

МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ
ОЦЕНКИ И КОНСАЛТИНГА

С.Н. Авдеев, Н.А. Козлов, В.М. Рутгайзер

**ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ
КЛИЕНТЕЛЛЫ – НЕМАТЕРИАЛЬНОГО
АКТИВА КОМПАНИИ**

*Библиотечка журнала
«Имущественные отношения в Российской
Федерации»*

МОСКВА 2006

УДК 336.256(470+571)

ББК 65.053(2Рос)

А 18

Авдеев С.Н., Козлов Н.А., Рутгайзер В.М.

А 18 Оценка рыночной стоимости клиентеллы – нематериального актива компании. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 73 с. – (Библиотечка журнала «Имущественные отношения в Российской Федерации»).

В первой работе авторов, посвященной проблемам, связанным с клиентеллой, «Клиентелла: нематериальный актив и информационная база прогнозирования развития компании» рассматривались методы построения отчетных и прогнозных значений выручки компании, исходя из анализа характеристик ее клиентской базы, однако вопросы оценки стоимости самой клиентеллы в этой работе не обсуждались.

Настоящая брошюра посвящена именно оценке стоимости клиентеллы. Авторами предложен новый метод оценки этого актива. На основе данных, полученных с использованием этого метода, исследуется зависимость стоимости клиентеллы от различных факторов, в частности от характеристик клиентской базы компании. На примере реального предприятия показано, как может быть произведена оценка стоимости клиентеллы в случае, если доступная информация о нем является неполной.

УДК 336.256(470+571)

ББК 65.053(2Рос)

© Авдеев С.Н., Козлов Н.А., Рутгайзер В.М., 2006

© Международная академия оценки и консалтинга, 2006

ОГЛАВЛЕНИЕ

Клиентелла как нематериальный актив	4
Определение задачи	9
Внешние и внутренние нематериальные активы	10
Клиентская база и риски, связанные с нематериальными активами	17
Существующие методы оценки стоимости клиентской базы и их недостатки	20
Метод оценки стоимости клиентской базы на основе установления меры снижения риска	25
Случай, когда кривая смертности имеет экспоненциальный вид	33
Модельные расчеты стоимости клиентеллы по условному ОАО «Эра»	38
Опыт оценки клиентеллы реальной компании (ОАО «Х»)	51
Приложения	
1. Кривые выживаемости	58
2. Характеристики «смертности» клиентской базы реальной компании (ОАО «Х»)	62
3. Нематериальные активы в составе действующего предприятия	65