

Интернет-журнал «Наукоедение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 8, №5 (2016) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol8-5>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/09EVN516.pdf>

Статья опубликована 06.10.2016.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Тарасов О.А. Сопоставление балансовой и рыночной стоимости нематериального актива на примере товарного знака «Тюменский аккумуляторный завод» // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №5 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/09EVN516.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 330.133.2, 657.421.31

Тарасов Олег Александрович

ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет», Россия, Тюмень¹

Старший научный сотрудник лаборатории фотоники и микрофлюидики

Кандидат физико-математических наук

E-mail: nata555li@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=113870

Сопоставление балансовой и рыночной стоимости нематериального актива на примере товарного знака «Тюменский аккумуляторный завод»

Аннотация. Показано, что постанова на учет активно используемых нематериальных активов по их первоначальной стоимости без дальнейшей их переоценки по рыночной стоимости невыгодна предприятиям, поскольку приводит к завышению базы налога на прибыль и уменьшению капитализации предприятия. Для оценки таких активов предложено использовать метод освобождения от роялти, поскольку отраслевые ставки роялти хорошо известны, а выручку от продаж продукции (оказания услуг) с использованием товарного знака можно спрогнозировать. Для прогноза выручки рекомендовано использовать взвешенное значение по пессимистичному, наиболее вероятному и оптимистичному сценариям, а не интерполяцию текущей выручки, т.к. это позволяет адекватно учесть вхождение российской экономики в стадию стагнации и влияние глобального рынка. Для подтверждения данных положений выполнены расчеты рыночной стоимости нематериального актива на примере товарного знака Тюменского аккумуляторного завода, которые дали значение в 2300 раз большее балансовой (первоначальной) стоимости. В силу универсальности данную методику переоценки нематериальных активов могут применять любые отечественные предприятия, активно использующие эти активы в своей деятельности. Кроме того, массовая переоценка нематериальных активов выгодна сообществу оценщиков, так как она создает пул дорогостоящих работ, нетривиальность которых повышает качество оценочной среды.

Ключевые слова: балансовая стоимость нематериального актива; рыночная стоимость нематериального актива; переоценка нематериальных активов; оценка стоимости товарного знака; доходный подход; метод освобождения от роялти; ставка дисконтирования; кумулятивная оценка; прогноз выручки; пессимистичный, наиболее вероятный и оптимистичный сценарии

¹ 625003, Россия, Тюмень, Семакова 10

В условиях стагнации российской экономики [1], инвестиции предприятий оказываются нецелесообразными из-за падения спроса, а порой и невозможными из-за отсутствия «дешевых и долгих» кредитов². Пожалуй, единственным доступным на сегодняшний день путем развития отечественных предприятий является повышение их конкурентоспособности за счет внутренних резервов. Одним из инструментов который практически не применяется, является бухгалтерский и налоговый учет нематериальных активов (НМА) для оптимизации базы налога на прибыль.

Несмотря на то, что большинство российских предприятий, так или иначе, используют нематериальные активы в своей деятельности, у подавляющей части они не отражены на балансе. У той же малой (около 5%) доли предприятий, которые учитывают эти активы, учет проводится по первоначальной стоимости и включает в себя обычно небольшие (100-200 тыс. руб.) затраты на патентование разработок (госпошлина и услуги патентного поверенного). Непосредственные затраты на исследования и разработки (сотни тысяч и миллионы рублей) оказываются сюда не включенными, поскольку их трудно документально связать с конкретным нематериальным активом. По этой причине стоимость НМА оказывается заниженной в сотни и тысячи раз, и соответственно, уменьшается величина их амортизации и завышается база налога на прибыль.

Выходом из этой ситуации может стать оценка НМА предприятий по рыночной стоимости. Используемые в выпуске продукции или оказании услуг активы (напр., товарные знаки, патенты) имеют рыночную стоимость в десятки и сотни миллионов рублей, а срок службы – 5-10 лет, что позволяет заметно уменьшить базу налога на прибыль при незначительных затратах на оценку НМА (десятки тысяч рублей).

В данной работе, для подтверждения вышеприведенных утверждений, на примере товарного знака «Тюменский аккумуляторный завод» выполнена оценка рыночной стоимости нематериального актива, которая сопоставлена с его первоначальной балансовой стоимостью. Данное сопоставление стало возможным, поскольку ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» одно из немногих предприятий Тюменской области, которое учитывает подобные активы на балансе по ненулевой стоимости. Так балансовая стоимость НМА этого предприятия на 31.11.2013 г. составила 120 тыс. руб., а на 31.12.2014 г. – 568 тыс. руб.³. При этом на конец 2014 г. в стадии незаконченных операций по приобретению НМА находился 21 актив (патенты на изобретения и полезные модели, товарные знаки)⁴.

Рассмотрим сначала результаты деятельности указанного предприятия за последние 5 лет и связанный с ним рынок.

ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» – один из ведущих производителей аккумуляторов в России, доля которого в общем объеме российского производства свинцовых аккумуляторных батарей в 2010-2014 гг. превышала 15%, но испытала падение в 1,27 раза за эти годы^{5,6,7,8,9}. При этом на российском рынке стартерных автомобильных батарей завод

² «Деловой климат в реальном секторе и сфере услуг России» в I квартале 2015 года. – М.: НИУ ВШЭ, 2015 – 40 с.

³ Бухгалтерский баланс ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2014 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/Balans.pdf> (дата обращения 07.05.2016).

⁴ Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах за 2014 г. ОАО «Тюменский аккумуляторный завод». Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/Poyasnenia.pdf> (дата обращения 07.05.2016).

⁵ Годовой отчет ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2010 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/otchet2010.doc> (дата обращения 07.05.2016).

занимал в 2011 г. второе место с долей 11,02%, в 2012 г. третье место с долей 10,52%, и в 2013 г. четвертое место с долей 8,88%¹⁰. Годовой оборот от реализации готовой продукции завода в 2010-2014 гг. приведен в таблице 1.

Таблица 1

**Некоторые показатели деятельности ОАО «Тюменский аккумуляторный завод»
в 2010-2014 гг. (составлено автором по данным^{4-8,10-13})**

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Доля в объеме российского производства свинцовых аккумуляторных батарей ⁴⁻⁸ , %	21,4	22,7	19,8	17,2	16,8
Поступления от продажи продукции, товаров, работ и услуг ^{11,12,13,14} , тыс. руб.	3422579	3183028	2406724	2092930	2909925
Темпы прироста, %	-	- 7,00	- 24,39	- 13,04	39,04
Средние темпы прироста за 2011-2013 гг., %	- 14,81			-	
Средние темпы прироста за 2011-2014 гг., %	- 1,35				

Падение продаж 2011-2013 гг. связано с массовым ввозом в Россию из Украины и Сербии автомобильных стартерных батарей без таможенной платы по демпинговым ценам^{6,7,15}. Прирост продаж 2014 г. связан с увеличением числа торговых представительств завода с 42 до 85 шт. в 2013 г.⁷

При этом российский рынок стартерных автомобильных батарей имел в 2013 г. падение объемов продаж на 1,3%, а доли рынка отечественных и импортных производителей мало менялись с 2010 г. и в 2012 и 2013 гг. составляли 44 и 56%, соответственно⁹. Кроме того, в 2012 и 2013 гг. объем производства стартерных автомобильных батарей в России упал на 2,93 и 1,64%⁹.

⁶ Годовой отчет ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2011 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/otchet2011.doc> (дата обращения 07.05.2016).

⁷ Годовой отчет ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2012 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/otchet2012.doc> (дата обращения 07.05.2016).

⁸ Годовой отчет ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2013 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/otchet2013.doc> (дата обращения 07.05.2016).

⁹ Годовой отчет ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2014 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/otchet2014.doc> (дата обращения 07.05.2016).

¹⁰ Аккумуляторный рынок России: маркетинговый отчет 2007-2013 гг. Режим доступа: <http://www.akom.su/analytics/rbm/> (дата обращения 07.05.2016).

¹¹ Отчет о движении денежных средств ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за январь-декабрь 2011 г. Режим доступа: http://tyumen-battery.ru/upload/forma4_2011.pdf (дата обращения 07.05.2016).

¹² Отчет о движении денежных средств ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за январь-декабрь 2012 г. Режим доступа: http://tyumen-battery.ru/upload/forma4_2012.pdf (дата обращения 07.05.2016).

¹³ Отчет о движении денежных средств ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за январь-декабрь 2013 г. Режим доступа: http://tyumen-battery.ru/upload/forma4_2013.pdf (дата обращения 07.05.2016).

¹⁴ Отчет о движении денежных средств ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за январь-декабрь 2014 г. Режим доступа: <http://tyumen-battery.ru/upload/Forma4.pdf> (дата обращения 07.05.2016).

¹⁵ Открытое письмо от ООО «Тубор», ОАО «Тюменский Аккумуляторный завод», Компания «Аккумуляторные Технологии», ЗАО «АКОМ» председателю Комитета Государственной Думы Российской Федерации по экономической политике и предпринимательству Е.А. Федорову // – Режим доступа: <http://www.td.tubor.ru/appeal.aspx>. 2011 г. (дата обращения 07.05.2016).

Оценим теперь рыночную стоимость товарного знака «Тюменский аккумуляторный завод». При оценке стоимости любого актива можно использовать три подхода: сравнительный, затратный и доходный¹⁶. Методы сравнительного и затратного подходов мы не использовали, поскольку их применение оправдано только отсутствием данных о доходе от выпуска продукции, защищенной товарным знаком.

Сравнительный подход предполагает корректировку стоимости аналогичного товарного знака на отличие между объектом оценки и аналогом, однако для этого нужно владеть данными не только о стоимости реальных лицензионных сделок с аналогичными товарными знаками, но и об условиях (контексте) этих сделок. Однако, контекст сделок, который оказывает решающее значение на стоимость интеллектуальной собственности [2], фактически никогда не известен третьим лицам.

Затратный подход основан на приведении к дате оценки всех затрат на создание и поддержание в силе товарного знака, включая затраты на рекламу [3]. Но затраты на создание успешно используемого товарного знака (порядка 100-200 тыс. руб.) пренебрежимо малы, по сравнению с экономическим эффектом от его использования. В то же время затраты на рекламу могут существенно превышать экономический эффект от неуспешного товарного знака (особенно в условиях стагфляции экономики).

Поскольку указанный товарный знак используется при выпуске продукции, т.е. приносит доход, то для его оценки используем метод доходного подхода – метод освобождения от роялти [4-11]. Метод основан на дисконтировании будущих денежных потоков, которые предприятие экономит вследствие того, что использует собственный товарный знак, и поэтому не платит за него лицензионные платежи (роялти) третьей стороне.

Для учета влияния рисков на денежные потоки от товарного знака выполним по пессимистичному, наиболее вероятному и оптимистичному сценариям, а итоговое значение стоимости товарного знака получим путем взвешивания их результатов. Прогнозный период примем равным 5 годам.

Рассчитаем ставку дисконтирования для наиболее вероятного сценария методом кумулятивного построения, табл. 2.

Таблица 2

Расчет ставки дисконтирования для наиболее вероятного сценария получения доходов ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» (составлено автором)

Вид риска	Вероятный интервал значений, в %	Наиболее вероятное значение, %	Комментарии
Безрисковая ставка дохода	-	9,77 ≈ 10	Примем округленно равной ставке депозита Сбербанка РФ на срок 3 года при депозите от 30 до 100 млн. руб. ¹⁷ .
Руководящий состав (качество управления)	0-5	0	Поскольку качество управления высокое, то премию за риск вследствие низкого качества управления примем равной нулю.

¹⁶ Федеральные стандарты оценки № 1. Общие понятия оценки, подходы и требования (Утверждены Приказом Минэкономразвития России от 20.07.2007 № 256).

¹⁷ Сбербанк. Депозит «Классический». Режим доступа: http://sberbank.ru/common/img/uploaded/c_list/smb_classic/download/2015/06/dc0611.xls (дата обращения 06.06.2015).

Вид риска	Вероятный интервал значений, в %	Наиболее вероятное значение, %	Комментарии
Размер компании	0-5	2	Компания входит в четверку крупнейших компаний на российском аккумуляторном рынке, но ее доля рынка и позиция в рейтинге устойчиво падают ⁴⁻⁹ .
Финансовая структура (источники финансирования предприятия)	0-5	3	Все показатели финансовой устойчивости предприятия за 2003-2014 гг. превышают нормальные значения. В 2014 г. предприятие не имело долгосрочных обязательств в виде заемных средств. По итогам 2014 г. предприятие является финансово устойчивым с низкой степенью зависимости от заемного капитала. Некоторое снижение показателей финансовой устойчивости в 2014 г. объясняется ростом кредиторской задолженности на конец года, вследствие стремления покупателей в условиях нестабильной экономической ситуации сохранить свои средства в поставках 2015 года на ценовых условиях предшествующего года ¹⁸ .
Товарная и территориальная диверсификация	0-5	3	Предприятие постоянно расширяет торговую сеть. На начало 2014 г. завод имел 70 представительств по реализации автомобильных аккумуляторных батарей и 15 представительств по реализации промышленных аккумуляторных батарей ⁷ . Однако, единственным стратегическим путем сохранения конкурентных преимуществ Тюменского аккумуляторного завода является переход на технологию Absorbent Glass Mat (AGM). Частично (сегмент вагонных аккумуляторных батарей) завод начал движение в этом направлении в начале 2014 г. ^{3,8} , однако для перехода на указанную технологию по всем сегментам производства (фактически полное изменение производственного процесса) требуется привлечение значительных сторонних средств, что в условиях стагнации экономики вряд ли возможно. Остается только путь долгого последовательного внедрения данной технологии по сегментам.
Диверсифицированность клиентуры	0-5	3	Завод выпускает аккумуляторы для широкого класса применений, однако не везде является прямым поставщиком на конвейер, а с учетом снижения потребительского спроса [1] подвержен риску замещения его продукции на более дешевую, хоть и менее качественную продукцию других изготовителей ^{1,10-13} .
Доходы (рентабельность и прогнозируемость)	0-5	4	Снижение потребительского спроса за счет массового ввоза в РФ импортных аккумуляторных батарей без таможенной платы по демпинговым ценам ^{6,7,14} .
Прочие особые риски	0-5	5	Отсутствие внутренних источников для инвестиций и возможности окупаемости инвестиций в разумный срок из-за стагнации экономики ¹ .
Итого, ставка дисконтирования для наиболее вероятного сценария, %		30	—

¹⁸ Заключение ревизионной комиссии ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» по результатам проверки годовой бухгалтерской отчетности и достоверности данных, содержащихся в годовом отчете ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» за 2014 г. Режим доступа: http://tyumen-battery.ru/upload/Zakl_reviz_komissii.pdf (дата обращения 07.05.2016).

Ставки дисконтирования для оптимистичного и пессимистичного вариантов примем на 5% меньше и больше наиболее вероятного сценария, соответственно, табл. 3. Экспертным путем определим вероятность реализации сценариев, табл. 3.

Таблица 3

**Вероятности реализации сценариев и ставки дисконтирования, принятые в расчетах
(составлено автором)**

Сценарий	Вероятность осуществления, %	Ставка дисконтирования, %
Пессимистичный	20	35
Наиболее вероятный	60	30
Оптимистичный	20	25

В 2014 г. на долю продукции, товаров, работ и услуг с товарным знаком «Тюменский аккумуляторный завод» пришлось выручка округленно в 2,910 млрд. руб., а средние темпы прироста выручки от продаж продукции в 2011-2014 гг. составили округленно (– 1,35%), табл. 1.

В качестве наиболее вероятного сценария прироста выручки с учетом прогноза стагнации экономики РФ и отсутствия возможностей для ее роста в ближайшие 5 лет [1], возьмем темпы прироста выручки компании как средние за предпоследние три года (2011-2013 гг.), т.е. округленно (– 15%) в год, т.к. прирост поступлений 2014 г. был связан исключительно с расширением представительской сети завода⁷ и не может быть транслирован на будущее, в то время как фактор беспошлинного ввоза аккумуляторов из ряда стран, приведший к падению выручки завода 2011-2013 гг., продолжает действовать^{6,7,14}. Для пессимистичного прогноза заложим темпы прироста выручки еще на 5% меньше, т.е. (– 20%), а для оптимистичного, наоборот, – на 5% больше, т.е. (– 10%).

Стандартные ставки роялти от выручки с продаж лицензионной продукции для аккумуляторов лежат в диапазоне 3-4% [4-11]. Для пессимистического сценария берем минимальное значение ставки роялти в 3% от выручки компании, для оптимистичного максимальное значение в 4%, а для наиболее вероятного – среднее значение в 3,5%.

Рассчитаем стоимость исследуемого актива по пессимистичному сценарию, табл. 4.

Таблица 4

**Расчет стоимости товарного знака ОАО «Тюменский аккумуляторный завод»
по пессимистичному сценарию на 01.01.2015 г. (составлено автором)**

Показатели	Год				
	2015	2016	2017	2018	2019
Прогноз выручки от продажи продукции, товаров, работ и услуг с использованием товарного знака, млрд. руб.	2,328	1,862	1,490	1,192	0,954
Роялти %	3	3	3	3	3
Доход от использования товарного знака, млрд. руб.	0,070	0,056	0,045	0,036	0,029
Коэффициент текущей стоимости	0,741	0,549	0,406	0,301	0,223
Стоимость дохода от использования товарного знака на 01.01.2015, млрд. руб.	0,052	0,031	0,018	0,011	0,006
Стоимость дохода от использования товарного знака в 2015-2019 гг. на 01.01.2015, млрд. руб.	0,118				
Реверсия по ставке 35% к доходу от использования товарного знака в 2019 году, млрд. руб.	0,082				
Стоимость товарного знака на 01.01.2015, млрд. руб.	0,200				

Пояснения к расчетам в таблице 4:

Прогноз выручки 2015 года = Выручка 2014 года $\times 0,80 = 2,910$ млрд. руб. $\times 0,80 = 2,328$ млрд. руб.

Доход от использования товарного знака = Выручка \times Роялти.

Доход от использования товарного знака в 2015 г. = $2,328$ млрд. руб. $\times 3\% = 0,070$ млрд. руб.

Коэфф. текущей стоимости 2015 года = $1/(1+0,35)^1 = 0,741$.

Коэфф. текущей стоимости 2016 года = $1/(1+0,35)^2 = 0,549$.

Стоимость дохода от использования товарного знака = Доход от использования товарного знака \times Коэфф. текущей стоимости

Стоимость дохода от использования товарного знака на 01.01.2015 = Доход от использования товарного знака в 2015 г. \times Коэфф. текущей стоимости 2015 г. = $0,070$ млрд. руб. $\times 0,741 = 0,052$ млрд. руб.

Стоимость дохода от использования товарного знака в 2015-2019 гг. на 01.01.2015, млрд. руб. = Сумма текущих стоимостей доходов от использования товарного знака в 2015-2019 гг., млрд. руб. = $(0,052 + 0,031 + 0,018 + 0,011 + 0,006)$ млрд. руб. = $0,118$ млрд. руб.

Реверсия по ставке 35% к доходу от использования товарного знака в 2019 году, млрд. руб. = $0,029$ млрд. руб. / $0,35 = 0,082$ млрд. руб.

Стоимость товарного знака на 01.01.2015 = Стоимость дохода от использования товарного знака в 2015-2019 гг. на 01.01.2015 + Реверсия по ставке 35% к доходу от использования товарного знака в 2019 году = $(0,118 + 0,082)$ млрд. руб. = $0,200$ млрд. руб.

Аналогично рассчитываем показатели для наиболее вероятного и оптимистичного вариантов. Отличия состоят в том, что в наиболее вероятном варианте ставка дисконтирования и ставка роялти приняты равными 30% и 3,5%, а в оптимистичном – 25% и 4%, соответственно. Стоимость товарного знака для наиболее вероятного варианта составила $0,320$ млрд. руб., а для оптимистичного – $0,516$ млрд. руб.

Взвешенное, с учетом вероятности сценариев, значение рыночной стоимости товарного знака «Тюменский аккумуляторный завод» на 01.01.2015 г. составляет: $(0,200 \times 0,2 + 0,320 \times 0,6 + 0,516 \times 0,2)$ млрд. руб. = $0,335$ млрд. руб. или округленно 335 млн. руб.

В 2014 г. ОАО «Тюменский аккумуляторный завод» оценил и поставил на баланс исключительное право на товарный знак «Тюменский аккумуляторный завод» в размере 146 тыс. руб.³ Эта оценка для целей бухгалтерского учета выполнена по первоначальной стоимости путем суммирования всех фактически понесенных затрат на создание и поддержание в силе указанного товарного знака. Легко видеть, что эта оценка в $335\ 000 / 146 = 2300$ раз меньше, чем оценка рыночной стоимости.

Рассчитанную в рамках метода освобождения от роялти стоимость товарного знака этого предприятия в размере 335 млн. рублей на 01.01.2015 г. целесообразно использовать для переоценки его активов, что приведет к двум положительным результатам.

Во-первых, уменьшится база налога на прибыль вследствие роста амортизации от товарного знака. При сроке амортизации товарного знака, равном его юридическому сроку службы до следующего продления в 10 лет¹⁹, и ставке налога на прибыль 20%, уменьшение

¹⁹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 31.12.2014), статья 1491, п. 1.

налога на прибыль составит 335 млн. руб. $\times 0,2 / 10 = 6.7$ млн. руб. Налогом же на имущество НМА не облагаются²⁰.

Во-вторых, переоценка активов повысит капитализацию предприятия и тем самым увеличит шансы привлечения инвесторов для дальнейшего внедрения AGM технологии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазьев С.Ю. Преодолеть спад. // Режим доступа: <http://www.odnako.org/almanac/material/preodolet-spad/> (дата обращения 07.05.2016).
2. Козырев А.Н. Проблемы оценки интеллектуальной собственности. Проекты федеральных стандартов. // Режим доступа: http://www.labrate.ru/kozyrev/kozyrev_article_ip-valuation_problems-2008.htm (дата обращения 07.05.2016).
3. Леонтьев Ю.Б. Оценка нематериальных активов. Методология затратного подхода / Леонтьев Ю.Б. // Вопросы оценки. - 1999. - №2, С. 26-28.
4. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов: Учебное пособие. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. - 400 с.
5. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2005. - 352 с.
6. Козырев А.Н. Оценка интеллектуальной собственности. М.: Экспертное бюро. - 1997. - 280 с. // Режим доступа: http://kozyrev.labrate.ru/kozyrev_ip-valuation-book1997.pdf (дата обращения 07.05.2016).
7. Шипова Е.В. Оценка интеллектуальной собственности: Учебное пособие. - Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. - 122 с. // Режим доступа: http://www.labrate.ru/books/e_shipova_osenka-ois-2003.zip (дата обращения 07.05.2016).
8. Кацман В.Е. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности: Учебное пособие. - М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. - 171 с.
9. Аксенов А.П. Нематериальные активы: структура, оценка, управление: Учебно-методическое пособие. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 192 с.
10. Есипов В.Е. Оценка бизнеса: Учебное пособие / В.Е. Есипов, Г.А. Маховикова, В.В. Терехова. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2007. - 464 с.
11. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. - 2-е изд. перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2007. - 736 с.

²⁰ Министерство финансов Российской Федерации. Письмо № 03-05-05-01/56 от 16.09.2009.

Tarasov Oleg Alexanderovich

Tyumen state university, Russia, Tyumen

E-mail: nata555li@mail.ru

A comparison of the book and market value of intangible asset on the example of trademark «Tyumen battery plant»

Abstract. It is shown that accounting actively used intangible assets at initial cost without their further revaluations in the market value is unprofitable for companies, as it leads to overstatement of the profit tax base and reduction of the company capitalization. To valuation such assets proposed to use the method of relief from royalty, as industry royalty rates are well known, and revenue from sales of products (services) with the use of trademark can be predicted. For the sales forecast, it is recommended to use a weighted value for pessimistic, most likely and optimistic scenarios, but not interpolation of the current revenue, since it allows to adequately take into account the accession of the Russian economy in a phase of stagflation and the impact of the global market. To confirm these statements, the calculations of the market value of an intangible asset, for example a trademark «Tyumen battery plant» was performed, that gave a value of 2300 times more than balance (initial) value. Because of the universality of these intangible assets revaluation method it can be applied any domestic enterprises actively using these assets. Moreover, the massive revaluation of intangible assets beneficial to the community of appraisers, as it creates a pool of expensive work, the non triviality of which improves the evaluation environment quality.

Keywords: book value of the intangible asset; market value of the intangible asset; revaluation of intangible assets; valuation of the trademark; income approach; method of relief from royalty; discount rate; cumulative assessment; forecast revenue; pessimistic, most likely and optimistic scenarios