

WYCENA WNiP

WYCENA WNiP
należących do Spółki Dramix Sp. z o.o. w upadłości

Autorzy opracowania:

Mgr Norbert Banaszek – prawnik, analityk finansowy;

Mgr Grzegorz Kubeł – analityk finansowy.

Warszawa, 22.07.2026 r.

WYCIĄG Z WYCENY

Lokalizacja siedziby przedsiębiorstwa Dramix Sp. z o.o. w upadłości Ul. Plac Bankowy 2, 00-095 Warszawa Warszawa, woj. mazowieckie.	
Przedmiot wyceny	Słowny znak towarowy „Dramix” (R.279897), słowno-graficzny znak towarowy „Dramix” (R.328590), domeny i serwisy internetowe dramix.pl oraz dobredrabiny.pl.
Cel wyceny	Ustalenie wartości rynkowej wartości niematerialnych i prawnych Spółki Dramix Sp. z o.o. na potrzeby ich sprzedaży.
Metoda wyceny	Znaki: metoda zwolnienia z opłat licencyjnych (relief from royalty). Domeny i serwisy: koszt odtworzenia pomniejszony o utratę funkcjonalności, uzupełniony o konserwatywnie oszacowaną wartość widoczności organicznej w wyszukiwarce.
Wartość	<i><u>Łączna oszacowana wartość WNiP w zaokrągleniu do tysięcy złotych:</u></i> 75 000 zł <i>Słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych</i>
Strony umowy	Zamawiający: Syndyk masy upadłości Spółki Dramix Sp. z o.o. w upadłości, ul. Plac Bankowy 2; 00-095 Warszawa Wykonawca: Lege Advisors Sp. z o.o., Al. W. Reymonta 12A, 01-842 Warszawa
Autorzy opracowania	Mgr Norbert Banaszek – prawnik, analityk finansowy.
Data sporządzenia opinii	22.07.2026 r.

SPIS TREŚCI

1. INFORMACJE WSTĘPNE	3
1.1. Przedmiot i cel opracowania.....	3
1.2. Podstawa formalna opracowania	3
1.3. Zakres opracowania	3
1.4. Podsumowanie.....	4
2. WPROWADZENIE DO PROBLEMATYKI SZACOWANIA WNiP	4
2.1. Wartości niematerialne i prawne.....	4
2.2. Metody wyceny wartości niematerialnych i prawnych	6
2.3. Podstawy metodyczne	8
2.4. Metody zastosowane do wyceny.....	8
3. PODSTAWOWE DANE DOTYCZĄCE PRZEDSIĘBIORSTWA DRAMIX SP. Z O.O. W UPADŁOŚCI .	10
3.1. Podstawowe dane rejestrowe przedsiębiorstwa.....	10
4. OPIS WNiP	10
4.1. Znaki towarowe	10
4.2. Domeny i serwisy internetowe	11
5. METODYKA WYCENY WNiP	11
5.1. Dane finansowe i operacyjne.....	11
5.2. Podejścia do wycena WNiP	11
5.3. Metoda zwolnienia z opłat licencyjnych.....	11
5.4. Metoda kosztu odtworzenia uzupełniona o wartość widoczności organicznej	12
6. WYCENA ZNAKÓW TOWAROWYCH „DRAMIX”	12
6.1. Założenia	12
6.2. Obliczenia	12
7. WYCENA DOMEN I SERWISÓW INTERNETOWYCH	13
7.1. Założenia	13
7.2. Obliczenia	13
8. PODSUMOWANIE WYNIKÓW	14
9. UWAGI DOTYCZĄCE OPRACOWANIA	14
10. KLAUZULE I OGRANICZENIA	15

1. INFORMACJE WSTĘPNE

1.1. Przedmiot i cel opracowania

Przedmiotem opracowania jest oszacowanie wartości niematerialnych i prawnych należących do Spółki Dramix Sp. z o.o., w tym praw do dwóch znaków towarowych zawierających oznaczenie „Dramix” oraz wartości dwóch domen internetowych wraz z funkcjonującymi w ich ramach serwisami. Wycena obejmuje:

- słowny znak towarowy „Dramix”, numer prawa wyłącznego R.279897;
- słowno-graficzny znak towarowy „Dramix”, numer prawa wyłącznego R.328590;
- domenę i serwis internetowy dramix.pl;
- domenę i serwis internetowy dobredrabiny.pl.

Celem opracowania jest określenie wartości rynkowej wskazanych wartości niematerialnych i prawnych na potrzeby ich sprzedaży.

1.2. Podstawa formalna opracowania

Podstawą formalną opracowania jest zlecenie od Syndyka masy upadłości Spółki Dramix Sp. z o.o. w upadłości.

1.3. Zakres opracowania

W niniejszym opracowaniu przedstawiono podstawowe zagadnienia dotyczące wartości niematerialnych i prawnych oraz omówiono podejścia i metody stosowane do ich wyceny. Zaprezentowano również uzasadnienie wyboru metod zastosowanych do poszczególnych składników będących przedmiotem opracowania.

W dalszej części przedstawiono podstawowe dane rejestrowe Spółki Dramix Sp. z o.o. w upadłości oraz opis wycenianych wartości niematerialnych i prawnych, obejmujących słowny i słowno-graficzny znak towarowy „Dramix”, a także domeny i serwisy internetowe dramix.pl oraz dobredrabiny.pl.

Następnie zaprezentowano dostępne dane finansowe i operacyjne, w tym historyczne przychody Spółki oraz dane dotyczące ruchu i widoczności serwisów internetowych. Na ich podstawie przedstawiono założenia przyjęte do wyceny, zastosowane wzory oraz obliczenia wartości poszczególnych składników.

Znaki towarowe wyceniono metodą zwolnienia z opłat licencyjnych, natomiast domeny i powiązane z nimi serwisy internetowe wyceniono na podstawie kosztu odtworzenia, skorygowanego o utratę funkcjonalności i uzupełnionego o konserwatywnie oszacowaną wartość wypracowanej widoczności w wyszukiwarkach. W opracowaniu uwzględniono również korekty ograniczające ryzyko podwójnego ujęcia korzyści ekonomicznych wynikających z wykorzystania marki „Dramix” oraz domeny dramix.pl.

W końcowej części opracowania przedstawiono podsumowanie wyników wyceny, a także uwagi, klauzule i ograniczenia dotyczące zakresu dostępnych danych oraz przyjętych założeń.

Opracowanie może być wykorzystane wyłącznie w celu wskazanym w punkcie 1.1. Wykorzystanie go do innych celów może prowadzić do nieprawidłowej interpretacji przedstawionych wyników.

1.4. Podsumowanie

W następstwie przyjętych założeń i przeprowadzonych obliczeń łączną wartość wycenianych WNiP określono na 75 481,21 zł, tj. po zaokrągleniu do pełnych tysięcy złotych na **75 000 zł**.

2. WPROWADZENIE DO PROBLEMATYKI SZACOWANIA WNiP

2.1. Wartości niematerialne i prawne

Wśród składników majątku przedsiębiorstwa istotne miejsce zajmują wartości niematerialne i prawne, które pomimo braku materialnej postaci mogą wpływać na obecną i przyszłą zdolność podmiotu do generowania przychodów oraz osiągania korzyści ekonomicznych.

Do wartości niematerialnych i prawnych mogą należeć w szczególności prawa do znaków towarowych, domen internetowych, oprogramowania, baz danych, licencji, patentów, wzorów użytkowych, praw autorskich, know-how oraz innych praw wykorzystywanych w prowadzonej działalności gospodarczej. Wartość tych aktywów wynika przede wszystkim z możliwości ich gospodarczego wykorzystania, przeniesienia na inny podmiot lub udostępnienia osobom trzecim na podstawie umowy licencyjnej.

W wielu przypadkach aktywa niematerialne nie są wykazywane w bilansie przedsiębiorstwa albo ich wartość księgowa nie odzwierciedla ich rzeczywistej wartości ekonomicznej. Dotyczy to w szczególności aktywów wytworzonych we własnym zakresie lub rozwijanych przez wiele lat w ramach bieżącej działalności przedsiębiorstwa. Przykładem mogą być rozpoznawalna marka, historia domeny internetowej, wypracowana widoczność serwisu w wyszukiwarkach, baza treści produktowych lub funkcjonujące rozwiązania sprzedażowe.

Wartość ekonomiczna aktywa niematerialnego odpowiada korzyściom, jakie jego posiadanie może zapewnić właścicielowi lub potencjalnemu nabywcy. Korzyści te mogą przyjmować różną formę, w tym między innymi:

- zwiększenie rozpoznawalności przedsiębiorstwa lub oferowanych produktów;
- odróżnienie oferty przedsiębiorstwa od ofert konkurencyjnych;
- możliwość osiągnięcia sprzedaży lub wyższych marż;
- możliwość pobierania opłat z tytułu udzielenia licencji;
- ograniczenie kosztów pozyskania klientów;
- uzyskiwanie ruchu na stronie internetowej bez konieczności ponoszenia pełnych kosztów reklamy;
- skrócenie czasu potrzebnego na uruchomienie działalności lub odtworzenie danego rozwiązania;
- możliwość zbycia lub dalszego wykorzystania określonego prawa.

Jednym z podstawowych rodzajów aktywów niematerialnych jest znak towarowy. Jego zasadniczą funkcją jest umożliwienie odbiorcom zidentyfikowania towarów lub usług określonego przedsiębiorstwa oraz odróżnienie ich od towarów lub usług oferowanych przez inne podmioty. Znaki towarowe mogą występować między innymi w formie słownej, graficznej albo słowno-graficznej.

Posiadanie prawa ochronnego do znaku towarowego daje właścicielowi możliwość posługiwania się chronionym oznaczeniem w zakresie objętym ochroną, a także możliwość udostępnienia prawa innym podmiotom. Wartość znaku towarowego może zatem wynikać zarówno z jego wykorzystania we własnej działalności, jak i z możliwości uzyskiwania opłat licencyjnych.

Wartość przedsiębiorstwa nie jest jednak tworzona wyłącznie przez markę lub znaki towarowe. Na zdolność przedsiębiorstwa do generowania przychodów wpływają również inne czynniki, w tym:

- pracownicy i posiadane przez nich kompetencje;

- relacje z klientami i dostawcami;
- majątek rzeczowy;
- organizacja sprzedaży i dystrybucji;
- technologie oraz systemy informatyczne;
- posiadane treści, bazy produktów i rozwiązania sprzedażowe;
- sytuacja rynkowa oraz konkurencyjna przedsiębiorstwa.

W związku z tym, przy wycenie znaków towarowych należy wyodrębnić korzyści ekonomiczne wynikające z posiadania oznaczenia od korzyści generowanych przez pozostałe składniki przedsiębiorstwa. Sama obecność znaku towarowego nie jest bowiem wystarczająca do osiągania przychodów bez odpowiedniego asortymentu, organizacji działalności, kanałów sprzedaży oraz zasobów operacyjnych.

Drugą grupę aktywów będących przedmiotem niniejszej wyceny stanowią domeny oraz powiązane z nimi serwisy internetowe. Domena internetowa jest oznaczeniem umożliwiającym użytkownikom odnalezienie określonego serwisu w sieci. Jej wartość może wynikać z atrakcyjności i rozpoznawalności nazwy, zgodności z profilem prowadzonej działalności, historii funkcjonowania oraz zdolności do przyciągania użytkowników.

W przypadku działających serwisów internetowych wartość nie ogranicza się wyłącznie do samego prawa do korzystania z adresu domenowego. Może obejmować również:

- strukturę i funkcjonalność strony internetowej;
- oprogramowanie i konfigurację serwisu;
- treści i opisy produktów;
- bazę produktów;
- integracje z systemami zewnętrznymi;
- historię domeny;
- widoczność w wyszukiwarkach internetowych;
- wypracowany ruch użytkowników.

Istotnym elementem wartości serwisu internetowego jest jego widoczność w bezpłatnych wynikach wyszukiwania, określana jako widoczność SEO. Oznacza ona zdolność serwisu do pozyskiwania wejść użytkowników z wyszukiwarek bez konieczności ponoszenia kosztu reklamy za każde kliknięcie. Wypracowanie podobnej widoczności dla nowego serwisu może wymagać czasu, przygotowania odpowiednich treści oraz ponoszenia nakładów na działania techniczne i marketingowe.

Należy jednak zwrócić uwagę, że wartości poszczególnych aktywów niematerialnych mogą się wzajemnie nakładać. W szczególności domena zawierająca nazwę chronionego znaku towarowego może czerpać część swojej wartości z rozpoznawalności tej samej marki. Analogicznie ruch na stronie internetowej może wynikać zarówno z jakości serwisu i jego widoczności w wyszukiwarkach, jak i z wcześniejszej znajomości oznaczenia przez klientów.

W związku z powyższym przy łącznej wycenie znaków towarowych, domen oraz serwisów internetowych konieczne jest zastosowanie korekt ograniczających ryzyko podwójnego uwzględnienia tych samych korzyści ekonomicznych. Łączna wartość wycenianych aktywów nie powinna stanowić prostej sumy wartości oszacowanych bez uwzględnienia zależności występujących pomiędzy marką, nazwą domeny, ruchem internetowym oraz pozostałymi elementami prowadzonej działalności.

Wycena wartości niematerialnych i prawnych polega zatem na ustaleniu wartości korzyści, jakie ich właściciel lub potencjalny nabywca może osiągnąć dzięki ich posiadaniu, przy jednoczesnym wyodrębnieniu tych korzyści od wartości innych składników przedsiębiorstwa.

2.2. Metody wyceny wartości niematerialnych i prawnych

Wycena wartości niematerialnych i prawnych może być przeprowadzana przy zastosowaniu trzech zasadniczych podejść:

- podejścia kosztowego;
- podejścia rynkowego;
- podejścia dochodowego.

Dobór właściwego podejścia zależy przede wszystkim od rodzaju wycenianego aktywa, sposobu jego gospodarczego wykorzystania, dostępności danych oraz możliwości wyodrębnienia korzyści ekonomicznych wynikających z jego posiadania.

A. Metody kosztowe

W podejściu kosztowym wartość aktywa niematerialnego określa się na podstawie nakładów, jakie należałoby ponieść na dzień wyceny, aby odtworzyć istniejące aktywum lub zastąpić je innym aktywem zapewniającym porównywalne korzyści ekonomiczne.

Podejście to opiera się na założeniu, że racjonalny nabywca nie powinien zapłacić za dane aktywum więcej niż wynosi koszt stworzenia lub pozyskania rozwiązania o zbliżonej funkcjonalności i użyteczności.

Podejście kosztowe znajduje zastosowanie w szczególności w wycenie:

- stron i serwisów internetowych;
- oprogramowania;
- baz danych;
- treści i katalogów produktowych;
- rozwiązań informatycznych;
- dokumentacji i innych aktywów możliwych do technicznego odtworzenia.

W przypadku domen i serwisów internetowych koszt odtworzenia może obejmować między innymi koszty wykonania strony, wdrożenia oprogramowania, konfiguracji, przygotowania treści, wprowadzenia produktów, integracji z systemami zewnętrznymi oraz uruchomienia serwisu.

Ustalona wartość może podlegać korekcie z tytułu zużycia technologicznego, funkcjonalnego lub ekonomicznego. Korekta ta odzwierciedla między innymi wiek rozwiązania, jego aktualność technologiczną, zakres wymaganych modernizacji oraz możliwość dalszego wykorzystania bez ponoszenia dodatkowych nakładów.

Ograniczeniem podejścia kosztowego jest fakt, że poniesione nakłady nie zawsze pozostają w bezpośrednim związku z wartością ekonomiczną aktywa. Wysoki koszt stworzenia serwisu lub marki nie musi oznaczać, że aktywum generuje odpowiednio wysokie korzyści. Z drugiej strony niskie historyczne nakłady mogą doprowadzić do powstania aktywa o znacznej wartości, jeżeli uzyskało ono rozpoznawalność, wypracowaną pozycję na rynku lub wysoką widoczność w wyszukiwarkach.

B. Metody rynkowe

Podejście rynkowe polega na ustaleniu wartości aktywa na podstawie cen uzyskiwanych w transakcjach dotyczących podobnych wartości niematerialnych i prawnych.

Wycena może opierać się między innymi na:

- cenach sprzedaży porównywalnych domen;
- transakcjach sprzedaży znaków towarowych;
- stawkach opłat licencyjnych stosowanych w porównywalnych umowach;
- mnożnikach rynkowych odnoszących wartość aktywa do przychodów lub generowanych korzyści;
- ofertach sprzedaży aktywów o zbliżonych cechach.

Uzyskanie wiarygodnego wyniku w podejściu rynkowym wymaga dostępu do informacji o transakcjach dotyczących aktywów o wysokim stopniu podobieństwa do aktywa wycenianego. Porównywalność powinna obejmować między innymi:

- rodzaj aktywa;
- zakres ochrony prawnej;
- branżę;
- terytorium wykorzystania;
- rozpoznawalność;
- zdolność do generowania przychodów;
- okres funkcjonowania;
- profil i skalę działalności.

Zastosowanie podejścia rynkowego w wycenie wartości niematerialnych i prawnych jest często ograniczone. Aktywa te mają zwykle indywidualny charakter, a warunki transakcji nie są powszechnie ujawniane. W przypadku domen internetowych dodatkowym problemem jest znaczne zróżnicowanie wartości wynikające z długości i atrakcyjności nazwy, rodzaju rozszerzenia, profilu ruchu, historii domeny oraz jej dotychczasowego wykorzystania.

Podobne ograniczenia dotyczą znaków towarowych, których wartość zależy nie tylko od samego zakresu ochrony, lecz również od rozpoznawalności marki, pozycji rynkowej, rodzaju oferowanych produktów oraz siły relacji z klientami.

C. Metody dochodowe

W podejściu dochodowym wartość aktywa niematerialnego odpowiada bieżącej wartości przyszłych korzyści ekonomicznych, jakie jego właściciel może osiągnąć dzięki posiadaniu lub wykorzystywaniu tego aktywa.

Podejście dochodowe wymaga określenia:

- strumienia przyszłych korzyści ekonomicznych;
- okresu ich uzyskiwania;
- tempa wzrostu lub spadku korzyści;
- stopy dyskontowej odzwierciedlającej ryzyko ich osiągnięcia;
- ewentualnej wartości rezydualnej.

Wśród metod dochodowych stosowanych do wyceny wartości niematerialnych i prawnych wyróżnia się między innymi:

- metodę zwolnienia z opłat licencyjnych (relief from royalty);
- metodę nadwyżki zysków;
- metodę premii cenowej;
- metodę przyrostu przepływów pieniężnych;
- metodę oszczędności kosztowych.

Metoda zwolnienia z opłat licencyjnych (relief from royalty) znajduje zastosowanie przede wszystkim w wycenie znaków towarowych, marek, patentów i innych praw, które mogłyby być przedmiotem licencji. Zakłada ona, że właściciel aktywa, dzięki posiadaniu danego prawa, nie musi uiścić opłat licencyjnych na rzecz podmiotu trzeciego.

Wartość aktywa określa się jako bieżącą wartość przyszłych, hipotetycznie zaoszczędzonych opłat licencyjnych, pomniejszonych o efekt podatkowy. Wysokość opłat jest zwykle określana jako procent przychodów generowanych przy wykorzystaniu wycenianego aktywa.

Metoda nadwyżki zysków polega na określeniu części dochodów przedsiębiorstwa, którą można przypisać wyłącznie danemu aktywowi niematerialnemu, po uwzględnieniu wynagrodzenia pozostałych aktywów wykorzystywanych w działalności.

Metoda premii cenowej opiera się na ustaleniu różnicy pomiędzy cenami produktów sprzedawanych pod wycenianą marką a cenami porównywalnych produktów nieposiadających analogicznego oznaczenia.

Metoda oszczędności kosztowych może być stosowana w sytuacji, gdy posiadanie aktywa pozwala przedsiębiorstwu uniknąć określonych wydatków. W przypadku serwisów internetowych i wypracowanej widoczności w wyszukiwarkach przykładem takiej korzyści może być ograniczenie kosztów zakupu ruchu w płatnych kampaniach reklamowych.

Należy jednak podkreślić, że koszt zastąpienia ruchu organicznego reklamą nie może być utożsamiany bezpośrednio z wartością serwisu lub domeny. Nie każde wejście użytkownika prowadzi do osiągnięcia przychodu, a utrzymanie widoczności w wyszukiwarkach wymaga dalszych nakładów i jest obarczone ryzykiem zmian algorytmów, działań konkurencji oraz spadku zainteresowania określonymi treściami.

W praktyce wycena wartości niematerialnych i prawnych może wymagać zastosowania więcej niż jednego podejścia. Jedna metoda może pełnić funkcję podstawową, natomiast pozostałe mogą służyć kontroli racjonalności uzyskanego wyniku lub oszacowaniu poszczególnych elementów aktywa.

W przypadku łącznej wyceny kilku powiązanych aktywów należy dodatkowo przeanalizować, czy generowane przez nie korzyści ekonomiczne nie nakładają się na siebie. Dotyczy to w szczególności znaku towarowego i domeny zawierającej identyczne oznaczenie. Nieuwzględnienie tych zależności mogłoby prowadzić do podwójnego ujęcia tej samej wartości.

2.3. Podstawy metodyczne

- Ustawa o rachunkowości z dnia 29 września 1994 r. (Dz. U. 2022 poz. 1488.);
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 1360);
- Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. 2022, poz. 2436);
- Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz.U. 2022 r. poz. 2180.);
- Ustawa z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz.U. 2022 poz. 2436);
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej (Dz. U. 2022 poz. 2185);
- Grzegorz Urbanek, Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008;
- Praca zbiorowa pod redakcją naukową Marek Panfil, Andrzej Szablewski - Wycena Przedsiębiorstw – Od teorii do praktyki – wydanie Poltext Sp. z o. o. Warszawa, 2011r.;
- Wiktor Patena W poszukiwaniu wartości przedsiębiorstwa. Wydawnictwo -Wolters Kluwer Polska, 2011r.;
- Powszechnych Krajowe Zasady Wyceny (PKZW) opracowane przez Polską Federację Stowarzyszeń Rzeczników Majątkowych;
- Zawodowe Standardy Wyceny RICS - styczeń 2014r. Polska wersja językowa publikowanego przez RICS oryginału, opracowanego w języku angielskim;
- Standardy TEGOVA- „European Business Valuation Standards – 2ND Edition- 2026”;
- Standardy TEGOVA- „European Intangible Asset Valuation Standards” – 1ST Edition – 2026”.

2.4. Metody zastosowane do wyceny

Biorąc pod uwagę charakter wycenianych wartości niematerialnych i prawnych, dostępny zakres danych i materiałów, sposób wykorzystania poszczególnych aktywów w działalności Spółki oraz cel niniejszego opracowania, zastosowano odmienne metody wyceny dla znaków towarowych oraz domen i powiązanych z nimi serwisów internetowych.

W odniesieniu do znaków towarowych „Dramix” zastosowano dochodową metodę zwolnienia z opłat licencyjnych (relief from royalty). Metoda ta opiera się na założeniu, że właściciel znaku, dzięki posiadaniu praw ochronnych, nie musi ponosić kosztów opłat licencyjnych, które byłyby należne podmiotowi trzeciemu w przypadku korzystania z analogicznego oznaczenia na podstawie umowy licencyjnej. Wartość znaków określono jako bieżącą wartość przyszłych, hipotetycznie zaoszczędzonych opłat licencyjnych, pomniejszonych o efekt podatkowy.

Z uwagi na to, że znak słowny oraz znak słowno-graficzny odnoszą się do tego samego oznaczenia „Dramix” i nie generują niezależnych strumieni korzyści ekonomicznych, w pierwszej kolejności oszacowano łączną wartość praw do marki „Dramix”, a następnie dokonano jej podziału pomiędzy poszczególne prawa ochronne.

W odniesieniu do domen dramix.pl i dobredrabiny.pl oraz powiązanych z nimi serwisów internetowych zastosowano podejście kosztowe, oparte na oszacowanym koszcie odtworzenia serwisów zapewniających porównywalną funkcjonalność. Wartość techniczną skorygowano o zużycie funkcjonalne i technologiczne, uwzględniające wiek serwisów, możliwość dalszego wykorzystania istniejących rozwiązań oraz potencjalną konieczność ich modernizacji.

Podejście kosztowe uzupełniono o oszacowanie wartości wypracowanej widoczności serwisów w bezpłatnych wynikach wyszukiwania. Wartość tę określono na podstawie hipotetycznego kosztu pozyskania porównywalnej liczby wejść za pomocą płatnej reklamy internetowej, z zastosowaniem konserwatywnych korekt uwzględniających niepewność utrzymania ruchu, brak bezpośredniego przełożenia każdego wejścia na sprzedaż oraz konieczność ponoszenia dalszych nakładów na utrzymanie widoczności.

Ze względu na powiązanie domeny dramix.pl ze znakiem towarowym „Dramix” zastosowano dodatkową korektę ograniczającą ryzyko podwójnego ujęcia tych samych korzyści ekonomicznych. W szczególności przyjęto, że część ruchu oraz rozpoznawalności domeny dramix.pl wynika bezpośrednio z wartości marki uwzględnionej już w wycenie znaków towarowych. W odniesieniu do domeny dobredrabiny.pl nie zastosowano analogicznej korekty.

Zastosowane metody dobrano w sposób umożliwiający wykorzystanie dostępnych danych, przy jednoczesnym zachowaniu konserwatywnego charakteru wyceny i ograniczeniu ryzyka podwójnego uwzględnienia wartości tych samych korzyści ekonomicznych.

Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto standard wartości rynkowej. Wartość rynkowa oznacza szacunkową kwotę, za jaką składnik wartości niematerialnych i prawnych powinien być przedmiotem transakcji na dzień wyceny pomiędzy zainteresowanym nabywcą a zainteresowanym sprzedawcą, w transakcji zawartej na warunkach rynkowych, po odpowiedniej ekspozycji przedmiotu wyceny na rynek, przy czym każda ze stron działa z odpowiednią wiedzą, rozważnie i bez przymusu. Przy określaniu wartości rynkowej przyjęto perspektywę hipotetycznych uczestników rynku, działających niezależnie od siebie i kierujących się racjonalnymi przesłankami ekonomicznymi. Wartość ta nie uwzględnia szczególnych korzyści, synergii ani premii właściwych wyłącznie dla konkretnego nabywcy, o ile korzyści te nie byłyby dostępne dla ogółu uczestników rynku.

3. PODSTAWOWE DANE DOTYCZĄCE PRZEDSIĘBIORSTWA DRAMIX SP. Z O.O. W UPADŁOŚCI

3.1. Podstawowe dane rejestrowe przedsiębiorstwa

Dane identyfikacyjne przyjęto na podstawie wpisów w Krajowym Rejestrze Sądowym przedsiębiorców (odczyt z internetowego systemu KRS).

Nazwa: Dramix spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w upadłości;

Siedziba: Warszawa, gmina Warszawa, powiat Warszawa, woj. mazowieckie;

Adres siedziby: ul. Plac Bankowy 2, 00-095 Warszawa;

Data rejestracji w KRS: 25.09.2018 r.;

Numer w KRS: 0000750259;

REGON: 140967475, NIP 1181895632;

Kapitał zakładowy: 100 000,00 zł;

Dane wspólników:

Mikołaj Szymon Ulatowski – wspólnik posiada 1 000 udziałów o łącznej wartości 50 000 zł;

Piotr Szczęsny Ulatowski – wspólnik posiada 1 000 udziałów o łącznej wartości 50 000 zł;

Zarząd:

Mikołaj Szymon Ulatowski - prezes Zarządu;

Przedmiot przeważającej działalności:

46, 90, z, sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana.

Przedmiot pozostałej działalności:

46, 63, z, sprzedaż hurtowa maszyn wykorzystywanych w górnictwie, budownictwie oraz inżynierii lądowej i wodnej;

46, 69, z, sprzedaż hurtowa pozostałych maszyn i urządzeń;

47, 78, z, sprzedaż detaliczna pozostałych nowych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach;

47, 91, z, sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub internet;

77, 32, z, wynajem i dzierżawa maszyn i urządzeń budowlanych;

41, 20, z, roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków mieszkalnych i niemieszkalnych;

43, 99, z, pozostałe specjalistyczne roboty budowlane, gdzie indziej niesklasyfikowane;

5, 11, z, produkcja konstrukcji metalowych i ich części;

24, 42, b, produkcja wyrobów z aluminium i stopów aluminium.

4. OPIS WNiP

4.1. Znaki towarowe

Wycena obejmuje dwa prawa ochronne odnoszące się do tego samego oznaczenia wyróżniającego „Dramix”. Ponieważ oba prawa dotyczą jednej marki i nie generują niezależnych strumieni korzyści ekonomicznych, zostały potraktowane jako jeden pakiet wartości, a następnie dokonano alokacji 80% wartości do znaku słownego i 20% do znaku słowno-graficznego. Takie podejście ogranicza ryzyko dwukrotnego ujęcia tej samej korzyści ekonomicznej.

4.2. Domeny i serwisy internetowe

Przedmiotem wyceny są nie tylko adresy domenowe, lecz funkcjonujące pod nimi serwisy, obejmujące warstwę techniczną, treści, bazę produktów, historię indeksacji oraz wypracowaną widoczność w bezpłatnych wynikach wyszukiwania. Domena dramix.pl jest bezpośrednio związana z marką „Dramix”, natomiast dobredrabiny.pl ma przede wszystkim charakter opisowy i produktowy.

5. METODYKA WYCENY WNiP

5.1. Dane finansowe i operacyjne

Wyszczególnienie	2023	2024	2025
Przychody ze sprzedaży	9 342 948 zł	9 918 004 zł	8 482 174 zł

W 2025 r. przychody Spółki wyniosły 8,48 mln zł i były niższe o około 14,5% od przychodów osiągniętych w 2024 r. W modelu przyjęto dalszy spadek przychodów o 15% rocznie, co ma charakter ostrożny i odpowiada celowi konserwatywnej wyceny.

Parametr	dramix.pl	dobredrabiny.pl
Aktywni użytkownicy	98 000	20 000
Nowi użytkownicy	71 000	20 000
Kliknięcia organiczne	44 700	34 300
Wyświetlenia w Google	3 210 000	3 500 000
Średni CTR	1,4%	1,0%
Średnia pozycja	9,6	9,8

Dane analityczne dotyczą okresu od 1 stycznia 2025 r. do 5 lipca 2026 r. W kalkulacji ruch organiczny zannualizowano do okresu 12 miesięcy.

5.2. Podejścia do wycena WNiP

Wycena aktywów niematerialnych może być przeprowadzana w podejściu kosztowym, rynkowym lub dochodowym. Wybór metody zależy od charakteru aktywa oraz dostępności danych. W przypadku znaków towarowych zastosowano podejście dochodowe, ponieważ ich korzyść może być odzwierciedlona jako hipotetyczna oszczędność opłat licencyjnych. W przypadku domen i serwisów zastosowano podejście kosztowe, uzupełnione o wartość wypracowanej widoczności organicznej.

5.3. Metoda zwolnienia z opłat licencyjnych

Metoda zwolnienia z opłat licencyjnych zakłada, że właściciel znaku, gdyby nie posiadał prawa do jego wykorzystywania, musiałby ponosić opłatę licencyjną na rzecz podmiotu trzeciego. Wartość znaku odpowiada bieżącej wartości oszczędności wynikających z braku konieczności uiszczania takich opłat.

Wzór zastosowany do obliczeń:

$$V = \sum [P_t \times U \times R \times (1 - T)] / (1 + d)^t$$

gdzie: P_t – przychody Spółki w roku t ; U – udział przychodów związanych z marką; R – stawka royaltów; T – stawka podatku dochodowego; d – stopa dyskontowa; t – kolejny rok prognozy.

5.4. Metoda kosztu odtworzenia uzupełniona o wartość widoczności organicznej

Wartość serwisów określono jako sumę: (i) wartości technicznej po uwzględnieniu zużycia lub utraty funkcjonalności oraz (ii) wartości wypracowanego ruchu organicznego (SEO). Wartość SEO określono na podstawie kosztu zastąpienia ruchu reklamą płatną, a następnie istotnie zredukowano współczynnikiem realizacji wartości, zdyskontowano i skorygowano o ryzyko dublowania wartości marki.

Wartość SEO = kliknięcia roczne $\times$ CPC $\times$ współczynnik realizacji $\times$ PV okresu korzyści

6. WYCENA ZNAKÓW TOWAROWYCH „DRAMIX”**6.1. Założenia**

Założenie	Wartość	Uzasadnienie
Przychody bazowe	8 482 174,27	Przychody Spółki za 2025 r.
Udział przychodów związany z marką	33,0%	brak możliwości przypisania całej sprzedaży do marki Dramix; założenie konserwatywne
Stawka royaltów	1,0%	szacunkowe założenie z uwagi na brak porównywalnych umów licencyjnych
Podatek dochodowy	19,0%	Stawka CIT
Zmiana przychodów	-15% rocznie	odzwierciedlenie spadku sprzedaży i ostrożności prognozy
Stopa dyskontowa	20,0%	Podwyższone ryzyko aktywa
Okres prognozy	5 lat	Bez wartości rezydualnej
Alokacja praw	80% / 20%	Znak słowny / znak słowno-graficzny

Stawka royaltów oraz udział przychodów związanych z marką mają charakter ekspercki i z uwagi na brak dostępnych danych rynkowych, nie zostały potwierdzone analizą porównywalnych umów licencyjnych. Z tego względu wynik należy traktować jako konserwatywne oszacowanie w warunkach ograniczonego materiału informacyjnego.

6.2. Obliczenia

Rok	Przychody	Przychody marki	Royalty 1%	Po podatku	PV
1	8 482 174 zł	2 799 118 zł	27 991 zł	22 673 zł	18 894 zł
2	7 209 848 zł	2 379 250 zł	23 792 zł	19 272 zł	13 383 zł
3	6 128 371 zł	2 022 362 zł	20 224 zł	16 381 zł	9 480 zł
4	5 209 115 zł	1 719 008 zł	17 190 zł	13 924 zł	6 715 zł
5	4 427 748 zł	1 461 157 zł	14 612 zł	11 835 zł	4 756 zł

Łączna wartość bieżąca hipotetycznych oszczędności z tytułu opłat licencyjnych wynosi **53 228,39 zł**. Model nie uwzględnia wartości rezydualnej po piątym roku, z uwagi na niekorzystną sytuację Spółki oraz konserwatywny charakter wyceny.

Poniższa tabela przedstawia rozdzielenie łącznej oszacowanej wartości znaków towarowych na poszczególne prawa ochronne:

Prawo	Udział	Wartość
Słowny znak „Dramix” – R.279897	80,0%	42 582,71 zł
Słowno-graficzny znak „Dramix” – R.328590	20,0%	10 645,68 zł
Łącznie	100,0%	53 228,39 zł

7. WYCENA DOMEN I SERWISÓW INTERNETOWYCH

7.1. Założenia

Założenie	dramix.pl	dobredrabiny.pl
Koszt odtworzenia serwisu	20 000 zł	20 000 zł
Zużycie / utrata funkcjonalności	70,0%	50,0%
CPC zastępczy	0,80 zł	0,80 zł
Współczynnik realizacji wartości SEO	15,0%	15,0%
Okres korzyści SEO	2 lata	2 lata
Stopa dyskontowa SEO	20,0%	20,0%
Nakładanie wartości z marką	75,0%	0,0%
Koszt odtworzenia serwisu	20 000 zł	20 000 zł

Koszt odtworzenia przyjęto na poziomie dolnej granicy przedziału wskazanego przez Spółkę. Korekty z tytułu utraty funkcjonalności mają charakter ekspercki: wyższą korektę zastosowano do dramix.pl, który według przekazanej informacji został utworzony w 2014 r. Dla dobredrabiny.pl zastosowano niższą, lecz nadal znaczącą korektę.

CPC zastępczy oznacza szacunkowy koszt zakupu jednego kliknięcia w płatnych wynikach wyszukiwania. Współczynnik realizacji 15% oznacza, że jedynie część teoretycznego kosztu zakupu ruchu została uznana za wartość ekonomiczną aktywa. Jest to istotna redukcja odzwierciedlająca fakt, że kliknięcie nie jest równoznaczne ze sprzedażą, a utrzymanie widoczności wymaga dalszych działań.

7.2. Obliczenia

Składnik	dramix.pl	dobredrabiny.pl
Koszt odtworzenia	20 000,00 zł	20 000,00 zł
Wartość techniczna po zużyciu	6 000,00 zł	10 000,00 zł
Kliknięcia zannualizowane	33 525	25 725
Wartość SEO przed korektą	6 146,25 zł	4 716,25 zł
Korekta nakładania z marką	75,0%	0,0%

Składnik	dramix.pl	dobredrabin.pl
Wartość SEO po korekcie	1 536,56 zł	4 716,25 zł
Wartość domeny i serwisu	7 536,56 zł	14 716,25 zł

Eliminacja podwójnego ujęcia wartości: Domena dramix.pl jest identyczna z oznaczeniem chronionym znakami towarowymi. Część ruchu na stronie może zatem wynikać z rozpoznawalności marki, która została już ujęta w wycenie znaków metodą relief from royalty. W modelu wyłączono 75% wartości SEO dramix.pl jako potencjalnie nakładającej się z wartością marki. Dla dobre drabiny.pl nie zastosowano korekty, ponieważ domena ma charakter opisowy, a jej widoczność może wynikać przede wszystkim z fraz produktowych niezwiązanych bezpośrednio z marką Dramix.

Łączna wartość domen i serwisów internetowych została oszacowana na kwotę **22 252,81 zł**.

8. PODSUMOWANIE WYNIKÓW

Przedmiot wyceny	Wartość
Słowny znak „Dramix” – R.279897	42 582,71 zł
Słowno-graficzny znak „Dramix” – R.328590	10 645,68 zł
Domena i serwis dramix.pl	7 536,56 zł
Domena i serwis dobre drabiny.pl	14 716,25 zł
Łączna wartość WNiP	75 481,21 zł

Wartość WNiP po zaokrągleniu: 75 000 zł

Słownie: siedemdziesiąt pięć tysięcy złotych

9. UWAGI DOTYCZĄCE OPRACOWANIA

Niniejszą opracowanie wykonano przy zastosowaniu najwyższej staranności i w najlepszej wierze w oparciu o dokumentację otrzymaną od Zleceniodawcy oraz pozyskaną we własnym zakresie przez Autorów opracowania. Zleceniodawca oraz osoby trzecie powinny mieć na uwadze, że przedstawione oszacowanie może być obarczone ryzykiem, wynikającym z prawdopodobieństwa przyjętych w oszacowaniu założeń.

10. KLAUZULE I OGRANICZENIA

- Wycena została sporządzona zgodnie z najlepszą wiedzą i przekonaniem wyceniającego.
- Założono, że wyceniającym udostępniono wszelkie niezbędne informacje i dokumenty mogące mieć wpływ na ustalenie wartości znaku towarowego.
- Autor opinii przyjmuje w dobrej wierze dane przekazane przez Zleceniodawcę, niezbędne do wykonania niniejszej wyceny.
- Analizy, opinie i konkluzje zawarte w raporcie są profesjonalnymi, bezstronnymi i obiektywnymi analizami, opiniami i konkluzjami osoby wykonującej wycenę, które ograniczone są wyłącznie przez przyjęte założenia oraz warunki ograniczające.
- Nie pozyskano porównywalnych umów licencyjnych dla marki Dramix. Stawka royaltów 1,0% oraz udział przychodów 33% są założeniami eksperckimi modelu.
- Korekty zużycia, CPC, współczynnik realizacji wartości SEO, okres korzyści oraz korekta nakładania wartości z marką mają charakter szacunkowy i zostały przyjęte konserwatywnie.
- Zlecenie wyceny nie było uzależnione od przygotowania lub przedstawienia w raporcie przez wyceniającego wniosków oraz konkluzji z góry zakładanymi rezultatami.
- Wynagrodzenie wyceniającego nie jest uzależnione od przygotowania lub przedstawienia w raporcie wniosków lub konkluzji z góry zakładanymi wartościami, uzyskania z góry założonego rezultatu, przyszłych wydarzeń bezpośrednio związanych z celem wyceny, czy też konkluzji raportu korzystnej dla klienta.
- Raport sporządzono wyłącznie dla celu określonego w punkcie 1.1.
- Za wykorzystanie opracowania do innych celów, jak również przez osoby trzecie autorzy nie ponoszą odpowiedzialności.
- Niniejsza wycena nie może być publikowana w całości ani w części bez zgody autora.