

**Экспертно-аналитическая и информационно-рейтинговая компания
«ЮНИПРАВЭКС»
Программа «Эволюция Бизнеса»**



М.А. Зиновьева

**МЕТОДОЛОГИЯ
«Аналитического рэнкинга»
финансовой устойчивости организаций
сферы деловых услуг
по величине собственного капитала**

**Москва
2026**

СОДЕРЖАНИЕ

Методология «Аналитического рэнкинга» финансовой устойчивости организаций сферы деловых услуг по величине собственного капитала

1. Капитал

2. Чистая прибыль

3. Коэффициент рентабельности продаж

4. Система ранжирования

Литература

МЕТОДОЛОГИЯ

«Аналитического рэнкинга»э

финансовой устойчивости организаций

сферы деловых услуг

по величине собственного капитала

В рамках Программы продвижения российских брендов «Эволюция Бизнеса», в дополнение к «Интегрированному рейтингу» - «по деловой репутации», была разработана Методология «Аналитического рэнкинга» - «по капиталу и чистой прибыли» со Свидетельством, отражающим «Статус конкурентоспособности» - сугубо индивидуальное место в конкурентной среде на дату проведения рэнкинга. Что теперь комплексно объединяет деловой и финансово-экономический потенциал оценочных организаций Российской Федерации - участников Программы «Эволюция Бизнеса». Методологические аспекты повышения статуса конкурентоспособности брендов оценочных организаций - номинантов рейтингов и рэнкингов подробно изложены в журнале «Вопросы оценки» - № 1 – 2026.

Таким образом, объединённая Методология двух взаимодополняющих друг друга информационно-аналитических продуктов «Рейтинг / Рэнкинг», имеет следующие преимущества:

- 1). Позволяет на системной основе осуществлять синхронное полноценное проведение:
 - «Интегрированного рейтинга»,
 - «Аналитического рэнкинга».
- 2). Обладает возможностью определения статуса конкурентоспособности бренда и способностью укреплять позиции деловой репутации оценочной организации.
- 3). Формировать прогнозные сценарии управленческих бизнес-решений, сравнивая допущения и последствия каждого прогноза в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

КАПИТАЛ

Если чистая прибыль выступает индикатором текущей эффективности бизнеса, то капитал организации, отражаемый в бухгалтерском балансе, служит, как отмечали респонденты, «накопленным воплощением её деловой состоятельности». В контексте ранжирования оценочных организаций капитал перестаёт быть сугубо учётной категорией и трансформируется в важнейший маркер долгосрочной конкурентоспособности бренда.

Показатель «Капитал», формируемый в разделе III бухгалтерского баланса, представляет собой чистые активы организации — величину собственных средств, остающихся в распоряжении юридического лица после покрытия всех обязательств. Это не просто арифметическая разница между активами и пассивами, а концентрированное выражение нескольких фундаментальных характеристик бизнеса:

1. Финансовая автономия и платёжеспособность. Достаточный собственный капитал напрямую коррелирует с низкой зависимостью от заёмного финансирования и способностью своевременно отвечать по обязательствам. Для заказчика оценочных услуг, который, как правило, взаимодействует с организацией в рамках длительных контрактов, такая автономия означает минимизацию риска внезапного прекращения деятельности исполнителя [2, 3].
2. Материализованная деловая репутация. Нераспределённая прибыль, накапливаемая в составе капитала, является финансовым слепком предыдущих успехов организации. Каждый рубль, капитализированный, а не изъятый собственниками, свидетельствует о стратегической ориентации менеджмента на долгосрочное развитие бренда, а не на краткосрочное извлечение дохода [4, 5, 6].
3. Потенциал покрытия профессиональных рисков. Специфика оценочной деятельности сопряжена с риском предъявления имущественных претензий за некачественно оказанные услуги. Величина собственного капитала служит естественным лимитом, в рамках которого компания способна компенсировать убытки заказчиков сверх страхового покрытия и выплат компенсационного фонда СРО. Таким образом, капитал выступает дополнительным внесудебным гарантом имущественной ответственности оценщика, что прямо влияет на доверие к бренду со стороны крупных корпоративных клиентов [7].

Как показало изучение, любое ранжирование, основанное исключительно на показателях выручки, как отметили опрошенные специалисты, даёт весьма искажённую картину рыночного ландшафта. Организация с многомиллионными оборотами, но «проедающая» заработанное и существующая с отрицательными чистыми активами, не может быть признана брендом, заслуживающим высокого доверия. Включение же показателя капитала в методологию ранжирования позволяет:

Отсечь ненадёжных номинантов. Организации с минимальным уставным капиталом, не подкреплённым накопленной прибылью, являются классическими «прослойками», не имеющими ресурсной базы для ведения сложных проектов и инвестиций в качество. А «Аналитический рэнкинг» «по капиталу» естественным образом перемещает их в нижнюю часть регистра, сигнализируя рынку о разнице в статусе конкурентоспособности.

Подтвердить устойчивость бренда. Заказчики всё чаще воспринимают бренд оценочной организации не как набор регалий, а как «балансовую реальность». Капитал, превышающий определённые пороговые значения (например, 10–20 млн руб.), становится неформальным критерием допуска к тендерам и корпоративным пулам оценщиков. «Аналитический рэнкинг», верифицирующий эту величину по данным публичной отчётности, превращает деловую репутацию в осязаемый и сопоставимый параметр.

Как и в случае с чистой прибылью, информационная ценность капитала для рэнкинга целиком зависит от качества учётных процессов. Некорректная оценка активов, неотражение обесценения дебиторской задолженности, фиктивное формирование резервов - всё это искажает чистые активы и, следовательно, подрывает объективность ранжирования. Только методологически безупречное ведение бухгалтерского учёта, включая обязательную инвентаризацию статей баланса и реклассификацию долгосрочных обязательств, способно обеспечить ту степень достоверности, которая позволит рассматривать капитал как безоговорочный критерий конкурентоспособности [8, 9, 10].

Таким образом, в «Аналитическом рэнкинге» оценочных организаций капитал занимает место ключевого индикатора, отражающего не текущий оборот, а накопленный запас прочности. Его включение в систему оценочных координат превращает «Аналитический рэнкинг» из зеркала рыночной активности в инструмент стратегического позиционирования брендов, стимулируя номинантов не к погоне за выручкой любой ценой, а к наращиванию фундаментальных, учётноподтверждённых активов. Именно капитализация полученной прибыли, контролируемая через систему бухгалтерского учёта, формирует тот самый материальный ресурс, который в восприятии профессионального сообщества и клиентов приравнивается к статусу бренда с высокой конкурентоспособностью.

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

Чистая прибыль - второй после капитала важный показатель, поскольку, рассчитываемая по данным бухгалтерского учёта, представляет собой конечный финансовый результат деятельности организации, состоящий из результатов от обычных видов деятельности и прочих операций. Следовательно, этот показатель обладает максимальной информативностью для «Аналитического рэнкинга» по трём основным причинам:

1. Интегральный характер. Чистая прибыль аккумулирует в себе эффективность управления доходами и расходами. Как отмечается в профессиональной среде, это «самая чистая из возможных прибылей, с которой можно делать, что хочешь», так как она остаётся в распоряжении организации после уплаты всех обязательных платежей.

2. Источник развития. Именно чистая прибыль является главным источником увеличения собственного капитала, формирования резервов и инвестиций в деловую репутацию. Без стабильной чистой прибыли бренд оценочной организации не может претендовать на высокий деловой потенциал.

3. Индикатор доверия. Заказчики оценочных услуг всё чаще обращают внимание не столько на обороты компании, сколько на её способность генерировать прибыль в долгосрочной перспективе, что гарантирует стабильность и качество услуг.

Роль профессионального бухгалтерского учёта в достижении высокого показателя чистой прибыли заключается в том, что максимизация чистой прибыли и, как следствие, повышение статуса конкурентоспособности бренда в рэнкинге, напрямую зависят от правильного ведения бухгалтерского учёта. Поскольку именно система бухгалтерского учёта обеспечивает информационно-аналитическую базу для принятия управленческих бизнес-решений по использованию прибыли. Отсюда и название рэнкинга «по капиталу и чистой прибыли» - «Аналитический рэнкинг». А качество учётных процессов определяет достоверность чистой прибыли через следующие аспекты:

Документальная обоснованность. Каждая хозяйственная операция, влияющая на финансовый результат, должна быть подтверждена первичным документом. Отсутствие или некорректное оформление документов ведёт к искажению прибыли и, как следствие, к недостоверной позиции в рэнкинге.

Соблюдение Методологии. Расчёт чистой прибыли - это многоэтапная процедура, включающая закрытие счетов 90 «Продажи», 91 «Прочие доходы и расходы» и, наконец, выведение сальдо на счёте 99 «Прибыли и убытки». Методологически верное выполнение этой процедуры, известной как реформация баланса, является залогом получения объективного результата.

Предотвращение искажений. Правильное ведение учёта, основанное на принципах полноты и рациональности, минимизирует риски случайных или намеренных искажений отчётности, что напрямую влияет на доверие к бренду со стороны проверяющих органов и контрагентов.

Таким образом, бренд оценочной организации, выстраивающей свою учётную политику в строгом соответствии с нормативными требованиями, получает не только корректную величину чистой прибыли, но и мощный инструмент для роста «Статуса конкурентоспособности» в конкурентной среде.

Для целей объективного ранжирования брендов, «Аналитический рэнкинг» базируется на данных публичной бухгалтерской отчётности. Основное условие для включения в рэнкинги - предоставление подтверждающих документов и соответствие данным систем проверки контрагентов, что подчёркивает первостепенную важность легитимности учётных данных.

Однако, в отличие от существующих методик, фокусирующихся преимущественно на выручке, в «Аналитический рэнкинг» включается в расчёт коэффициента делового потенциала показатель чистой прибыли.

Именно чистая прибыль становится призмой, через которую оценивается эффективность. «Аналитический рэнкинг», ранжирующий организации не по «валу», а по конечному результату, позволяет выявить истинных лидеров рынка - те бренды, где грамотный бухгалтерский и управленческий учёт позволяет не просто наращивать обороты, но и конвертировать их в прирост капитала [11].

Применение показателя чистой прибыли в системе «Аналитического рэнкинга» как основного критерия позволяет:

- Повышать объективность сравнимости - способности обеспечивать сопоставимость результатов анализа, минимизируя влияние субъективных факторов на процесс сравнения статусов конкурентоспособности.
- Стимулировать менеджмент организаций к совершенствованию не только процессов внешних продаж, но и внутренних учётных бизнес-процессов.
- Создавать прямую корреляцию между престижем бренда и качеством его финансового менеджмента.

В конечном счёте, «Статус конкурентоспособности» бренда в «Аналитическом рэнкинге» достигается не спонтанно, а планомерно - через скрупулёзное, методологически безупречное ведение бухгалтерского учёта, итогом которого становится главный оценочный показатель - чистая прибыль.

КОЭФФИЦИЕНТ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ

Согласно Методологии, обоснованием правильности расчета коэффициента рентабельности продаж (ROS) только за 2025 год, при усреднении капитала и чистой прибыли за три года (2023, 2024, 2025), базируется на различии экономической природы этих показателей и целей рейтингования, а именно:

1. Разная природа показателей. Капитал — это запас, источник активов компании. Он накапливается годами. Усреднение капитала за три года сглаживает волатильность, вызванную разовыми событиями (докапитализация, выкуп долей, переоценка основных средств) и показывает усредненную ресурсную базу, на которой организация работала в рассматриваемом периоде. Это дает объективную картину масштаба бизнеса для рэнкинга. Рентабельность продаж - это текущая эффективность. Это отношение прибыли к выручке за конкретный период. Усреднение коэффициента ROS за три года было бы некорректным, так как: Это дало бы «среднюю температуру по больнице», нивелируя влияние антикризисных управленческих решений, принятых в текущем периоде. Рентабельность — это коэффициент, а не абсолютная величина. Усреднение

коэффициентов математически невалидно, т.к. это была бы средняя арифметическая процентов, которая сильно искажает реальную эффективность.

2. Приоритет актуальности (Принцип «Последней мили»). Рентабельность 2025 года является достоверным индикатором текущей операционной эффективности и конкурентоспособности бизнеса на момент составления рэнкинга, т.к. данные 2023 и 2024 годов для ROS уже устарели и могут отражать т.н. «ковидные» или «постковидные» аномалии, не имеющие отношения к текущему положению дел.

3. Исключение эффекта «высокой базы».

Использование только финального (отчетного) года делает рэнкинг честным и жестким, оценивая способность оценочной организации зарабатывать «здесь и сейчас».

4. Увязка с мультипликатором «Качество управления». Коэффициент ROS за 2025 год в паре со средним капиталом за три года позволяет рассчитать ROE (прибыль 2025 / Средний капитал 2023 – 2025 гг.). Это классический показатель. Если мы усредним и прибыль, и капитал, мы получим среднюю доходность за три года, который не дает возможность оценить финальную эффективность использования накопленных активов.

5. Применимость для контрагентов и инвесторов. Для пользователей «Аналитического рэнкинга» критично знать текущую маржинальность (2025 год), чтобы прогнозировать будущие денежные потоки. Прошлая рентабельность (2023 - 2024 гг.) важна для оценки стабильности, которую демонстрируют средние показатели капитала и чистой прибыли.

Вывод. В рамках Методологии «Аналитического рэнкинга» применен дифференцированный подход: показатели капитала и чистой прибыли усреднены за три года для нивелирования курсовых и регуляторных шоков и определения устойчивой ресурсной базы.

Показатель рентабельности продаж (ROS) рассчитан исключительно за 2025 отчетный год, поскольку является динамическим коэффициентом эффективности. Усреднение данного коэффициента за три года привело бы к потере релевантности данных и маскировке текущих конкурентных преимуществ или проблем лргпнизауий, что противоречит принципу актуальности «Аналитического рэнкинга». Данный подход соответствует лучшей практике МСФО (IAS 1) в части приоритета отчетности текущего периода для оценки операционных результатов.

СИСТЕМА РАНЖИРОВАНИЯ

Согласно Методологии «Аналитического рэнкинга», зарегистрированной как объект интеллектуальной собственности (Свидетельство № [1346-270-629](#) от 07.04.2026 г., выданное АО «Национальный Реестр интеллектуальной

собственности»), основу «Аналитического рэнкинга» составляют ключевые параметры, главная особенность которых заключается в их гармоничном сочетании, а именно:

- «Капитал» (тыс. руб.)
- «Чистая прибыль» (тыс. руб.).
- «Коэффициент рентабельность продаж» (%)
- «Количество штатных оценщиков» (численный показатель).
- Количество Консультантов / Экспертов (чел.)

1). КАПИТАЛ, как было указано ранее, служит, прежде всего, накопленным воплощением деловой состоятельности. В контексте ранжирования оценочных организаций капитал перестаёт быть сугубо учётной категорией и трансформируется в важнейший маркер долгосрочной конкурентоспособности бренда. Показатель «Капитал», формируемый в разделе III бухгалтерского баланса (с 2025 года; ранее раздел назывался «Капитал и резервы»), представляет собой чистые активы организации — величину собственных средств, остающихся в распоряжении организации после покрытия всех обязательств.

В строку 1300 («Капитал») включаются следующие компоненты:

- Уставный капитал — первоначальные вложения учредителей, зафиксированные в учредительных документах.
- Добавочный капитал — прирост стоимости активов, возникающий в результате дооценки имущества, эмиссионного дохода, безвозмездно полученных активов, курсовых разниц и других факторов.
- Резервный капитал — средства, формируемые из чистой прибыли для покрытия возможных убытков, а в акционерных обществах — также для погашения облигаций и выкупа акций при отсутствии иных средств.
- Нераспределённая прибыль (непокрытый убыток) — накопленная чистая прибыль или убыток от деятельности компании.
- Стоимость собственных акций (долей), выкупленных у акционеров или участников — отражается со знаком «минус».
- В упрощённой форме отчётности строка 1300 может отражаться единой строкой «Капитал».

Таким образом, показатель «Капитал», применяемый в «Аналитическом рэнкинге» как важнейший показатель, это не просто арифметическая разница между активами и пассивами, а концентрированное выражение комплекса фундаментальных характеристик бизнеса, а именно:

1. Финансовая автономия и платёжеспособность. Достаточный собственный капитал напрямую коррелирует с низкой зависимостью от заёмного финансирования и способностью своевременно отвечать по обязательствам.
2. Материализованная деловая репутация. Нераспределённая прибыль, накапливаемая в составе капитала, является финансовой матрицей предыдущих успехов организации.

3. Потенциал покрытия профессиональных рисков. Специфика оценочной деятельности сопряжена с риском предъявления имущественных претензий за некачественно оказанные услуги. Величина собственного капитала служит естественным лимитом, в рамках которого организация способна компенсировать убытки заказчиков сверх страхового покрытия и выплат компенсационного фонда СРО. Таким образом, капитал выступает дополнительным внесудебным гарантом имущественной ответственности оценщика, что прямо влияет на доверие к бренду со стороны крупных корпоративных клиентов.

ВЕРИФИКАЦИЯ параметра «Капитал»» - Бухгалтерский баланс.

2). ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ, рассчитываемая по данным бухгалтерского учёта, представляет собой конечный финансовый результат деятельности оценочной организации, состоящий из результатов от основных видов деятельности и прочих операций. Следовательно, этот показатель обладает максимальной информативностью для «Аналитического рэнкинга» по трём основным причинам:

1. Интегральный характер. Чистая прибыль аккумулирует в себе эффективность управления доходами и расходами.
2. Источник развития. Именно чистая прибыль является главным источником увеличения собственного капитала, формирования резервов и инвестиций в деловую репутацию.
3. Индикатор доверия. Как показала практика, заказчики оценочных услуг в основном обращают внимание не столько на обороты компании, сколько на её способность генерировать прибыль в долгосрочной перспективе, что гарантирует стабильность и качество услуг.

ВЕРИФИКАЦИЯ параметра «Чистая прибыль»» - Отчет о финансовых результатах.

3). РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЖ отражает долю чистой прибыли в общей выручке оценочной организации. Для целей «Аналитического рэнкинга» в таблице, рядом с показателем чистой прибыли (в руб.), публикуется КОЭФФИЦИЕНТ рентабельности продаж (ROS - Return on Sales) (в %), который рассчитывается как отношение прибыли к выручке по формуле:
$$ROS = (\text{ПРИБЫЛЬ} / \text{ВЫРУЧКА}) \times 100\%$$

ВЕРИФИКАЦИЯ параметра «Коэффициент рентабельность продаж» - Методология «Аналитического рэнкинга».

4). КОЛИЧЕСТВО ШТАТНЫХ ОЦЕНЩИКОВ - важный численный показатель (кадровый индикатор) «Аналитического рэнкинга», включённый в таблицу

на основании Статьи 15.1. «Права и обязанности юридического лица, с которым оценщик заключил трудовой договор» Федерального закона от 29.07.1998 г. № 135-ФЗ (ред. от 32.07.2025) «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».

ВЕРИФИКАЦИЯ параметра «Количество штатных оценщиков» - Реестр СРО оценщиков.

В табличной форме «Аналитический рэнкинг» представляет собой регистр юридических лиц в номинации «Оценка» UNi(Оц), ранжированный по убыванию показателя «Капитал», имеющий и внутри регистра классификацию по объёму чистой прибыли. Наименования колонок ранжированных таблиц (рэнкинг) описывают их содержание следующим образом (исходя из требований компактности, при публикации в печатных СМИ):

- 1 - Статус конкурентоспособности подтверждается Свидетельством.
- 2 - Наименование бренда - по ОГРН
- 3 - ИНН - по ЕГРЮЛ
- 4 - Дата регистрации - по ЕГРЮЛ
- 5 - Место нахождения юридического лица - согласно п. 2 Ст. 54 ГК РФ
- 6 - Капитал (баланс - строка 1300) (тыс. руб.) - средний показатель за 2023, 2024, 2025 гг.
- 7 - Чистая прибыль (отчет о финансовых результатах - строка 2400) (тыс. руб.) - средний показатель за 2023, 2024, 2025 гг.
- 8 - Коэффициент рентабельности продаж (%) - по формуле: $ROS = (\text{Прибыль} / \text{Выручка}) \times 100\%$ - по итогам 2025 г.
- 9 - Количество штатных оценщиков (чел.) согласно Ст. 15.1. ФЗ № 135-ФЗ- на дату проведения рэнкинга.
- 10 - Количество Консультантов / Экспертов (чел.) - Указаны все специалисты: штатные (на основании Ст. 16 Т РФ) и внешние, оформленные по договорам гражданско-правового характера (ГПХ) (на основании Ст. 420 ГК РФ), участвующие в бизнес-процессах оказания консультационных услуг по всем направлениям консалтинга - на дату проведения рэнкинга.

СТАТУС КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ - это не статичный показатель, а величина, которая меняется под влиянием Индекса конкурентной среды (зависящая от плотности конкурентной среды, внутренних и внешних факторов и пр.). Динамический характер «Статуса конкурентоспособности по капиталу» предполагает анализ ключевых показателей эффективности, что позволяет не только справедливо оценивать текущее положение, но и прогнозировать результаты стратегического развития (эволюции) с позиций конкурентоспособности.

ИНДЕКС КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ, согласно Методологии «Аналитического рэнкинга», классифицируется по следующим базовым уровням (категориям), а именно:

Категория А - Российская Федерация.

- Федеральный округ (с субъектами РФ) (Таблицы 1, 2, 3)

Категория Б - Конкретный субъект Российской Федерации (по номинациям только внутри субъекта РФ).

Категория В - Отрасль экономики, сектор или сегмент бизнеса. А также (при наличии) - Бизнес-объединения (ассоциации (союзы), некоммерческие партнёрства и пр.) (Таблица 4).

Таблица 1. Аналитический рэнкинг финансовой устойчивости оценочных организаций по величине собственного капитала (2023, 2024, 2025 гг.)

Категория «А» - Российская Федерация. Город федерального значения - Москва.

Таблица 2. Аналитический рэнкинг финансовой устойчивости оценочных организаций по величине собственного капитала (2023, 2024, 2025 гг.)

Категория «А» - Российская Федерация. Города федерального значения - Санкт-Петербург. Севастополь

Таблица 3. Аналитический рэнкинг финансовой устойчивости оценочных организаций по величине собственного капитала (2023, 2024, 2025 гг.)

Категория «А» - Российская Федерация. Федеральные округа - Субъекты Российской Федерации

Таблица 4. Аналитический рэнкинг финансовой устойчивости оценочных организаций по величине собственного капитала (2023, 2024, 2025 гг.)

Категория «В» - Оценочные организации, представляющие «Русское общество оценщиков» - Члены Совета РОО. Независимые члены Совета РОО.

Юридические лица, аккредитованные при Ассоциации «Русское общество оценщиков»

Литература

1. Зимин В.А., Зиновьева М.А. Методологические аспекты повышения статуса конкурентоспособности брендов оценочных организаций - номинантов рейтингов и рэнкингов Программы «Эволюция Бизнеса» // Вопросы оценки. - 2026. № 1 (121). - С. 29-41.

2. Анализ капитала организаций: теория и практика: монография / [Чернова С.А. и др.; отв. ред. Сулейманова Д. А.] ; Минобрнауки России, Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала : Изд-во ДГУ, 2013. - 128 с. : ил., табл.

3. Анализ состава и структуры капитала организаций: учебное пособие для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» / Е.Е. Гредасова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский национальный исследовательский

университет имени академика С. П. Королева» (Самарский университет). - Самара: Изд-во Самарского ун-та, 2021. - 67 с.: табл.; ISBN 978-5-7883-1629-1

4. Управление собственным капиталом организации в рыночных условиях хозяйствования: монография / Зубкова Т.А., Доренская И.Н.; Автономная некоммерческая организация высшего образования «Белгородский университет кооперации, экономики и права», Курский институт кооперации (филиал), Кафедра бухгалтерского учета, финансов и налогообложения. - Курск: Курский ин-т кооп. (фил.) БУКЭП, 2019. - 79 с. : ил., табл.; 20 см.; ISBN 978-5-907167-56-8

5. Теория и практика управления активами и капиталом организаций: монография / О.А. Тагирова, А.В. Носов, М.Ю. Федотова. - Пенза: РИО ПГАУ, 2019. - 174 с.: ил., табл.; ISBN 978-5-907181-26-7

6. Инновационные технологии. Обновления основного капитала организаций: монография / Н.А. Старостина; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации>, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Институт отраслевого менеджмента, Кафедра экономики и управления в строительстве. - Москва: ГУУ, 2022. - 59 с. : ил., табл.; ISBN 978-5-215-03576-4

7. Измерение и управление брэнд-капиталом организации: диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Шалаева Таисия Олеговна; [Место защиты: Волгогр. гос. техн. ун-т]. - Волгоград, 2008. - 146 с.: ил.

8. Бухгалтерский учет основного капитала организаций: монография / Зубарева Л.В. - Москва: Перо, 2016. - 145 с.: ил., табл.; ISBN 978-5-906862-25-9

9. Стратегический управленческий учет и управление капиталом организации: диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.12 / Потанина Юлия Михайловна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Экон. фак.]. - Москва, 2011. - 225 с.

10. Концепция методологии учетно-аналитического обеспечения системы управления собственным капиталом организаций / Кыштымова Е.А. - Орел: Картуш, 2014. - 120 с.: ил., табл.; ISBN 978-5-9708-0455-1.

11. Методики управления чистой прибылью / [Н. Васильева, С. Бурцева, О. Глагозина и др.]; Литературное агентство Лилии Сараевой. - Санкт-Петербург: Литературное агентство Эмиля Ахундова, 2025 (Санкт-Петербург). - 276 с. : табл., цв. ил., портр., табл.. - (Мастер CFO); ISBN 978-5-6054250-7-6

Методология разработана и зарегистрирована как объект интеллектуальной собственности (С) Зиновьевой Майей Александровной (Рег. № 1346-270-629 от 07.04.2026 г.)

Экспертно-аналитическая и информационно-рейтинговая компания «ЮНИПРАВЭКС» (ОГРН 1027739521886 Рег. от 06.08.1997 г.) (г. Москва) - оператор, осуществляющий обработку персональных данных. Дата и основание внесения в Реестр операторов Роскомнадзора: Приказ № 72 от 13.02.2026 г. Регистрационный номер: 77-26-534685
Генеральный директор - **Зимин Виктор Алексеевич**
Тел.: +7 (916) 589-26-56
E-mail: unipravex@yandex.ru
www.unipravex.ru / www.ЮНИПРАВЭКС.РФ



ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННО-ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ «РОССИЙСКИЙ ЦЕНТР ОБОРОТА ПРАВ
НА РЕЗУЛЬТАТЫ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (РЦИС)



Номер транзакции в РЦИС.РФ

Свидетельство

№ 1346-270-629

Методология «Аналитического рэнкинга»

Тип объекта:

Текстовое произведение

Правообладатель:

По состоянию на
07.04.2026 15:32:06 (MSK)
правообладатель: Зиновьева
Майя Александровна. автор(ы):
Зиновьева Майя Александровна.

Хэш файла:

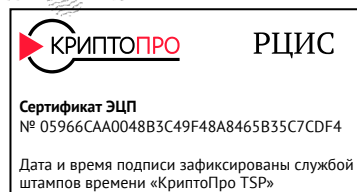
f88f427f81d18f1152ae1e8e3
195107f2210505f8c938840e
f802a8f32fe48d8

Дата регистрации в РЦИС:

07.04.2026 15:31:48 (MSK)

Дата создания:

06.04.2026



Объект зарегистрирован через узел в сети РЦИС.РФ:
НРИС



ОБЩЕРОССИЙСКАЯ ОБЩЕСТВЕННО-ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «РОССИЙСКИЙ ЦЕНТР ОБОРОТА ПРАВ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (РЦИС)

Интеллектуальная собственность — культурная ценность и основной актив современной экономики

Свидетельство Общероссийской общественно-государственной организации «Российский центр оборота прав на результаты творческой деятельности» (РЦИС) — это документ, подтверждающий регистрацию и оборот прав на результаты творческой деятельности, в том числе в научно-технической сфере в общественно-государственной блокчейн-инфраструктуре — сети РЦИС.РФ¹.

Общественно-государственная блокчейн-инфраструктура — сеть РЦИС.РФ объединяет в общем цифровом реестре государство и бизнес

Сведения, внесенные в реестр, подтверждаются и хранятся всеми участниками — узлами сети РЦИС.РФ независимо друг от друга, среди которых Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент), аккредитованные организации по коллективному управлению правами, Московский инновационный кластер, Фонд «Сколково», Суд по интеллектуальным правам, ведущие творческие, технологические компании и корпорации, а также многие другие участники рынка интеллектуальных прав, представляющие как бизнес, так и органы государственной власти.

Полный список узлов общественно-государственной блокчейн-инфраструктуры — сети РЦИС.РФ доступен по ссылке:

<http://сеть.рцис.рф/services>

Цифровой рынок на базе инфраструктуры РЦИС.РФ

