

**ОЦЕНКА ТОРГОВОГО ЗНАКА КАК ОБЪЕКТА
НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ**

студент гр. 101811 Русецкая Т.Л.

*Научный руководитель – канд. физ-мат. наук,
доцент Трифонов Н.Ю.*

Товарный знак – запоминающийся образ, символ, обозначение, позволяющий отличать товары и услуги одних производителей от подобных товаров и услуг других производителей. В практике предприятия товарный знак может реализоваться в двух основных формах: в качестве вклада в уставный фонд предприятия или в качестве "нематериальных активов". Оценка товарного знака – это чаще всего оценка его репутации. При оценке товарного знака под объектом оценки подразумеваются уже права на него (или «исключительное право на использование товарного знака»). Существует множество приемов по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности, однако большинство из них может быть сгруппировано в три метода: сравнительный, доходный и затратный.

Метод “Преимущество в прибыли” представляет собой определение полученного предприятием преимущества в прибыли, которое возникает в результате обладания оцениваемым активом.

В методе "Освобождения от роялти” предполагается, что такой объект интеллектуальной собственности, как патент, не принадлежит истинному владельцу, а предоставлен ему на лицензионной основе за определенные процентные отчисления от выручки – роялти

Метод “Выигрыш в себестоимости (в цене)” основан на экономии затрат, которая может быть ассоциирована с оцениваемым объектом интеллектуальной собственности.

Выбор того или иного метода оценки нематериальных активов определяется тремя факторами: характером доступной информации, типом оцениваемого актива и целью оценки.