

Sadržaj

| | |
|--|------|
| Predgovor | IX |
| Maurizio Dallochio | |
| Prezentacija | XIII |
| Andrea Illy | |
| Uvod | 1 |
| 1 Trgovinski znak, marka i vrijednost marke | |
| 1.1 Uvod | 5 |
| 1.2 Marka i vrijednost | 7 |
| 1.3 Marka i trgovinski znak, zaštitini znak i vrijednost zaštitnog znaka | 12 |
| 1.4 Rasprostranjenost, pouzdanost i diferencijacija | 18 |
| 1.5 Dimenzije tržišne vrijednosti marke bazirane na potrošaču | 22 |
| 1.5.1 Aakerova verzija 22 • 1.5.1.1 Vjernost 23 • 1.5.1.2 Opća poznatost 24 • 1.5.1.3 Percipirana kvaliteta 26 • 1.5.1.4 Vrijednosti vezane uz marku 27 • 1.5.1.5 Intelektualno vlasništvo 28 • 1.5.2. Kellerova verzija 28 • 1.5.3. DAD okvir 30 | |
| 2 Vrednovanje poduzeća | |
| 2.1 Uvod | 35 |
| 2.2 Metode bazirane na imovini | 36 |
| 2.3 Metode bazirane na diskontiranim prihodima i novčanim tijekovima | 38 |
| 2.3.1 Tijekovi prihoda i tijekovi novca 39 • 2.3.1.1 Tijekovi prihoda: normalizacija prihoda 39 • 2.3.1.2 Tijekovi gotovine 40 • 2.3.2 Diskontna stopa 56 • 2.3.2.1 Metoda prosječnog ponderiranog troška kapitala - k_0 ili WACC (Weighted Average Cost of Capital) 56 • 2.3.2.2 Trošak duga - k_i 59 • 2.3.2.3 Trošak vlastitog kapitala - k_e | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------------------------------|--|--------------------------------------|--|--|--|---------------|--|---------------|---|---------------|--|---------------|------------|---------------|--------------------|-----|
| 60 • 2.3.2.4 Diskontna stopa tijekom prihoda | 66 • 2.3.3 Vremenski horizont izračuna | 67 • 2.3.4 Aplikativni modeli | 67 • 2.3.4.1 Model vječne rente - uravnoteženo stanje | 67 • 2.3.4.2 Model konstantnog rasta | 72 • 2.3.4.3 Model dvaju razdoblja i izračun konačne vrijednosti | 75 • 2.3.4.4 Model triju razdoblja i izračun konačne vrijednosti | 89 • 2.3.4.5 Model dvaju razdoblja s analitičkom procjenom tijekom i izračunom konačne vrijednosti pomoću beskonačnog rasta s višekratnicima | 92 | | | | | | | | | | |
| 2.4 | Empirijske metode. Višekratnici | | | | | | | 98 | | | | | | | | | | |
| 2.4.1 | Metoda burzovnih višekratnika | 100 • 2.4.2 | Metoda usporedivih transakcija | 100 | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Trgovinski znak u pravu i računovodstvu | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1 | Pravni aspekt trgovinskog znaka | | | | | | | 105 | | | | | | | | | | |
| 3.1.1 | Stvarni trgovinski znak i registrirani trgovinski znak | 106 • 3.1.2 | Registracija trgovinskog znaka: ovlašteni subjekti i objekt registracije | 108 • 3.1.3 | Uvjeti za registraciju trgovinskog znaka | 108 • 3.1.4 | Prava koja proizlaze iz registracije trgovinskog znaka | 111 • 3.1.5 | Sredstva i zaštita registriranog trgovinskog znaka | 112 • 3.1.6 | Uzroci gašenja trgovinskog znaka | 114 • 3.1.7 | Trgovinski znak u međunarodnom kontekstu | 115 | | | | |
| 3.2 | Računovodstveni aspekt trgovinskog znaka | | | | | | | 116 | | | | | | | | | | |
| 3.2.1 | Računovodstvena normativa i MRS-ovi | 117 • 3.2.2 | Definicija nematerijalnog dobra i kriteriji za početno priznavanje | 123 • 3.2.3 | Ekonomski vijek i nematerijalna dobra s beskonačnim vijekom | 127 • 3.2.4 | Kriteriji vrednovanja nematerijalnih dobara | 128 • 3.2.5 | Test umanjena vrijednosti | 129 • 3.2.6 | Zaključna razmatranja | 134 | | | | | | |
| 3.3 | Porezni propisi | | | | | | | 135 | | | | | | | | | | |
| 4 | Financijsko vrednovanje marke | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.1 | Financijska vrijednost marke: uvodna razmatranja | | | | | | | 137 | | | | | | | | | | |
| 4.2 | Povijesni razvoj | | | | | | | 139 | | | | | | | | | | |
| 4.2.1 | Razdoblje orijentacije prema tržištu | 139 • 4.2.2 | Razdoblje procvata interneta | 141 • 4.2.3 | Povratak na diskontirani novčani tijek | | | | | | | | | | | | | |
| 4.3 | Davanje financijske vrijednosti trgovinskom znaku: «Za koga?» i «Zašto?» | | | | | | | 146 | | | | | | | | | | |
| 4.3.1 | «Za koga?» | 146 • 4.3.2 | «Zašto?» | 147 • 4.3.2.1 | Neuobičajene transakcije/poslovi | 147 • 4.3.2.2 | Zakonski određena vrednovanja: test umanjena vrijednosti | 149 • 4.3.2.3 | Pravne kontroverze | 150 • 4.3.2.4 | Sredstva upravljanja i vrednovanja u unutrašnjoj upotrebi | 150 • 4.3.2.5 | Zaduživanje | 151 • 4.3.2.6 | Osiguranje | 151 • 4.3.2.7 | Porezno planiranje | 152 |

| | | |
|----------|---|-----|
| 4.4 | Bilanca nematerijalnih aktivnosti, financijska komunikacija i vrednovanje trgovinskog znaka | 153 |
| 4.4.1 | Bilanca nematerijalnih aktivnosti i intelektualni kapital | 158 |
| 4.4.2 | Financijska komunikacija | 162 |
| 4.4.3 | Razlike u vrijednosti | 164 |
| 5 | Modeli financijskog vrednovanja trgovinskog znaka | |
| 5.1 | Korišteni modeli | 169 |
| 5.2 | Modeli temeljeni na trošku | 170 |
| 5.2.1 | Model prilagođenog povijesnog troška | 171 |
| 5.2.1.1 | Načini primjene | 171 |
| 5.2.2 | Model zamjenskog troška | 179 |
| 5.2.2.1 | Načini primjene | 180 |
| 5.2.3 | Zaključna razmatranja o modelima temeljenima na trošku | 186 |
| 5.3 | Modeli temeljeni na diskontiranju budućih tijekova | 188 |
| 5.3.1 | Operativni i čisti tijekovi novca | 189 |
| 5.3.2 | Vrijednost odnosa | 191 |
| 5.3.2.1 | Načini primjene | 191 |
| 5.3.3 | Trošak gubitka | 196 |
| 5.3.3.1 | Načini primjene | 196 |
| 5.3.4 | Tantijemi | 197 |
| 5.3.4.1 | Načini primjene | 198 |
| 5.3.5 | Zaključna razmatranja o modelima temeljenima na diskontiranju tijekova | 202 |
| 5.4 | Modeli temeljeni na usporedbi s poduzećima bez marke | 203 |
| 5.4.1 | Model cijene uvećane za premiju | 204 |
| 5.4.1.1 | Načini primjene | 204 |
| 5.4.2 | Model granične korisnosti | 211 |
| 5.4.2.1 | Načini primjene | 211 |
| 5.4.3 | Model razlika višekratnika Ekonomska vrijednost/Prihodi od prodaje | 214 |
| 5.4.3.1 | Načini primjene | 215 |
| 5.4.4 | Zaključna razmatranja o modelima temeljenima na usporedbi s poduzećima bez marke | 216 |
| 5.5 | Modeli temeljeni na rezidualnom prihodu | 217 |
| 5.5.1 | Baruch Levov model | 217 |
| 5.5.1.1 | Načini primjene | 217 |
| 5.5.2 | Zaključna razmatranja o modelu rezidualnog poslovnog prihoda | 222 |
| 5.6 | Realne opcije | 223 |
| 5.6.1 | Načini primjene | 224 |
| 5.6.2 | Zaključna razmatranja o realnim opcijama | 226 |
| 5.7 | Kombinirane metode korištene od konzultanata | 226 |
| 5.7.1 | Interbrand | 227 |
| 5.7.1.1 | Načini primjene | 227 |
| 5.7.1.2 | Zaključna razmatranja o Interbrand metodi | 231 |
| 5.7.2 | Financiranje zaštitnog znaka | 233 |
| 5.7.2.1 | Načini primjene | 233 |
| 5.7.2.2 | Zaključna razmatranja o Brand Finance metodi | 239 |
| 5.8 | Sazeta shema vrijednosti iz slučaja Mifo | 239 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 6 | Metodologija za financijsko vrednovanje trgovinskog znaka koja povezuje zajedničke aspekte metoda | |
| 6.1 | Uvod | 241 |
| 6.2 | Zahtjevi metodologije mjerenja monetarne vrijednosti marke koja povezuje zajedničke aspekte metoda | 241 |
| 6.3 | Definicija faza metodologije | 245 |
| | 6.3.1 Identifikacija izvora stvaranja i podrške vrijednosti marke 246 | |
| | • 6.3.1.1 Stvaranje znanja 247 • 6.3.1.2 Sakupljanje podataka 250 • | |
| | 6.3.1.3 DAD okvir analiza 250 • 6.3.2 Vrednovanje financijske snage marke 251 • | |
| | 6.3.2.1 Analiza uzročno-posljedičnih odnosa 253 • | |
| | 6.3.2.2 Indeks financijske vrijednosti marke 256 • 6.3.2.3 Benchmarking 257 • | |
| | 6.3.3 Primjena modela određivanja monetarne vrijednosti marke 257 • | |
| | 6.3.3.1 Model rasta u tri stadija primijenjena na financijsko vrednovanje trgovinskog znaka 258 | |
| 6.4 | Shema sažetka | 260 |
| | Bibliografija | 263 |