского суда; – уполномоченных положениями действующего законодательства лиц, занимающихся экспертизой отчетов профессиональных оценщиков или принимающих для хранения обязательные копии документов, подготовленных профессиональными оценщиками, для целей проведения официальных аттестаций или аккредитаций профессиональных оценщиков.</p> <p>3. Ни Заказчик, ни Оценщик не могут использовать Отчет иначе, чем это предусмотрено Договором на оценку. Отчет или какая-либо его часть не могут быть предоставлены Заказчиком для использования в целях рекламы, для мероприятий по связям с общественностью без предварительного письменного согласования с Оценщиком.</p> <p>4. От Оценщика не требуется появляться в суде или свидетельствовать иным способом по поводу произведенной оценки, иначе как по официальному вызову суда.</p> <p>5. Исходя из вероятностной природы рыночной стоимости, указанной в ст. 3 135-ФЗ, Оценщик не принимает на себя никакой ответственности за неспособность Заказчика оценки или третьих лиц совершить с объектом оценки сделку, для определения ценовых параметров которой составлен настоящий отчет об оценке.</p> <p>6. Итоговая величина стоимости объекта оценки, указанная в отчете об оценке, может быть признана рекомендуемой для целей совершения сделки с объектами оценки, если с даты составления отчета об оценке до даты совершения сделки с объектом оценки или даты представления публичной оферты прошло не более 6 месяцев.</p>

4. Сведения о заказчике, оценщике и исполнителе

4.1. Сведения о заказчике оценки

Наименование	
Реквизиты	

4.2. Сведения об оценщике

Непосредственно к проведению оценки и подготовке Отчета об оценке никакие сторонние организации и специалисты (в том числе оценщики) не привлекались. Обращение к сторонним организациям или специалистам происходило лишь в рамках использования их баз данных и знаний в качестве источников информации.

<i>Сведения о высшем образовании</i>	
<i>Сведения о профессиональной переподготовке</i>	
<i>Сведения о сдаче Единого квалификационного экзамена</i>	
<i>Сведения о квалификации</i>	
<i>Сведения о повышении квалификации</i>	
<i>Член СРО</i>	
<i>Страховой полис</i>	
<i>Стаж работы оценщика</i>	

4.3. Сведения об исполнителе

Организационно-правовая форма и полное наименование	<u>ООО ОПК «Независимость»</u>
Основной государственный регистрационный номер (ОГРН)	1187746868473
Дата присвоения ОГРН	12.10.18г.
Юридический адрес	ИНН / КПП: 7724457517/772401001
Контактные телефоны	8-495-642-46-19
Адрес электронной почты	Ocenka-msfo@yandex.ru
Сведения о страховом полисе	Полис № 922/1632795767 СПАО «РЕСО-Гарантия», срок действия с 12.11.2019г. по 11.11.2020г.

Настоящим ООО ОПК «Независимость» подтверждает полное соблюдение принципов независимости, установленных ст. 16 Федерального закона от 29.07.1998 N 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации». ООО ОПК «Независимость» подтверждает, что не имеет имущественного интереса в объекте оценки и не является аффилированным лицом заказчика. Размер денежного вознаграждения за проведение оценки объекта оценки не зависит от итоговой величины стоимости объекта оценки, указанной в настоящем отчете об оценке.

5. Основные факты и выводы

Заказчик:			
Объект оценки:			
Правообладатель			
Имущественные права на объект оценки	Исключительное право		
Основание для проведения оценки:	Договор на оценку № 148/02/20 от 12 февраля 2020 г.		
Цель оценки:	Определение рыночной стоимости лицензионных платежей (периодических)		
Предполагаемое использование результатов оценки и связанные с этим ограничения:	Результат оценки как независимое профессиональное суждение о стоимости Объекта оценки предполагается использовать для принятия управленческих решений.		
Ограничения и пределы применения полученной итоговой стоимости	Расчет пределов и ограничений применения полученной стоимости не предусмотрено договором на оценку № 148/02/20 от 12 февраля 2020 г.		
Дата оценки:			
Срок проведения оценки:	12 февраля 2020 г. – 20 марта 2020 г. ²		
Номер и дата отчета	№ 148/02/20-1 от 20 марта 2020 г.		
Результаты оценки стоимости объекта оценки, полученные в рамках затратного, сравнительного и доходного подходов (округленно до десятков тысяч)			
Наименование объекта оценки	Затратный подход	Доходный подход	Сравнительный подход
Лицензионные платежи за использование товарного знака (графическое изображение), № рег.			
Лицензионные платежи за использование товарного знака (слово), № рег.			
Рыночная стоимость объекта оценки			
№ п/п	Наименование Объекта оценки	Рыночная стоимость объекта оценки	
1	Лицензионные платежи за использование товарного знака (графическое изображение), № рег.		
2	Лицензионные платежи за использование товарного знака (слово), № рег.		

² Полный комплект документов был получен 10 марта 2020 г.

6. Описание объекта оценки

6.1. Количественные и качественные характеристики объекта оценки

В настоящем отчете информация о качественных и количественных характеристиках объекта оценки была получена на основании полученных от Заказчика данных, характеризующих Объект оценки.

Ниже приведено описание объекта оценки на основании предоставленных данных, а так же данных открытых источников. Перечень переданных документов находится в Приложении в виде сопроводительных писем.

	Товарный знак (графическое изображение), № рег.	Товарный знак (слово), № рег.
Режим предоставленной правовой охраны интеллектуальной собственности, включая объем, сроки, территории правовой охраны		
Ограничения (обременения) в отношении исключительных прав на интеллектуальную собственность		
Права, привилегии или иные экономические выгоды, связанные с объектом оценки		
Способность объекта оценки приносить экономические выгоды и источники этих выгод		
Лицензионные договоры или договоры об отчуждении исключительного права на интеллектуальную собственность (при их наличии)		
Другие факторы, имеющие непосредственное отношение к объекту оценки		

6.2. Краткое описание деятельности предприятия – владельца оцениваемых товарных знаков

6.3. Состояние и перспективы отрасли, где создан и (или) используется объект оценки³

Рынок производства оборудования – базисная платформа отрасли, по реализации продуктов питания, которая является залогом стабильного существования безопасности страны во всех ее аспектах: политических, экономических и социальных.

Производителей оборудования для пищевой промышленности в России довольно много. Это сегмент, который составляет 11,5% от доли всего оборота производства

³ <https://www.agroprod mash-expo.ru/ru/articles/obzor-rynka-proizvoditelej-oborudovaniya-dlya-pishchevoj-promyshlennosti-v-rossii/>

России, подразделяющейся на диапазон отраслей до 30, с фактически функционирующими 43 тысячами компаний. Немаловажным преимуществом ее уверенного и динамичного развития является обоснование инвестиционной поддержки, которая за несколько лет составила 900 млрд. рублей.

Статистика рынка пищевой промышленности

Спрос на продукцию является параллельно возникающим элементом потребности на сопутствующие производственные единицы по выпуску товаров пищевой промышленности, представленных в том числе и на выставке «Агропродмаш».

По статистическим данным Credinform, рынок оборудования в своем потенциале актуальности в прошлом году установил границу в 31,8 млрд. руб. А также по прогнозным данным, вероятность увеличения оборотов на будущий год составит 25%, что в стоимостном выражении будет свидетельствовать о приумножении в 1,8 раза.

Рынок по производству оборудования для покрытия потребительских предпочтений в продукции питания имеет следующую динамику по лидерству необходимости производственных единиц, относительно определенной сферы промышленности:

- Пищевые продукты, напитки и табачные изделия – 82,2%
- Хлебопекарня – 7,1%
- Компании по обработке молока – 4,5%

Импорт оборудования для пищевой промышленности

Печальный факт, но производство данной отечественной продукции обусловлено базой зарубежного оборудования на 2/3. Импорт техники в разы превышает объем производства и разработки отечественных производственных единиц. В России ведущими регионами по выпуску продукции можно считать Центральный и Приволжский федеральные округа, что в процентном выражении равно 88% от общей доли рынка. Что нашло отражение и на нашей выставке.

Поставки оборудования за счет импорта имеют большие расценки для компаний по производству сахара – 13,2 млн. руб. (421 тыс. \$). Невыгодные ценовые ставки относительно предприятий, занятых в производстве чая и кофе – 50,2 тыс. руб. (1,6 тыс. \$), что в 2,64 раза выше стоимости отечественного оборудования.

Основными поставляющими территориальными поставщиками считаются Германия, Польша, Нидерланды, Литва и другие страны, представленными следующими компаниями: Wunveen International B. V., Winkler und Dünnebier Süßwarenmaschinen GmbH, Nivoba B. V., Kraft Foods Deutschland Services GmbH & Co. KG (Германия), Haarslev Industries A/S (Дания), Ferrero SpA (Италия), Franz Haas Waffelmaschinen GmbH (Австрия) и т.д.

Потенциальными заказчиками в России являются: ООО Мондэлис Русь, ЗАО «Завод Премиксов №1», ОАО «Набережночелнинский элеватор», ЗАО «Алексеевский комбикормовый завод» (Белгородская обл.), ООО «БрянскАгрострой», ЗАО «Ферреро Руссия», ЗАО «Куриное Царство - Брянск», ООО «МПЗ Агро-Белогорье», ООО «КДВ Яшкино», ООО Доширак – рязанский филиал, ООО Донстар, ОАО «Макфа», ООО «Орион Фуд Ново» и другие.

Проблемы российских производителей оборудования для пищевой промышленности

Ни одна ниша отрасли и сферы деятельности организаций и предприятий на мировом рынке товаров и услуг не может обойти ряд определенных трудностей.

Основные проблемы изготовления и приобретения производственных единиц производителей оборудования для пищевой промышленности в России приведены здесь:

- Усовершенствование пищевой сферы за счет импорта зарубежных производственных единиц.

- Минимум денежных средств для приобретения и содержания оборудования, позволяющего контролировать и сберегать ресурсы
- Запоздалое обновление базового материального и нематериального капитала.
- Неполноценно разработанная ниша «предложения и потребления» данной категории товара (производственные единицы пищевой промышленности).

Одним решением всех этих задач может стать утвержденный проект государства – «Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности РФ на период до 2020 г.», направленный ко всем директорам компаний в надежде на улучшение условий функционирования всех потенциальных элементов сегмента рынка.

Стоит отметить, что динамика в данной сфере промышленности замедлена, что говорит о вынужденном вмешательстве политических органов в разрешение возникших критических условий в стране по отношению к одной из базисных платформ экономики.

Предприятия пищевого производства вынуждены более 50% мощностей закупать и обновлять самостоятельно, т.к. господдержка подразумевает только приобретение, а установка, перевозка и техобслуживание и ремонт лежат полностью на компании.

Многие не могут себе позволить и этого, особенно в сложившейся кризисной ситуации. Это привело к значительному снижению производства продуктов питания, а соответственно росту цен в последние полгода.

7. Анализ рынка объекта оценки и внешних факторов, влияющих на стоимость объекта оценки

7.1. Макроэкономический обзор. Итоги 2017 года⁴

По Пробив таргет Центробанка в 4% еще летом, к ноябрю инфляция замедлилась до исторического минимума в 2,5%. «Никто такой инфляции не ожидал», — признает макроаналитик Райффайзенбанка Станислав Мурашов. Возможно, это связано со снижением теневой оплаты труда и неиндексацией зарплат в госсекторе, из-за чего вклад потребительского фактора в рост цен — практически отрицательный, полагает Мурашов.



Замедление роста цен неудивительно, говорит экономист Deutsche Bank Элина Рыбакова. Это естественный результат структурных изменений — низкого спроса, жесткой денежно-кредитной политики, сокращения госрасходов. Но инфляция по-прежнему может превысить 4% из-за дефицита на рынке труда и высоких инфляционных ожиданий населения, предупредил в декабре ЦБ. Ожидания правда сильно расходятся с реальной инфляцией: в ноябре россияне, согласно опросу ЦБ и «инФОМ», ждали роста цен в ближайший год на уровне 8,7% (еще одна видимая странность).

На самом деле такая разница между ожиданиями населения и фактической ситуацией логична, отмечает Рыбакова: людям нужно привыкнуть к столь медленному росту цен. К тому же есть парадоксы восприятия, например, на вопрос об ожидаемом уровне инфляции респонденты могут назвать 9%, но зато утвердительно ответить на вопрос, ожидают ли они инфляцию на том же уровне, что и сейчас.

⁴ Источник <https://www.rbc.ru/economics/28/12/2017/5a40c6199a79471680ef8f9f>

Инфляционные ожидания — прямые оценки респондентов относительно того, на сколько процентов вырастут цены в ближайшие 12 месяцев (медианное значение)



Источник: Росстат, Банк России

© РБК, 2017

Если еще два года назад рубль привычно колебался в унисон с нефтью (слабел, когда нефть дешевеет, и укреплялся, когда она дорожает), то сейчас эта зависимость снизилась. Два года назад корреляция рубля и нефти составляла приблизительно 80%, а в последние месяцы опустилась примерно до 30%. В ноябре 30-дневная корреляция рубля и нефти Brent даже ненадолго стала отрицательной (стоимость активов движется в разных направлениях).

Аналитики Danske Bank ожидают, что в скором времени корреляция несколько восстановится, из-за чего российская валюта при более дорогой нефти даже укрепитя до 53,5 руб. за доллар к концу 2018 года (прогноз от 18 декабря). Впрочем, для рынка столь позитивный для рубля прогноз скорее нетипичен — консенсус-прогноз Bloomberg на следующий год составляет 58–59 руб. за доллар.

Снизить зависимость российской валюты от главного экспортного товара помогло бюджетное правило (механизм покупки валюты на сверхдоходы от нефти дороже \$40), неоднократно говорил министр финансов Антон Силуанов. В следующем году закупки валюты могут увеличиться более чем в два раза.

Рубль уже не так зависит от нефти

Корреляция рубля с нефтью,
%



Источник: Росстат

© РБК, 2017

Банки

Банковский сектор сотрясали объявления о санациях, пик которых пришелся на третий квартал («Открытие», Бинбанк). В это невозможно поверить, если смотреть только на статистику Росстата по произведенному ВВП: в третьем квартале отрасль финансовой и страховой деятельности прибавила 5,1% в годовом исчислении — самый высокий рост среди всех отраслей. Во втором квартале финансовый сектор вырос на 2,7%, в первом — лишь на 0,1%.

Стоит сделать поправку на относительно скромный размер финансово-страхового сектора, по данным Росстата. Из-за этого вклад отрасли в рост ВВП в третьем квартале (1,8%) составил всего 0,2 п.п. Тем не менее финансовый сектор вышел в лидеры роста не случайно, считает «ВТБ Капитал»: плюсы отрасли в том, что она «не ограничена мощностями (для увеличения добавленной стоимости не требуются дополнительные трудовые ресурсы и инвестиции в основной капитал)».

Рост ВВП/секторов 2017/2016

За III квартал

%	
1,82	Валовой внутренний продукт в рыночных ценах
3,82	Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
2,26	Добыча полезных ископаемых
-0,05	Обрабатывающие производства
0,42	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
-4,80	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений
-0,68	Строительство
3,53	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
4,33	Транспортировка и хранение

4,33	Транспортировка и хранение
3,99	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
4,87	Деятельность в области информации и связи
5,07	Деятельность финансовая и страховая
1,86	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
-2,78	Деятельность профессиональная, научная и техническая
	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные
2,67	услуги
	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
0,35	
0,13	Образование
-0,78	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
-0,45	
	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
-0,45	
-1,22	Предоставление прочих видов услуг
	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству товаров и оказанию услуг для собственного потребления
-1,28	

Источник: Росстат, Банк России

© РБК, 2017

Зарплаты

Рост реальных зарплат россиян в этом году стал устойчивым, но не привел к восстановлению более важного показателя — реальных доходов. В январе—ноябре зарплаты населения с поправкой на инфляцию увеличились на 3,2%, а реальные располагаемые доходы (те, что остаются после уплаты всех обязательных платежей) снизились на 1,4%.

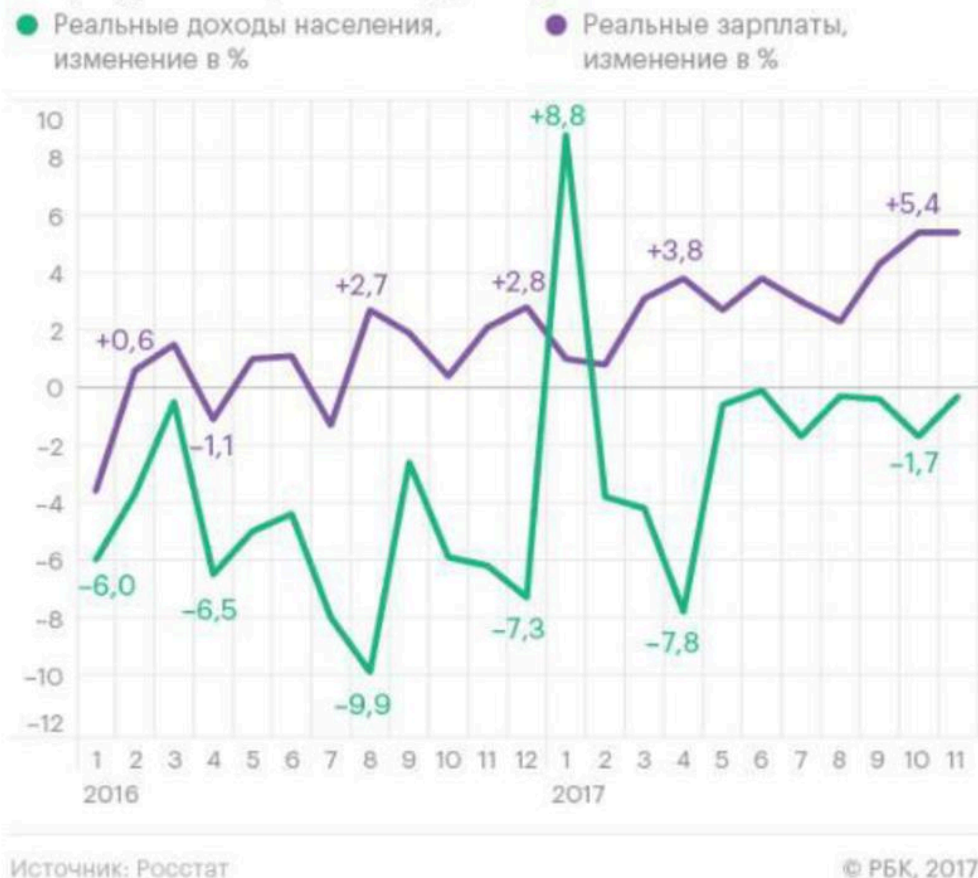
Доходы падают безостановочно уже два года, за исключением одного месяца — в январе 2017 года они подскочили на 8,8%. Объяснение простое: тогда правительство разово выплатило пенсионерам по 5 тыс. руб. (компенсация за то, что пенсии не были проиндексированы).

В большинстве стран ОЭСР ситуация противоположная, а объяснение российского парадокса — в подходе к подсчетам, говорилось в ежегодном докладе Всемирного банка

(.pdf). «Разница между двумя показателями объясняется компонентом располагаемых доходов, не связанным с зарплатой. На долю зарплат приходится относительно небольшая часть располагаемых доходов, поскольку в регулярной статистике зарплат учитываются только крупные и средние предприятия, тогда как существует большой неформальный рынок труда, не учитываемый в официальной статистике», — указывали экономисты.

На зарплаты приходится лишь 38% доходов российских домохозяйств, остальное — пенсии и пособия, доходы от предпринимательской деятельности, депозитов, дивидендов, сдачи в аренду. Общий же объем оплаты труда, включающий скрытую зарплату, сокращается третий год подряд, писали эксперты РАНХиГС и Института Гайдара.

Парадокс зарплат и доходов



Строительство

Строительство — одна из наиболее сильно пострадавших от кризиса отраслей, и она до сих пор не оправилась. Как и доходы населения, объем строительных работ падает уже не первый год, изредка прерываясь на околонулевой «рост». Но это сопровождается ростом капитальных инвестиций — они растут прежде всего за счет вложений в нежилые здания и сооружения, например мосты и объекты для чемпионата мира по футболу, отмечает Мурашов.

Однако у строительства очень высокий дефлятор — это показатель роста цен в секторе, на который корректируют номинальный объем строительных работ (по аналогии с инфляцией для потребительского сектора). «Скорее всего, проблема кроется в том, что качество данных по стройке плохое. Поэтому верить объему ввода по виду деятельности «строительство» можно гораздо меньше, чем инвестициям», — говорит Мурашов. Например, еще в августе Росстат сообщал о росте строительства за первую половину года на 0,2%, а затем пересмотрел эти данные до падения на 3,4%.

Аномальный рост инвестиций, который наблюдался особенно в середине года, был связан с вложениями нефтегазового и государственного секторов. Значимую, но не решающую роль играют мегапроекты (Крымский мост, «Сила Сибири», реновация в Москве) — на них, по оценке Мурашова, приходится порядка 27% прироста инвестиций в этом году.

Инвестиции и строительство идут вразнобой



Розничная торговля

Розничная торговля постепенно выбралась из рецессии — во втором квартале она показала рост на 1% по сравнению с тем же периодом прошлого года, в третьем — на 2,1% (в сопоставимых ценах).

Но коррелят розничных продаж — потребление домашних хозяйств (выделяется в составе ВВП по методике использования) — показывает гораздо более заметную динамику. Например, во втором квартале потребление россиян увеличилось на 4,3% (в ценах 2016 года). Более поздних данных у Росстата еще нет.

Такого резкого расхождения не было по крайней мере с 2007 года, указывает Мурашов. Это может объясняться ростом объемов натурального производства (огороды, домашние заготовки), объясняет он. По-разному считаются и дефляторы для продаж и потребления.

Свой взгляд на продажи предлагало Минэкономразвития: Росстат считает их по данным классических ретейлеров, а значительная часть покупок россиян делается в интернете. Министерство проанализировало интернет-запросы покупателей и на их основе заявляло о восстановлении потребительской активности.

Почему потребление семей растет быстрее розничных продаж?



Источник: Росстат

© РБК, 2017

Санкции

После избрания Дональда Трампа президентом США чуть более года назад типичным рассуждением инвестбанков была мысль о возможном смягчении антироссийских санкций. Аналитики предлагали ставить на российские активы. Очень быстро стало понятно, что этим надеждам не суждено сбыться: в конгрессе США стали множиться санкционные инициативы, кульминацией которых стал подписанный Трампом в августе закон о новых санкциях против России.

Но российские активы — ОФЗ, евробонды и рубль — все равно продолжали дорожать. Следующий опасный поворот — доклад Минфина США о возможных ограничительных мерах в отношении российских госбумаг в начале 2018 года. Bank of America назвал это «черным лебедем» для России, но правительство все равно хочет выпустить новые евробонды.

Активы дорожали несмотря на санкции

Котировки рублевых ОФЗ с погашением 3 февраля 2027 года,
котировки еврооблигаций с погашением 27 мая 2026 года

Данные на 16:00 мск 22 декабря

- Цена российских 10-летних ОФЗ
 - Цена российских 10-летних евробондов
- % от номинала

13.01.17

Трамп в интервью Wall Street Journal допускает
возможность снятия санкций с России

08.02.17

Сенаторы США представляют законопроект
для ограничения полномочий Трампа по смягчению
или снятию санкций в отношении России

31.03.17

Госсекретарь Тиллерсон заявляет, что санкции
против России должны сохраняться, пока Россия
не вернет контроль над Крымом Украине

31.03.17

Госсекретарь Тиллерсон заявляет, что санкции
против России должны сохраняться, пока Россия
не вернет контроль над Крымом Украине

27.05.17

Страны G7 заявляют, что «готовы принять
дальнейшие ограничительные меры»
против России, если это потребуется





7.2. Определение и анализ сегмента, к которому принадлежит оцениваемый объект.⁵

Товарный знак и знак обслуживания - это обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц.

Товарный знак является необходимым элементом рыночных отношений, и его очень часто в странах с развитой рыночной экономикой называют «безмолвным продавцом». В мировой практике товарный знак стал почти таким же атрибутом рынка, как страховой полис или акция.

Появление первых товарных знаков было зарегистрировано ещё в середине века, когда гильдии ремесленников и торговцев обязывали каждого изготовителя товара делать соответствующие метки на продукции. Здесь преследовалось сразу несколько целей:

- прослеживалось авторство произведенного товара;
- контролировалось качество товара, что облегчало налоговые действия;
- устанавливалось качество товара, что позволяло предъявлять претензии к изготовителю;
- ставились преграды на пути производства подделок, фальсификации продукции известных мастеров.

Товарный знак с позиций маркетинга формирует лицо фирмы, ее узнаваемости на рынке, являясь лишь одним из элементов рыночной символики товара. «Критерием оценки любого дизайна должно быть нахождение ответа на решаемую проблему: даёт ли он желаемый эффект, чёток ли он, запоминается ли он, оригинален ли он?». В мировой практике маркетинга используется довольно широкий набор понятийных категорий рыночной атрибутики товара, расширяющих возможности планирования продукта.

⁵ https://studbooks.net/895918/marketing/analiz_tovarnyh_znakov, <https://patentural.ru/zhurnal/pravovaya-oxrana-tovarnyix-znakov>

Товарная марка - это имя, знак или символ (рисунок) или их сочетание, которые идентифицируют продукт или услугу, предлагаемые на рынке разными продавцами. Известно четыре типа обозначений марок:

- фирменное имя (марочное название) - слово, буква или группа слов или букв, которые соотносятся с выпускаемой продукцией;
- фирменный (марочный) знак - это символ, рисунок, обозначение, цвет или сочетание цветов, которые позволяют опознавать товар данной фирмы среди ему подобных;
- торговый знак - это персонифицированная товарная марка;
- товарный знак, являясь составным элементом товарной марки, отличается от других приведённых выше категорий тем, что он обладает юридической силой, т.е. защищен законом. Для предотвращения нарушений прав зарегистрированного любой фирмой товарного знака введена специальная статья о предупредительной маркировке знака. Она осуществляется специальным обозначением - буквой R, размещаемой, как правило, после товарного знака внизу или сверху. Аналогичная предупредительная маркировка товарного знака предусмотрена и законодательством других стран, где наряду с буквой R может использоваться буквенное сочетание ТМ или иное, исходя из принятых в стране правил.

Таким образом, товарный знак - объект собственности фирмы, которая имеет исключительные права на его использование, распоряжение им, владение и запрещение незаконного применения.

Рекламоспособность товарного знака заключается в возможности привлекать внимание потребителей к товарам, на которые он нанесён. Решение этой задачи предполагает ответ на следующие вопросы:

- какую информацию следует заложить производителю в товарный знак для более эффективного восприятия потребителем?
- какую информацию желает иметь потребитель после знакомства с товарным знаком?
- способен ли данный товарный знак поддерживать положительные эмоции у лиц, купивших данный товар?
- формирует ли данный товарный знак положительное отношение к фирме со стороны общества?

Как совершенно справедливо указывала О.В.Ионова, «товарный знак - это визитная карточка предприятия. Он остаётся неизменным на многие годы и используется как важный рычаг рекламы, а реклама является одной из основных функций товарных знаков и характеризуется лаконичностью, эстетичностью, ассоциативностью, новизной идеи, технологичностью (способностью не терять характерных свойств при воспроизведении), удобопроизносимостью, связью с местом происхождения, приспособляемостью (способностью не терять свойств различия в течение длительного времени)».

При использовании товарного знака в рекламной компании необходимо стремиться реализовать с его помощью основные составляющие фундаментального принципа рекламы: «внимание - интерес - желание - действие». Опора на указанный принцип, основанный на мотивации поведения потребителя при принятии решения о заключении сделки или прямой покупке товара, формирует стратегию поведения фирмы в создании рекламоспособного товарного знака, которая состоит из нескольких моментов:

- информация о предлагаемом товаре;
- понимание того, что товар этой фирмы или с данным товарным знаком нужен;

- разработка оригинального и простого в исполнении товарного знака, способствующего его запоминаемости и ассоциативности с качеством товара с качеством товара;
- формирование намерения стать обладателем товара именно с данным товарным знаком;
- организация качественной продажи и создание у покупателей положительных эмоций от правильно сделанного выбора.

Из теории рекламы следует, что главное в ней текст. Именно он в большей степени воздействует на сознание покупателя, инициируя его на принятие решения о покупке товара. Рекламный текст делится на заглавие и сам текст, где особо выделяются названия рекламируемых вещей.

Создание товарного знака, как и товарной марки в целом, достаточно серьёзная и ответственная задача для любой фирмы. Выбираемый символ должен отражать соответствующий образ фирмы, быть максимально стабильным, сохраняться без изменения вне зависимости от многообразия выпускаемой продукции на протяжении длительного периода. Последнее обусловлено тем, что изменение товарного знака связанные не только с большими финансовыми издержками, но и возможностью потери своего места на рынке.

Создавая свою товарную марку, фирма должна решить следующие вопросы:

- выбрать корпоративные символы, сформировать философию создания марки;
- определить само название марки, решить, как использовать марку для успешной деятельности на рынке.

При разработке философии создания марки важно учитывать стратегические перспективы деятельности фирмы на соответствующем сегменте рынка, в определённом регионе, со своими национальными, религиозными и языковыми особенностями потребителей. При этом важно помнить о необходимости формирования концепции, определяющей использование товарных марок производителя, диллера и общих марок, а также возможности применения группы или множества марок.

Марки производителей, называемые зачастую общенациональными, содержат название производителя, и по ним определяют уровень и качество товаров и услуг. На рынке представлены товары, производимые для широкого круга потребителей, поставляемые на основе недифференцированного (массового) маркетинга: продукты питания, бытовая техника, автомобили и пр. При этом потребители, покупая товар, уверены в достаточном качестве продукции, хорошем ее функционировании и гарантированным послепродажным обслуживании.

Важное значение в данном случае имеют устоявшаяся процедура покупки, не требующая сложных операций по оформлению, удобство и простота ее совершения, а также статус покупателя.

Частные марки, или марки дилеров, содержат название соответствующей оптовой или розничной фирмы, занимающейся продвижением товаров на рынок. Их удельный вес в продажах различных групп товаров достаточно высок - от 30 до 50% от общего объёма продаж. Для потребителя такие марки привлекательны за счёт сниженной цены и достаточно высокого качества, хотя вероятность риска приобрести изделие низкого качества возрастает. Определённые группы покупателей, эпизодически посещая магазины розничной торговли, с долей предубеждения относятся к маркам дилеров, не смотря на то, что в них более низкие цены, чем у производителей.

Общие марки отражают название конкретной продукции, не акцентируя внимание покупателей на имени производителя или дилера.

В маркетинге существует также стратегия множественных марок, когда они продаются на рынке как общие марки, марки производителя или как марки дилера. В этом

случае имеет место совокупное преимущество продавца - розничной торговли и производителя. Появляются стимулы по «привязке» покупателя к марке и магазину, обладающему маркой, увеличивается вторичный спрос на товары.

В последнее время значительно возрос удельный вес групповых товарных марок, когда одно название используется для обозначения нескольких товаров. В этом случае формируется единый образ продукции, который продвигается на рынок при каждом новом виде товара, уменьшая совокупные издержки по товародвижению. Однако такая стратегия нивелирует сегменты рынка: дорогие и дешевые товары единой функциональной направленности имеют одно и тоже название, что может отразиться на образе фирмы-производителя.

Стратегия индивидуальных множественных марок позволяют создавать и использовать для каждого вида товара, представляемого на рынке, индивидуальную марку, что предполагает индивидуальность маркетинговых усилий в продвижении вновь создаваемого образа товара. В этом случае расширяется вероятность привлечения к товару новых сегментов рынка, формируется собственная рыночная ниша, позволяющая в случае отклика покупателя на продукцию расширить ассортимент, модифицировать продукцию и т.д.

Товарный знак – неотъемлемый атрибут успешного бизнеса. Допустим, вы уже выбрали конкретное обозначение, которое несет в себе залог будущего процветания. Знайте, что для эффективного его использования мало просто обладать исключительными правами на товарный знак. Существенным условием конкурентного преимущества является недопущение использования вашего товарного знака другими лицами, что и составляет суть правовой охраны товарного знака.

Таким образом, право на товарный знак не зря называют абсолютным, потому что оно исключает из категории пользователей всех посторонних лиц, которые не наделены возможностью осуществлять манипуляции с вашим товарным знаком на законных основаниях.

Действие товарного знака распространяется только:

- на те товары, которые указаны в выданном после регистрации свидетельстве;
- на территории той страны, в которой этот товарный знак зарегистрирован;
- на тот период времени, который указан в свидетельстве о регистрации.

Как товарный знак становится общеизвестным? Безусловно, благодаря многолетней дорогостоящей рекламе, охватывающей широкую территорию и распространенной на неограниченный круг потенциальных потребителей.

Еще одним ярким примером такого товарного знака, который можно с уверенностью причислить к общеизвестным, являются табачные изделия «Winston». С момента их выпуска в 1954 году на рекламу и продвижение этого товара ушло немало сил и средств. Теперь они известны во всем мире.

Назначение товарного знака довольно велико. Его нельзя описать только лишь рамками идентификации продукта и его производителя. Целью введения товарного знака в деловой оборот и его правовой охраны является стремление приучить потребителей к тому, чтобы данный вид товаров автоматически ассоциировался у них с конкретным товарным знаком. И чтобы разные категории населения стремились покупать продукцию знакомого им и проверенного товарного знака.

История возникновения товарных знаков уходит в стародавние времена, когда первые ремесленники начали ставить свои клейма на производимую продукцию. Музеи и другие исторические учреждения сохранили множество археологических находок, представляющих собой древнюю посуду, орудия труда и даже оружие, имеющие на себе отличительные знаки создавших их мастеров.

Но на законодательном уровне понятие товарного знака и его охраны появилось гораздо позже. Так, в нашей стране определение самого термина «товарный знак» появилось в 1767 г. в Новоторговом Уставе. Из названия ясно, что этот Устав был принят для урегулирования внутренних и внешних экономических отношений нашей страны. Но в то время речь об охране товарных знаков еще не шла. Эта проблема возникла позже, когда на рынке стало появляться все больше фальсифицированных товаров. Недобросовестные ремесленники выдавали свой достаточно заурядный товар за произведение признанных и известных на всю Россию и за ее пределами мастеров. Меньшее из зол такого использования чужого товарного знака в том, что конкуренты переманивали на себя часть клиентов, которые могли бы принести прибыль истинному владельцу товарного знака. Но плюс к тому, некачественные подделки нередко отрицательным образом отражались на репутации настоящего мастера, под чьим товарным знаком они продавались.

Охрана товарных знаков в России впервые появилась с принятием закона в 1830 г., который не только регламентировал порядок и технологию наложения клейм на товары, но и устанавливал уголовную ответственность за подделку продукции или клейма и другие виды нарушения прав на товарный знак.

В более поздний период охрана товарных знаков подверглась международному регулированию. Так, охране объектов интеллектуальной собственности в промышленной сфере посвящены такие соглашения, как Парижская конвенция от 20 марта 1883 года, Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков от 14 апреля 1891 года и другие акты.

Сейчас законодательное регулирование вопросов использования и охраны товарных знаков в России находится на достаточно высоком уровне. Ключевыми законодательными актами в этой области считаются:

- Гражданский Кодекс Российской Федерации;
- Уголовный Кодекс Российской Федерации;
- Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»;
- Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Ратифицированные международные соглашения и конвенции.

Информации о сделках (лицензионных договоров и договоров об отчуждении исключительного права) с объектом оценки либо объектом-аналогом (при наличии) и сделках, связанных с объединением бизнеса, имеющего идентичные или аналогичные нематериальные активы в необходимом для анализа количестве не представлено в открытом доступе.

7.3. Анализ основных факторов, влияющих на спрос, предложение и цены сопоставимых с объектом оценки объектов

Данные факторы затрону в представленном выше анализе отрасли.

7.4. Основные выводы

- К ноябрю 2017 инфляция замедлилась до исторического минимума в 2,5%.
- Аналитики Danske Bank ожидают, что в скором времени корреляция несколько восстановится, из-за чего российская валюта при более дорогой нефти даже укрепится до 53,5 руб. за доллар к концу 2018 года (прогноз от 18 декабря). Впрочем, для рынка столь позитивный для рубля прогноз скорее нетипичен — консенсус-прогноз Bloomberg на следующий год составляет 58–59 руб. за доллар.
- в третьем квартале отрасль финансовой и страховой деятельности прибавила 5,1% в годовом исчислении — самый высокий рост среди всех отраслей. Во втором квартале финансовый сектор вырос на 2,7%, в первом — лишь на 0,1%.

- В январе—ноябре зарплаты населения с поправкой на инфляцию увеличились на 3,2%, а реальные располагаемые доходы (те, что остаются после уплаты всех обязательных платежей) снизились на 1,4%.
- Строительство — одна из наиболее сильно пострадавших от кризиса отраслей, и она до сих пор не оправилась. В августе Росстат сообщал о росте строительства за первую половину года на 0,2%, а затем пересмотрел эти данные до падения на 3,4%.
- Розничная торговля постепенно выбралась из рецессии — во втором квартале она показала рост на 1% по сравнению с тем же периодом прошлого года, в третьем — на 2,1% (в сопоставимых ценах).
- В 2017 году наблюдаются худшие показатели покупательской активности на рынке недвижимости за период с 1994 по 2016 год.
- Уровень скидок в 2017 году ощутимо выше, дисконт 10% для вторичного рынка уже стал «нормой», особенно в бизнес-классе, хотя год назад присутствовал гораздо более скромный торг — 2-4%.
- Срок экспозиции доходит до шести месяцев, а еще год назад средний показатель был на уровне двух месяцев.
- Можно говорить и об изменении структуры спроса на вторичном рынке в пользу новостроек. Новостройки активно конкурируют с недорогой «вторичкой», перетягивая спрос.
- Также понизился процент рентабельности при аренде в последнее время — если раньше он не был меньше 5% в год (в рублях), то сейчас стоимость аренды упала, как упал и спрос, ведь при инфляции покупать для аренды уже не рентабельно.
- Сегмент производства пищевого оборудования, который составляет 11,5% от доли всего оборота производства России, подразделяющейся на диапазон отраслей до 30, с фактически функционирующими 43 тысячами компаний.
- По статистическим данным Сredinform, рынок оборудования в своем потенциале актуальности в прошлом году установил границу в 31,8 млрд. руб. А также по прогнозным данным, вероятность увеличения оборотов на будущий год составит 25%, что в стоимостном выражении будет свидетельствовать о приумножении в 1,8 раза
- Импорт техники в разы превышает объем производства и разработки отечественных производственных единиц

8. Описание подходов к оценке

При определении рыночной стоимости объекта оценки определяется наиболее вероятная цена, по которой объект оценки может быть отчужден на дату оценки на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства, то есть когда:

- одна из сторон сделки не обязана отчуждать объект оценки, а другая сторона не обязана принимать исполнение;
- стороны сделки хорошо осведомлены о предмете сделки и действуют в своих интересах;
- объект оценки представлен на открытом рынке посредством публичной оферты, типичной для аналогичных объектов;
- цена сделки представляет собой разумное вознаграждение за объект оценки и принуждения к совершению сделки в отношении сторон сделки с чьей-либо стороны не было;
- платеж за объект оценки выражен в денежной форме.

Возможность отчуждения на открытом рынке означает, что объект оценки представлен на открытом рынке посредством публичной оферты, типичной для аналогичных объектов, при этом срок экспозиции объекта на рынке должен быть достаточным для привлечения внимания достаточного числа потенциальных покупателей.

Разумность действий сторон сделки означает, что цена сделки – наибольшая из достижимых по разумным соображениям цен для продавца и наименьшая из достижимых по разумным соображениям цен для покупателя.

Полнота располагаемой информации означает, что стороны сделки в достаточной степени информированы о предмете сделки, действуют, стремясь достичь условий сделки, наилучших с точки зрения каждой из сторон, в соответствии с полным объемом информации о состоянии рынка и объекте оценки, доступным на дату оценки.

Отсутствие чрезвычайных обстоятельств означает, что у каждой из сторон сделки имеются мотивы для совершения сделки, при этом в отношении сторон нет принуждения совершить сделку.

8.1. Описание методологии определения стоимости объекта оценки затратным подходом

Затратный подход основан на определении суммы затрат, необходимых для воспроизводства или замещения объекта оценки с учётом его физического и морального износа. При этом оценка предприятия проводится с точки зрения реализации накопленных им активов с учётом возмещения имеющейся задолженности кредиторам. Затратами на воспроизводство объекта оценки являются затраты, необходимые для создания точной копии объекта оценки с использованием применявшихся при создании объекта оценки материалов и технологий. Затратами на замещение объекта оценки являются затраты, необходимые для создания аналогичного объекта с использованием материалов и технологий, применяющихся на дату оценки.

8.2. Описание методологии определения стоимости объекта оценки доходным подходом

Доходный подход считается наиболее приемлемым с точки зрения инвестиционных мотивов. Доходный подход - это совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от объекта оценки.

8.3. Описание методологии определения стоимости объекта оценки сравнительным подходом

Сравнительный подход предполагает, что ценность объекта определяется тем, за сколько он может быть продан при наличии достаточно сформированного рынка.

Другими словами, наиболее вероятной ценой стоимости оцениваемого объекта может быть реальная цена продажи сходного объекта, зафиксированная рынком.

8.4. Обоснование выбранных подходов

Учитывая, что объектом оценки является платеж по договору, который зависит от выручки, и сам объект подразумевает извлечение дохода, основным подходом является доходный, который и будет использован в рамках данного Отчета.

На основании вышеизложенного Оценщик для оценки объекта оценки будет применять доходный подход.

9. Определение рыночной стоимости объекта оценки

9.1. Описание методологии.

Продажа патента или лицензии – это именно тот случай, когда объектом купли-продажи является объект интеллектуальной собственности (ИС). Следовательно, в этом случае можно говорить о рыночной стоимости ИС и методах ее определения.

Объект интеллектуальной собственности стоит ровно столько, за сколько его хотят приобрести, соответственно совокупность всех лицензионных платежей в рамках лицензионного договора и будет являться рыночной стоимостью ИС.

Лицензионные платежи

- Роялти;
- Паушальный /единовременный/ платеж;
- Выбор лицензионных платежей.

Вид заключаемого лицензионного договора - первый вопрос, который должны решить стороны. Второй, и не менее важный, - платежи и оценка общей стоимости лицензии. Вне зависимости от того, является ли лицензия патентной или беспатентной (лицензия на ноу-хау), мировая практика выработала два вида лицензионных платежей.

Роялти

Основным видом платежей в мировой практике являются роялти - периодические отчисления, выплачиваемые в течение срока действия договора, своеобразная форма участия лицензиара в прибыли лицензиата. Вопрос о размере процента отчислений (ставке роялти) и о том, с чего должны взиматься эти отчисления (базе роялти) - наиболее сложный в мировом лицензионном праве.

Вариантов выбора базы роялти может быть несколько: экономический эффект, прибыль, объем реализации в денежном выражении или натуральных показателях, стоимость перерабатываемого сырья и т.д. Можно с уверенностью утверждать, что в мировой практике наиболее широко используется в качестве базы роялти объем реализации продукции в денежном выражении, то есть объем продаж, как называют его в западной практике. Причем для того, чтобы гарантировать лицензиару надежность и стабильность платежей, используется не фактическая продажная цена продукции, а средняя цена, действующая в данный момент на данном товарном рынке. Для сырьевых товаров это биржевая котировка, для прочих - справочные индексы цен, периодически публикуемые зарубежными конъюнктурными изданиями.

Если за базу роялти принимается стоимостной объем реализуемой продукции, расчёт производится по формуле:

$$C_R = \sum_{i=1}^t V_i * Z_i * \frac{R_i}{100},$$

- где C_R — цена лицензии, рассчитанная в виде роялти;
 V_i — планируемый объем реализуемой продукции в i -ом году;
 Z_i — цена единицы реализуемой продукции в i -ом году;
 R_i — ставка роялти в i -ом году;
 t — срок действия лицензионного договора.

Если за базу роялти принимается физический объем продукции, расчёт производится по формуле:

$$C_R = \sum_{i=1}^t V_i * R_i,$$

- где R_i — ставка роялти в i -ом году с единицы реализуемой продукции.

Если за базу роялти принимается экономический эффект, прибыль (доход) от использования объекта лицензии в производстве, расчёт производится по формуле:

$$C_R = \sum_{i=1}^t B_i * \frac{R_i}{100},$$

где B_i — экономический эффект, прибыль (доход) от использования объекта лицензии в i -году;

R_i — ставка роялти в i -ом году как доля лицензиара в экономическом эффекте, прибыли (доходе) лицензиата.

Если за базу роялти принимается стоимость основного перерабатываемого сырья, что бывает нужно, если по лицензии выпускается гамма изделий из одного и того же сырья и установить ставку роялти для всех изделий невозможно, расчёт производится по формуле:

$$C_R = \sum_{i=1}^t M_i * \frac{R_i}{100}$$

где M_i — стоимость основного перерабатываемого сырья в i -ом году;

R_i — ставка роялти в i -ом году.

Платежи осуществляются по фактическим результатам использования объекта лицензии, они и формируют цену лицензии. Непосредственная связь роялти с фактическими результатами использования объекта лицензии и предопределяет распространенность этой формы платежей.

С целью стимулирования лицензиата к увеличению объёмов производства в лицензионные договоры рекомендуется вводить дифференцированные ставки роялти, т. е. уменьшать их по достижении более высоких показателей по сравнению с расчётным вариантом. Ставки роялти должны уменьшаться и по истечении льготного периода, в течение которого прибыль (доход) лицензиата от использования объекта лицензии не облагалась налогом. Иначе использование объекта лицензии может стать для него не выгодным.

Вариант расчета исходя из прибыли гораздо более выгоден для покупателей. Владельцу патента выгодней в качестве базы роялти брать объем сбыта продукции или установить минимальный фиксированный платеж - конкретную сумму, отчисляемую с каждой единицы произведенной или проданной продукции. Не меньшее количество факторов влияет на ставку (процент) роялти. Это прежде всего объем патентной охраны, качество составления формулы изобретения. Мировой опыт говорит, что наибольшие ставки роялти достигались при продаже лицензий на изобретения, надежно защищенные целым блоком патентов (до 30% ежегодных отчислений). Напротив, лицензия на ноу-хау автоматически снижает ставку роялти, так как сохранить незапатентованную информацию крайне трудно, особенно, когда речь идет не о технологическом процессе, особенно химическом, а, например, о механическом устройстве. В последнем случае беспатентная лицензия, как правило, лишь дополняет патентную.

На ставку роялти влияет вид лицензионного договора. Естественно, самая дорогая - полная лицензия, а также исключительная, а наиболее дешевая - простая, и сроки - чем больше срок, тем ниже ставка роялти.

Возможность контролировать выпуск продукции по лицензии также влияет на ставку роялти. В тех случаях, когда контроль затруднен /химическое или фармацевтическое производство, изготовление комплектующих для последующей сборки на стороне/ ставка автоматически повышается. Например, если для лицензий на машины и оборудование средняя ставка роялти составляет 5-7% от объема продаж, то для химического производства она составляет до 10-12%. Ставка роялти также зависит от того, какими сериями выпускается продукция, т. е. для таких областей, как самолетостроение и т.п. ставка выше, чем в легкой промышленности. Существуют сводные таблицы по средним ставкам роялти, применяемым в различных отраслях

промышленности. Однако, в связи с тем, что на ставку влияет целый ряд причин в каждом конкретном случае она может довольно существенно отличаться от средней.

Паушальный (единовременный) платеж

Паушальный (единовременный) платеж используется сам по себе достаточно редко. Он применяется в основном в тех случаях, когда покупатель лицензии – фирма, неизвестная на рынке, и есть сомнение, удастся ли ей наладить успешный выпуск и коммерческую реализацию разработки. Только паушальный платеж может быть применен, если крайне сложно проконтролировать объем выпущенной по лицензии продукции. В этом случае лицензиар может просто не получить необходимых для расчета данных.

Паушальные платежи (фиксированные суммы, выплачиваемые единовременно или в рассрочку) рекомендуется применять, если лицензиату переходят все права на объект лицензии, либо договор заключается с малоизвестным лицензиатом, контроль за деятельностью которого затруднен. Эта форма платежей особенно выгодна лицензиару. Она значительно снижает его риск, избавляет от необходимости контролировать деятельность лицензиата, единовременно предоставляет лицензиару достаточно большую сумму (хотя при роялти суммарный объем платежей может быть выше). Размер паушальных платежей колеблется в достаточно широких пределах: 5-25% от всей суммы.

Из-за необходимости уплаты значительных сумм до получения прибыли (дохода), более высокой степени риск лицензиат не всегда соглашается на паушальный платеж.

Нельзя точно подсчитать размер паушального платежа простым сложением сумм, определённых на основе роялти, в связи с изменением ценности наличных денег, инфляционными процессами. При паушальном платеже лицензиат выступает в роли кредитора, а лицензиар — получателя кредита. Это и определяет их поведение ПРИ заключении лицензионного договора. Лицензиар должен стремиться получить такую сумму, которая, будучи вложенной в банк, обеспечивала бы ему прибыль, по величине и времени получения (вместе с вложенной в банк суммой) равнялась платежам в виде роялти. В свою очередь лицензиату выгодно снизить расчётную цену до такой величины, чтобы разница между роялти и паушальным платежом была равна стоимости кредита. Коэффициент снижения (дисконтирования) вычисляется по формуле сложных процентов:

$$A_i = \frac{1}{\left(1 + \frac{r}{100}\right)^i},$$

где A_i — коэффициент дисконтирования для суммы роялти, получаемой в i -ом году;
 i - число лет, следующих за расчётным годом (расчётный год считается нулевым);

r - ставка дисконта (%).

Ставка дисконта должна быть не ниже ставки коммерческого кредита по долгосрочным кредитным операциям, иначе было бы выгоднее помещать деньги в банк. Значение коэффициента дисконтирования следует определять заблаговременно для наиболее распространенных ставок дисконта и сроков лицензионных договоров. Метод дисконтирования, т. е. приведения стоимостных показателей разных лет к сопоставимому виду, позволяет пересчитать текущие платежи в форме роялти в паушальные платежи и наоборот:

$$C_{pi} = \frac{C_{Ri}}{\left(1 + \frac{r}{100}\right)^i},$$

где C_{pi} — роялти, которые должны быть выплачены в i -ом году;

C_{Ri} — чистые дисконтированные поступления за лицензию в i -году;

i — год платежа в виде роялти.

Расчётная цена лицензии при паушальных платежах определяется по формуле:

$$C_P = \sum_{i=1}^i \frac{C_{Ri}}{\left(1 + \frac{r}{100}\right)^i}$$

Чтобы стимулировать использование объектов интеллектуальной собственности лицензиатом, выплату платежей следует тесно увязать с этим фактом. Так, при выплате паушального платежа в два-три приема перевод первой части целесообразно приурочить ко времени заключения договора, второй - к освоению объекта лицензиатом и третий - выходу производства на проектные мощности. Первоначальный платеж, как правило, должен возмещать лицензиару его затраты на маркетинг, заключение соглашения, передачу технической документации, а в определённых условиях и затраты на разработку научно-технического достижения. Если паушальный платеж переводится единовременно, его рекомендуется связать с освоением объекта.

Паушальный платеж наличествует в большинстве лицензионных соглашений не в качестве единственного вида платежа, а в качестве своеобразного аванса, выплачиваемого лицензиару после передачи документации. На паушальный платеж, как правило, приходится 10-20% от общей цены лицензии.

Выбор лицензионных платежей

В противоположность мировой практике паушальный платеж в наших условиях может быть увеличен до 30 или даже 50% от расчетной цены лицензии. Однако ограничиваться только паушальным платежом (такая практика может сейчас получить распространение) не следует. Он не отражает действительной стоимости изобретения, явно невыгоден лицензиару при существенном расширении объема использования лицензии.

Необходимо дополнить паушальный платеж роялти. В ходе переговоров стороны должны прежде всего определить базу роялти, а затем ставку роялти. В условиях нашей инфляции, непредсказуемых изменений в налоговом законодательстве, ставка роялти должна быть обязательно плавающей. В условиях лицензионного соглашения необходимо предусмотреть возможность изменения ставки роялти или ее индексацию в зависимости от темпов инфляции рубля. Бесспорно также и то, что до укрепления рубля как платежной единицы, широкое распространение получают бартерные лицензионные соглашения и платежи сырьем, комплектующими и т.п.

Вообще говоря, очень важно введение в практику внутреннего лицензирования опционных соглашений, поскольку именно эта юридическая форма позволяет сторонам предварительно ознакомиться с материалами изобретения до его патентования, избежать обмана изобретателя в ходе предварительных переговоров.

С большой осторожностью надо относиться к передаче партнеру технической документации. Этого не следует делать без предварительного заключения соглашения о конфиденциальности. Сторона, получившая документацию для ознакомления, не несет никаких правовых обязательств, если не подписан договор о конфиденциальности. До заключения такого договора может быть передана только реклама, не раскрывающая сущности изобретения или ноу-хау.

Окончательная передача документации лицензиату должна быть осуществлена только после поступления в банк на счет лицензиара единовременного платежа, что должно быть соответственно оговорено в лицензионном соглашении.

Платежи роялти предпочтительны при крупных объемах производства продукции по лицензии. Поэтому в этом случае крайне нежелательно ограничиваться только паушальным платежом, так как цена лицензии может свестись к плате за получение технической документации.

Наилучшим вариантом является включение в договор всех трех видов платежей: паушального, минимального фиксированного отчисления, роялти.

Вывод: в виду того, что рассматриваются периодические платежи, то следует использовать первый метод для расчета стоимости объекта оценки – роялти.

9.2. Расчет стоимости объекта оценки

В виду того, что заказчиком не предоставлено данных о планируемых объемах выручки франчайзи (пользователя лицензии), Оценщик разработает шкалу платежей в зависимости от выручки.

Т.к. формулой для расчета стоимости является:

$$C_R = \sum_{i=1}^t V_i * Z_i * \frac{R_i}{100},$$

где C_R — цена лицензии, рассчитанная в виде роялти;

V_i — планируемый объем реализуемой продукции в i -ом году;

Z_i — цена единицы реализуемой продукции в i -ом году;

R_i — ставка роялти в i -ом году;

t — срок действия лицензионного договора.

Т.к. речь идет о периодических платежах, то формула приобретает вид:

$$C_R = V_i * Z_i * R_i/100,$$

где C_R — цена лицензии, рассчитанная в виде роялти;

V_i — планируемый объем реализуемой продукции в i -ом году;

Z_i — цена единицы реализуемой продукции в i -ом году;

R_i — ставка роялти в i -ом году.

Ниже представлен расчет ставки роялти по годам. При этом, Оценщику достоверно известны ставки роялти на 2018 и 2019 г., а срок на который заключен договор лицензии – неизвестен, поэтому для расчетов будет использовано среднее значение ставок роялти за 2018 и 2019 гг. Достоверность такого расчета ставки достаточно высока, т.к. показатели сопоставимы:

Ставка роялти 2018 г.				
№ п/п	Источник	Значение, % (мин)	Значение, % (макс)	Значение, % (среднее)
1				
2				
3				
Среднее значение				
Ставка роялти 2019 г.				
№ п/п	Источник	Значение, % (мин)	Значение, % (макс)	Значение, % (среднее)
1				
2				
3				
Среднее значение				
Среднее значение, принимаемое к расчетам				

Как видно из расчетов и описания, ставка роялти указана либо диапазоном, либо средним значением (что так же подразумевает наличие диапазона), которое рассчитывается по отраслям деятельности, но в каждом конкретном виде деятельности внутри отрасли ставка может отличаться.

Рассматриваемое предприятие производит оборудование для мясного производства, в первую очередь, что является достаточно высоколиквидной деятельностью, соответственно, можно предположить, что ставка роялти может быть выше средней. Для более конкретного расчета и анализа у Оценщика недостаточно данных, поэтому будет указан диапазон, в котором может находиться ставка роялти для данного конкретного случая.

Как указано выше, диапазон может быть 5-6 или 4-6%, для средних значений, можно указать диапазон 3-5% ставки роялти. Исходя из средних значений 4,33 и 4,5%,

10. Согласование результатов определения стоимости

В зависимости от конкретной ситуации, результаты каждого из трех подходов могут в большей или меньшей степени отличаться друг от друга. Выбор итоговой оценки стоимости зависит от назначения оценки, имеющейся информации и степени ее достоверности. Относительная значимость и приемлемость результатов, полученных по каждому из методов, устанавливается посредством весовых коэффициентов, используемых при сведении этих отдельных стоимостных показателей к единой итоговой величине стоимости. Окончательное значение итоговой оценки округляется с требуемой точностью.

В соответствии с п. 25 ФСО №1 «В случае использования нескольких подходов к оценке, а также использования в рамках какого-либо из подходов к оценке нескольких методов оценки выполняется предварительное согласование их результатов с целью получения промежуточного результата оценки объекта оценки данным подходом. При согласовании существенно отличающихся промежуточных результатов оценки, полученных различными подходами или методами, в Заключении необходимо отразить проведенный анализ и установленную причину расхождений. Существенным признается такое отличие, при котором результат, полученный при применении одного подхода (метода), находится вне границ указанного экспертом диапазона стоимости, полученной при применении другого подхода (методов) (при наличии)». В виду того, что для расчета стоимости объекта оценки использовался один подход и метод, согласование не требуется, рыночная стоимость объекта оценки признается равной стоимости, рассчитанной доходным подходом.

Таким образом, на дату оценки размер платежей в рублевом выражении зависит от объема выручки, а в % соотношении равен ставке роялти в размере 4,42% (ставка роялти может быть принята в диапазоне 4,42-6%)

11. Список используемой литературы

1. Положение ЦБР от 26.03.2004 г. № 254-П «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности».
2. А.Н. Асаул, Б. М. Карпов, В. Б. Перевязкин, М. К. Старовойтов Модернизация экономики на основе технологических инноваций СПб: АНО ИПЭВ, 2008. - 606 с..
3. Адлер Ю.П., Маркова Е.В., Грановский Ю.В. Планирование эксперимента при поиске оптимальных условий. – М.: Наука, 1976. 279 с.
4. Асват Дамодаран. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
5. Болотских В.В. Методика расчета рыночной стоимости прав требования дебиторской задолженности – журнал «Имущественные отношения в РФ» 2004 г. № 2.
6. Зимин В.С. Оценка дебиторской задолженности // Журнал "Московский оценщик" №6 (19), декабрь 2002.
7. Как оценить бизнес по аналогии: Методологическое пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов при оценке бизнеса и ценных бумаг/ Е.В. Чиркова – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005 – 190
8. Козырь Ю.В. Оценка дебиторской задолженности [Электронный ресурс] // сайт Общероссийской общественной организации «Российское общество оценщиков». URL: http://www.sr0roo.ru/download.php?get_file=18C3E56D-C93B-4987-A37F-59739A16880E (дата обращения 13.12.2011 г.).
9. Коэффициентная методика оценки дебиторской задолженности [Электронный ресурс]// сайт ООО «Инновации Бизнес Консалтинг». URL: <http://www.inbico.ru/metodologiya/42-debitorskayazadolgenost/83-koefficientnayametodikaocenkidebitorskoizadolgenosti.html> (дата обращения 13.12.2011 г.).
10. Круглов М.В. Методика оценки стоимости дебиторской задолженности — Вопросы оценки. 2000, №4.
11. Методика Финансовой академии [Электронный ресурс] // сайт ООО «Инновации Бизнес Консалтинг». URL: <http://www.inbico.ru/metodologiya/42-debitorskayazadolgenost/82-2010-11-01-20-35-10.html> (дата обращения 29.01.2012 г.).
12. Национальная коллегия оценщиков. Методика оценки дебиторской задолженности [Электронный ресурс] // сайт ООО «Инновации Бизнес Консалтинг».
13. Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности/Под ред. Карповой Н.Н., Азгольдова Г.Г. Материалы Института профессиональной оценки, 1998.
14. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой./ Пер. с англ. - М.: УРСС, 2003.
15. Прудников В.И. Оценка стоимости дебиторской задолженности. – Челябинск: Челяб. Дом печати, 2000.
16. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007.
17. Руководство по оценке бизнеса / Фишмен Джей, Пратт Шэнон, Гриффит Клиффорд, Уилсон Кейт; Пер. с англ. Л.И. Лопатников – М.: ЗАО «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ», 2000. – 388 с.
18. Сергеева Л.Л. Методы анализа и оценки дебиторской задолженности [Электронный ресурс] // сайт «Репетитор оценщика». URL: http://dom-khv.ucoz.ru/sergeeva_11-debitorka.gar (дата обращения 13.12.2011 г.).
19. Федотова М., Мальшев О., Раева И. Оценка рискованных долговых обязательств на российских предприятиях. – М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 2001.
20. Феррис, Кеннет, Пешеро, Пети. Оценка стоимости компании: как избежать ошибок при приобретении.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 256 с.

21. Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж. ИНВЕСТИЦИИ: Пер. с англ. – М., ИНФРА-М, 1997. – 1024 с.
22. Шеннон П.Пратт. Стоимость капитала. Расчет и применение/Шеннон П. Пратт; Пер. с англ. Бюро переводов Ройд. 2-е изд. – М.: ИД «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ», 2006. – 455 с.
23. Эванс Фрэнк Ч., Бишоп Дэвид М. Оценка компаний при слияниях и поглощениях/Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2004.
24. Юдинцев С.П. Методика оценки дебиторской задолженности [Электронный ресурс] // сайт ООО «Инновации Бизнес Консалтинг». URL: <http://www.inbico.ru/metodologiya/42-debitorskayazadolgenost/84-ocenkadebitorskoizadolgenostimetodyoudinceva.html> (дата обращения 13.12.2011 г.).
25. Учебное пособие «Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса». Косорукова И.В., Секачев С.А., Шуклина М.А., МФПА, 2011 г.
26. Учебник «Оценка стоимости бизнеса». Эскиндаров М.А., Федотова М.А., ООО «Издательство КноРус», 2015 г.