

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕ-
ДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**КАФЕДРА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНО-
СТИ**

Н.Ю. ПУЗЫНЯ

**ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ
НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИ-
ВАМИ
КОМПАНИИ**

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2013**

**ББК 65.29
П 88**

Пузыня Н.Ю.

П 88 Оценка и управление нематериальными активами компании /
Н.Ю. Пузыня. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 179 с.

ISBN 978-5-7310-2901-8

Монография посвящена проблемам оценки стоимости нематериальных активов и их влияния на стоимость компании. Раскрываются особенности экономики нематериальных активов, возрастающая роль нематериальных активов в современной инновационной экономике, вопросы нормативно-правовой базы интеллектуальной собственности как основной составляющей нематериальных активов. Исследуются цепочки создания стоимости компании за счет нематериальных активов.

Монография может быть полезна магистрантам, аспирантам, которые занимаются исследованием данных проблем и специалистам в области экономической оценки, а также финансовым специалистам и менеджерам компаний, всем, кто интересуется вопросами инновационной экономики.

ББК 65.29

Рецензенты: директор Института международного
бизнеса и права НИУ ИТМО,
д-р экон. наук, проф. **Е.Л. Богданова**
доцент кафедры финансов СПбГЭУ,
канд. экон. наук **И.И. Добросердова**

ISBN 978-5-7310-2901-8

© СПбГЭУ, 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
Глава 1. Экономика нематериальных активов	8
1.1. Развитие теоретических концепций о роли нематериальных (неосязаемых) активов в создании стоимости	8
1.2. Понятие и классификация нематериальных активов.....	17
1.3. Нематериальные активы и рыночная капитализация компаний.....	26
1.4. Возрастающая роль нематериальных активов в современной инновационной экономике	40
Глава 2. Нормативно-правовая база создания и использования интеллектуальной собственности как основной составляющей нематериальных активов компаний	52
2.1. Понятие интеллектуальной собственности и современные проблемы ее существования	52
2.2. Особенности рынка интеллектуальной собственности	64
2.3. Формирование рынка ИС в РФ, его место в мировой экономике ...	69
2.4. Классификация и особенности правового регулирования отдельных видов результатов интеллектуальной деятельности	88
2.5. Идентификация объектов интеллектуальной собственности, формирование портфеля прав ИС на предприятии	101
Глава 3. Теоретические основы оценки стоимости нематериальных активов (НМА)	111
3.1. Нематериальные активы как оценочная категория. Факторы, влияющие на стоимость НМА.	111
3.2. Основные принципы оценки стоимости ИС и НМА	115
3.3. Нормативно-правовая база оценки	119
3.4. Цель оценки и Виды стоимости НМА	120
3.5. Затратный подход в оценке ИС и НМА	130
3.6. Доходный подход в оценке ИС и НМА.....	133

Глава 4. Влияние нематериальных активов на формирование стоимости компании.....	143
4.1. Факторы создания стоимости компании	143
4.2. Стратегия стоимостной цепочки.....	145
4.3. Цепочка создания стоимости за счет создания принципиально нового нематериального актива.....	151
4.4. Управление нематериальными активами в компании	157
4.5. Трансферт технологий как способ коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности и получения дополнительной стоимости	159
4.6. Модель отраслевой сети создания стоимости.....	162
Перечень законодательных и нормативных актов	166
Библиографический список	168

ВВЕДЕНИЕ

Современное развитие высокотехнологических производств неизбежно приводит к трансформации структуры мировой экономики. Достижение конкурентных преимуществ, как для отдельных предприятий, так и на глобальном рынке, становится невозможным без нового подхода к использованию факторов производства. Такими дополнительными факторами являются нематериальные (неосязаемые) ресурсы компаний.

В инновационной и информационной экономике нематериальные активы (НМА), состоящие в основном из объектов интеллектуальной собственности (ИС), стали играть гораздо более важную роль, чем отражаемые в бухгалтерских балансах физические, материальные активы компании. В индустриальную эпоху 60-х гг. обладание собственностью и эффективным производственным оборудованием выводило компании в фавориты фондового рынка. Большинство же современных компаний-лидеров имеют в своих активах новые технологии, знания, торговые марки и партнерские отношения с потребителями и организациями. В этих компаниях стоимость материальных активов составляет малую часть (по оценке экспертов около 30%) их общей рыночной стоимости. Компьютеры, коммуникации и знания – вот что лежит в основе компании третьего тысячелетия. Сейчас возникают компании, располагающие только нематериальными активами, они производят нематериальные продукты, которыми «торгуют» в электронном пространстве Интернета.

Объекты интеллектуального труда, все нововведения, созданные с использованием результатов научно-технической деятельности, являются одним из важных ресурсов предприятия, использование которых в хозяйственном обороте должно рассматриваться в настоящее время как одно из ключевых направлений стратегического менеджмента, обеспечивающее реализацию интересов предприятия.

Если ранее ценность предприятия определялась производственными корпусами, оборудованием и наличными деньгами, то в настоящий период (где-то начиная с 60-х годов XX века) вопросы интеллектуальной собственности, связанные с техническим перевооружением производства и новыми способами организации труда и производства, становятся решающими для развития общества и отдельных компаний.

В процессе хозяйственной деятельности наукоемкой организации, научное знание предстает как непрерывный поток инноваций, оно обладает неисчерпаемыми возможностями для создания новых ценностей.

Западные и японские компании достигли впечатляющей конкурентоспособности благодаря способности создавать новое знание (в широком смысле этого слова), распространять его по организации и воплощать в продукции, услугах и системах; они славятся постоянным и непрерывным

совершенствованием методов работы. Они не только сами производят новые организационные знания, но и активно принимают на вооружение инновации, созданные вне организации, распространяя их внутри и трансформируя в создание новых технологий, продукции и услуг.

Именно это сочетание внешней и внутренней деятельности позволяет ведущим западным и японским компаниям постоянно вводить новшества, которые, в свою очередь, помогают получить те самые конкурентные преимущества.

Конкуренция – это постоянная тяжелая битва, предприятие должно постоянно внедрять новые технологии, производственные процессы, подходы к маркетингу, новые работы с клиентами, дизайн продукции и т.п. Одно внедренное новшество требует внедрения другого, а это означает постоянное улучшение и совершенствование.

К сожалению, на рубеже 90-х годов произошла утрата части интеллектуальных ресурсов России в результате отсутствия в период перестройки и приватизации государственной политики оценки и управления интеллектуальной собственностью и теоретических разработок в данной области в условиях рыночной экономики России.

Решение проблем развития инновационной экономики требует углубления знаний о наукоемких и информационных технологиях, экономической сущности интеллектуальных нематериальных (неосязаемых) активов, особенности их формирования и коммерческого использования, оценки экономической стоимости и влияния на стоимость предприятия в целом.

Таким образом, системное исследование процесса формирования, аккумулирования и эффективного использования нематериальных активов и интеллектуальной собственности в настоящее время приобретает все большую актуальность для инновационных предприятий и реформирования российской экономики в целом.

Ряд зарубежных ученых, экономистов и практиков занимаются исследованием данной проблематики. Среди них можно выделить: Р. Солоу, П. Саливан, К.Э. Свейби, Барух Лев, Гордон В. Смит, Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстрем, Джеймс Дж. Хитчнер, Д. Адриссен, Р. Тиссен, Боер Ф. Питер, Э. Брукинг, Г.М. Десмонд, Р.Э. Келли, П. Дойль, Р. Рейли, Р. Швайс, Р. Такер.

Работы отечественных исследователей в области инновационной и оценочной деятельности также внесли свой вклад в развитие и совершенствование данных научных направлений. Среди них выделяются работы Г.Г. Азгальдова, Н.Н. Карповой, Л.И. Лукичевой, В.Г. Зинова, Б.Б. Леонтьева, Ю.Б. Леонтьева, А.Н. Козырева, В.Л. Макарова, С.В. Валдайцева, Ю.П. Конова, Х.А. Мамаджанова, В.И. Мухопода.

Однако, несмотря на значительное количество выполненных исследований, многие теоретические и методологические аспекты оценки и управления нематериальными активами и интеллектуальной собственностью раскрыты не в полной мере. Существующие подходы рассматривают различные стороны исследуемых активов: юридическую, бухгалтерскую, управленческую или даже оценочную, но отсутствует целенаправленная интеграция всех составляющих системы неосязаемых активов с целью ориентации на эффективную трансформацию в активы, приносящие доход.

Постоянный рост капитала, глобализация рынков и увеличение информации о них означают, что интерес к стоимости и способам ее создания, распределения и управления ею не ослабевает.

На наш взгляд, исследования, направленные на развитие теории и методологии обеспечения оценки и управления нематериальными активами и интеллектуальной собственностью компаний являются актуальными и позволяют решить задачу эффективного функционирования предприятия в условиях инновационной экономики и повышения его стоимости как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективах.

ГЛАВА 1. ЭКОНОМИКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

1.1. Развитие теоретических концепций о роли нематериальных (неосязаемых) активов в создании стоимости

В настоящее время в западных развитых странах вопросы социальной справедливости и распределения стоимости отошли на второй план, на первый же план выдвинулась проблема создания стоимости компании.

Следует заметить, что основные подходы к оценке стоимости изначально разрабатывались для материальных активов. В оценочной теории, таким активом была недвижимость, приносящая доход. Основные стоимостные подходы основаны на теоретических положениях экономики, в которой очень мало общего с экономикой нематериальных активов.

Ведущие западные и отечественные специалисты и ученые признают недостаток академических исследований в данной области. Некоторые экономисты относят нематериальные активы к неосязаемым факторам стоимости, то есть это факторы стоимости, не относящиеся к материальным, но создающие новую стоимость, воплощенную в новом продукте.

Еще основоположники трудовой теории стоимости выделяли роль знаний в производственном процессе. А. Смит отмечал, что квалифицированный и сложный труд создает в единицу времени больше стоимости, производительность труда повышается, поскольку разделение труда поощряет процесс обучения, совершенствуя навыки и мастерство. Роль знаний и квалификации в трудовой теории стоимости определяется и включением их в состав основного капитала.

Традиционный неоклассический подход к созданию стоимости базируется на трех факторах: это труд, земля и капитал. Каждый из этих факторов получает доход при создании стоимости: труд вознаграждается заработной платой, земля – рентой, капитал – процентом. Для исследования эволюции представления экономистов-классиков о неосязаемых факторах создания стоимости представляет интерес концепция предпринимательского дохода Ж.Б. Сэя, который заложил основу для введения четвертого фактора стоимости – предпринимательского таланта, который получает доход в виде прибыли.

Дальнейший вклад в развитие теории предпринимательской способности внесли труды Й. Шумпетера, с его точки зрения главным является осуществление технических и организационных нововведений. В 1912 г. он в своей работе под названием «Теория экономического развития» рассмотрел техническую инновацию как экономическое средство, позволяющее получить более высокую прибыль. Это теоретическое нововведение нашло признание в неоклассической теории экономического роста.

Свой вклад в развитие экономической мысли внес Ф. Найт (1921 г.)¹, который предположил, что основой прибыли является особый вид риска – неопределенность. Идя на риск, предприниматель вправе рассчитывать на то, что риск будет компенсироваться более высоким доходом в случае положительного исхода. Выделение неопределенности как особого вида риска изменило представление о факторах производства. Стоимость создается не только общепринятыми факторами производства, но и неопределенностью. Возможно, этот неизмеряемый элемент стоимости и составляет в настоящее время часть стоимости, не создаваемую ни одним из видов активов, отраженных в балансе компании. Среди новых форм производственных ресурсов Ф. Найт выделяет новые технологические процессы или способы производства, инвестиции в исследования и эксперименты, которые связаны с неопределенностью.

Ф. Найт впервые вводит понятие «неосязаемого капитала», понимая под ним «деловые связи, установившуюся репутацию и т.п.», объясняя сложности взаимосвязи между видами дохода различных участников создания стоимости. Он допускает, что данные категории могут быть капитализированы и включены в состав активов, но только та часть неосязаемого капитала может быть признана имуществом, которая пользуется спросом и может быть продана отдельно от других элементов без ущерба для последних.

Р. Коуз в своей известной работе (1937 г.)² для определения причин возникновения фирмы вводит понятие транзакционных издержек, то есть издержек, связанных с поиском информации о ценах, переговорами с партнером, контролем за исполнением контрактов и защитой своих прав в случае их неисполнения. Как только эти издержки становятся крайне высокими, на смену ценовому механизму размещения ресурсов приходит предприниматель и возникает отношение, называемое Коузом фирмой. Таким образом средством достижения цели образования фирмы являются по сути нематериальные факторы: контракты, иерархия, структура управления, которые и создают новую стоимость, так как в этом случае получены более высокие результаты, чем при заключении контрактов непосредственно между предпринимателями на рынке. Кроме этого, Коуз видит и иные формы реализации управленческих способностей, это продажа знаний и советов на рынке, как любой другой продукт.

Хотя на рубеже XIX и XX веков вопросы роли и значения НМА, связанные с техническим перевооружением производства и новыми способами организации труда и производства, и становятся решающими для развития отдельных компаний, тем не менее, осмысление этих процессов, а, следовательно, и оценка произойдут позднее.

¹ Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль: Пер. с англ. – М.: Дело, 2003.

² Коуз Р. Природа фирмы: Пер. с англ. – М.: Дело, 2001.

По определению К. Маркса, «экономические эпохи различаются не тем, что производится, а тем, как производится, какими средствами труда»³. В этой связи значимость отдельных видов ресурсов изменяется по мере перехода от доиндустриальной к индустриальной, и от неё – к постиндустриальной технологии.

Еще в конце 40-х годов в работах К. Кларка и Ж. Фурастье были сформулированы основные методологические принципы теории постиндустриального общества – подразделение всего общественного производства на первичный (сельское хозяйство), вторичный (промышленность) и третичный (сфера услуг) секторы и положение о грядущем росте доли третичного сектора по сравнению с первичным и вторичным в структуре валового национального продукта.

В 1956 г. Р. Солоу выдвинул теорию о том, что в долгосрочной перспективе гарантированный рост производства на 90% определяется воздействием технологических изменений. Вслед за этим исследование инновационного процесса и факторов, оказывающих на него влияние, заняло достойное место в экономических концепциях.

Таким образом, в экономической теории выделяют несколько экономических эпох [55; 114]:

- доиндустриальная (аграрная) – до 1650–1750-х гг. – управление ограниченными материальными ресурсами; человек использовал главным образом свои физические, а не интеллектуальные способности;

- индустриальная – до 1960-х гг. – широкое использование механизации; на протяжении веков технологической моделью была механика, после Второй мировой войны подошел к своему логическому завершению данный этап развития технологии;

- постиндустриальный этап – до конца XX века. Становление теории постиндустриального общества связано с именем Д. Белла (1967 г.)⁴, профессора Гарвардского университета, который определил, что на данном этапе приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни; внедрение нововведений во все большей степени стало зависеть от достижений теоретического знания. 70-е годы в экономике (ряд энергетических кризисов) рассматриваются как период деиндустриализации, «нулевого роста» и даже «стагнации экономики по Кондратьеву». П. Друкер писал: «Мы находимся на ранних стадиях крупной технологической трансформации, куда более глобальной, чем могут представить самые смелые “футурологи”, более значительной, чем те перемены, которые описаны в таких попу-

³ Маркс К. Капитал. Вторая книга. Процесс обращения капитала // Соч. Т. 49. – С. 190.

⁴ Bell D. Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. – 1967. – № 7. – P. 102.

лярных книгах как Megatrends и Future Shock» [40, с. 16]. Данный этап связан с перестройкой экономики, с ростом рабочих мест в новых отраслях, характеризующихся широким использованием информационных технологий. Дальнейший прогресс приобрел скорее качественный, нежели количественный характер.

В настоящее время постиндустриальный этап развития экономики характеризуется не просто преимущественным производством услуг, а уже виртуальных услуг, обработка информации полностью переложена на компьютеры. На данном этапе говоря о научном знании, как основе внедрения инноваций, имеются в виду не только теоретические знания, но и практические, как принципиальные основы ведения инновационного бизнеса и развития экономики. Во второй половине XX века начинает формироваться новая парадигма влияния роли интеллектуальных (нематериальных) активов на рост стоимости компаний.

Все это позволяет нам сделать вывод о том, что постиндустриальный этап развития экономики вступил в новую фазу экономики НМА;

- экономика нематериальных активов (интеллектуальных активов, интеллектуальной собственности, знаний, компьютерной информации) – наукоемкая экономика – начало XXI века – основой конкурентоспособности становится обладание новым знанием, новой информацией, скорость передачи этой информации; обработка информации переложена на компьютеры, человек занимается творческой созидательной работой. Безусловно, непосредственно наукоемкие отрасли, если идет речь о компьютерах или о телекоммуникациях, роботах в заводских цехах или автоматизации офисной работы, нанотехнологии, биогенетике или биоинженеринге, особенно важны в качественном плане. Возможно, с точки зрения занимаемой ими доли в общем валовом продукте или с точки зрения создания новых рабочих мест, они и проигрывают «традиционным» отраслям, в абсолютных цифрах они представляют скорее затрашний, чем сегодняшний день, они работают на будущее.

Использование знаний и информации как основных производственных ресурсов значимо в настоящее время именно потому, что оно проникает во все сферы экономики, а не концентрируется только в ее отдельных секторах. В результате основанной на интеллектуальных ресурсах оказывается практически вся современная экономическая система, что предохраняет ее от перекосов в отношениях между отдельными секторами.

Существует уже и виртуальная экономика, связанная с развитием электронной коммерции и продажей «несуществующих виртуальных товаров» – всевозможных атрибутов игровых сервисов, рейтингов, поинтов, внутренних валют, игровой амуниции для персонажей и проч. Пользователи готовы платить за это реальные деньги. Виртуальная экономика, сегодня активно разрастается, а товар бесконечен: можно ежедневно генерировать новые единицы интересного пользователю контента.

В связи с выше изложенным отметим основные отличия экономики НМА от предыдущих этапов развития экономики по трем признакам.

Таблица 1.1

Характеристика основных этапов развития экономики

Этапы развития экономики	Основной производственный ресурс	Преимущественный характер производственной деятельности	Технологии
Доиндустриальный	Сырье	Добыча	Трудоемкая
Индустриальный	Энергия	Производство товаров	Капиталоемкая
Постиндустриальный	Информация	Производство услуг	Наукоемкая
Экономика НМА	Интеллектуальные активы	Компьютеризация процессов (в т.ч. обработка информации)	Интеллектуальные (виртуальные, нанотехнологии, биотехнологии), финансовые (создания стоимости компаний)

Система взглядов и представлений о ведущей роли НМА (часто инновационных) в современном мире уже не вызывает сомнения. Двигателем данных процессов является интеллектуальная эволюция, смещающая акцент с применения ограниченных природой материальных ресурсов на неограниченные нематериальные. Возникает венчурный капитал и венчурные инвесторы, готовые вкладывать деньги в инновационные и коммерчески перспективные стартапы.

Два направления фундаментального развития экономическое и технологическое коренным образом изменили структуру предприятий и выдвинули нематериальные активы на роль главного потенциала стоимости бизнеса, что демонстрирует нам схема на рис. 1.1 [114].

Ряд современных ученых занимаются исследованием основных закономерностей и особенностей современной экономики знаний.

Наукоемкая экономика – экономическая система, которая характеризуется, прежде всего, использованием новых технологий и открытий в различных областях человеческой деятельности, большим объемом уже существующих научных знаний, генерации новых знаний, высокой степенью мотивации стремления к новшествам [114].

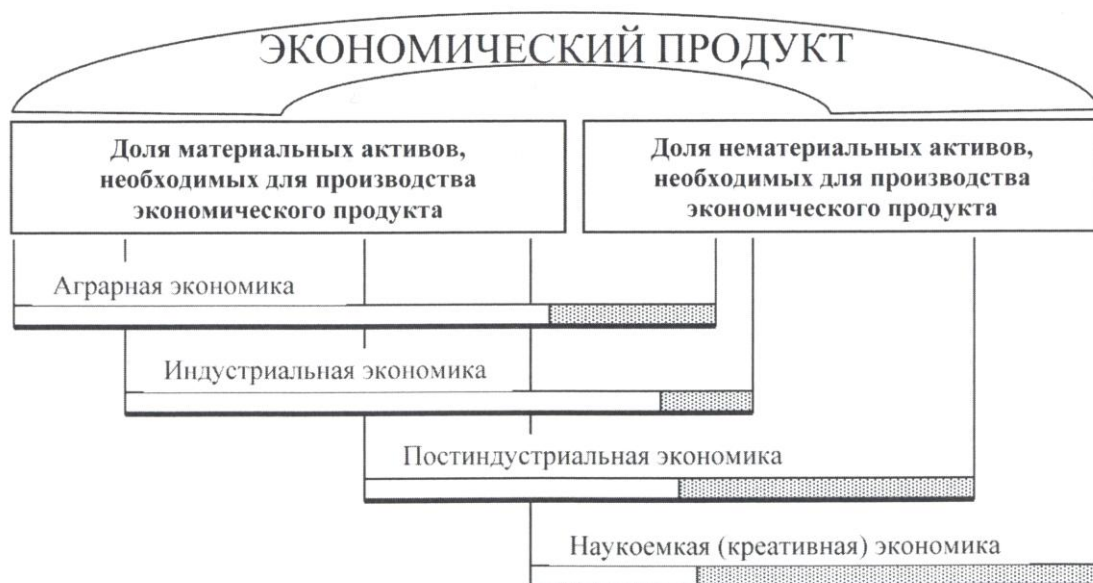


Рис. 1.1. Классификация экономических эпох в зависимости от соотношения в использовании материальных и нематериальных активов

Формирующаяся экономика нематериальных активов имеет ряд отличительных особенностей от экономики материальных активов, несмотря на то, что нематериальные активы, как и материальные, и финансовые активы подчиняются фундаментальным экономическим законам сопоставления выгод и затрат. Этот вопрос рассматривают целый ряд экономистов в своих работах [82; 174].

Термин «материальный» (*англ. – tangible*) происходит от латинского «*tangere*» и означает «касаться, осязать», иными словами все то, что имеет материальную, осязаемую сущность. В свою очередь, «нематериальный» (*англ. – intangible*) означает неосязаемую, нематериальную собственность, которую нельзя ощущать, потому что ее субстанция невещественна.

Под активом понимается любой фактор, связанный с компанией, оказывающий влияние на эффективность ее хозяйственной деятельности.

В самом широком смысле НМА – это специфические активы, для которых характерно:

- отсутствие осязаемой формы;
- долгосрочность использования;
- способность приносить доход.

Особенности экономики нематериальных активов (экономики знаний) связаны в первую очередь с особенностями самих активов. Это, прежде всего:

- нематериальная природа, не имеют физического износа;
- знания неисчерпаемы, возрастают быстрее и качественнее по мере их производительного потребления;

- доступны, в обычных условиях существует неограниченный доступ к результатам интеллектуального труда (РИД);

- свойство редкости, ограничение доступа к знаниям, обеспечивает институт интеллектуальной собственности, который вводит исключительные права на них.

Основной движущей силой существования и развития экономики является конкуренция, так как материальные ресурсы ограничены, и борьба за их альтернативное использование является движущей силой экономики. Невыбранные альтернативные возможности рассматриваются как упущенная выгода или издержки неиспользованных возможностей. Материальные активы могут использоваться только в одном месте в данный момент времени. В отличие от них нематериальные активы представляют собой неограниченный ресурс, они обладают способностью к тиражированию, не ограничены в использовании в разных направлениях, вследствие чего имеют нулевую альтернативную стоимость.

Неконкурентный характер нематериальных активов является **первой** отличительной чертой новой экономики, основанной на знаниях и инновациях. Возможность использовать такие активы одновременно и в повторяющихся применениях без уменьшения их полезности – это главный фактор роста их стоимости, как на уровне предприятий, так и на уровне страны в целом. В отличие от недвижимости, например, можно продать лицензию на патент или товарный знак одновременно нескольким заинтересованным инвесторам. Кроме торговли правами интеллектуальной собственности появляется торговля полностью виртуальными товарами. Данные товары торгуются в виртуальном пространстве, размножать их не представляет трудности при минимальных затратах.

В XX веке ведущие промышленные компании, занимаясь важнейшими открытиями, являлись монополистами в области знаний в своей отрасли. В современном мире даже самым крупным и известным передовым компаниям и лабораториям очень трудно оставаться монополистами в силу быстрого распространения знания, ускорения научно-технического прогресса, появления новых активных компаний (в том числе венчурных), повышения качества выполняемых разработок.

Преимущества, которые достигаются использованием материального производства, материальных ресурсов, известные человечеству на протяжении всей истории его существования, в настоящий момент исчерпаны. Наличие материальных активов, позволяющих экономить на эффекте масштаба, уже не является источником конкурентных преимуществ.

Второй отличительной чертой экономики нематериальных активов является то, что с ростом масштаба производства отдача от нематериальных ресурсов только увеличивается, что противоречит закону убывающей отдачи, характерному для материального производства. Стоимость НМА и

ИС напрямую зависит от масштаба их использования, чем больше объем их использования на конкретном предприятии или больше география и сфера распространения их применения, тем больше стоимость активов. Данную отличительную черту НМА можно охарактеризовать как способность к расширению.

Предприятия практически во всех секторах экономики приступили в начале 1980-х годов к серьезной реструктуризации. Вертикально интегрированные предприятия индустриальной эры, богатые материальными активами, были организованы первоначально в основном в расчете на экономию от масштаба. Однако эти сосредоточенные на производстве возможности экономии рано или поздно должны были быть исчерпаны. Поскольку экономия на масштабе производства уже не приносила необходимых конкурентных преимуществ, предприятия стали отказываться от вертикальной структуры, избавлялись от видов деятельности, не обеспечивающих существенные конкурентные преимущества, при этом усиливали инновационную деятельность как главный их источник. В настоящее время связи вертикальной интеграции модифицируются, упрощаются, часто заменяются современными информационными технологиями.

Третьей отличительной чертой современной экономики нематериальных активов является возникновение сетевых эффектов. Сетевые эффекты в использовании нематериальных активов проявляются в зависимости спроса на них от числа пользователей (чем больше положительных отзывов пользователей актива, тем сильнее проявляется сетевой эффект его использования).

Сетевые эффекты чаще всего проявляются на рынках информационных систем (компьютерных программ, телекоммуникаций) и фармацевтическом рынке. Спрос на продукцию данных рынков зависит от числа других потребителей, использующих данный продукт, тем самым создается сетевой эффект. Ожидания пользователями успеха чрезвычайно важны для сетевых рынков, все более увеличивающими эффект обратной положительной связи. Выгоды от сети возрастают с ее размером, поскольку увеличивается число людей, с которыми можно взаимодействовать. Расширение сети также повышает уровень обучения и адаптации к новым технологиям, впоследствии увеличивая выгоды на сетевых рынках.

Четвертая особенность связана с формированием затрат нематериальных активов. Они включают в себя не только затраты, свойственные для любых других видов активов (приобретение/разработка, продвижение, поддержание), но и специфические для нематериальных активов – невозвратные первоначальные затраты, затраты на оформление прав интеллектуальной собственности, высокий или неидентифицируемый уровень риска, неликвидность, непрозрачность информации.

Первые три особенности экономики нематериальных активов дают данным активам неоспоримые преимущества в доходности по сравнению с обычными материальными активами.

Последняя особенность является серьезным препятствием, ограничивающим использование и рост нематериальных ресурсов. С другой стороны, преодоление этого путем совершенствования информационных систем и систем управления нематериальными активами обещает колоссальные преимущества.

О том, что неосязаемые активы в экономике существуют объективно, никто не сомневается. Опасения начинаются, когда встает вопрос об оценке НМА. Вопросы стоимости неосязаемых активов, интеллектуальной собственности, их роль и оценка выходят на передний план.

В этих условиях особую важность приобретают вопросы:

- идентификации (выявления) нематериальных преимуществ организации;
- измерения их величины (стоимости);
- управления этими нематериальными преимуществами для создания большей стоимости бизнеса.

Однако истинная стоимость НМА создается не оценщиком, а рынком. На первом этапе эксперт берется оценивать объекты интеллектуальной собственности и НМА, оценивает на основе своего опыта и информации, ему предоставленной, но только рыночная капитализация позволит уточнить реальную их стоимость, только рынок покажет цену данного бизнеса.

Рыночная стоимость предприятия, рассчитанная традиционными методами оценки стоимости на основе анализа денежных потоков, иногда существенно отличается от той реальной цены, которую готов уплатить покупатель, информированный о реальном состоянии дел в приобретаемой компании и представляющий реальную структуру ее активов. Поскольку НМА компании, не отраженные в балансе, могут иметь потенциальную рыночную стоимость интересную для потенциального покупателя, но не обязательно отражающуюся в текущих денежных потоках.

Экономическая теория утверждает, что асимметричность информации, то есть различие в информации, доступной сторонам, участвующим в сделке, наносит ущерб не только отдельным фирмам, но и обществу в целом. На фондовом рынке часть участников также может быть лучше информирована о деятельности фирм и их перспективах. Факты показывают, что НМА сами создают значительную асимметричность информации. Устаревшие инструкции по учету и отчетности относительно нематериальных активов только способствуют этому.

В связи с быстрыми темпами развития экономики, глобализацией, появлением Интернета, компании практически во всех секторах экономи-

ки с начала-середины 1980-х годов приступили к реструктуризации. Избавляясь от низко конкурентоспособных видов деятельности и усиливая инновационную деятельность в качестве главного источника постоянных конкурентных преимуществ, компании дали толчок к подъему нематериальных ресурсов.

Используемые большинством аналитиков грубые оценочные модели не способны давать объективных оценок о стоимости компании. Они должны быть заменены глубоким анализом модели бизнеса, в центре которого будет оценка способности фирмы учиться, заниматься инновациями, эффективно управлять нематериальными активами и обеспечивать максимум выгод от продуктов и услуг. В этих условиях необходимо повышение внимания к нематериальным экономическим объектам, главному фактору роста стоимости и увеличения размера компании.

Основной упор должен быть перенесен с поверхностной характеристики информационной революции и тенденций современного рынка на серьезный анализ экономики нематериальных активов и их роли в образовании стоимости компаний.

1.2. Понятие и классификация нематериальных активов

Понятие нематериальных активов используется в бухгалтерском и финансовом учете, в управлении и оценочной деятельности, причем содержание этого понятия различно в национальных стандартах бухгалтерского учета разных стран и разных видах профессиональной деятельности. В экономической литературе также различается трактовка данного понятия при использовании в различных обстоятельствах и для различных целей.

В современном экономическом словаре Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, нематериальные активы – это принадлежащие предприятиям и организациям ценности, не являющиеся физическими, вещественными объектами, воплощающими ценность в своей физической сущности, но имеющие стоимостную, денежную оценку благодаря возможности использования и получения от них доходов [138].

По мнению А.П. Аксенова, нематериальные активы – это долгосрочные права, обеспечивающие владельцам определенный доход или иную пользу, обладающие стоимостью и не имеющие материально-вещественного содержания [4].

В соответствии с определением Энциклопедии банковского дела⁵, активы нематериальные (intangible assets) – это специальные права, гранты,

⁵ Вулфел Чарльз Дж. Энциклопедия банковского дела и финансов. – Самара: Корпорация «Федоров», 2000. – 1037 с.

привилегии, преимущества компании, не обладающие физической осязаемостью, способные оказать благоприятное воздействие на ее деятельность и повысить ее способность зарабатывать или приносить прибыль.

В словаре бухгалтера Дж. Сигел, Дж. Шим отмечают, что нематериальные активы – это объекты, не имеющие физической формы (например, репутация) или предоставляющие собой право, представленное государством (например, патент, торговая марка) или другой компанией (например, франшиза) [150].

Э.С. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда считают, что нематериальные активы представляют собой объекты, которые не имеют вещественного воплощения. Чтобы объект считался нематериальным активом, необходимо, чтобы он отвечал определению актива, был измеряемым, значимым и достоверным [172].

Наиболее широко данное понятие трактует Б. Лев, определяя нематериальные активы как невещественные источники стоимости, которые порождаются инновациями, уникальными организационными проектами или практикой управления человеческими ресурсами [80].

Каждое из перечисленных выше определений справедливо и приемлемо, но все же недостаточно. Р. Хитчнер считает [174], что «нематериальные активы – это кодифицированные вещественные описания специфических знаний, которыми можно владеть и при необходимости торговать».

Часто понятие НМА связывается исключительно с бухгалтерским учетом, хотя российское положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007 не дает точного определения НМА.

В большинстве своем НМА в экономике представлены рядом разнообразных неосязаемых ценностей в виде прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации, относящихся к долгосрочному имуществу, амортизируемые в течение срока его использования в обычной деятельности хозяйствующих субъектов и других ее видах.

В соответствии с ПБУ 14/2007 к нематериальным активам компании относятся:

- исключительные права на интеллектуальную собственность, охраняемые в соответствии с законодательством РФ;
- приобретенная деловая репутация.

Перечень объектов интеллектуальной собственности приведен в ст. 1225 ГК РФ.

Деловая репутация в качестве НМА возникает только в случае приобретения другого предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части).



Рис. 1.2. Группировка НМА (ИС) согласно ГК РФ

Деловая репутация в структуре нематериальных благ выделена согласно ст. 150 ГК РФ. Для целей бухгалтерского учета стоимость приобретенной деловой репутации определяется расчетным путем как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения).

В качестве НМА данная величина ставится на баланс в момент покупки предприятия.

Положительную деловую репутацию следует рассматривать как надбавку к цене, уплачиваемую покупателем в ожидании будущих экономических выгод в связи с приобретенными неидентифицируемыми активами.

Отрицательную деловую репутацию следует рассматривать как скидку с цены, предоставляемую покупателю в связи с отсутствием факторов наличия стабильных покупателей, репутации качества, навыков маркетинга и сбыта, деловых связей, опыта управления и т.п.

В отличие от более нормативных и инструктивных российских правил бухучета (РПБУ), Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), по своей сути представляющие общие принципы и руководства по бухгалтерскому учету и финансовой отчетности, не определяют конкретных активов, которые могут быть учтены в качестве нематериальных, а указывают общие критерии признания НМА.

Нематериальный актив, согласно определению МСФО 38 «Нематериальные активы» – идентифицируемый неденежный актив, не имеющий физической формы, который отвечает критериям идентифицируемости, контроля над ресурсом и наличия будущих экономических выгод. Согласно МСФО 38 нематериальный актив подлежит признанию, когда существует вероятность получения ожидаемых будущих экономических выгод, проистекающих из актива, и себестоимость актива можно надежно оценить.

Согласно американским правилам учета нематериальных активов (Положение SFAS № 142 «Гудвилл и прочие нематериальные активы») под НМА понимаются такие активы, которые не имеют физической субстанции и отличаются от финансовых инструментов и отложенных налогов. Для признания приобретаемых НМА в качестве отдельных нематериальных активов, отличных от гудвилла, они должны удовлетворять следующим критериям: должен быть контроль над будущими экономическими выгодами от актива и возможность отделения, продажи, передачи, сдачи в аренду или обмена. В стандарте указан подробный список таких НМА, которые обычно удовлетворяют обозначенным критериям.

В таблице 1.2 представлены различия в признании и учете нематериальных активов в российских и американских правилах бухгалтерского учета и международных стандартах МСФО.

Таблица 1.2

**Основные сходства и различия критериев признания и учета НМА
согласно РСБУ, МСФО и US GAAP**

Параметр	РСБУ	МСФО	US GAAP
Регулирующий документ	ПБУ 14/2007	IAS 38, 2	SFAS № 142
Название документа	Учет НМА	НМА, Объединение компаний	Гудвилл и про- чие нематери- альные активы
Критерии признания НМА			
нематериальность актива	обязательна	обязательна	обязательна
возможность выделения, отделения от другого имуще- ства	обязательна	обязательна	необязательна
наличие охранных доку- ментов	обязательно	необязательно	необязательно
способность актива прино- сить доход	обязательна	обязательна	обязательна
намерения не продавать ак- тив	обязательно	необязательно	необязательно

Окончание табл. 1.2

Параметр	РСБУ	МСФО	US GAAP
Регулирующий документ	ПБУ 14/2007	IAS 38, 2	SFAS № 142
Название документа	Учет НМА	НМА, Объединение компаний	Гудвилл и про- чие нематери- альные активы
контроль компании над ак- тивом	обязателен	обязателен	необязателен
использование актива свы- ше 12 месяцев	обязательно	необязательно	необязательно
Учет НМА			
первоначальная стоимость	Стоимость приобретения или создания	Стоимость приобретения или создания	Справедливая стоимость
Переоценка	необязательна	необязательна	обязательна
амортизации не подлежат НМА	некоммерче- ских органи- заций и с не- определен- ным сроком полезного ис- пользования	с неограни- ченным сро- ком использо- вания	с неопределен- ным сроком полезного ис- пользования
признание гудвилла НМА и его амортизация	Признается НМА, амор- тизируется в течение два- дцати лет (но не более сро- ка деятельно- сти организа- ции)	Не признается НМА, не амортизирует- ся, переоцени- вается при обесценении	Признается НМА, не амор- тизируется, пе- реоценивается при обесцене- нии

Как видно из проведенного анализа, российские стандарты наиболее схожи с МСФО, так как в последнее время ведется активная работа по сближению РСБУ и требований МСФО.

Таким образом, различные бухгалтерские нормативные документы дают свое собственное определение НМА, однако имеют сходные критерии определения данных активов:

- отсутствие физической формы;
- идентифицируемость;
- наличие контроля со стороны предприятия;
- способность приносить будущие экономические выгоды;
- возможность достоверной оценки стоимости актива.

В целом следует сделать вывод, что основные НМА компании в бухгалтерском отчете не отражаются. Система учета затрат и финансовой отчетности о результатах мало изменилась с индустриальной эпохи. Ранее существовала четкая взаимосвязь между активами в балансе и результатами работы компании. В индустриальную эпоху по запасам сырья и материалов, заводским корпусам, машинам, капиталу можно было судить, обладает ли данная компания способностью генерировать прибыль в будущем. Однако времена меняются кардинально, что будет показано при дальнейшем исследовании.

Барух Лев отмечает, что обычный бухучет плохо справляется с внутренне генерируемыми НМА, такими как исследования и разработки, торговые марки и одаренность служащих, то есть теми ресурсами, которые являются двигателями современного экономического роста [80].

В управлении и оценочной деятельности понятие нематериальных активов трактуется более широко, нежели в бухгалтерском учете, что подтверждают Международные стандарты оценки (МСО) и Европейские стандарты оценки (TEGoVA). Финансовые аналитики считают, что значение балансового отчета в процессе принятия решений об инвестициях будет постоянно снижаться.

В Европейских стандартах оценки (Руководство 8) отмечено, что нематериальные активы, отражаются ли они в балансе или нет, можно разделить на три основных категории:

- 1) гудвилл бизнеса (нераспределенные нематериальные активы);
- 2) персональный гудвилл;
- 3) идентифицируемые нематериальные активы.

Эта классификация имеет важнейшее значение для процесса оценки: стоимость нематериальных активов можно разделить на категории как возникающие из прав, взаимоотношений, сгруппированных нематериальных активов (синергия), так и прав интеллектуальной собственности.

Достаточно широко понятие нематериальных активов трактуется в Международных стандартах оценки (МСО, Руководство 4): нематериальные активы проявляют себя через свои экономические свойства, не обладают материальной сущностью и обеспечивают их владельцам некоторые права и привилегии и, как правило, создают для них некоторую прибыль. В международной практике при использовании имущественных прав в производственной деятельности предприятий данные активы определены как «неосязаемые активы».

В данном руководстве НМА подразделяются на категории, возникающие в силу прав, взаимоотношений, сгруппированных неосязаемостей⁶ и интеллектуальной собственности. Права существуют в соответст-

⁶ Grouped Intangibles.

вии с условиями контрактов, заключенных в письменной или в иной форме, которые создают экономическую выгоду для сторон, например, контракты на поставки или лицензионные соглашения. Взаимоотношения между сторонами могут не носить договорного характера, могут быть кратковременными и представлять большую ценность для сторон. Например, набранные кадры, взаимоотношения с клиентами или поставщиками. Сгруппированные неосязаемости представляют собой остаточную стоимость неосязаемых активов, после того как будет установлена и вычтена из общей суммы стоимостей неосязаемых активов стоимость всех идентифицируемых НМА. Данную остаточную стоимость часто называют гудвиллом (деловой репутацией).

В экономической литературе приведено множество различных классификаций НМА. Так, Дж. Рош [143, с. 196] предлагает разделить НМА на следующие составляющие:

- интеллектуальный капитал – знания, обладающие потенциальной стоимостью, то есть идеи и концепции, воплощенные в работниках, процессах и клиентах;
- интеллектуальный актив – знание, благодаря которому создается стоимость, в том числе ноу-хау;
- интеллектуальная собственность – знания, сопряженные с юридическим правом собственности, то есть патенты, товарные знаки, авторские права.

С нашей точки зрения для целей оценки стоимости бизнеса важно деление НМА на идентифицируемые и неидентифицируемые. Понятие идентификации нематериальных активов достаточно широко, определим основные критерии.

К идентифицируемым НМА относятся активы, которые можно:

- 1) сформировать как единый объект;
- 2) отделить от предприятия, при необходимости поставить на баланс;
- 3) самостоятельно коммерчески реализовать.

НМА, который не может быть продан, передан самостоятельно, сдан в аренду, проведен через процедуру лицензирования, все же может рассматриваться как идентифицируемый, если он может быть связан с соответствующим контрактом, с тем или иным активом или обязательством и в рамках такого сочетания может быть продан, лицензирован, сдан в аренду или обменян.

Неидентифицированные неосязаемые активы не выявлены и не поставлены на баланс, возможно их нельзя отделить от предприятия, они существуют только совместно с ним.

Таким образом, структура активов компании представлена на рис. 1.3.

Активы компании	Неидентифицированные НМА (гудвилл)
	Идентифицированные НМА
	Материальные активы

Рис. 1.3. Структура активов компании

Могут быть и другие классификации НМА: по срокам действия, по степени влияния на финансовые результаты предприятия, степени правовой защищенности, источникам приобретения, на которых в силу их очевидности мы останавливаться не будем.

Предложим классификацию НМА с целью выявления их роли и влияния на стоимость компании. В соответствии с данной задачей можно выделить три группы данных активов:

- системообразующие (права собственности, квоты, лицензии, инфраструктурные активы, сертификаты непрерывного повышения уровня знаний, навыков и компетенции специалистов, занятых в процессах подготовки и реализации проектов инновационного развития и т.п.);
- уникальные, определяющие основной вектор стоимости (патенты на изобретения, полезные модели и промышленные образцы, инновационные технологии (возможно оформленные как единая технология в соответствии с ГК РФ), ноу-хау, авторские права на программное обеспечение, инновационные формы и методы управления предприятием и т.п.);
- результирующие, являющиеся результатом рыночной деятельности компании и добавляющие свой вклад в общую стоимость (товарный знак, бренд, гудвилл (деловая репутация), списки клиентов и другие наработанные рыночные активы).

При этом особую роль будут играть нематериальные активы второй группы как продукта трансформации новых знаний в технологические и продуктовые инновации в качестве определяющего фактора экономических преимуществ в условиях конкурентных рыночных отношений.

Подводя итоги, НМА можно определить как идентифицируемые неденежные активы, не имеющие физической формы.

Актив – это ресурс, который контролируется организацией в результате прошлых событий и от которого ожидается поступление в организацию будущих экономических выгод.

Таким образом, с бухгалтерской точки зрения, нематериальные (в том числе интеллектуальные) ресурсы становятся активами, когда поставлены на баланс в качестве НМА.

Дж. Рош приводит впечатляющий перечень НМА компании Mercer Corporation [143, с. 194-195]:

- бренды;
- соглашения о покупке-продаже;
- свидетельство общественной необходимости;
- лицензии на телерадиовещания;
- клиенты банка: по депозитам, займам, трастовым услугам и кредитным картам;
- компьютерное программное обеспечение;
- компьютеризированные базы данных;
- договорные права;
- соглашения о сотрудничестве;
- авторские права;
- модели базовых депозитов, построенных на данных исследований статистики банка;
- информация о кредитоспособности;
- список клиентов;
- контракты с клиентами;
- доменные имена;
- права на буровые работы;
- право использования чужой территории для определенных целей;
- трудовые контракты;
- права на использование ресурсов окружающей среды;
- права на освоение и распространение;
- благоприятные условия аренды;
- лицензии комиссии связи США;
- договора франшизы;
- действующие договора страхования;
- права для посадки самолетов;
- портфели выданных займов;
- соглашения о неконкуренции;
- опционы, варранты, субсидии, права;
- музыкальные композиции;
- призы и награды;
- патенты;
- собственные технологии;
- площадь полок в магазинах;
- соглашения о лицензионных платежах (роялти);
- портфели ценных бумаг;

- залоговые права;
- акционерные соглашения;
- права на ведение дел в суде;
- финансовые инструменты на основе акций и облигаций;
- списки подписчиков;
- контракты на поставку;
- соглашения о совместном использовании технологий;
- секреты производства;
- торговая марка и название фирмы;
- квалифицированные и организованные работники;
- права пользования: воздушным пространством, водными и земельными ресурсами.

Однако большинство перечисленных НМА не отображаются в бухгалтерском балансе компании, то есть они не являются в прямом смысле ее активами, так как они не определены в стоимостном выражении на балансе, скорее это нематериальные ресурсы компании.

Компания новой экономики, основанной на знаниях, состоит преимущественно из НМА, причем часть из них учитываются на балансе и являются непосредственно активами, а часть не учитываются и являются нематериальными ресурсами, которыми владеет компания и которые также оказывают свое влияние на стоимость компании. Таким образом, оценка бизнеса в этих условиях – это оценка нематериальных активов в широком смысле. С точки зрения оценки стоимости имеет смысл говорить об оценке нематериальных ресурсов компании, которые принадлежат ей и которыми она владеет.

1.3. Нематериальные активы и рыночная капитализация компаний

Во второй половине XX века, когда рыночная капитализация компаний стала стремительно расти, и при этом материальная составляющая увеличивалась не такими быстрыми темпами, ряд ученых исследователей попытались выявить зависимость между НМА и стоимостью компаний.

Так, Цви Грилихес (1990)⁷ доказал положительную зависимость между рыночной стоимостью компании и ее интеллектуальным капиталом. В качестве индикатора интеллектуального капитала автор рассматривает имеющиеся у компании патенты и вложения в НИОКР. Ссылаясь на ранее опубликованные работы (авторами Шмуклер (1966) и Шерер (1965)), Гри-

⁷ Griliches Z. Patent Statistics as Economic Indicators: A Survey // Journal of Economic Literature. Vol. VXVIII. – P. 1661-1707.

лихес говорит об очень тесной связи между объемом расходов на НИОКР и числом зарегистрированных патентов. Теснота данной взаимосвязи зависит как от размеров компании, так и от отрасли, в которой функционирует фирма, поскольку данные характеристики влияют на эффективность НИОКР.

Автор рассматривает показатель рыночной капитализации как наиболее быстрый индикатор реагирования на состояние компании. Реакция рынка на такие показатели как выручка, прибыль или производительность будет значительно медленнее, поскольку не происходит мгновенной регистрации всех денежных потоков. По данным исследования Цви Грилихеса, в среднем один патент увеличивает рыночную стоимость компании на 810 тыс. долларов, а 100 долларов расходов на НИОКР увеличивает рыночную капитализацию на 1 870 долларов. Со времени написания данной статьи состав неосязаемого капитала (разности между рыночной капитализацией фирмы и восстановительной стоимостью всех ее материальных активов), вероятно, сильно изменился, поскольку в наше время очень большую роль играют виртуальные активы, информация, программы для ЭВМ и базы данных, чего не было тогда.

В настоящее время уже общеизвестно, что оценка бизнеса не сводится к оценке имущественного комплекса, и что именно нематериальные активы создают добавленную стоимость. Именно они являются инструментом «извлечения» добавленной стоимости из имущества (или из информации). И они же способствуют увеличению стоимости «материальной составляющей» путём капитализации прибыли.

Уже не первое поколение руководителей одержимо идеей повышения капитализации своих компаний. Мировой фондовый рынок неуклонно растет, в начале 2007 г. (докризисный год) рыночная капитализация 24 фондовых рынков Европы, включая восточные, такие как Россия и Турция, достигла \$15,72 трлн, капитализация рынка США составила \$15,64 трлн.

Цель финансового управления фирмой состоит в устойчивом увеличении экономического благосостояния ее владельцев или акционеров. Чем дороже фирма оценивается рынком, и чем устойчивее эта оценка, тем выше экономическое благосостояние ее владельцев.

Наличие стоимостного мышления означает, что менеджеры высшего звена по взаимному согласию видят свою главную финансовую задачу в максимизации стоимости и у них есть твердое, основанное на научном анализе понимание того, какие параметры деятельности влияют на стоимость компании. Аналитические инструменты управления стоимостью, такие как стоимостная оценка методом дисконтированного денежного потока и анализ факторов стоимости, в достаточной мере вооружают компании для принятия решений, способствующих созданию новой стоимости.

Однако, как правило, руководителям кажется, что фондовый рынок либо «недооценивает», либо «не в состоянии по достоинству оценить» их компанию.

Рынок несовершенен, то есть он не моментально реагирует на изменения в фирме, ее акции могут оказаться как недооцененными, так и переоцененными. Главная задача аналитика как раз и состоит в обнаружении несоответствий этого типа для того, чтобы выгодно использовать их при покупке-продаже фирмы, или для того, чтобы обратить внимание руководства и собственников на опасности финансового захвата или банкротства. Ситуации недооценки и переоценки фирмы рынком носят временный характер, поэтому любая оценка сохраняет свою правильность лишь некоторое время, продолжительность которого неизвестна. Иногда рынок моментально реагирует даже на слухи о той или иной фирме, а иногда не признает даже очень перспективных изменений в фирмах на протяжении длительного времени.

Руководители, нацеленные на создание стоимости для акционеров, должны иметь в качестве стратегической цели приведение рыночной стоимости акций в соответствие с подлинной стоимостью компании. Желание удерживать завышенную цену акций на одном и том же уровне может подтолкнуть менеджеров к решениям (например, по отсрочке инвестиций в новые активы или ремонт основных фондов), которые отрицательно скажутся на создании стоимости в долгосрочном периоде. Кроме того, если цена акций превышает подлинную стоимость компании, то рано или поздно, курс акций снизится. Плохо и если рынок недооценивает акции: компания оказывается под угрозой поглощения. Ей трудно расплачиваться своими недооцененными акциями при поглощении другой компании.

В случае недооценки или переоценки акций руководство компании пытается рассчитать ее внутреннюю стоимость для сравнения ее с текущей рыночной капитализацией или с ценой, которую серьезный покупатель предлагает за фирму.

При этом учитываются следующие факторы, способные повлиять на стоимость акций:

- стоимость активов фирмы;
- вероятные будущие проценты и дивиденды;
- вероятные будущие доходы;
- вероятная будущая ставка роста.

Руководство фирмы должно четко представлять концепцию создания стоимости, ясно понимать, какие ценности исповедует компания, чем она отличается от конкурентов и почему у нее больше шансов на успех по сравнению с конкурентами или даже с компаниями из других отраслей.

Росту стоимости компании могут препятствовать и неосязаемые факторы, например, старомодное название или малоэффективный менеджмент.

Среди прочих факторов, влияющих на стоимость бизнеса, большое значение имеют известность компании на рынке, портфель брендов, новые применяемые технологии, возможность увеличения рыночной доли, гарантия сохранения клиентской базы при смене собственника, наличие слаженной команды и пр.

Если внимательно исследовать финансово-экономические технологии в области капиталообразования, которые использовались в Японии 70–80 годов и в США во второй половине 1990-х, можно обнаружить, что взрывной рост капиталов этих стран был вызван именно оценочными и бухгалтерскими нововведениями. Инновации способствовали преобразованию продуктов интеллектуальной деятельности в нематериальные активы чрезвычайно высокой стоимости – с дальнейшей их конвертацией в акционерный и финансовый капитал.

Первыми масштабную капитализацию НМА провели японцы в 70–80 годах. Именно она была причиной японского экономического чуда и стремительного роста капитала. А главное чудо в том состояло, что при реальном объеме товарной массы, производимой Японией в те годы, размером в 3% от общемирового ВВП, суммарный капитал страны составлял более 40% совокупного мирового капитала. Начиная с 60-х годов, японцы начали скупать по всему миру продукты интеллектуального труда – НИОКР, патенты, ноу-хау, рационализаторские предложения и т.д. Затем они оценивали их по своей методике и ставили на баланс предприятий в качестве нематериальных активов уже по новой стоимости. Это позволило им практически неограниченно увеличивать балансовую стоимость своих предприятий, в результате чего в Японии впервые в мире стоимость нематериальных активов корпораций превысила стоимость материальных, причем, в большинстве случаев – многократно.

Рост стоимости активов позволял корпорациям пропорционально величине новообразованных активов осуществлять дополнительную эмиссию акций, которые, в свою очередь, появляясь на фондовом рынке, выполняли функции товара. В результате, оборот токийского фондового рынка оказался сопоставим с совокупным оборотом всех фондовых рынков мира.

К концу 1980-х годов мир ощутил реальную опасность того, что все будет скуплено японцами. И тогда были приняты меры по сдерживанию: Японию принудили подписать «Договор Плаза» и «Луврское соглашение», условия, которых предписывали ей остановить процесс капиталообразования. Но объем капиталов созданных за предыдущий период на основе финансовых технологий был столь велик, что, хотя они с 1990 года практически не растут, Япония и сегодня продолжает оставаться крупнейшим в мире кредитором.

Остановив процесс капиталообразования в Японии, американцы с начала 1990-х годов стали внедрять данную методику у себя. В результате уже к середине 1990-х годов США обошли Японию по уровню капитализации, и в последующие 5 лет (с 1995 по 2000 годы)кратно увеличили объемы своих капиталов.

Причем, в обеих странах основу новообразованных капиталов составили именно нематериальные активы. Внедрение новых финансовых технологий позволило обеим странам создать условия, способствующие интенсивному образованию капиталов в больших объемах и с низкой себестоимостью внутри страны, которые, хлынув во все остальные сферы хозяйствования, стимулировали их развитие.

Можно, конечно, говорить о «надувании финансового пузыря», но дело не в методике, не в финансовой технологии, а в том для чего она используется экономическими субъектами – для обогащения и обмана или для целенаправленного инвестиционного процесса, основанного на инновациях.

Во время первого публичного размещения акций (IPO) компании Rambler на Лондонской фондовой бирже, которое прошло в июне 2005 г., инвесторы оценили компанию в \$153,5 млн. Соотношение капитализация/выручка составило 12,3. Понятно, что в структуре активов данной компании большую долю составляют именно нематериальные активы. Для сравнения: Трубная металлургическая компания, IPO которой аналитики называли одним из самых удачных за тот же период, разместилась с мультипликатором 1,5. Рентабельность Rambler Media Group по чистой прибыли в первом полугодии 2006 г. составила 15,6%, капитализация за год выросла в 3 раза.

Самой дорогой компанией мира в начале 2012 г. стала компания Apple – \$504 млрд, для сравнения капитализация «Газпрома» в этот период составляла лишь \$146 млрд. Акции Apple подорожали в течение последних десяти лет на 4500%.

Еще в 1990 году профессорами Гарвардской школы экономики Д. Нортоном и Р. Капланом было проведено исследование с целью выявления новых способов повышения эффективности деятельности и достижения целей бизнеса. Проводя исследование, они руководствовались следующей гипотезой: управление с помощью финансовых показателей не дает достаточной информации для принятия правильных и своевременных управленческих решений. Основанием для такого утверждения стал разрыв между балансовой и рыночной стоимостью компаний. Согласно данным по 3500 американским компаниям к 1998 году по бухгалтерской стоимости компании недооценивали себя на 72%. Был предложен даже специальный коэффициент для определения данной величины – коэффициент Тобиана. Причиной такого разрыва стало постепенное, но неуклон-

ное увеличение стоимости нематериальных активов. Стандарты финансовой отчетности никак не учитывали подобных экономических изменений.

По мере увеличения масштабов и сложности бизнеса инвесторам становится все труднее интерпретировать финансовые показатели и на их основе прогнозировать будущее компаний. Компаниям, которые действительно намерены стать более прозрачными и хотят, чтобы рынок точно оценивал их стоимость, следует усовершенствовать свою финансовую отчетность и, что особенно важно, указывать нефинансовые факторы, влияющие на результативность.

За прошедшие 20 лет разрыв между рыночной и балансовой стоимостью только увеличился, данное соотношение характеризует мультипликатор P/B (Price-to-book ratio). В таблице 1.3 приведены значения мультипликатора P/B для различных отраслей по состоянию на январь 2012 года (по зарубежным компаниям).

Таблица 1.3

Значения мультипликатора P/B для различных отраслей
по состоянию на январь 2012 года⁸

Отрасли промышленности	P/B
Химическая	10,03
Металлургия	4,47
Автомобильная	1,78
Финансовые услуги	2,33
Фармацевтика	19,89
IT	8,37
Программное обеспечение	25,15
Телекоммуникации	7,58

В соответствии с приведенными данными рыночная капитализация в 25 раз превосходит балансовую стоимость компаний, разрабатывающих программное обеспечение, значительно превосходит в таких отраслях как: химическая, фармацевтическая, телекоммуникационная.

Существуют различные экспертные оценки о соотношении долей материальных и нематериальных активов в общей стоимости компании.

Чарльз Хэнди писал, что нематериальные активы обычно в 3-4 раза превышают стоимость всех материальных активов. Однако Лейф Эдвинсон уже в 1996 году считал эти данные устаревшими. Тогда он оценивал колебания данного показателя для большинства компаний в пределах от 5:1 до 16:1. Далее это соотношение, по мнению авторов, только возрастало.

⁸ По данным портала «Yahoo! Finance» <http://finance.yahoo.com/>

В экономической литературе часто встречаются мнения о значительной доле НМА в балансах зарубежных компаний, так, на форуме 2010 года «Интеллектуальная собственность в XXI веке»⁹ в одном из докладов приводились следующие цифры: доля НМА в долгосрочных активах компании на балансе достигла 50% в Западной Европе и 70% в США.

На заседании Комитета ТПП РФ по научно-техническим инновациям в 2007 году прозвучал доклад А.Д. Корчагина «О необходимости внесения изменений в систему бухучета в целях эффективного учета нематериальных активов и о методологии оценки нематериальных активов». В этом докладе были сформулированы предложения Роспатента по способствованию закреплению прав на результаты научно-технической деятельности для постановки их на баланс организаций, поскольку «...учёт принадлежащих предприятию прав на объекты интеллектуальной собственности и капитализация активов предприятия может существенным образом отразиться на общей стоимости всего предприятия, увеличив его рыночную стоимость в десятки раз».

Данные рассуждения повторяются в аналитической записке, подготовленной аудитором Счетной палаты А.А. Пискуновым¹⁰, в справке для парламентских слушаний¹¹ в Совете Федерации, подготовленной аудитором Счетной палаты А.И. Филиппенко, а также во многих других документах, на основе которых принимаются государственные решения.

Более того, согласно Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации, на период до 2015 года один из основных ориентиров инновационного развития России заключается в росте капитализации научных результатов, а именно увеличении удельного веса НМА в общей сумме активов организаций (к 2011 году до 15% и к 2016 году до 30%).

То есть в соответствии с данным ориентиром, причина высокой рыночной капитализации компаний – наличие значительной доли НМА у них на балансе. А, следовательно, капитализацию российских предприятий можно повысить, стимулируя их поставить себе на баланс интеллектуальную собственность.

Однако, по мнению А.Н. Козырева, главного научного сотрудника РНИИС, мнение о высокой доле НМА в балансах ведущих мировых компаний является ошибочным¹². В качестве доказательства Козырев при-

⁹ <http://www.forum-ip.ru>

¹⁰ Пискунов А.А. Анализ законности и эффективности использования интеллектуальной собственности, созданной за счет средств федерального бюджета: Аналитическая записка // Бюллетень СП РФ. – 2010. – № 2.

¹¹ Парламентские слушания 29 апреля 2010.

¹² Доклад А.Н. Козырева «Экономические проблемы и условия формирования и развития рынка интеллектуальной собственности в интересах инновационного развития в странах СНГ» на втором Международном форуме «Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности».

водит данные из годовых финансовых отчетов крупнейших зарубежных компаний, демонстрируя, что доля НМА составляет не более 5%.

Мы решили проверить данное утверждение и провести исследование структуры рыночной стоимости российских и зарубежных компаний в 2012 г.¹³ по открытым данным. При исследовании были выбраны 5 отраслей и изучена открытая отчетность по 33 российским и 212 зарубежным компаниям. В качестве объекта исследования были выбраны те отрасли, где по нашему мнению доля НМА должна быть существенной. Количество рассматриваемых российских компаний оказалось значительно ниже иностранных, поскольку российский фондовый рынок не так широко представлен компаниями различных отраслей. Компании для анализа выбирались по принципу доступности информации.

Таблица 1.4

Количество рассмотренных компаний, шт.

Отрасли	Количество рассмотренных компаний, шт.	
	Российских	Зарубежных
Автомобилестроение	5	23
Химия и фармацевтика	9	52
Телекоммуникации	7	43
IT-отрасль	5	61
Металлургия	7	33
Итого:	33	212

Результаты исследования структуры рыночной стоимости российских компаний представлены на рис. 1.4.

Из представленной диаграммы на рис. 1.4 видно, что в целом по исследуемым отраслям доля НМА на балансе компаний не велика. По усредненным данным наибольшую долю НМА, отраженных на балансе, имеют предприятия телекоммуникационной и IT-отраслей – почти по 12% от рыночной стоимости. Однако большая доля (76,25%) активов телекоммуникационных компаний – материальные, у IT-компаний в структуре стоимости преобладают неидентифицированные НМА (60,02%), что говорит о высокой оценке рынком акций компаний данной высокотехнологичной отрасли. В отраслях химической промышленности и металлургии идентифицированные НМА составляют менее процента от общей стоимости компании. В российской автомобильной промышленности балансовая стоимость компаний превышает рыночную капитализацию, доля НМА на балансе 4,32%.

¹³ Проведено совместно с магистранткой А.С. Озеровой.

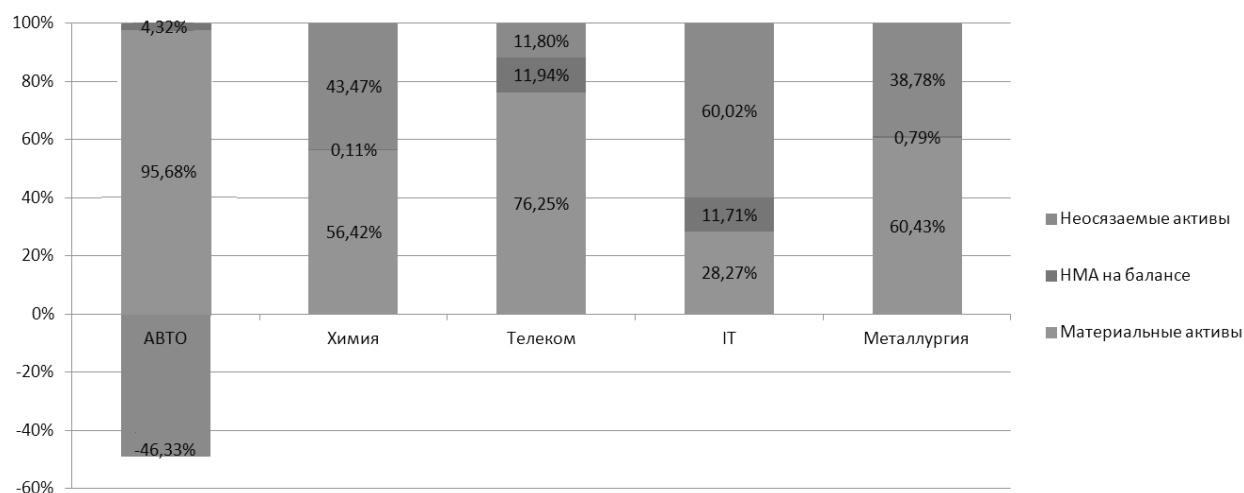


Рис. 1.4. Структура рыночной стоимости российских компаний по данным на 31.12.2010 года¹⁴ (рыночная стоимость равна 100%)

Анализ структуры рыночной стоимости зарубежных компаний аналогичных отраслей показал похожую картину с российскими компаниями с несколько лучшими цифровыми показателями (рис. 1.5).

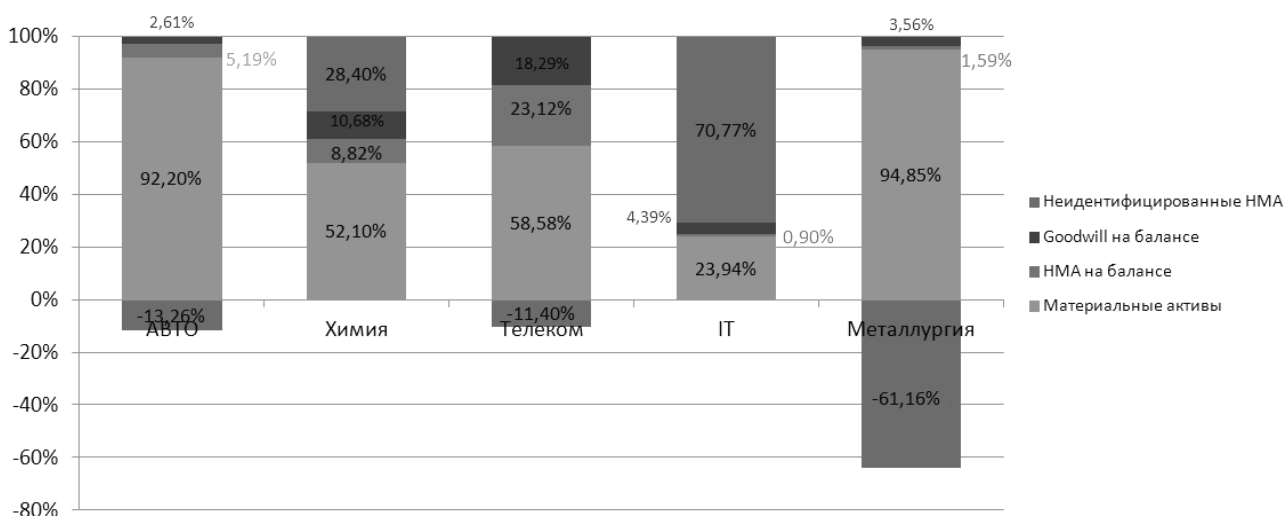


Рис. 1.5. Структура рыночной стоимости зарубежных компаний, составленная по отчетностям на даты в диапазоне от 31.03.2010 до 31.12.2011 г.¹⁵

¹⁴ По компаниям Яндекс и IBS Group расчет был по более поздним датам (на 31.12.2011 и 31.03.2012 соответственно) в связи с отсутствием доступной информации на 31.12.2010 г.

¹⁵ Невозможность собрать анализируемые данные на определенную дату обусловлена труднодоступностью информации и различиями в датах конца финансового года в странах рассматриваемых компаний.

В целом по исследуемым зарубежным компаниям видно, что они еще не оправились от кризиса, в трех из пяти представленных отраслях усредненная балансовая стоимость компаний превышает рыночную капитализацию. Долю более 70% нематериальных активов в стоимости компании (причем всех, как идентифицированных, так и неидентифицированных) показали усредненные данные по ИТ-отрасли, что предсказуемо. Доля НМА на балансе этих компаний невелика – 5,29%, хотя следует помнить, что процент в данном случае «весит» достаточно много, так как стоимость существенна.

Среди рассмотренных отраслей относительно высокая доля идентифицированных НМА наблюдается только в отраслях химической промышленности (почти 20%) и телекоммуникациях (более 40%), в автомобильной промышленности и в металлургии данный показатель незначителен.

Сравнительная таблица структуры активов российских и зарубежных компаний представлена ниже.

Таблица 1.5

Сравнительная таблица структуры рыночной стоимости активов
российских и зарубежных компаний

	Авто	Химия	Телеком	ИТ	Металлургия
Неидентифицированные НМА					
Российские компании	-46,33%	43,47%	11,80%	60,02%	38,78%
Зарубежные компании	-13,26%	28,40%	-11,40%	70,77%	-61,16%
Goodwill и НМА на балансе					
Российские компании	4,32%	0,11%	11,94%	11,71%	0,79%
Зарубежные компании	7,80%	19,51%	41,42%	5,30%	5,15%
Материальные активы					
Российские компании	95,68%	56,42%	76,25%	28,27%	60,43%
Зарубежные компании	92,20%	52,10%	58,58%	23,94%	94,85%

Отрицательные показатели неидентифицированных НМА говорят о превышении суммы активов по балансу над рыночной капитализацией компаний. Данное положение наблюдается у российских и зарубежных компаний автомобильной промышленности, а также у иностранных компаний отрасли телекоммуникаций и металлургии. Среди российских компаний данное положительное обстоятельство может быть обусловлено несколькими причинами: первая – рынок действительно высоко оценивает стоимость данных компаний; вторая – некоторые материальные активы

(здания, земли, сооружения и прочее) могут быть отражены в отчетности российских компаний не по рыночной стоимости.

В отраслях химической промышленности, телекоммуникациях и металлургии доля НМА на балансах российских компаний значительно меньше доли НМА на балансах зарубежных.

Таким образом, анализ открытых данных по исследуемым отраслям показал, что значение отраженных в балансе НМА в зарубежных компаниях хотя и значительно превышает данные по российским компаниям, однако доли в 50-70%, отмеченные в экономической литературе, слишком преувеличены. О таких значениях можно говорить лишь имея в виду всю сумму неосязаемых активов (а не только отраженных в балансе) и только для высокотехнологичных отраслей, компании в которых высоко оцениваются рынком.

Переоцененность нематериальных активов фондовым рынком США сказалась в 2000 г. при крахе «доткомов» – переоцененных ИТ-компаний. Однако для российского рынка эта опасность еще не грозит, этот момент наступит, когда стоимость российских корпораций примерно сравняется с аналогичными западными.

Суммарная стоимость всех акций российских компаний, торгуемых на всех фондовых биржах в России и за рубежом на март 2012 г. составила \$800 млрд (одна компания Apple оценивается рынком в \$500 млрд). Аналитики считают, что российский фондовый рынок сегодня один из самых дешевых в мире и оценивается на 40-50% ниже схожих развивающихся рынков.

Можно сравнить стоимость акций Газпрома еще раз, но уже с крупнейшим мировым добытчиком углеводородов – компанией ExxonMobil, капитализация которой оценивается в \$414 млрд, и это в два с половиной раза дороже «Газпрома». Хотя чистая прибыль у «Газпрома» выше – \$44,7 млрд против \$41 млрд у ExxonMobil. Это означает, что коэффициент Р/Е, через который принято выражать ценность и эффективность компании и который показывает соотношение ее цены к ее прибыли, у ExxonMobil – 10,1, а у Газпрома – 3,3.

В XXI веке требуется принципиально новый подход к созданию стоимости. Капиталообразование с использованием НМА – новое явление, присущее только современной экономике. И хотя внешне оно похоже на раздувание спекулятивного пузыря, тем не менее, по сути своей, оно является совсем иным – это рычаг для раскрутки инвестиционного маховика.

До начала 90-х годов прошлого века IPO (первоначальное публичное предложение акций) было возможно преимущественно для крупных, высоко прибыльных компаний, обладающих значительными активами и оборотом. С развитием сектора высоких технологий сложились условия для выхода на фондовый рынок небольших успешно растущих компаний,

не имеющих существенных материальных активов. Бизнес этих компаний был связан с программированием, биотехнологиями, Интернет, телекоммуникациями, то есть их активы были в основном нематериальны.

Рынок акций высоко технологичных компаний привел к появлению новых фондовых площадок, таких как NASDAQ. Рынок активно рос и развивался поддерживаемый завышенными ожиданиями инвесторов, готовых платить за акции цену, в несколько раз превышающую цену предложения. Конец 90-х годов был определен как «технобум», так первоначальное публичное предложение акций компании VAlinux, занимающейся разработкой программно-аппаратных решений на базе операционной системы Linux, 9 декабря 1999 г. по цене \$30 привело к их росту за первый день на 679% до \$239,25.

Первой российской компанией, решившей привлекать средства через выход на рынок IPO на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE – New York Stock Exchange), стал один из ведущих операторов сотовой связи России АО «Вымпелком». Акции в виде Американских депозитарных расписок (ADR) были размещены на NYSE 15 ноября 1996 года по цене \$29, что позволило компании привлечь более \$60 млн. К 2001 г. рыночная капитализация компании составляла около \$791 миллиона, а на 3.02.2006 г. – \$9,7 млрд.

Первое успешное IPO в системе NASDAQ с первичной ценой предложения ADR \$12 провела 30 сентября 1999 года компания «Голден Телеком», являющаяся ведущим в России провайдером телекоммуникационного доступа по широкополостным оптоволоконным каналам и услуг на основе IP-технологии, капитализация на 10.02.06 г. – \$11,13 млрд, цена ADR выросла до \$30,55.

Обретение капитализации, безусловно, является результатом предварительной работы по организации размещения и последующей деятельности компании с соответствующим отражением достигнутых результатов на курсовой стоимости акций.

Рыночная капитализация компании, превышающая бухгалтерскую стоимость основных фондов, материальных и финансовых средств является одним из признаков интеллектуальной компании, обладающей широким спектром нематериальных активов, в том числе интеллектуальной собственностью. Превышение над бухгалтерской стоимостью формируется как раз за счет новизны и перспективности предлагаемых продуктов или услуг, рыночных ожиданий на новых его сегментах, предполагаемой прибыли от патентов, торговой марки (престижа), контроля над бизнесом, взаимоотношений с потребителями и т.д.

На рубеже XX–XXI веков появляются компании «виртуального мира», основная стоимость которых представлена нематериальными активами. Когда в 1997 г. акции компании Galileo, системы информации и

бронирования авиабилетов по всему миру, были выпущены в продажу, компанию оценили в \$2,5 млрд. В начале XXI века стоимость информационных и высокотехнологичных компаний только возросла. Так, доля материальных активов в общей капитализации компании Google на сентябрь 2010 г. составила 29,11%, компании Microsoft – 37,25%.

Таблица 1.6

Структура активов компаний на сентябрь 2010 г.

	Google		Microsoft	
	Абсолютная величина	В % к капитализации	Абсолютная величина	В % к капитализации
Материальные активы компании всего, млрд \$	53,342	29,11%	86,113	37,25%
Нематериальные активы на балансе, млрд \$	0,993	0,54%	1,158	0,50%
Гудвилл, млрд \$	6,099	3,33%	12,394	5,36%
Капитализация, млрд \$	183,23	100%	231,17	100%

Интернет-компании размещают свои акции на фондовом рынке и получают реальные инвестиции. Одним из самых успешных последних IPO среди интернет-компаний стало первичное размещение в 2010 г. крупнейшей китайской компании Alibaba.com. Оно стало самым крупным среди китайских компаний и вторым по масштабам в мире после Google. В ходе своего IPO в 2004 г. Google заработал \$1,67 млрд. Капитализация Alibaba достигла уровня \$22-23 млрд.

Российские компании также неплохо освоили IPO на зарубежных площадках. Крупнейшим размещением стало IPO на Лондонской фондовой бирже АФК «Система» в 2005 г., которая смогла привлечь \$1,56 млрд.

Таким образом, компании, занимающиеся оказанием услуг, а не производством материального продукта, сумели заинтересовать инвесторов и привлечь значительные суммы с использованием IPO.

Российский фондовый рынок в последнее время развивается также активно. Наблюдаются и первые попытки выхода на российский фондовый рынок компаний, специализирующихся на высоких технологиях и обладающих существенными НМА. В 2002 г. на российском фондовом

рынке произошло первое публичное размещение акций компании «Рос-бизнесконсалтинг» (РБК), инвесторам было предложено 16 млн акций, при этом спрос на них превысил предложение почти в 5 раз и составил более 64 млн долл. После проведения первых же торгов на фондовой бирже стоимость каждой акции возросла на 14,4%.

Российские биржи РТС и ММВБ также готовятся к приему новых компаний самого разного профиля и размера, в дополнение к имеющимся площадкам они создают альтернативные для небольших компаний. В декабре 2009 г. состоялось первое в России IPO биотехнологической компании «Институт стволовых клеток человека» (ИСКЧ) на созданной ММВБ совместно с Роснано площадке «Рынок инноваций и инвестиций» (РИИ), инвесторам было продано 20% увеличенного уставного капитала и привлечено 142 млн руб. За два года после IPO ИСКЧ удалось зарегистрировать первый в мире препарат для ангиогинеза и вывести на рынок новую технологию [126]. В 2011 г. компания вошла в «Топ-10» биотехнологических компаний мира, от которых ждут прорыва в 2012 г.¹⁶ В начале 2012 г. акции компании торгуются на 40-50% выше цены размещения, среднемесячный объем торгов – 170 млн руб.

В 2010 г. на «Рынок инноваций и инвестиций» ММВБ вышли еще 4 компании, к 2012 г. общее количество эмитентов достигло 23 (включая паи венчурных фондов, созданных при участии Российской венчурной компании).

Удачными размещениями за текущий период можно считать IPO компании «Русские навигационные технологии»(РНТ) – разработчика телематических систем для мониторинга и управления транспортом на основе GPS и «Глонасса» (2010 г., продано 18% увеличенного уставного капитала, объем привлеченных средств 300 млн руб.), IPO «Платформа ЮТИНЕТ.РУ» – одного из ведущих российских интернет-ритейлов электроники и бытовой техники (2011 г., продано 10% увеличенного уставного капитала, объем привлеченных средств 390 млн руб.).

IPO может принести компании дополнительные преимущества:

- привлечение дополнительных финансовых средств для развития компании путем проведения публичных торгов, возможность реализовать свои нематериальные активы в реальные инвестиции;
- улучшение финансового состояния компании: происходит увеличение собственного капитала компании как за счет роста акционерного капитала в результате продажи акций компании, так и за счет добавочного капитала вследствие получения эмиссионного дохода в случае продажи акций по цене выше номинала;

¹⁶ Сайт по клеточным технологиям: stemcellassays.com

- обретение рыночной капитализации, бизнес при этом становится ликвидным товаром, а материальные и нематериальные активы компании обретают реальную рыночную стоимость;
- увеличение рыночной стоимости компании при успешном размещении, развитии компании и роста биржевого курса акций;
- благоприятные условия дальнейшего кредитования: возможность залога под текущую рыночную стоимость акций и их ликвидность, а также превышение рыночной капитализации над балансовой стоимостью компании привлекает дополнительных инвесторов;
- дополнительные конкурентные преимущества: компания, чьи акции котируются на бирже, становится более узнаваемой, растет ее известность, активно продвигается бренд, а значит и продукция компании;
- статус публичной компании для многих партнеров и инвесторов является «знаком качества», увеличивается число потенциальных клиентов и партнеров;
- вовлечение квалифицированного персонала компании в рамках использования различных программ владения акций сотрудниками, в результате повышается их заинтересованность в успешной деятельности компании.

Таким образом, проведение IPO компании может стать реальным способом преобразования нематериальных активов в реальные инвестиции и реальную рыночную капитализацию.

Во многих случаях для российских инновационных компаний нет иного способа привлечения инвестиций, кроме IPO, кредиты дороги и недоступны, так как бизнес строится на НМА и не имеет значимого предмета залога. Венчурные фонды и фонды прямых инвестиций в России только развиваются, и они, как правило, входят в капитал компаний.

Выход на фондовый рынок для инновационной компании является реальным итогом всей цепочки создания инновации, превращения знаний и идей в НМА и их капитализации.

Исходя из количества и объема профинансированных институтами развития проектов, можно прогнозировать появление порядка 100 публичных компаний инновационного сектора в ближайшие 3–5 лет [126].

1.4. Возрастающая роль нематериальных активов в современной инновационной экономике

Конкуренция как основная движущая сила экономики все в большей степени простирается в сферу инноваций, которые все более и более используются как наступательное оружие для завоевания рынка. Эффект созидательного разрушения определил еще Шумпетер, однако в современных условиях рост стоимостных показателей связан с ускорением разра-

ботки и внедрения новых технологий и их широким географическим распространением. Новыми тенденциями являются именно ускорение и распространение.

Ряд экономистов¹⁷, продолжая исследование концепции длинных волн нововведений, родоначальниками которой были Кондратьев и Шумпетер, в 80-х годах XX века, рассматривая инновационный механизм длинных волн, пришли к выводу, что вслед за волнами изобретений с определенным временным лагом следуют волны инноваций (нововведений). Фазы изобретений и нововведений имеют тенденцию к ускорению и сокращению. Основываясь на историческом анализе скорости появления изобретений и нововведений за 200 лет, Маркетти обнаружил, что продолжительность каждой волны для изобретений – 120, 85 и 55 лет; для нововведений – 47, 33 и 23 года.

В современной экономике знаний длинные волны экономической конъюнктуры выступают уже информационными циклами, каждый из которых связан с овеществлением в производстве нового слоя научно-технической информации, связанного с пионерным нововведением.

Большинство экономистов-аналитиков приходят к выводу, что выход из кризиса будет связан с возникновением еще одной волны нововведений, способных дать долговременный стимул следующему периоду роста.

Потенциал экономического роста российской экономики за счет добывающих отраслей практически исчерпан, возможности разработанных месторождений ограничены, транспортная инфраструктура перегружена. Поддерживать высокий темп роста за счет увеличения экспорта полезных ископаемых – путь бесперспективный. В сложившейся ситуации жизненно важно развивать другие сферы экономики и, в первую очередь, инновационную экономику, то есть необходимо перераспределение имеющихся ресурсов и инвестиций. Это демонстрирует и существенный рост спроса населения и других отраслей на новые виды наукоемкой продукции.

Роль государства в создании или уничтожении стоимости огромна. Государство управляет общим уровнем риска в обществе, непосредственно влияя на привлекательность инвестиций. Оно также само осуществляет инвестиции в инфраструктуру, порождая важные опционы для инноваций и создания богатства.

В отечественной литературе часто встречается утверждение, что в России имеется существенный научно-технический и инновационный по-

¹⁷ Marcketti G., Nakicenovic N. The Dynamics of Energy System and the Logistic Substitution Model // IIASA. Luxemburg, 1979. Nakicenovic N. Technological Substitution the Long Waves in the USA // The Long Wave Debate. Berlin, 1987; Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с фр. – СПб., 1996.

тенциал, который по ряду причин используется плохо. Наиболее часто называются следующие причины этого:

- нет соответствующей инфраструктуры;
- имеющийся инновационный потенциал не удовлетворяет современному спросу рынка;
- у сырьевой экономики нет потребности в инновационном потенциале.

По данному вопросу автор согласен с авторами монографии [7, с. 27], что Россия, безусловно, обладает существенным инновационным потенциалом (хотя и требующим обновления и инвестиций), но использует его неэффективно. Часто действительное инновационное развитие компаний замещается имитацией инновационной деятельности.

Важнейшим феноменом всех современных наиболее известных мировых компаний являются инновации. Их идеология – принципиально новая концепция управления высокотехнологичным бизнесом, основанная на интеллектуальной собственности. Именно результаты интеллектуальной деятельности, оформленные в качестве ИС, отличают истинную инновацию от имитации нововведений.

Инновации, как результаты интеллектуальной деятельности, как интеллектуальные продукты предприятия, как объекты авторского и патентного права, являются интеллектуальной собственностью организации. В результате этого вопросы эффективного использования инновационного потенциала предприятия связаны с вопросами создания (идентификации) правовой защиты, эффективного управления (коммерциализации) ИС, что невозможно без экономической оценки стоимости объектов ИС.

Однако, несмотря на всеобщее употребление терминов «инновация», «инновационное предприятие» и «инновационная экономика» единого определения в научной и коммерческой среде еще не сложилось, хотя с этого начинаются все экономические труды данного направления. Не ставя целью данной монографии подробно исследовать данную терминологию, отметим лишь некоторые аспекты.

В монографии коллектива ученых под руководством Г.А. Краюхина проведены исследования термина «инновация» [76]. Впервые термин «innovation» появился в научных исследованиях зарубежных культурологов еще в XIX веке и означал введение некоторых элементов одной культуры в другую. Только в начале XX века стали изучать закономерности технических нововведений. В 30-х годах Шумпетер использовал понятие «инновация», подразумевая под ней любые изменения, связанные с использованием новых или усовершенствованных решений в технике, технологии, организации производства, в процессах сбыта и снабжения. Толковый словарь Коллинза определяет инновацию более узко как «практическое усовершенствование и разработку изобретений в области техноло-

гий (инновация производственных процессов) или в области изделий (инновация изделий)» [156, с. 188].

К. Клейтон, профессор Гарвардской бизнес-школы и автор книги «Дилемма инноватора» (The Innovator's Dilemma) отмечает, что большинство компаний провозглашают себя инновационными в надежде обвести вокруг пальца инвесторов. Это способ показать, что компания развивается, хотя на самом деле никакого особого роста нет.

В США к малому инновационному предпринимательству относятся организации с количеством сотрудников менее 500 человек и имеющие не менее 15 патентов в течение последних 5 лет [189].

В отчетах компаний для американской комиссии по ценным бумагам и биржам (SEC), слово «инновация» в 2011 году было упомянуто 33 528 раз, что на 64% больше, чем пять лет назад. А исследование Amazon.com показало: за последние три месяца в США было опубликовано более 250 книг со словом «инновация» в названии. Мода на инновации породила также целую отрасль консалтинговой индустрии. Компании, входящие в список Fortune 100, платят консультантам по инновациям от \$300 000 до \$1 млн за один проект, что в год может составить от \$1 млн до \$10 млн [122].

В России вокруг слова «инновация» также много спекуляций. Некоторые руководители компаний и маркетологи считают, что инновация – это расширение функций и границ использования продукта. Б.Б. Леонтьев считает, что инновация – это новое высокоэффективное охраноспособное техническое решение. Сайт Росстата дает инновации следующее определение: это «конечный результат инновационной деятельности, получившей воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта производственного процесса, маркетингового или организационного метода – в ведении бизнеса, организации рабочего места или внешних связях».

В развитых странах на долю знаний, воплощенных в технологиях и продуктах, в настоящее время приходится 80-95% ВВП. В России даже в лучшие годы вклад науки в ВВП не превышал 30-40%.

Характеризуя современный уровень инвестиций в науку, следует заметить, что по данному показателю мы существенно отстаем от развитых стран. Так, в 2009 г. на фундаментальную науку из федерального бюджета было выделено 76 млрд руб. (около 0,2% ВВП), расходы на прикладные исследования в рамках федеральных целевых программ составили 92 млрд руб. (0,24% ВВП), в целом на образование из федерального бюджета было выделено 384 млрд руб. (1% ВВП).

Однако следует отметить, что в общем объеме затрат на инновации доля федерального бюджета лишь 2,8%, бюджетов субъектов РФ – 1,3%, внебюджетных фондов – 2,7%, иностранных инвестиций – 5,3%, подавляющую долю составляют собственные средства организации – 82,3%.

В настоящее время правительство РФ одобрило стратегию инновационного развития России до 2020 года. В соответствии с ней на I этапе (2011–2013 годы) решается задача повышения восприимчивости бизнеса и экономики к инновациям в целом, на II этапе (2014–2020 годы) предполагается проведение масштабного перевооружения и модернизации промышленности, формирование работоспособной национальной инновационной системы.

Основные ключевые показатели стратегии:

- доля инновационной продукции в промышленном производстве должна вырасти с 4,5-5% в 2011 г. до 25-30% к 2020 году;
- государственные расходы на исследования и разработки увеличить с 0,9% ВВП до 1,3% ВВП в 2020 году;
- государственные расходы на образование повысить с 4,1% ВВП до 5,3% ВВП в 2020 году;
- общий уровень затрат на исследования и разработки предполагается повысить с 1,3% ВВП в 2011 до 3% ВВП в 2020 году;
- доля промышленных предприятий, внедряющих новые технологии на производстве, должна возрасти с 9,2% до 50%;
- удельный вес экспорта высокотехнологичной продукции из РФ должен вырасти с 0,35% от общемирового экспорта высоких технологий до 2% в 2020 году;
- валовая добавленная стоимость инновационного сектора в структуре ВВП должна вырасти с 12,7% до 17-18% в 2020 году.

В стратегии речь идет о радикальном наращивании инновационной активности в государственном секторе экономики, формировании «дорожных карт» развития ключевых технологий с определением мер поддержки, ужесточении экологических, технических, санитарно-эпидемиологических требований, а также требований к энерго- и ресурсоемкости продукции и используемых технологий, введении дополнительных льгот (в том числе налоговых) для развития инжиниринга и информационных технологий, формировании необходимых инструментов и механизмов поддержки государственных закупок инновационной продукции, обеспечении приоритетности финансирования инноваций в следующем цикле бюджетного планирования.

Следует заметить, что все показатели стратегии инновационного развития России до 2020 года непосредственно связаны с ростом инновационной (нематериальной) составляющей, что неизбежно приведет к росту нематериальных активов компаний.

Однако чтобы всерьез говорить об инновациях, нужно сформировать модель инновационного развития предприятий и перестроить под эту модель законодательную базу, которая сейчас ориентирована на инерционное развитие в условиях сырьевой экономики. Пассивная позиция отечественных компаний объясняется несовершенством или полным отсутствием

системы целенаправленного и рационального управления интеллектуальными активами в составе системы управления предприятием.

Кроме того, в приведенных ключевых индикаторах стратегии не выделены показатели оформленных прав на результаты интеллектуальной деятельности, а они также являются показателями инновационной активности, показателями конкурентоспособности инновационной продукции, что является немаловажным фактором в условиях вступления России в ВТО.

Интеллектуальная деятельность – ключевой фактор инновационного развития. Результату интеллектуальной деятельности требуется правовая охрана, так как она обеспечивает:

- ☐ эффективную защиту производителей продукции от недобросовестной конкуренции;
- ☐ дает возможность осуществлять коммерческие отношения по передаче прав с получением соответствующей материальной выгоды;
- ☐ позволяет фирмам завоевывать устойчивое положение на рынке сбыта продукции.

Ряд исследовательских центров в различных странах проводят изучение инновационного развития стран и пробуют построить обобщенный инновационный индекс.

Так парижская школа INSEAD и интернет-портал World Business в 2006 году провели исследование¹⁸ и оценили организационные и оперативные изменения экономических систем различных стран, их способность развивать и использовать новейшие технологии, увеличивать кадровый потенциал, а также преимущества и недостатки систем в отношении инновационной политики и практики. Был рассмотрен инновационный потенциал 107 государств, которые ранжировались по индексу инновационного развития (в баллах).

Таблица 1.7

Индекс инновационного развития в баллах

Номер рейтинга	Страна	Балл
1	США	5.80
2	Германия	4.89
3	Великобритания	4.81
4	Япония	4.48
5	Франция	4.32
6	Швейцария	4.16
7	Сингапур	4.10
8	Канада	4.06
9	Нидерланды	3.99
10	Гонконг	3.97

¹⁸ <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2007/06/04/31506802>

Возглавили рейтинг Соединенные Штаты и Германия. Российская Федерация заняла в рейтинге 54 место. По мнению экспертов, лидирующая позиция США опирается на инновационную проактивность человеческого капитала. Ежегодно ведущие университеты и научно-исследовательские центры активно привлекают и поощряют самых талантливых специалистов со всего света. Кроме этого, США имеет ряд других важных преимуществ, таких как: технологическая оснащенность, развитость финансовых рынков и капитала, квалифицированность инвесторов. Объем венчурного капитала в Америке намного больше, где бы то ни было, что способствует развитию предпринимательства и созданию новых рабочих мест.

Бостонской консалтинговой группой и Национальной ассоциацией производителей (National association of manufacturers)¹⁹ также был разработан Глобальный инновационный индекс – обобщённый показатель для измерения уровня инноваций в стране. Оценка Глобального инновационного индекса является частью крупного исследования, в котором рассматривались как коммерческие результаты инновационной деятельности в странах, так и активность правительств по поощрению и поддержке инновационной деятельности в своей государственной политике. Исследование включало опрос более 1000 руководителей высшего звена из компаний – членов Национальной ассоциации производителей во всех отраслях производства, углублённые интервью с 30 руководителями и сравнения «инновационной привлекательности» 110 стран и всех 50 штатов США. Результаты исследований были опубликованы в докладе «Инновационный императив производства: как Соединенные Штаты могут восстановить свою привлекательность».²⁰ При оценке инновационных затрат рассматривалась фискальная политика правительства, политика в области образования и инновационной инфраструктуры. Для оценки инновационной эффективности учитывались патенты, передача технологий и другие результаты НИОКР, эффективность предпринимательской деятельности, например, производительность труда, общая прибыль акционеров, влияние инноваций на миграцию бизнеса и экономический рост. Ниже приведены данные Глобального инновационного индекса за 2009 г.

Статистические данные красноречиво показывают место России в мировом рейтинге инновационных стран.

¹⁹ www.nam.com

²⁰ http://www.industryweek.com/articles/u-s-ranks_8_in_global_innovation_index_18638.aspx

Таблица 1.8

Глобальный инновационный индекс в 2009 г.

Рей- тинг	Страна	Суммарный балл	Инновационные затраты	Инновационная эффективность
1	Сингапур	2.45	2.74	1.92
2	Республика Корея	2.26	1.75	2.55
3	Швейцария	2.23	1.51	2.74
4	Исландия	2.17	2.14	2.00
5	Ирландия	1.88	1.59	1.99
6	Гонконг	1.88	1.61	1.97
7	Финляндия	1.87	1.76	1.81
8	США	1.80	1.28	2.16
9	Япония	1.79	1.16	2.25
10	Швеция	1.64	1.25	1.88
15	Великобритания	1.42	1.33	1.37
19	Германия	1.12	1.05	1.09
20	Франция	1.12	1.17	0.96
27	Китай	0.73	0.07	1.32
49	Россия	-0.09	-0.02	-0.16

Правовая охрана РИД является одним из индикаторов создания инноваций. Рассмотрим основные факторы, влияющие на глобальный инновационный индекс.

Коэффициент изобретательской активности – число поданных отечественными заявителями в национальное патентное ведомство заявок на изобретения, в расчете на 10 тыс. человек.

Таблица 1.9

Изобретательская активность

	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
Российская Федерация	1,60	1,66	1,96	1,94	1,95
Германия	5,88	5,87	5,83	5,81	5,98
Китай	0,50	0,70	0,92	1,15	1,47
Япония	14,87	16,31	17,40	18,94	18,17

По данному показателю Россия существенно проигрывает (в несколько раз) сравниваемым странам, за исключением Китая из-за его огромной численности населения.

Коэффициент самообеспеченности – отношение поданных отечественными заявителями в патентное ведомство страны заявок на изобретения, к общему числу заявок, включая и иностранных заявителей.

Таблица 1.10

Самообеспеченность

	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
Российская Федерация	0,76	0,73	0,74	0,70	0,66
Германия	0,82	0,80	0,79	0,78	0,79
Китай	0,47	0,51	0,55	0,59	0,64
Япония	0,87	0,86	0,85	0,84	0,84

Коэффициент технологической зависимости – отношение поданных зарубежными заявителями в национальное патентное ведомство заявок на изобретения, к числу заявок, поданных отечественными заявителями.

Таблица 1.11

Технологическая зависимость

	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
Российская Федерация	0,31	0,36	0,35	0,43	0,51
Германия	0,22	0,25	0,26	0,27	0,27
Китай	1,13	0,98	0,83	0,69	0,56
Япония	0,15	0,16	0,18	0,19	0,18

Два последних показателя демонстрируют, что отечественные заявители в России больше подают заявок на изобретения по сравнению с зарубежными заявителями.

В мире же в целом с середины 90-х годов наблюдается тенденция интернационализации патентов, когда патенты в той или иной стране мира получают нерезиденты. Так, в 2004 г. 74% подобных патентов выдали США, Япония, Южная Корея, Китай и Европейский Патентный Офис (обслуживает страны Европейского союза) [146].

Однако необходимо заметить, что далеко не все результаты интеллектуальной деятельности, даже оформленные в качестве интеллектуальной собственности, являются передовыми в своих научных и отраслевых направлениях, коммерчески успешными с точки зрения спроса на них и распространения.

Практически каждый объект уникален, но далеко не каждый из них способен приносить доход. Иллюстрируя высокий уровень риска коммер-

циализации инноваций, Барух Лев [80] приводит данные по исследованию их эффективности, проведенному Ф.М. Шерером, что во всех случаях относительно небольшое число успешных единиц (патентов, новых предприятий) объясняло львиную долю общей стоимости изобретений или инноваций. Например, верхние 10% патентов (как в Германии, так и в США) представляли 81-83% общей стоимости патентов. Совершенно очевидно, что большинство патентов оказалось при этом бесполезными, а средства, вложенные в эти патенты – потерями. Эти и другие эмпирические исследования показывают асимметричность инновационного процесса: успех сопровождает лишь относительно небольшое число продуктов и процессов, тогда как остальные оказываются пустышками.

По данным исследования PWC, приведенным в статье «Как измерить инновации?» [175], почти половина первых руководителей 355 опрошенных североамериканских частных компаний предпринимает попытки оценить инновации с помощью системы числовых показателей. Они измеряют успех своих инновационных решений, используя следующие критерии: влияние на рост доходов компании (78%), удовлетворенность клиентов (76%), рост доходов от новых продуктов (74%), повышение производительности труда (71%), динамику прибыли (68%). То есть компании в первую очередь интересуется влияние инноваций на результирующие стоимостные показатели. А это означает, что вопросы экономической оценки стоимости инноваций, НМА, ИС в условиях современной инновационной экономики будут только возрастать.

Выводы

1. Современный этап развития экономики можно характеризовать не просто как постиндустриальный, а как экономику НМА, которая имеет свои отличительные черты и является логическим развитием процессов постиндустриального этапа. Экономика НМА характеризуется неконкурентностью, возрастанием объема при расширении производства (практически бесконечным), сетевыми эффектами и особыми видами затрат. Возрастающая роль НМА в современной инновационной экономике имеет целый ряд своих специфических противоречий и проблем.

2. Понятие НМА с точки зрения бухучета трактуется крайне узко, с точки зрения стандартов оценки и оценочной практики это понятие гораздо шире. С бухгалтерской точки зрения, нематериальные (в том числе интеллектуальные) ресурсы становятся активами, когда поставлены на баланс в качестве НМА. Большинство перечисленных НМА не отображаются в бухгалтерском балансе компании, то есть они не являются в прямом смысле ее активами, так как они не определены в стоимостном выражении на балансе, скорее это нематериальные ресурсы компании. Таким обра-

зом, оценка бизнеса в этих условиях – это оценка нематериальных активов в широком смысле. С точки зрения оценки стоимости имеет смысл говорить об оценке всех нематериальных ресурсов компании, которыми она владеет и которые влияют на стоимость компании.

3. Из множества рассмотренных в литературе классификаций НМА, в целях оценки стоимости компаний следует выделить деление активов на идентифицируемые и неидентифицируемые. С точки зрения влияния на стоимость компаний предлагается классифицировать НМА на системообразующие, уникальные и результирующие.

4. Показатели инновационной активности и нематериальные (неосязаемые) активы тесно связаны друг с другом. Ориентация экономики на инновационный путь развития неизбежно приведет к росту нематериальных активов компаний. Однако современные исследования показывают, что несмотря на существенную долю НМА в стоимости компаний, балансовая стоимость данных активов как в зарубежных так и в российских компаниях это не отражает. Тем не менее в зарубежных компаниях доля НМА на балансе в общей стоимости их капитализации гораздо выше, что соответствует общемировой тенденции роста использования нематериальных активов в деятельности компаний.

5. В условиях наукоемкой экономики возможно очень быстрое накопление и резкий рост доходов наукоемких и инновационных отраслей, с этим связан и излишний приток средств самого различного происхождения, возможно «раздувание спекулятивного пузыря», что неоднократно демонстрирует современный рынок. Необходимо помнить, что инновационно-творческий процесс характеризуется высокой степенью риска и, соответственно, рисковыми являются инвестиции в нематериальные активы, лежащие в основе этого процесса. Капитализация компаний, основанных на НМА, как растет очень быстро, так может и быстро падать. Кроме того, диспропорции в инвестициях в отраслевом разрезе могут привести к несбалансированности в удовлетворении потребностей других отраслей и социальной сферы.

6. Если ранее инновационный процесс структурно выглядел преимущественно как последовательное выполнение трех составных частей: фундаментальные исследования, прикладные научные работы и опытно-конструкторские разработки, то в современном мире он обязательно имеет четвертую составляющую, связанную с идентификацией и оформлением прав на результаты интеллектуальной деятельности. Кроме того, научно-технический прогресс ускоряется и теоретические разработки (особенно в таких отраслях как медицина, биология, информационные технологии) в некоторых случаях могут быстро находить прикладное значение и поступать на рынок.

7. При существенных инвестициях в нематериальную составляющую при инновационном развитии, может возникнуть проблема расточительности средств внутри самих наукоемких отраслей. Такая расточительность возникает в том случае, когда имеет место монополизм производителей новых технологий или продукции. Государственное регулирование в этом случае сводится к проверке масштабов привлекаемых ресурсов и динамичного роста инновационных отраслей и созданию механизма регулирования, способного обеспечить удовлетворение общественных потребностей в инновационных продуктах и услугах. В стратегии инновационного развития России до 2020 года определены основные индикаторы, контролируемые государством.

8. Хотя показатели правовой охраны и защиты результатов интеллектуальной деятельности не внесены в качестве индикаторов стратегии инновационного развития страны, данные показатели непосредственно связаны с инновационным процессом, характеризуют его динамику и развитие.

ГЛАВА 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА СОЗДАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ КАК ОСНОВНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ КОМПАНИЙ

2.1. Понятие интеллектуальной собственности и современные проблемы ее существования

Известный экономист, профессор Колумбийского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике Джозеф Стиглиц отмечает: «Глобализация – это один из важнейших вопросов сегодняшнего дня, и интеллектуальная собственность – один из важнейших вопросов глобализации, особенно, учитывая, что мир движется в направлении экономики знаний. То, как мы регулируем и управляем процессами создания и доступа к знаниям, имеет центральное значение для успешного функционирования новой экономики, экономики знаний, и распределения выгод от ее работы. На кону сразу и вопросы распределения благ и эффективности» [192].

Существует общеизвестное понятие *собственности*, которое в большинстве стран мира трактуется как исторически сложившиеся общественные отношения по присвоению или распределению материальных предметов. Это совокупность юридических норм, закрепляющих и охраняющих принадлежность материальных благ определенному субъекту.

Право собственности состоит из трех прав:

- владение – физическое обладание вещью, создающее для обладателя возможность непосредственного воздействия на вещь;
- пользование – право потребления вещи в зависимости от ее назначения, а также получения доходов, приносимых вещью;
- распоряжение – определение юридической судьбы вещи путем осуществления динамики имущественных отношений.

Интеллектуальная собственность в нашей стране была продекларирована как новый вид собственности в начале 1991 года, то есть с момента публикации ныне отмененного Закона «О собственности в РСФСР». И с тех пор данный термин употребляется и в контексте результатов интеллектуальной деятельности, и прав на эти результаты, и характеристики научно-технического потенциала страны, отдельно взятого предприятия, личности и т.п.

Однако сразу с момента появления термина «интеллектуальная собственность» отношение к нему было неоднозначным. Ученые-юристы считают этот термин ненаучным и неточным, так как нельзя отождествлять правовой режим материальных вещей и нематериальных объектов, каковыми являются авторские произведения и технические новшества.

Действительно, с одной стороны создателю творческого результата принадлежит исключительное право его использования, которое может свободно отчуждаться. Данное право относится к числу имущественных прав и действительно сходно с правом собственности на материальную вещь. Правда, при этом следует помнить и об их существенном различии: право собственности в принципе бессрочно и не подвержено каким-либо территориальным ограничениям, а исключительные права патентообладателей ограничены во времени и пространстве.

С другой стороны авторы творческих результатов обладают совокупностью личных неимущественных прав (право авторства, право на имя, право на неприкосновенность произведения), которые не могут отчуждаться от их обладателя в силу самой их природы.

Дуализм интеллектуальной собственности проявляется и в том, что объект существует в виде нематериального объекта (изобретение, литературное произведение) и материального объекта, в котором этот объект воплощен (устройство, способ, книга). Владелец материальной формы объекта ИС ограничен в своей собственности на этот объект, поскольку некоторые действия над этим объектом – копирование, изменение, распространение – запрещены законодательством.

Тем не менее, термин «интеллектуальная собственность» прочно вошел в обиход. Но, конечно, при этом в литературе подчеркивается, что в данном случае речь идет о собственности особого рода, которая требует специального регулирования в силу ее нематериального характера.

Впервые правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности ввели в Венецианской республике в XV веке. В это время она была крупнейшей торговой державой и пыталась получать прибыль от любого вида деятельности, в частности от продажи изобретений и книг на особых условиях.

Родиной первых законов авторского и патентного права является Англия, где в 1623 г. был принят первый патентный закон («Статут о монополиях»), а в 1710 г. первый авторский закон («Статут королевы Анны»). Позже патентные и авторские законы были приняты в США и других странах.

Появились понятия литературной (художественной) и промышленной собственности, которые позже были объединены в понятие «интеллектуальная собственность».

В 1883 г. была заключена Парижская конвенция по охране промышленной собственности, которая и на сегодня остается наиболее универсальным многосторонним соглашением в области охраны этого вида собственности. Объектами промышленной собственности признаются патенты на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и указания проис-

хождения или наименования места происхождения, а также пресечение недобросовестной конкуренции. По сути промышленная собственность является лишь частью интеллектуальной собственности.

В 1886 г. была принята Бернская конвенция об охране литературных, художественных и научных произведений. Это явилось началом истории создания Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС).

Конвенцией об учреждении ВОИС, принятой в Стокгольме в 1967 г., интеллектуальной собственностью признаны права на конкретные объекты (п. 8, ст. 2):

«интеллектуальная собственность включает права, относящиеся к:

- литературным, художественным и научным произведениям;
- исполнительской деятельности артистов, звукозаписи, радио- и телевизионным передачам;
- изобретениям, научным открытиям, промышленным образцам
- товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям;
- защите от недобросовестной конкуренции;
- а также все другие права, относящиеся к интеллектуальной деятельности, в производственной, научной, литературной и художественной областях».

Как видно, здесь приведен открытый перечень, который может быть дополнен. Хотя приведенный перечень не бесспорен, например, в качестве объекта ИС определена защита от недобросовестной конкуренции, а ведь это все-таки действие, а не объект.

Следует заметить, что перечень охраняемых объектов ИС обычно соответствует уровню развития общества. Ранее к объектам ИС относились в основном изобретения, товарные знаки, произведения науки, литературы и искусства. С развитием общества к ним добавились исполнения, фонограммы, фильмы, компьютерные программы, базы данных, полезные модели, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем и т.д.

В 2000 г. ВОИС приняла Всемирную декларацию по интеллектуальной собственности, где определено что «термин “интеллектуальная собственность” означает любую собственность, признаваемую по общему согласию в качестве интеллектуальной по характеру и заслуживающую охраны, включая, но не ограничиваясь, научными и техническими изобретениями, литературными или художественными произведениями, товарными знаками и указателями деловых предприятий, промышленными образцами и географическими указаниями»²¹.

²¹ Всемирная декларация по интеллектуальной собственности // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. – 2002. – № 4.

В последнее время все отчетливее проявляется необходимость в создании правового режима для включения в оборот независимо от их специфики почти всех видов интеллектуальных достижений. Потребность экономического оборота существует, и задачей юридической науки является нахождение подходящих правовых форм выражения путем гибкого реагирования на запросы практики.

Декларация предлагает конструктивный путь перехода от регулирования объектов к регулированию отношений в области использования знаний, которые участвуют в гражданско-правовых отношениях как результаты интеллектуальной деятельности.

Институт интеллектуальной собственности не бесспорен, тем более в том виде, в котором он существует в настоящий период времени. На протяжении столетий защитники и противники интеллектуальной собственности приводили множество доводов «за» и «против» существования исключительных прав и исключительных привилегий.

ИС представляет собой исключительное право, которое защищает результаты творчества авторов, творцов и новаторов и гарантирует им получение определенного дохода. Закон превращает неосязаемые результаты интеллектуальной деятельности в собственность.

Многие считают, что владельцы интеллектуальной собственности должны получить те же права и защиту, что и владельцы любых иных форм собственности в государстве. Однако это не может быть так. Если у вас забирают собственность в виде дома или участка земли, например, при строительстве дороги федерального значения, государство обязано выплатить вам «справедливую компенсацию» за конфискованное имущество. По истечении срока действия прав ИС ваша собственность становится общественным достоянием и никакой «справедливой компенсации» владелец не получает. По истечении срока действия прав, вы теряете право на интеллектуальную собственность вообще без всякой компенсации.

И если на протяжении предыдущего периода исключительные права приносили своим владельцам дополнительный доход, то это не означает, что задачей правительства и судов является обеспечение этой прибыли в будущем, несмотря на меняющуюся среду и противоречие общественным интересам.

Еще Томас Джефферсон, президент США, автор Декларации независимости и противник института ИС говорил, что «идеи должны свободно перемещаться от одного человека к другому по всему земному шару, для взаимного и морального обучения людей, и улучшения их жизни; кажется, сама природа своеобразно и благородно создала их такими, как огонь — расходящимися в пространстве и не теряющими свойств, и как воздух, которым мы дышим — они не могут быть лишены свободы или единолично присвоены. Общество может дать исключительное право на прибыли от

этих идей, как поощрение для людей искать полезные идеи, но этого можно и не делать, в зависимости от воли народа и удобства для общества. И никто не может от него этого требовать или жаловаться».

Все права собственности всегда создаются для того, чтобы уравновешивать общественные и личные интересы. История права – это процесс нахождения баланса между интересами общества и интересами владельцев. С течением времени менялись технологии, менялись и законы. Закон через некоторое время приспособлялся к инновациям. В своем приспособлении закон стремился обеспечить обоснованные права авторов, одновременно оберегая инновации. Иногда это приводило к расширению прав создателей, иногда – к их ограничению.

Приведем лишь один пример, который стал уже историей. Это создание корпорацией Sony видеомэгнитофонов, которые можно было использовать для записи любых фильмов и шоу. Это новшество нарушало авторское право и наносило ущерб авторам. В 1984 году состоялось слушание судебного дела в США и решением Верховного суда видеомэгнитофоны Sony были признаны законным устройством, хотя позволяли не санкционированно копировать телепередачи. Вердикт формулировался таким образом, что технология, позволяющая осуществлять законные действия, не может быть запрещена из-за того, что ею воспользовались и в незаконных целях.

В исторической ретроспективе таких дел в американском судопроизводстве было немало. В каждом случае Конгресс облечен конституционными полномочиями и установленной властью приспособлять различные изменения конкурирующих интересов, неизбежно вызываемые такими новыми технологиями (см. таблицу 2.1).²²

Таблица 2.1

Судебные решения относительно новых технологий, нарушающих права интеллектуальной собственности в США

Дело	На чью ценность покушались	Судебное решение	Решение Конгресса
Звукозаписи	Композиторы	Никакой защиты	Статутная лицензия
Радио	Исполнители	Защита невозможна	Ничего
Кабельное ТВ	Вещатели	Никакой защиты	Статутная лицензия
Видеомэгнитофоны	Создатели фильмов	Никакой защиты	Ничего

²² Более подробно об этих судебных делах можно прочитать в следующем источнике [89].

В каждом из случаев новая технология меняла способ распространения контента. Ни в одном из этих случаев ни суды, ни Конгресс не искоренили свободного использования. Каждый раз правообладатели жаловались на «пиратство», но ни разу суды или Конгресс не настаивали на том, чтобы закон гарантировал правообладателю право на возврат всей стоимости созданного контента. Каждый раз Конгресс признавал действия «пиратов» отчасти легитимными.

Защитники системы ИС говорят, что без патентов не будет стимула к созданию новых технологий. Однако у любой медали есть две стороны. Конечно, исключительное право дает владельцу преимущество в конкурентной борьбе и дополнительную прибыль, но монополия, что доказано экономической теорией, не является эффективной структурой рынка, дающей для общества положительный эффект. 20 лет, в случае с изобретениями, другие разработчики лишены возможности создавать инновации на основе патента. История знает примеры, когда монополизация на основе патента тормозила инновации и развитие научно-технического прогресса.

Например, развитие авиации было отброшено почти на 25 лет из-за патентных войн братьев Райт. Радио дважды становилось заложником патентов на десятилетие, в начале двадцатого века, и в середине – во времена борьбы за FM.

В современных условиях патентная система в некоторых случаях является просто инструментом «выжимания» прибыли из сложившихся законодательных и рыночных условий. Выигрывает тот, кто создаст гигантского патентного тролля в масштабах отрасли или государства. Патентными троллями называют физических или юридических лиц, специализирующихся на исках о нарушениях патентных прав. Обычно они пачками скупают патенты у обанкротившихся фирм, вынужденных продавать их с аукциона, затем ищут нарушителей и подают на них в суд. Троллей легко распознать: эти компании ничего не производят сами. Они никогда не внедряли технологию, не производили коммерческий продукт – ничего не дали обществу. Патентным троллем может выступать целое государство.

Так, китайский патентный офис «штампует» патенты, следуя официальным установкам Компартии. Ученые получают за патенты постоянные должности, студенты и бизнесмены – разрешение на проживание в желаемых городах; налог на доход корпораций снижается на 10% и компания получает преимущество в тендерах на государственные контракты. Цель подобной политики – поставить преграды на пути западных компаний в китайскую экономику.

Бюро патентов и торговых марок США также ведет агрессивную политику на данном рынке, выдавая патенты компаниям со всего мира. В год подается более 520 тысяч заявок, и несмотря на то, что заявка на

патент стоит от \$25 тысяч, и на регистрацию может потребоваться несколько лет, кажется, что патенты «штампуются» вообще без рассмотрения: в 40% судебных процессов патенты признаются недействительными. В такой среде получение заведомо ложных патентов – отличная бизнес-стратегия [58].

Возникают новые виды патентов, например, на алгоритмы программного обеспечения (software patents) или на бизнес-модели, которые выдавались или выдаются национальным американским патентным ведомством. Несмотря на то, что патентовать алгоритмы – это все равно, что патентовать аккорды и запрещать потом писать песни с их использованием. Продолжаются и судебные процессы по возможности патентования открытых генов.

Творчество и создание чего-то нового основано, прежде всего, на познании предыдущих достижений. И первоначально это всегда копирование. Копируя, мы учимся уже существующим достижениям в нужной нам области. Изучив предшествующие результаты интеллектуальной деятельности, комбинируя различные уже существующие идеи, трансформируя имеющиеся достижения, инноваторы создают что-то принципиально новое. Процесс инновации – долгий процесс множества итераций, который строится на работе других людей, комбинировании идей, которые часто приходят в голову сразу многим ученым и инженерам. Генри Форд говорил, что «прогресс осуществляется, когда для него готовы все факторы, и тогда он неминуем». Изоляция ученых и инженеров от результатов, достигнутых другими, ведет к деградации науки и техники. Доступ к информации и использование информации необходимы не только для прогресса науки и техники, но и любой другой сферы общественной деятельности. К сожалению именно исключительные права ИС ограничивают доступ к информации и использованию информации.

В настоящее время фактически каждая крупная компания судится с частью своих конкурентов, пытаясь заблокировать процесс инновации.

Лучшей защитой от исков для компании на сегодняшний день является владение собственным внушительным патентным портфолио.

В 2011 году компании Google, Intel, Microsoft, Apple, RIM, EMC, Ericsson и Sony участвовали в аукционе за интеллектуальную собственность Nortel, бывшего мобильного гиганта. Выигравшие заплатили \$4,5 млрд за защиту от возможных судебных исков. Или другой пример, Google купил Motorola за \$12,5 млрд ради патентного портфолио в 17000 патентов.

Уже со второй половины прошлого века стало ясно, что новое тысячелетие станет эпохой информационной революции. Теории постиндустриального общества сходились в одном: информационные технологии открывают невиданные горизонты для человеческого общения, однако эти

технологии вступили в противоречие с нормами права, господствующими в обществе.

В век Интернета сама концепция «интеллектуальной собственности» теряет смысл. Теперь люди могут изучать опыт и находить идеи со всей земли, и участвовать в инновационном процессе. Государство может стимулировать этот процесс, но для этого ему нужно поощрять коммерческое внедрение идеи. А не накопление патентов с целью последующих судебных исков.

Современное право столкнулось с новыми научно-техническими достижениями – это цифровые технологии и всемирная виртуальная сеть Интернет. У Интернета не существует какого-то одного изобретателя, как нет и определенной даты его рождения. Интернет развивался постепенно в течение двадцати лет, и был уделом ученых и инженеров, пока Тим Бернерс-Ли не создал протоколы WWW. За короткий срок он стал неотъемлемой частью жизни, Интернет все перевернул: сделал коммуникации скоростными, удешевил сбор информации и т.д. Простота цифрового копирования вывела размножение информации из под контроля «собственника». Блоги обеспечивают возможность организовывать общественные дискуссии без необходимости собирать публику в одном месте. Получение медийной грамотности становится ключевым для развития следующего поколения.

Таким образом, поскольку знание создается на основе предшествующего познания, всех предыдущих достижений научной мысли, такое инновационное достижение как всемирная сеть Интернет дает возможность распространять новые инновации.

Однако следует заметить, что возможности свободного (некоммерческого) цифрового распространения информации в рамках единого глобального рынка, часто входят в противоречие с правами интеллектуальной собственности на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащими конкретному лицу или организации.

С одной стороны, вопросы защиты права интеллектуальной собственности в сети Интернет отстают в своем решении от скорости развития и используемых технологий в самой сети.

С другой стороны, защита правом интеллектуальной собственности всех сколько-нибудь значимых достигнутых результатов интеллектуальной деятельности в условиях быстрого обновления новой техники и технологических процессов, глобализации экономики может тормозить широкое распространение инноваций. Участники данного процесса разумно ставят вопрос о видоизменении института интеллектуальной собственности в связи с современными мировыми тенденциями.

Интернет угрожает устоявшейся индустрии контента. Корпорации, напуганные способностью Интернета изменить средства создания и рас-

пространения как коммерческой, так и некоммерческой информации, объединились, чтобы законодатели использовали закон для влияния на «пиратов». В этих условиях государству необходимо защитить право ИС и сохранить баланс между развитием новых технологий по распространению контента и защитой прав владельцев. О чем свидетельствуют следующие примеры.

1. Правительство острова Мэн, известного своими оффшорными банковскими компаниями, решило бороться с нарушениями авторских прав путем введения ежемесячного налога. С 2009 г. любой житель острова Мэн, заплативший в месяц 1 фунт стерлингов, может загружать неограниченное количество музыки из любых источников. Из собранных налогов средства планируется перечислять авторам.

2. В РФ в 2010 г. принимается Положение «О вознаграждении за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений в личных целях», по которому производители и импортеры различной мультимедийной техники должны заплатить 1% (от реализации или таможенной стоимости товара) в пользу авторов, исполнителей и изготовителей музыки и кино (авторам – 40%, а исполнителям и изготовителям – по 30%) после заключения контракта с аккредитованной организацией. Выплаты производятся не реже одного раза в год. Перечень устройств достаточно широк: оборудование для копирования и воспроизведения (плееры, DVD-диски, флешки и прочее), стационарные и мобильные телефоны, а также цифровые камеры.

3. В 4 часть ГК РФ пытаются ввести дополнительную статью 1253, предусматривающую, что «информационные посредники» – «лица, осуществляющие передачу материала в сети Интернет или предоставляющие возможность размещения материала в этой сети» – отвечают за нарушение интеллектуальных прав в Интернете на общих основаниях.

Таким образом, правительства разных стран пытаются различными методами бороться с нарушением авторских прав, с «пиратством». Однако не всякое «пиратство» – зло, если понимать данный термин в свете распространенного мнения. Многие разновидности «пиратства» полезны и продуктивны для создания либо нового контента, либо новых форм бизнеса²³. В некоторых случаях влияние «пиратства» на способность правообладателя получить адекватный доход от своего творчества ничтожно. Или в случае с компанией Майкрософт, которая теряет стоимость украденного программного обеспечения, зато обретает пользователей, привыкших жить в мире Майкрософт.

²³ «Все главные современные направления “больших медиа” – кино, звукозапись, радио и кабельное телевидение – рождены пиратством» [89].

В последнее время активизировалась борьба против файлообменников, новых средств распространения контента, однако не все, что распространяется через них – «пиратство». Большинство файлообменного «пиратства» явно законно и полезно, поэтому следует задуматься, как лучше сохранить выгоду от файлообмена, минимизировав (до возможного уровня) его пагубное действие на авторов. Каким образом сохранить онлайн-пространство для инноваций и творчества, развивать прогрессивные технологии обмена информацией и одновременно гарантировать оплату труда творческим людям.

Необходимо переосмыслить понятие интеллектуальной собственности. Вопрос уже стоит не просто в том, является ли авторское право собственностью. Конечно, это вид собственности, и, как и всякую другую собственность, государство призвано его охранять. Но это право собственности исторически (как и все права собственности) создавалось для уравнивания необходимости обеспечить авторов и художников стимулами при одновременной необходимости организовать доступ к творческим работам. Этот баланс всегда нарушался с появлением новых технологий.

Мировая практика показывает, что возникновение и развитие сети Интернет способствует созданию в сфере информационных технологий массы средних и малых инновационных предприятий, гораздо более эффективных (в инновационном смысле), чем государственные структуры или крупные частные корпоративные предприятия. Это рискованный бизнес, однако крах многих таких фирм не ведёт к заметным экономическим потрясениям, в то время, как их успех часто разгоняет новую волну экономического развития.

Технология означает лишь, что отныне замечательные вещи стало делать легко, зато при этом стало сложно оставаться в рамках закона. Мы живем в такой культурной среде, в которой технология позволяет «вырезать и вставлять». Можно мгновенно найти почти любую нужную картинку, а в следующий момент уже вставить ее в свою презентацию. Используя Интернет с его архивами, музыканты способны сводить звуковые дорожки в доселе немыслимых сочетаниях, а кинематографисты на компьютерах могут нарезать по всему миру целые фильмы из клипов.

Когда цифровая технология могла бы вызвать небывалый всплеск разнообразного коммерческого и некоммерческого творчества, закон отягощает авторскую деятельность законодательными нормами с угрозой применения жестоких наказаний

Интернет-технологии меняются быстро. На самом деле, в каждом конкретном случае закон руководствовался балансом между пользой от эксклюзивного права и отягощением, которое оно несет. И этот баланс исторически устанавливался после окончательного созревания технологии

или ее встраивания в систему технологий, обеспечивающих распространение контента. Сегодня нам следует поступать так же [89].

В сети Интернет растет движение по формированию открытых и совместных проектов по созданию продуктов общественного пользования. Эти проекты не полагаются исключительно на использование интеллектуальной собственности. Например, проект глобальной системы позиционирования (GPS).

Одним из самых масштабных свободных проектов Интернета является проект Wiki. Он развивается как справочный (Wikipedia) и новостной (WikiNews) ресурс, формируется на принципах свободного размещения текстов и внесения изменений в них. По числу статей в английской версии Wikipedia уже превзошла Encyclopedia Britannica

Электронные библиотеки становятся средством накопления информации и общения. Центральная- и Восточноевропейская онлайн-библиотека (CEEOL) – один из проектов, нацеленных на превращение Интернета в «сетевую область для науки, экономики и всемирного обмена ценной информацией». В виртуальном пространстве формируется проект Публичной научной библиотеки. Еще в 1994 году Харнард провозгласил идею открытого доступа к научной информации. В 2001 году более 34 тысяч исследователей из более чем ста стран подписали обращение к научным (медицинским, главным образом) журналам с угрозой бойкотировать их в том случае, если статьи не будут размещаться в свободном онлайн-доступе.

С Интернетом стало возможным создание всеобъемлющего архива всей произведенной и публично распространяющейся культуры: архив всех изданных книг, архив всех изображений и звуков. Технология такую возможность дает, однако по-прежнему остается не решенным вопрос авторских прав.

В 1984 году Ричардом Столлменом было основано первое сообщество свободных программистов, все пользователи могут свободно использовать программы с открытым кодом (свободный софт), распространять и модифицировать, но не могут использовать их для создания закрытого программного обеспечения. Условия использования, модификации и распространения программного кода сформулированы в «Генеральной общественной лицензии» (General Public License, GPL).

Среди фирм, применяющих программное обеспечение с открытым исходным кодом, такие известные фирмы как Daimler, IKEA и Sony. Согласно исследованию Европейской комиссии, общая стоимость открытого программного обеспечения, используемого бизнесом, – 12 млрд евро. Наши государственные структуры также обращаются к Open Source: с 2008 года в российских школах проводится эксперимент по внедрению систем на базе Linux.

В 2001 году были образованы творческие общины, Creative Commons (CC), они предлагают компромисс между тотальной ИС (авторским правом) и свободным доступом. Исключительно авторское право начинает действовать здесь как универсальное право общественной собственности. Под знаком CC начали выпускать свои материалы профессиональные сообщества. В 2005 году по образу и подобию Творческих общин были образованы Научные общины (Science Commons) со штаб-квартирой в Мичиганском технологическом институте. В середине 2006 года CC действовали уже в семидесяти странах.

Некоторые авторы озабочены теми противоречиями, которые вносит институт интеллектуальной собственности в фундаментальные законы природы и общества [161, с. 40-43]. Исследуя связь между законом энтропии (вторым законом термодинамики), который утверждает, что любой реальный процесс возможен только в том случае, если энтропия возрастает, и теорией информации, созданной К. Шенноном, которая получила широкое распространение для создания систем вещания, телекоммуникационных систем, Интернета, они приходят к выводу, что общественное развитие возможно, если при этом возрастает как энтропия, так и информация. Таким образом, из фундаментальных законов природы следует, что информационное общество может развиваться только в том случае, если производство информации возрастает. Если же количество информации не увеличивается, то общественное развитие может остановиться и общество придет в упадок. Отсюда, чем более строгой становится система прав ИС, тем большим тормозом на пути экономического, социального, научного и культурного развития она оказывается.

Законодательство по интеллектуальной собственности регулярно видоизменяется в зависимости от изменения конъюнктуры рынка, появления новых тенденций, в связи с этим в изменении данного законодательства в развитых странах можно выделить следующие тенденции [97]:

- с одной стороны, усиление режима правовой охраны, в том числе распространение патентной охраны на новые сферы применения и новые объекты, ужесточение наказаний за нарушение исключительных прав, а также упрощение процедур, необходимых для получения патентной охраны;
- с другой стороны, поиск адекватного ответа на появление проблем, связанных с распространением цифровых технологий и Интернета, в том числе появление принципиально новых подходов в области авторского права;
- либерализация отношений, связанных с использованием результатов, полученных при выполнении исследований за счет госбюджета и общественных фондов.

Еще недавно политологи, юристы, экономисты сходились в том, что возникшая относительно недавно норма ИС чужда отечественным тради-

циям, и соблюдать мировые стандарты прав ИС в России все равно не будут. У нас отсутствует особый пиетет к собственности, воспитанный многими поколениями. Однако ни одна страна не может влиться в глобальную экономику, отказавшись охранять права ИС.

Российские юристы склонны рассматривать понятие интеллектуальной собственности как всю совокупность интеллектуальных прав на творческий результат: авторских, патентных, производных, прав на средства индивидуализации, в 4 части ГК понятие «интеллектуальная собственность» практически не употребляется и вводится понятие «интеллектуальные права». Возможно, при отсутствии западного отношения к собственности, включение «интеллектуальной собственности» в правовой арсенал государственного регулирования не привело к установлению в России столь жестких норм, как это произошло в США²⁴ и странах ЕС, однако общая тенденция все равно одинакова.

2.2. Особенности рынка интеллектуальной собственности

Характерной особенностью развития современного общества является все большее использование достижений науки в производстве и в сфере услуг, то есть эффективное применение новых наукоемких технологий для выпуска принципиально новых товаров, а также модернизации или снижения трудоемкости изготовления существующих товаров и оказания услуг.

В качестве товара все чаще выступают права на интеллектуальную собственность. Эти права после их стоимостной оценки в виде нематериальных активов являются в промышленно развитых странах основной составляющей имущественных комплексов фирм, занимающихся разработкой и освоением новых технологий. Рынок интеллектуальной собственности стал одной из важнейших сфер экономики не только в отдельных странах, а в мировом сообществе.

Во второй половине XX века научная и научно-техническая сфера деятельности, все чаще именуемая как нематериальное производство, стала больше влиять на развитие материального производства. При этом именно в этой сфере принимаются решения, приводящие к разделению сфер влияния на рынках конкретных товаров на международном уровне, регламентации объема производства товаров, распределения прибыли от реализации товаров.

²⁴ Закон о Копирайте (1976), Нет Электронным Кражам (NET Act, 1997), Закон Сонни Боно (СТЕА, 1998), Закон о Копирайте Цифрового Тысячелетия (DMCA, 1998).

Построение рыночной экономики современного общества невозможно без решения вопросов функционирования рынка интеллектуальной собственности, как неотъемлемой составляющей экономики всей страны. Интеллектуальная собственность – это главный ресурс всех государств. В третьем тысячелетии основным ресурсом развития экономики будут не природные ресурсы, которые исчерпаемы, а именно результаты интеллектуальной деятельности.

Для того, чтобы иметь возможность обращаться на рынке, интеллектуальная собственность, как и любая другая собственность,

во-первых, должна обладать способностью ее присвоения и, следовательно, отчуждения;

во-вторых, результаты научно-технической деятельности должны быть на материальном носителе, чтобы отчуждение и присвоение прав на ОИС конкретизировали строго обозначенные структуру, формы и свойства;

в-третьих, права на пользование этой собственностью (промышленной интеллектуальной собственностью) должны быть юридически зафиксированы.

На основании рассмотренных в главе 1 особенностей экономики нематериальных активов исследуем особенности экономики ИС, отличия отечественного рынка интеллектуальных прав (ИС) от товарного рынка.

Таблица 2.2

Сравнение отечественного рынка интеллектуальных прав
и рынка товаров

Характеристика	Рынок товаров	Рынок интеллектуальных прав
Доступность информации о товаре и рынке	Очень высокая	Доступ к информации обычно затруднен
Степень осведомленности продавцов и покупателей о характере спроса, конкурентоспособности и ценах	Высокая	Невысокая, характерна асимметрия информации
Число продавцов	Большое	Монопольное предложение
Число покупателей	Большое	Небольшое
Соотношение интересов продавцов и покупателей	Сбалансированное	Слабо сбалансированное
Однородность товаров	Однородные и дифференцированные	Неоднородные, уникальные

Окончание табл. 2.2

Характеристика	Рынок товаров	Рынок интеллектуальных прав
Взаимозаменяемость товаров	Возможна	Отсутствует или незначительна
Материальное воплощение товара	Товар в натуральной, вещественной форме	Неосязаемый товар
Структура рынка	От совершенной конкуренции до монополистической конкуренции и олигополии (редко монополия)	Монополия на интеллектуальные права, редко монополистическая конкуренция
Входные барьеры на рынок	Часто отсутствуют	Барьеры в виде охраны прав ИС
Характер сделок по степени открытости	Преобладают публичные сделки	Сделки носят частный, индивидуальный, закрытый характер
Пространственно-временной характер сделок	Одноразовая сделка в отдельный момент времени с отдельным покупателем, экономия на масштабах производства	Возможность использовать одновременно и в повторяющихся применениях без уменьшения их полезности
Динамика затрат	Закон убывающей отдачи, характерный для материального производства	С ростом масштаба производства отдача от нематериальных ресурсов только увеличивается
Динамика цен	Небольшие колебания цен	Цены могут существенно различаться по сделкам
Роль нерыночных факторов	Незначительная	Существенная, велика роль государства, профессиональной среды
Эффект обратной связи	Существует	Возникновение сетевых эффектов
Роль правового, нормативного регулирования сделок	Относительно незначительная	Значительная, существенны затраты на идентификацию объектов ИС

Исследуя данные характеристики, можно сделать вывод, что рынок интеллектуальных прав является рынком несовершенной конкуренции. В случае результатов интеллектуальной деятельности, охраняемых патентным правом, он монопольный, в случае же авторских прав на произведения или программную продукцию для ЭВМ массового спроса он скорее характеризуется монополистической конкуренцией со своими специфическими признаками.

Один из основных выводов экономической теории относительно монополии говорит о том, что это менее эффективная структура с точки зрения влияния на эффективность общественного благосостояния по сравнению с другими рыночными структурами, например, совершенной конкуренцией. Цены монополист, вследствие своего монопольного положения на рынке, устанавливает максимальные, ограничением может быть только платежеспособный спрос. Это полностью справедливо для патентов.

Однако особенностью рынка ИС является то, что свойственны не только традиционные акты купли-продажи, но и более сложные акты обмена правами или наборами прав. В этом случае цена не всегда выражается только в денежном эквиваленте, это может быть совокупность условий, на которых покупатель получает необходимые ему права, продукты или услуги (содержащие интеллектуальные права).

Экономическая теория утверждает также, что в целях увеличения прибыли монополист может проводить дифференциацию цен (ценовая дискриминация первой, второй и третьей степени), при этом полученная прибыль будет больше, чем в условиях однородных цен на свою продукцию на разных рынках. Однако в условиях рынка продуктов интеллектуальной собственности, владельцы прав (монополисты) продают свою продукцию в разных странах по одинаковым ценам вне зависимости от спроса. Это касается в первую очередь области уникальных объектов авторского права.

С появлением полиграфической промышленности, копирования (а в современных условиях и цифровых технологий) объектов авторского права широко распространилось нарушение этих прав, возникло пиратство ИС. Владельцы авторских прав на компьютерные программы, фильмы и музыку, которые в развитых и развивающихся странах продают свою продукцию по одинаковым ценам, порождают возникновение пиратства.

Звукозаписывающая индустрия США оценивает свои ежегодные потери от физического пиратства примерно в \$4,6 млрд. Американская ассоциация кинематографистов (МРАА) определяет свой ущерб от мирового пиратства в три миллиарда долларов в год [89].

Однако данные расчеты основаны, как правило, на сравнении количества проданной нелицензионной продукции и ценами на лицензионную продукцию, при этом владельцы забывают (случайно или намерено) закон

спроса, при котором при более высоких ценах будет продано гораздо меньше продукции. В связи с этим реальный ущерб от нарушения прав ИС будет существенно ниже.

Таким образом, какими бы идеальными законы по борьбе с нарушителями авторского права не были, владельцы этих прав не будут получать максимум прибыли, пока будут продавать свою продукцию по однородным ценам, так как никакая правоприменительная практика не может изменить функцию спроса, стратегия равных цен будет только стимулировать пиратство. А общество в свою очередь будет тратить ресурсы на обеспечение права, борьбу с пиратством. Следовательно, устанавливая дифференцированные цены на свою продукцию, владельцы интеллектуальных прав могут получать максимум прибыли и при этом наносить существенный удар по пиратству.

Другие авторы, например, Ф.М. Шерер и Д. Рос отмечают, что единого подхода в решении ряда проблем рынка интеллектуальных продуктов нет [180, с. 67, 615, 629, 660]. Они выделяют значимость патентной защиты разработок и для авторов, для которых это является возможностью окупить свои затраты с получением дохода, и для инвесторов, для которых патентная защита является необходимым условием вложения финансовых средств. Они предлагают для данного рынка теоретико-методологический подход, основанный на эффективности функционирования данного рынка, критерием чего может быть превышение суммы всех видов эффектов для потребителей и производителей над расходами на НИОКР.

В рыночных условиях объекты ИС, в зависимости от цели их использования, могут выступать во многих формах проявления, таких как:

- составная часть капитала компании;
- значительная часть стоимости компании;
- объект купли-продажи;
- способ завоевания рынка;
- источник инноваций;
- объект технологического трансфера;
- элемент корпоративных трансакций;
- объект инвестиций;
- элемент инновационного проекта;
- элемент бренд-системы и др.

Из этого следует, что проблемы рынка интеллектуальной собственности должны решаться в первую очередь экономическими инструментами, а не законодательными. И дальнейший путь развития данного направления должен идти не по пути ограничений, ужесточений законодательства в современном обществе развития новых технологий, а по пути экономического регулирования данного рынка.

Дж. Стиглиц отмечает, что интеллектуальная собственность является лишь одним из элементов режима поддержки инновационной деятельности, и данный институт надо рассматривать в совокупности существующих механизмов поддержки инновационной деятельности и конкретных социально-экономических условий их работы [192].

2.3. Формирование рынка ИС в РФ, его место в мировой экономике

Торговля научно-техническими достижениями возникла намного позже торговли обычными товарами, это связано с уровнем экономического развития общества, которое сопровождалось разделением общественного труда не только в области промышленного производства, но и в области научно-исследовательских, проектных и конструкторских работ и их промышленного освоения.

Передача прав ИС возможна либо путем передачи их в составе предприятия (бизнеса), либо как самостоятельные объекты. Права могут передаваться полностью при заключении договора их отчуждения или частично путем заключения лицензионного договора.

Торговля на базе лицензий берет свое начало в XVIII в., когда были зарегистрированы первые лицензионные сделки. Во второй половине XIX в. лицензионная торговля охватывала преимущественно внутренний оборот крупных стран, а с конца XIX – начала XX вв. она начинает быстро развиваться и между отдельными странами. Развитие мировой лицензионной торговли происходило неравномерно. На нее оказывали значительное влияние не только уровень развития производительных сил, но и экономические кризисы, мировые войны и другие причины.

Согласно данным Мирового банка, наиболее крупной и быстрорастущей статьей международной торговли услугами являются услуги по передаче объектов интеллектуальной собственности. На протяжении нескольких последних десятилетий 1980–2005 гг. – ежегодные темпы прироста международной торговли объектами интеллектуальной собственности стабильно составляли 9-10%. При этом их удельный вес, включая отдельные финансовые услуги, в структуре мировой торговли услугами увеличивался с 37% в 1980 г. до 42% в 2005 г. За 1990–2005 гг. объем выплат роялти, лицензионных продаж и платежей за технологию ежегодно возрастал примерно на 9,5% – с 306 млрд до 840 млрд долл. В результате доля этих платежей в мировой торговле товарами и услугами выросла с 7,3 до 9,8%.

В настоящее время международная торговля лицензиями осуществляется в основном между промышленно развитыми странами (подавляю-

щая часть продаж лицензий приходится на США, страны Западной Европы и Японию), частично между промышленно развитыми и развивающимися и в меньшей степени – между развивающимися странами. Институт интеллектуальной собственности становится инструментом недобросовестной конкуренции, с помощью которого развитые и влиятельные страны подрывают конкурентоспособность развивающихся, создавая благоприятные условия для своих экономик. Причем, в отдельных развитых странах большой объем занимает внутрикорпорационная лицензионная торговля, которая достигает 80%.

В США одним из ключевых факторов, повлиявших на инновационный рынок в сфере информационных технологий и формирование Силиконовой долины в послевоенный период, послужило то, что режим охраны интеллектуальной собственности в этой стране имеет целый ряд важных изъятий, направленных на стимулирование инновационной деятельности. В частности, это – развитая и постоянно совершенствующаяся доктрина добросовестного свободного использования объектов интеллектуальных прав (fair use doctrine). Однако в настоящее время США предлагают странам развивающегося мира принять существенно более жесткий режим интеллектуальной собственности. В результате это подрывает успешность экономического развития этих стран.

Таблица 2.3

Основные продавцы и покупатели патентов и лицензий
на мировом рынке в 2005 году, \$млн²⁵

Страны	Экспорт	Импорт
США	36,8	11,3
Страны-члены ЕС	17,6	29,5
В том числе:		
Великобритания	6,7	6,1
ФРГ	3,3	4,9
Нидерланды	2,3	3,0
Франция	2,3	2,7
Италия	0,5	1,2
Япония	7,4	9,0

²⁵ БИКИ 29.03.2005.

Обусловлена данная статистика тем, что данные страны делают существенные вложения в НИОКР, получают конкурентоспособные результаты интеллектуальной деятельности и обмениваются ими друг с другом.

Таблица 2.4

Затраты на исследования и разработки
в России и зарубежных странах в 2002 г.
(по паритету покупательной способности национальных валют)²⁶

Страна	Всего, \$млрд	В % к ВВП	В расчете на душу населения, \$млн	В том числе из средств госбюджета		
				Всего, \$млн	Из них на оборонные НИОКР, %	В % к ВВП
Германия	54,9	2,50	665,9	17,8	5,3	0,81
Италия	15,5	1,07	268,0	10,5	4,0	0,69
Корея	22,3	2,96	470,1	7,1	15,3	0,87
США	292,2	2,82	991,1	98,0	54,4	0,95
Финляндия	4,7	3,40	901,5	1,4	2,9	1,00
Франция	35,1	2,20	576,4	15,9	23,2	0,99
Швеция	9,9	4,27	1112,2	2,1	22,2	0,87
Япония	103,8	3,09	815,8	24,1	4,1	0,72
Россия	14,2	1,24	98,1	7,0	44,7	0,61

В 2006 г., по данным консалтинговой фирмы Booz Allen Hamilton, европейские компании потратили на НИОКР \$132 млрд, японские – \$93 млрд. Компании США в том же году потратили \$194 млрд. В 2009 г. (год экономического кризиса) 1000 крупнейших публичных компаний мира потратили на НИОКР \$504 млрд.

Корпорация IBM ежегодно расходует на НИОКР около \$5 млрд. В 2005 г. IBM получила 3248 патентов США и на протяжении последних лет ежегодно получает более 3000 патентов США.

Доля затрат на НИОКР в процентах от ВВП по странам мира представлена на рис. 2.1.

²⁶ Наука России в цифрах: 2003. Стат. сб. – М.: ЦИСН, 2003.

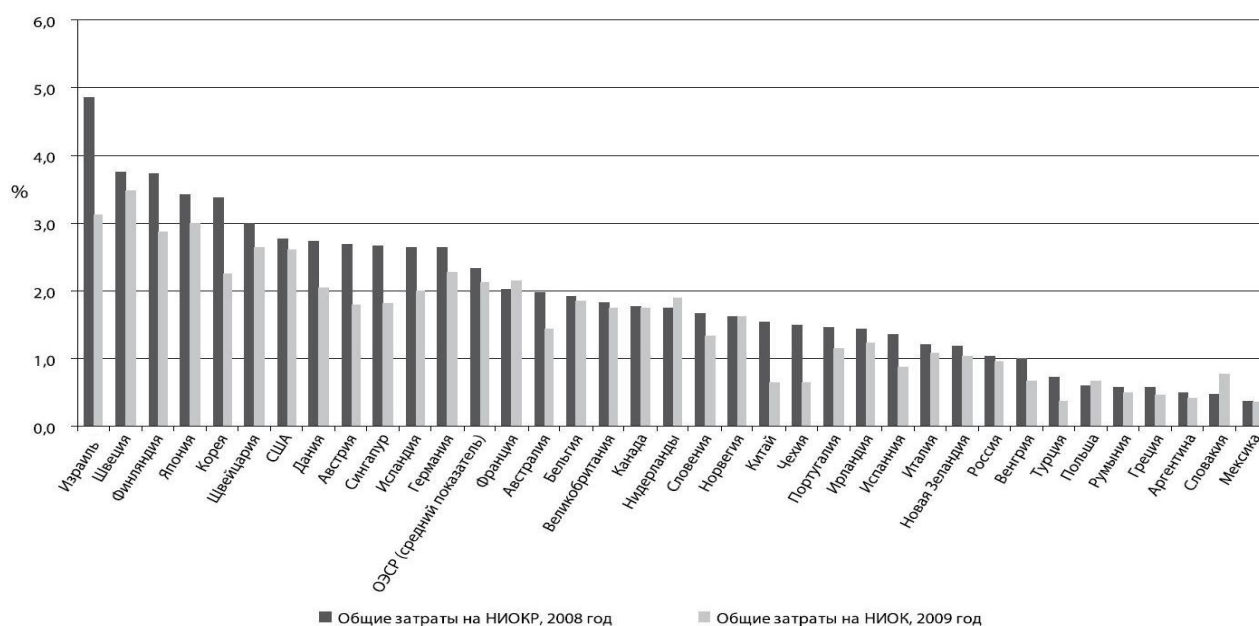


Рис. 2.1. Масштабы затрат на НИОКР по странам, в % от ВВП²⁷

Затраты на НИОКР в 2011 г. в США в целом составили \$400 млрд, в Японии – \$144 млрд, в Германии – \$100 млрд, при этом в России только – \$17 млрд. В качестве главного источника финансирования затрат в России выступает государство, что демонстрирует диаграмма на рис. 2.2.

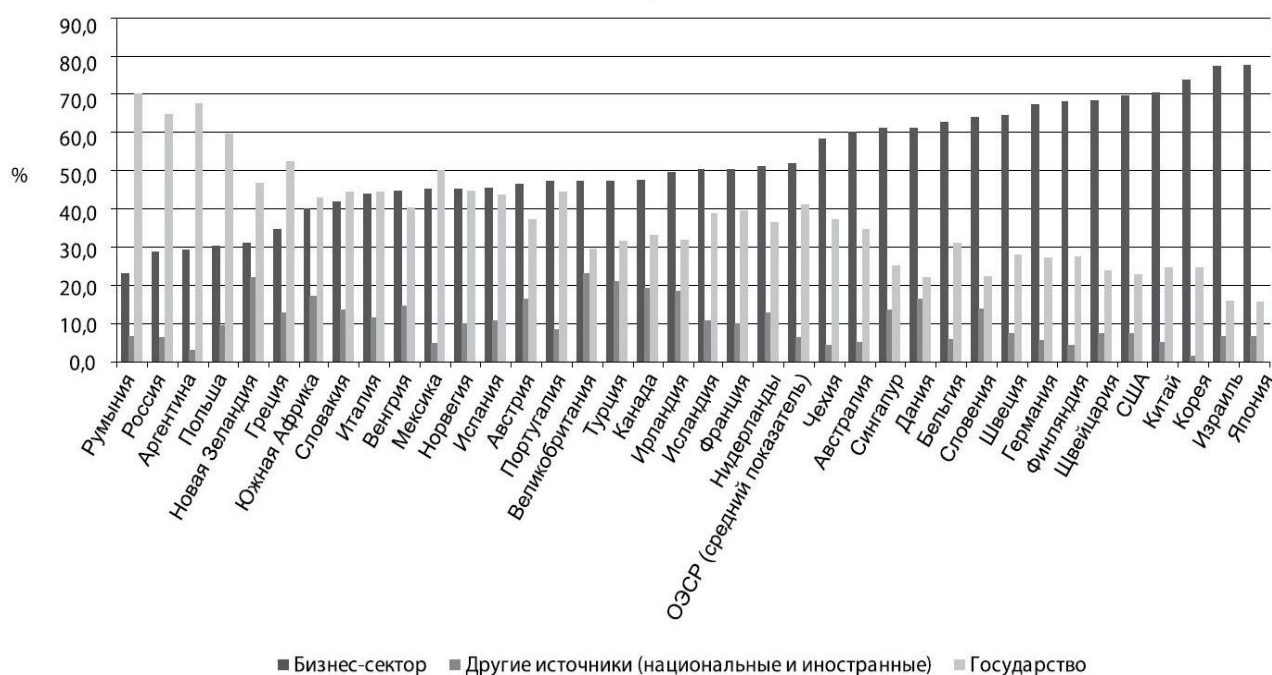


Рис. 2.2. Источники финансирования НИОКР в % от общих затрат на НИОКР²⁸

²⁷ Ведомости. – 2012. – 17 апреля.

²⁸ Там же.

По данным Роспатента, на долю четырех крупных предприятий в сфере ОПК приходится только 10 зарегистрированных патентов в год. Данные о патентной активности госкомпаний представлены в таблице 2.5.²⁹

Таблица 2.5

Патентная активность крупнейших российских госкомпаний, шт.

Компания	2009	2010	2011*	2012*	2013*
ГК «Росатом»	116	208	215	236	
ГК «Ростехнологии»	53	61	110	150	250
ОАО «Русгидро»	10	11			
ОАО «ФСК ЕЭС»	8	15			
ОАО «Холдинг МРСК»	3	9	50	102	
ОАО НК «Роснефть»	36	8	16	32	35
ОАО «Газпром»	41	36	40	40	40
ОАО «Транснефть»	5	8	8	9	9
ОАО «РАО Энергетические системы Востока»	0	0			
ОАО «Аэрофлот – Российские авиалинии»	0	0			
ОАО «ОАК»	28	30			
ОАО «Совкомфлот»	0	0	0	0	0
ОАО «РЖД»	266	284			
ОАО «Концерн ПВО «Алмаз-Антей»	90	35	75	80	100
ОАО «ОСК»	14	26	40	51	68
ОАО «Корпорация «Тактическое ракетное вооружение»	53	38	40	43	47
ОАО «АвтоВАЗ»	101	52			
ОАО ВПК «НПО машиностроения»	0	1	1	2	2
ОАО «РКК Энергия»	504	75	52	55	58
ФГУП «ГКНПЦ им. М. В. Хруничева»	29	12	14	15	15
ОАО «Инвестиционная компания связи»	0	0			
ЗАО «АЛРОСА»	0	0	0	0	0

* Прогноз.

Все эти данные говорят о том, что в настоящее время Россия уступает большинству развитых стран как по уровню инновационной активности, так и технологического развития в целом.

Это подтверждают и данные о стоимостных показателях торговли технологиями с зарубежными странами, которые представлены в таблице 2.6.

Данные таблицы демонстрируют, что Россия является в основном поставщиком знаний, а не готовых технологий и оформленных прав ИС. При этом продаем мы свои РИД по гораздо меньшей цене, чем покупаем. Это говорит о их малой значимости или о том, что мы просто не умеем адекватно оценивать свои инновационные продукты. Результат этого один – он представлен в таблице итоговым отрицательным сальдо торговли технологиями с зарубежными странами.

²⁹ Ведомости. – 2012. – 17 апреля.

Таблица 2.6

Торговля России технологиями с зарубежными странами в 2002 г.³⁰

Объекты торговли	Экспорт		Импорт		Сальдо, млн руб.
	Число соглашений	Чистая стоимость предмета соглашения, млн руб.	Число соглашений	Чистая стоимость предмета соглашения, млн руб.	
Всего	1320	25 907,6	800	50 406,1	-24 498,5
Патенты на изобретения	4	285,6	7	47,8	237,8
Патентные лицензии	10	13,9	23	2529,8	-2515,9
Ноу-хау	51	433,2	20	794,8	-361,6
Товарные знаки	8	65,0	34	3509,8	-3444,8
Промышленные образцы	6	2,2	8	36,2	-34,0
Инжиниринговые услуги	581	22 106,8	460	26 790,3	-4683,5
Научные исследования	340	1087,4	49	5841,1	-4753,7
Прочее	320	1913,5	199	10856,3	-8942,8

В целом присутствие России на международном рынке наукоемкой продукции незначительно, ее доля составляет по оценкам различных экспертов от 0,3 до 1%. Это ниже не только развитых стран мира, но и развивающихся стран Азии.

Опросный подход к изучению инновационной активности организаций позволяет получать уникальную информацию, недоступную при использовании традиционной статистики. Опросы руководителей компании дают возможность отслеживать помехи созданию новой инновационной продукции.

³⁰ Наука России в цифрах: 2003. Стат. сб. – М.: ЦИСН, 2003.

Таблица 2.7

Помехи освоению новой продукции в российской промышленности
в 2005–2008 гг. (в процентах к числу ответивших) [176]

№ п/п	Основные трудности	2005–2006 гг.	2007–2008 гг.
1	Нет информации о ситуации на новых рынках	13	16
2	Низкие цены на новых рынках, не покрывающие затраты	27	29
3	Насыщенность новых рынков сбыта и риск обвала цен	12	17
4	Жесткое противодействие традиционных производителей	11	16
5	Поддержка традиционных производителей местными властями	3	4
6	Приверженность поставщиков и потребителей продукции к традиционным производителям	13	13
7	Высокие издержки, необходимые для начала производства новой продукции	63	65
8	Высокие транспортные издержки	7	11
9	Невозможность быстрого достижения масштабов производства и сбыта, обеспечивающих прибыльность		
10	Преимущества конкурентов вследствие обладания уникальными источниками сырья, энергии, технологиями, патентами, лицензиями	14	20
11	Особых препятствий нет	19	12

Основная помеха освоению новой продукции в российской промышленности во все годы и во всех отраслях одна и та же, она связана с высокими издержками, необходимыми для начала производства.

Особо следует подчеркнуть важность в инновационном процессе вопроса идентификации объектов ИС, разграничения прав на интеллектуальные продукты между субъектами инновационной деятельности. Без спецификации прав невозможна коммерциализация объектов ИС, создание рынка интеллектуальной собственности.

Количество запатентованных РИД является индикатором создания инноваций и характеризует **предложение** на рынке ИС. Отечественный рынок ИС характеризуется следующими показателями.

Действующие охранные документы на объекты промышленной собственности на 01.02.2012

Изобретения	169 567
Полезные модели	47 258
Промышленные образцы	21 317
Наименования места происхождения товаров	122
Товарные знаки, поданные по национальной процедуре	279 853
Товарные знаки, поданные по международной процедуре	155 055

Основные лицензируемые виды ИС в среднемировом разрезе представлены на рис. 2.3, на котором видны основные объекты, формирующие рынок ИС. Данные демонстрируют, что патенты и товарные знаки являются наиболее часто лицензируемыми объектами.

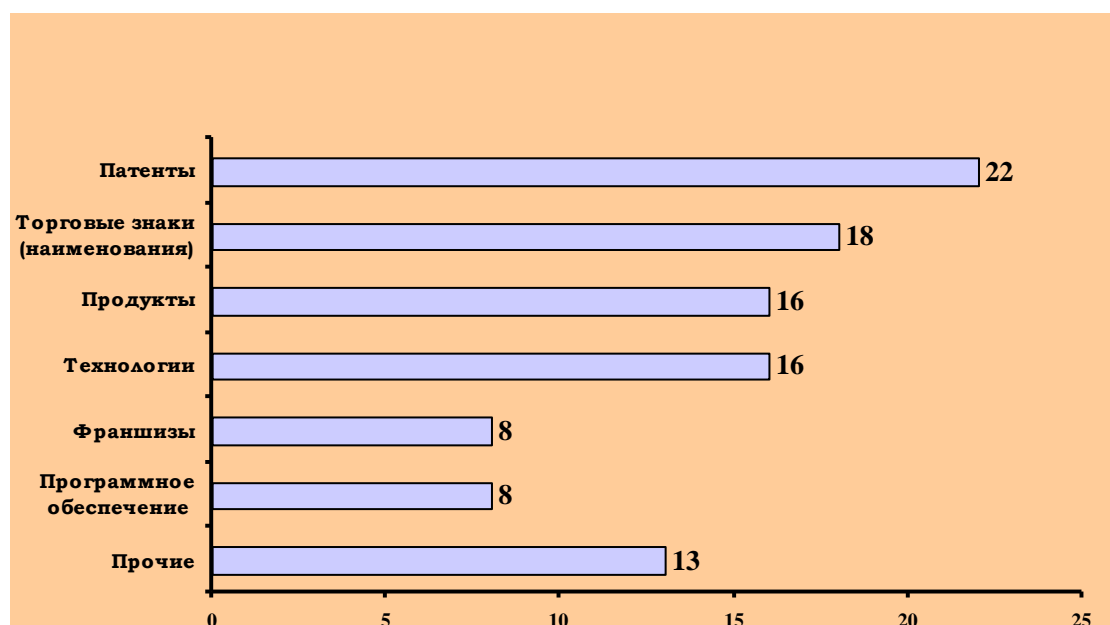


Рис. 2.3. Лицензируемые виды интеллектуальной собственности (доли в %)

Исследуя формирование российского рынка лицензионной торговли, следует отметить, что основная система патентно-лицензионной деятельности была сформирована еще в условиях международной торговли лицензиями в СССР. Начало активного участия СССР в международной лицензионной торговле может быть отнесено к 1962 г. В тот период система управления лицензионной деятельностью в стране была основана на же-

ством централизме, разрешительном порядке и детальном регламентировании работы. Все права на результаты изобретательской деятельности принадлежали государству. Монопольное право внешней торговли в стране в данной области имели специализированное внешнеторговое объединение «Лицензионторг», специализированная внешнеторговая организация «Внештехника» (Государственный комитет по науке и технике) и некоторые другие организации. Владельцы изобретений не имели право самостоятельно вести переговоры с зарубежными фирмами по продаже лицензий. Внутреннего рынка ИС на территории РСФСР и СССР практически не существовало. Продажа лицензий осуществлялась от лица государства и только в отношении иностранных заявителей, при этом в период после Второй мировой войны и до начала 70-х годов лицензии на технические новшества странам Восточной Европы передавались бесплатно.

В СССР объекты интеллектуальной собственности были исключены из хозяйственного оборота с 1932 г. после принятия Постановления СНК СССР «Об изобретениях, рационализаторских предложениях и технических усовершенствованиях».

Лишь в начале 90-х годов начал свое формирование российский рынок лицензий как рынок, включающий внешнюю и внутреннюю торговлю лицензиями, это стало возможным в условиях глобальных социально-экономических изменений, связанных с переходом к рыночным условиям ведения хозяйства.

С августа 1991 г. Роспатент начал регистрацию внутренних лицензионных договоров, сведения о которых регулярно публикуются в журнале «Патенты и лицензии». Регистрация позволяет проверять авторство лица, передающего права на патент и контролировать действие патента на дату регистрации.

Таблица 2.8

Данные о договорах передачи прав в 90-х годах

Вид договора	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Об уступке патента	26	98	97	214	292	422	757	851	781
О предоставлении исключительной лицензии	39	98	80	101	101	82	115	115	168
О предоставлении неисключительной лицензии	67	433	579	820	702	809	649	650	629
Всего	132	629	756	1135	1095	1313	1521	1616	1578

За этот период в Роспатенте было зарегистрировано значительно больше лицензионных договоров и соглашений об уступке прав, чем количество лицензионных договоров с зарубежными фирмами, подписанных за весь период активной лицензионной деятельности в бывшем СССР в 60–80-е гг. Это свидетельствует о достаточно динамичном формировании внутреннего российского рынка лицензий.

Аналогичная динамика продолжилась и в последующем периоде, однако, статистика таблицы 2.9 не может соперничать со статистикой развитых стран, где крупнейшие фирмы регистрируют до двух тысяч патентов в год и еще больше лицензионных договоров. Хотя общее количество зарегистрированных договоров в 2010 г. в РФ достигло максимального значения за последние пять лет – 2860 договоров, что на 20,9% превысило показатели 2009 г., в России лицензии играют относительно небольшую роль в передаче технологий. В качестве объяснения этому следует подчеркнуть несовершенство законодательства и судебной практики в этой области.

Таблица 2.9

Динамика регистрации договоров передачи прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы³¹

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010
Договоры об отчуждении патента	1451	1674	1524	1054	1356
Договоры исключительной лицензии	212	276	215	228	264
Договоры неисключительной лицензии	751	902	1005	1083	1240
Всего зарегистрировано договоров	2414	2852	2744	2365	2860
Опубликовано заявлений о предоставлении открытой лицензии	82	68	72	79	62

Как показывают данные, для российского рынка лицензий характерна высокая доля неисключительных лицензий, что не отвечает практике лицензирования в странах с развитой рыночной экономикой. Это объясняется желанием патентообладателей многократно продать свою разработку, что возможно в связи с высокой рыночной емкостью России, а также сложностью гарантирования исключительных прав, и тем, что не эксклюзивная лицензия значительно дешевле.

На внутреннем рынке доминируют лицензионные договоры на изобретения, а сделки на полезные модели и промышленные образцы составляют незначительную, однако увеличивающуюся часть.

³¹ В эти данные не входят договоры с неохранными научно-техническими достижениями (ноу-хау) и лицензионные договоры с зарубежными партнерами.

В условиях научно-технической революции на международном рынке продолжает устойчиво сохраняться тенденция к сокращению сроков действия лицензионных договоров. Если до 50-х годов они заключались на срок 15–20 лет, то есть фактически на срок действия патентов, то в настоящее время основной срок действия лицензионных договоров составляет 5–7 лет, реже 8–10 и редко – свыше 10 лет.

Сравнительно короткие сроки действия лицензионных соглашений характерны для тех отраслей промышленности, где продукция быстро обновляется, а также для производств товаров широкого потребления, зависящих от моды.

В современных условиях, как на международном рынке лицензий, так и на российском растет доля соглашений на передачу изобретений совместно с ноу-хау (более 50%) или только ноу-хау (30%). По своему уровню и значению ноу-хау часто не уступают изобретениям, которые обязательно опубликовываются, в то время как ноу-хау сохраняется в тайне, и, не зная его, невозможно промышленно освоить изобретения, воспроизвести новую технику и технологию по образцам. Ноу-хау может сохраняться в тайне многие годы.

Это подтверждают нераскрытые секреты напитка «Кока-Кола», французских духов «Шанель № 5», ликеров «Бenedиктин» и «Шартрез».

По темпам развития ноу-хау опережают все другие сделки, заключаемые в мире, часто передаются скрытно и не разглашаются при заключении контрактов.

При отчуждении или передачи прав в договоре указывается территория их действия. География лицензионной торговли в России имеет следующую структуру (соглашения, согласно которым лицензия действительна):

- на всей территории России – 78%,
- на территории стран СНГ – 10%,
- в некоторых регионах, округах, городах – 5,7%,
- в некоторых фирмах – 6,3%.

Также существуют лицензионные соглашения, которые оговаривают использование лицензионного объекта только в конкретной сфере, например, в авиационном производстве.

Отличается российский рынок лицензий от западного рынка и отраслевой структурой.

С 1992 до 1995 гг. наибольшее число соглашений, были заключены в области медицины – 20%; химии, нефтехимии – 15%; пищевой и легкой промышленности – 14,5%; машиностроении – 11,3%; строительства – 11,2%. Соглашения в области электротехники составляли 8,3%, электроники – 5,7%, металлургии – 3,6%, другого – 4,1%.

Данные таблицы 2.10 демонстрируют, что отраслевая структура лицензионных соглашений изменилась незначительно и не в лучшую сторону, так в настоящее время доля медицины составляет лишь 3,2%, химия, нефтехимия – 4% (при этом нефтегазодобывающая – 14,3%), пищевая и легкая промышленности – 7,3%, машиностроение – 10,6%, строительство – 11,5%. Соглашения в области электроники составляют лишь 3,1%.

Таблица 2.10

Количество зарегистрированных договоров по областям техники

Область техники	Договоры				
	2006	2007	2008	2009	2010
Легкая, пищевая промышленность	160	211	186	173	163
Машиностроение, станкостроение, производство инструмента	414	366	373	250	118
Медицина	295	120	140	76	294
Энергетика, электротехника	220	390	364	247	421
Химия, нефтехимия	500	120	94	94	286
Электроника, вычислительная техника, приборостроение	157	137	101	73	311
Металлургия	181	245	186	133	86
Нефтегазодобывающая промышленность	100	434	449	338	162
Строительство, строительные материалы	160	423	266	272	135
Прочие	227	406	585	709	884
Всего:	2414	2852	2744	2365	2860

Приведенные данные показывают, что торговля лицензиями в России концентрируется не в самых высокотехнологичных отраслях производства. Этим российский рынок существенно отличается от рынка лицензий промышленно развитых стран, для которых характерно преимущественное развитие лицензионной торговли в таких наукоемких отраслях как электроника, биотехнология, фармацевтика, автомобилестроение.

Российские специалисты считают, что в области технологий новых материалов, оптикоэлектроники и лазерной техники Россия почти не уступает развитым странам, но заметно отстает в сфере микроэлектроники, радиоэлектроники, компьютерной и информационной технологий, биотехнологии, энергетики и энергосбережения, экологической безопасности.

Проблемы, связанные с коммерческим использованием интеллектуальной собственности, можно разделить на следующие основные группы:

- проблемы регулирования отношений при создании объектов интеллектуальной собственности на предприятии;

- проблемы приобретения и оплаты имущественных прав на использование объектов интеллектуальной собственности, созданных вне предприятия;
- проблемы обеспечения охраны (сохранности) и правовой защиты интеллектуальной собственности;
- проблемы коммерческого использования интеллектуальной (промышленной) собственности в качестве имущества (нематериальных активов) предприятия;
- финансово-экономические проблемы использования интеллектуальной собственности и организации ее бухгалтерского учета, включая:
 - инвентаризацию объектов интеллектуальной собственности;
 - подтверждение прав собственности;
 - оценку стоимости интеллектуальной собственности;
 - бухгалтерский учет и аудит интеллектуальной собственности;
 - налогообложение интеллектуальной собственности и операций с нею.

В стратегии инновационного развития России до 2020 года отмечается, что необходимо развивать не только такие традиционно сильные отрасли, как энергетическое оборудование и вооружение в сфере высоких технологий, но и новые перспективные направления – фармацевтику, биотехнологии, электронику, телекоммуникации, наноматериалы. Развитие этих секторов должно существенно увеличить долю инновационной продукции в промышленном производстве страны.

В 90-х годах анализ американских патентов показал, что основная тенденция их роста связана с областями информационных технологий и биотехнологий. Интенсификацию инновационной деятельности в США связывают с тремя основными направлениями:

- готовностью научного и технического персонала к использованию инновационных технологий;
- котировкой ценных бумаг акций компаний, занимающихся высокими технологиями;
- высокой степенью защиты интеллектуальной собственности.

В США 80% запатентованных изобретений используются третьими лицами благодаря лицензированию.

Характерный пример: Компания Texas Instruments (TI) спаслась в середине 80-х годов от банкротства посредством массового патентного лицензирования и судебных процессов. Только в 1992 г. компания заработала на лицензиях \$391 млн, что на 43% превысило доходы от основной деятельности. Сейчас ее лицензионные поступления выросли до \$800 млн в год. В мае 1999 г. компания TI заключила лицензионный договор с фирмой Hyundai, который принесет ей дополнительный \$1 млрд роялти в течение последующих 10 лет [75].

Статистические данные таблиц 2.11, 2.12 и 2.13 показывают соотношения количества поданных заявок на изобретения по странам в основных отраслях, определяющих уровень современного инновационного развития.

Таблица 2.11

Количество заявок на изобретения в области
нано- и микротехнологий

	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Россия	12	26	34	28	99
Корея	147	209	329	403	539
Китай	187	255	540	504	630
Япония	799	1283	1456	1370	1404
США	1018	1125	1022	424	322

Таблица 2.12

Количество заявок на изобретения в области телекоммуникаций

	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Россия	909	969	1819	1460	930
Корея	7417	10616	16850	23035	19770
Китай	11692	15116	21082	21974	27674
Япония	41384	40372	39589	39022	38432
США	42121	45410	43494	36296	33776

Таблица 2.13

Количество заявок на изобретения в области биотехнологий

	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Россия	3582	3850	6686	3304	1705
Корея	1902	2085	5148	7248	7478
Китай	8389	9307	14795	14507	17585
Япония	18352	19446	18892	16075	17366
США	37445	32813	29702	25925	23600

Приведенная международная статистика оказывается не в нашу пользу, данные показывают, на сколько меньше отечественными компаниями подано заявок на изобретение в данных инновационных отраслях.

Доля инновационно активных предприятий (то есть осуществляющих хоть какие-либо инновации) в общем числе предприятий по данным федеральной службы государственной статистики составляет не более 10%. В свете последних решений инновационного развития страны это недостаточно. На графике (рис. 2.4) явно прослеживается положительная динамика затрат на технологические инновации, однако это еще не привело к динамике подачи заявок на изобретения РФ.

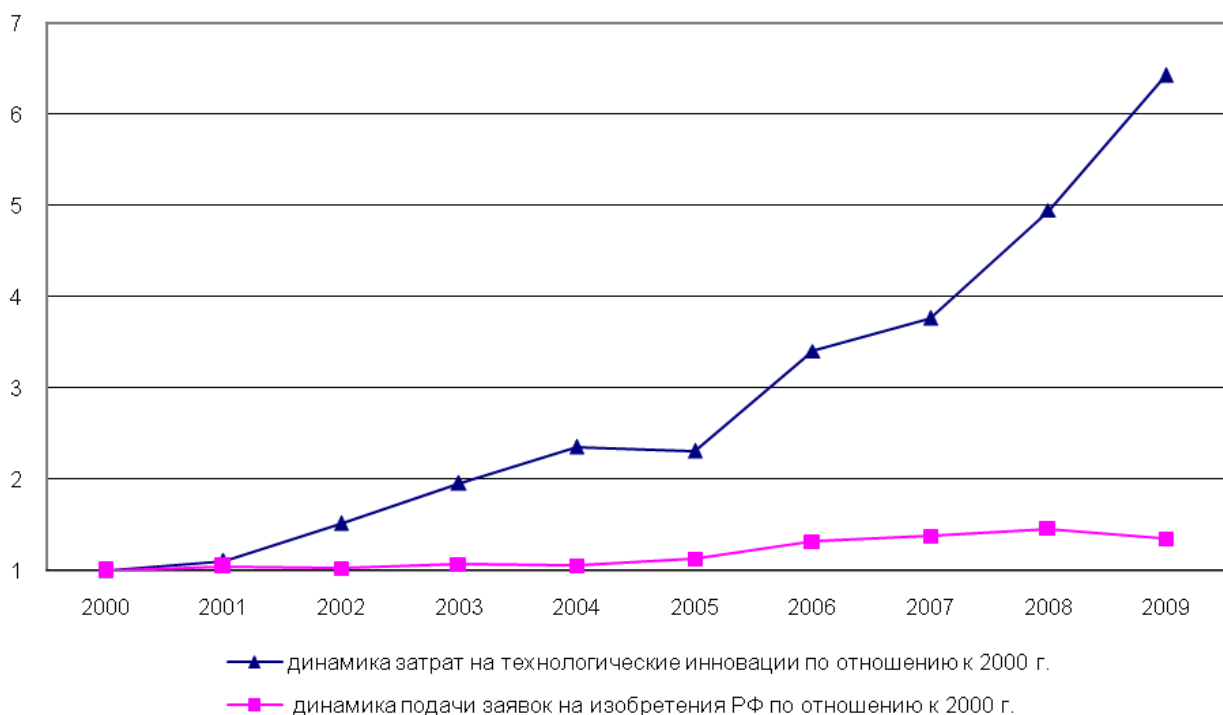


Рис. 2.4. Динамика затрат на технологические инновации и динамика подачи заявок на изобретения РФ

Пример. В соответствии с программой инновационного развития российская компания «Русгидро» собирается за пять лет потратить на инновации 21 млрд руб. Эти деньги помогут госкомпании заменить устаревшее оборудование, разработать новое, локализовать зарубежные технологии и подготовить кадры. Ежегодно на финансирование программы компания будет направлять 3% выручки: с 3,2 млрд руб. в 2011 г. до 5,1 млрд в 2015 г. Это один из самых высоких показателей в мире: канадская Hydro Quebec направляет на инновационное развитие 0,68% от выручки, норвежская Statkraft и финская Kemijoki – по 0,5%. Запланировано снижение себестоимости продукции (эксплуатационные и ремонтные

издержки, стоимость проектирования объектов – на 10%, сроки строительства должны сократиться также на 10%), разработка и выпуск инновационных продуктов, освоение новых технологий, повышение энергоэффективности. Компания предполагает поставить на баланс 157 российских и 54 международных патента.³²

Рынок ИС многообразен, он связан не только с техническими или технологическими результатами интеллектуальной деятельности, но и с другими объектами ИС. Существенную долю рынка ИС представляют средства индивидуализации компаний, являющиеся их нематериальными активами, приносящими прибыль при правильном использовании. Постоянно увеличивается доля договоров на приобретение товарного знака или прав на его использование в общей сумме лицензионной торговли. Данные показывают устойчивую тенденцию роста в общей сумме регистраций, как лицензионных соглашений, так и соглашений на отчуждение товарного знака.

Таблица 2.14

Количество товарных знаков, в отношении которых
зарегистрирована передача прав

Вид договора	2006	2007	2008	2009	2010
Договоры об отчуждении исключительного права на товарные знаки, всего	5039	7719	6767	6121	7426
в том числе:					
от российских правообладателей	4061	5748	5222	4888	5939
от иностранных правообладателей	978	1971	1545	1233	1487
Лицензионные договоры, всего	8097	9288	8807	9157	11720
в том числе:					
от российских правообладателей	6142	6438	6367	5902	8174
от иностранных правообладателей	1955	2850	2440	3255	3546

В 2010 г. продолжилась тенденция увеличения количества товарных знаков, по которым правообладателями были выданы лицензии (11 720 или 61,2% от общего количества товарных знаков, являвшихся предметом договоров), по сравнению с количеством товарных знаков, полностью сменившим своего владельца (7426 или 38,8% от общего количества товарных знаков, являвшихся предметом договоров). Сравнение с аналогичными данными за 2009 г. (9157 или 59,9% и 6121 или 40,1% соответственно) позволяет предположить, что для правообладателей более привлека-

³² Ведомости. – 2011. – № 158 (2924). – 25 августа.

тельной формой получения дохода остается лицензия, а не отчуждение товарного знака.

В общее количество зарегистрированных лицензий с 1 января 2008 года входят и договоры франчайзинга (коммерческой концессии). Анализ статистических данных показывает стабильный рост зарегистрированных Роспатентом договоров коммерческой концессии. Так в 2010 г. было зарегистрировано 1169 договоров, в 2009 г. – 940, в 2008 г. – 519. Такой рост может свидетельствовать о возросшей экономической эффективности данного способа ведения предпринимательской деятельности.

Таким образом, в целом характеризуя рынок ИС, следует заметить, что отставая от основных развитых стран по вложениям в НИОКР, мы естественно отстаем и по регистрации и оформлению прав на результаты интеллектуальной деятельности. В целом статистика охраняемых объектов ИС, потенциально представляющих собой предложение на рынке ИС, представлена в таблице 2.15.

Таблица 2.15

Выдано охранных документов

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Изобретения	23191	23390	23299	23028	28808	34824	30322
Промышленные образцы	2229	2469	2675	4020	3657	4766	3566
Товарные знаки	27540	29447	29199	30724	36617	36436	35178
Программы для ЭВМ	2759	3282	4422	5308	6086	7057	8073

Но даже имеющаяся интеллектуальная собственность используется владельцами неактивно, как таковой рынок ИС не развит.

Таблица 2.16

Зарегистрировано договоров по передаче прав

		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Изобретения, полезные модели, промышленные образцы	Отчуждение	1892	1281	1451	1674	1524	1054	1356
	Лицензии	657	841	963	1178	1220	1311	1504
	Всего	2549	2122	2414	2852	2744	2365	2860
Товарные знаки	Отчуждение	3922	4540	5039	7719	6767	6121	7426
	Лицензии	4395	5574	8097	9288	8807	9157	11720
	Всего	8317	10114	13136	17007	15574	15278	19146

Из действующих на 2010 год более 250 тысяч патентов на изобретения, полезные модели и промышленные образцы в гражданский оборот на основе заключения лицензионных договоров и договоров об отчуждении было вовлечено не многим более 4 тысяч объектов, то есть менее 2%. Из всех зарегистрированных товарных знаков к 2010 году (246 607 товарных знаков) на рынке участвуют только 6,2% (15 278 сделок). Доля коммерциализации интеллектуальной собственности остается по-прежнему ничтожно мала и в 2011 году, она составляет от числа действующих патентов в отношении изобретений 1,8-2,1%; полезных моделей – 2,8-4,1%; промышленных образцов – 3-3,4%; товарных знаков – 7,1-7,4%.

Формирующийся российский рынок ИС характеризуется многими нарушениями прав ИС. По последним экспертным оценкам, программное обеспечение, информационные и лицензионные продукты в Интернете, в том числе на CD и DVD дисках, подделываются на 70-80%; алкоголь, одежда, обувь – на 30-40%; чай, кофе, готовые продовольственные изделия – на 30%; текстильные изделия – на 25%, медикаменты и парфюмерия – на 10-15%, а табачные изделия – на 1-2%. В 2011 году было выявлено более 2 тысяч преступлений, связанных с оборотом контрафактной и фальсифицированной продукции. Из них около 414 были совершены в крупном и особо крупном размере. Сумма ущерба по возбужденным уголовным делам составила 184,4 миллиона рублей.

В целом же по стране правоохранительными органами в 2011 году было выявлено свыше 4 тысяч преступлений, связанных с нарушениями авторских и смежных прав, установлены 2,4 тысячи подозреваемых; размер причиненного материального ущерба по оконченным уголовным делам превысил 500 миллионов рублей. Приняты меры по обеспечению возмещения материального ущерба на сумму более 1 миллиарда рублей.³³

Двадцатилетний период становления рынка интеллектуальной собственности показал, что процесс идет слишком медленно, поскольку он полностью зависит от становления рыночных и правовых отношений на товарном рынке, на котором даже процесс приватизации окончательно не завершен. Переход от затратной экономики к новой стоимостной экономике представляет собой продолжительный организационно-экономический процесс, который требует особого регулирующего воздействия со стороны органов государственной власти. По крайней мере, в части создания необходимой инфраструктуры для модернизации и инновационных преобразований, функционирования фондового рынка (без чего нет реальной

³³ Сугробов Д. Интернет лишает видеопиратов заработка / Интервью начальника Главного управления экономической безопасности и противодействия коррупции МВД России агентству РИА Новости. – Режим доступа: <http://ria.ru/interview/20120418/628961877.html>

заинтересованности компаний в своей стоимости), согласованности с другими, широко применяемыми в хозяйственной практике, экономическими измерениями: бухгалтерским учетом и финансовой отчетностью.

Проведенный анализ ретроспективы и современного состояния рынка ИС в РФ позволяет сделать выводы относительно периодизации его формирования.

Первый шаг (**первый этап**) в становлении рынка интеллектуальной собственности в России был сделан в период 1992–1994 гг., когда были приняты законы по правовой охране исключительных прав, отвечающие новым условиям хозяйствования, и закрепляющие право собственности на результаты творческой деятельности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы и т.п.). Однако в тот период не уделялось должного внимания разработке экономического механизма нарождающегося рынка интеллектуальной собственности. В период массовой приватизации, особенно предприятий научно-промышленного и авиакосмического комплекса, были еще не разработаны элементы рыночной инфраструктуры, касающиеся оценочной деятельности, и в результате эти предприятия были приватизированы по остаточному затратному принципу, то есть по цене, не учитывающей интеллектуальную собственность, и, следовательно, нематериальные активы.

Второй этап формирования рынка ИС наступает в конце 90-х годов, когда приходит осмысление роли и значения ИС и НМА для предприятий в условиях новой экономики знаний, когда встает реальный вопрос о стоимости данных активов и развивается оценочная наука, принимается закон РФ «Об оценочной деятельности».

Третий этап связан с окончанием первого десятилетия XXI века, курсом экономики страны на модернизацию и инновационное развитие. Для преобразования инновационных достижений в конкурентный научно-технический продукт необходимо развитие всей инфраструктуры инновационной деятельности. В этих условиях особое значение отводится роли и значению ИС. Высокий уровень исследований и разработок является необходимым, но не достаточным условием для создания национального богатства России. Необходимо зафиксировать и оформить эти результаты интеллектуальной деятельности за реальными правообладателями, чтобы они могли участвовать в коммерческом обороте на рынке, приносить доход и реальную стоимость владельцам (компаниям). Однако следует отметить, что в отличие от всех развитых государств Россия не имеет правовых и организационных механизмов защиты конкуренции на инновационных рынках в условиях, когда такие рынки монополизированы с использованием объектов интеллектуальных прав, а это один из важнейших способов адекватной настройки работы института интеллектуальной собственности.

2.4. Классификация и особенности правового регулирования отдельных видов результатов интеллектуальной деятельности

Основные законодательные акты по ИС в нашей стране были разработаны в 1992–93 гг. Это Патентный закон РФ от 23.09.92 г., Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» от 9.07.93 г., Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товара» от 23.09.92 г., Закон РФ «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных» от 23.09.92 г. и другие подобные законы. Однако с 1 января 2008 года все они прекратили свое существование, так как вступила в силу IV часть Гражданского кодекса РФ «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации». Вступление в силу новой части ГК повлекло отмену свыше 50 нормативных актов, в том числе шести основных законов по ИС.

В соответствии со статьей 1225 ГК РФ результатами интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

- 1) произведения науки, литературы и искусства;
- 2) программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- 3) базы данных;
- 4) исполнения;
- 5) фонограммы;
- 6) сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- 7) изобретения;
- 8) полезные модели;
- 9) промышленные образцы;
- 10) селекционные достижения;
- 11) топологии интегральных микросхем;
- 12) секреты производства (ноу-хау);
- 13) фирменные наименования;
- 14) товарные знаки и знаки обслуживания;
- 15) наименования мест происхождения товаров;
- 16) коммерческие обозначения.

На результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации признаются **интеллектуальные права**, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в некоторых случаях, также личные неимущественные права и иные права (право наследования, право доступа и другие).

Можно провести различные классификации объектов интеллектуальной собственности в зависимости от признака, положенного в основу классификации.

Традиционно объекты интеллектуальной собственности разделяют на две группы объектов: объекты авторского права и объекты промышленной собственности.

Состав объектов промышленной собственности определяется согласно положениям Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г., в которой РФ участвует как правопреемница СССР с 1965 года. При этом:

- изобретения и полезные модели рассматриваются как техническое решение задачи с помощью технических средств;
- под промышленным образцом понимается соответствующее установленным требованиям художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид;
- товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования, коммерческие обозначения, наименования мест происхождения товаров – обозначения или названия, служащие для отличия друг от друга однородных товаров или услуг или их производителей;
- к селекционным достижениям относятся новые сорта растений и породы животных.

Секреты производства (ноу-хау) по существующей классификации хотя и относят к объектам промышленной собственности, но рассматривают как отдельный специфический вид интеллектуальной собственности. Причем в юридических кругах разных стран до сих пор не стихают споры, относить или не относить ноу-хау как неизвестную третьим лицам техническую и организационную информацию к объектам интеллектуальной собственности. Международное соглашение о торговых аспектах прав на интеллектуальную собственность («ТРИПС»), являющееся приложением к Соглашению, учреждающему Всемирную торговую организацию (вступило в силу 1 января 1995 г.), закрепило включение прав, относящихся к «закрытой информации» (то есть неизвестной третьим лицам или конфиденциальной информации), в состав интеллектуальной собственности.

IV часть ГК РФ закрепляет ноу-хау в составе ИС и вводит в оборот новые объекты ИС, такие как коммерческое обозначение в качестве дополнительного средства индивидуализации предприятия или понятие сложного объекта ИС.

Лицо, организовавшее создание сложного объекта, включающего несколько охраняемых результатов интеллектуальной деятельности (кинофильма, иного аудиовизуального произведения, театрально-зрелищного представления, мультимедийного продукта, единой технологии), приобретает право использования указанных результатов на основании договоров об отчуждении исключительного права или лицензионных договоров.

В промышленную собственность включено также право на пресечение недобросовестной конкуренции в связи с тем, что акты недобросовестной конкуренции часто являются нарушением права интеллектуальной собственности. Впервые определение недобросовестной конкуренции в отечественном законодательстве было дано в ст. 10 закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» в 1991 г.

Таким образом, предлагаемая классификация ИС может выглядеть следующим образом:

1. ИС, охраняемая авторским правом (или по типу авторского права):
 - 1.1. Права на все виды произведений науки, литературы, искусства (авторские права).
 - 1.2. Права на исполнения, постановки, звукозаписи, передачи эфирного и кабельного вещания (смежные права).
 - 1.3. Права на программы для ЭВМ и базы данных.
 - 1.4. Права на топологии интегральных микросхем.
2. ИС, охраняемая патентным правом (или по типу патентного права) в качестве промышленной собственности:
 - 2.1. Права на изобретения, полезные модели и промышленные образцы (патентное право).
 - 2.2. Права на селекционные достижения.
 - 2.3. Права на средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменное наименование, коммерческое обозначение).
3. Право на секрет производства (ноу-хау).
4. Право на сложный объект (кинофильм, мультимедийный объект), единую технологию.
5. Право на пресечение недобросовестной конкуренции.

Принципиальное отличие первого и второго пунктов в том, что на объекты патентного права выдается специальный государственный охраненный документ, соответственно, для выдачи такого документа объекты патентного права проходят специальную государственную процедуру.

Несмотря на то, что все объекты промышленной собственности признаются результатом интеллектуальной деятельности, доля творческого труда в создании того или иного объекта может быть достаточно низкой или вообще отсутствовать. Это относится к товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям, наименованиям мест происхождения товара и т.п.

Особое место среди объектов ИС занимают изобретения, так как изобретательство, как и творчество в целом, присуще только человеку. Изобретения радикально изменяли условия жизни человека. Иногда говорят, что история человеческого общества – это история изобретений [161, с. 23].

Следует остановиться на положении научных открытий по отношению к указанному правовому полю. Общепринятая точка зрения состоит в том, что научные открытия не должны включаться в состав ИС, поскольку ни одно национальное законодательство, ни один международный договор не могут дать какого-либо реального права на собственность применительно к научным открытиям. Открытия не являются «продуктом» человеческого интеллекта, а представляют собой объективные закономерности существования нашего мира.

Все вышеуказанные виды ИС обладают общими признаками:

- являются результатом интеллектуальной деятельности;
- являются совокупностью имущественных и неимущественных прав;
- используются в течение длительного периода времени;
- могут служить источником получения дохода.

В то же время между ними есть существенные различия. Указанные виды ИС имеют различный правовой режим, который необходимо учитывать при оценке их стоимости.

2.3.1. Авторское право

Согласно ГК РФ авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом интеллектуальной деятельности и выраженные в какой-либо объективной форме, независимо от достоинств, назначения произведения, а также способа его выражения.

Исторически авторское право распространялось первоначально лишь на «карты, чертежи и книги», то есть оно не распространялось, например, на музыку или архитектуру. Масштаб авторского права сегодня чрезвычайно сложно очертить. Оно распространяется практически на любое творческое произведение, облеченное в реальную форму, на музыку так же, как на архитектуру, драму и компьютерные программы. Это предоставляет владельцу не только исключительное право «издавать» работу, но и исключительное право контролировать любые копии произведения.

Авторское право *возникает в силу факта создания произведения*, то есть для его возникновения и осуществления не требуется соблюдения каких-либо формальностей: депонирования, регистрации произведения, иного специального оформления.

Авторским правом *охраняется только форма произведения и не охраняется его содержание*, данное право охраняет права авторов произведений от тех, кто их копирует. В связи с этим наиболее распространенным термином является «copyright», который в переводе с английского языка означает авторское право.

Произведение должно охраняться независимо от его ценности и достоинств и даже независимо от его назначения, так как цели использования произведения не имеют никакого отношения к его охране. Таким образом, авторским правом не охраняются идеи, методы, процессы, системы, способы, концепции, принципы, открытия, факты, положенные в основу или использованные в произведении.

Любое авторское произведение одновременно является совокупностью имущественных и неимущественных прав автора (правообладателя), овеществленных (материализованных) на материальном носителе, то есть в конкретном и определенном экземпляре произведения.

Авторское право по общему правилу действует в течение всей жизни автора и 70 лет после его смерти

В случаях нарушения исключительного права на произведение автор или иной правообладатель вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации (ст. 1301):

- в размере от десяти тысяч рублей до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда;
- в двукратном размере стоимости экземпляров произведения или в двукратном размере стоимости права использования произведения.

Крупнейшим возмещением ущерба авторских прав в США является постановление, обязывающее немецкую SAP³⁴ уплатить конкурирующей Oracle³⁵ \$1,3 млрд. Этот вердикт завершает тяжбу между двумя крупнейшими производителями корпоративных систем управления, продолжающуюся 4 года.

Отечественная судебная система крайне консервативна, она имеет незначительную правоприменительную практику относительно ИС, поэтому она слабо защищает нарушение прав. Владельцы, как правило, не могут надеяться на быстрый и эффективный результат. Призывание экономистов – оценивать издержки и выгоды. Наше правосудие имеет слишком высокие издержки и слишком невыгодные результаты.

Отечественные примеры стоимости нарушения авторских прав:

- В 2005 г. компания «Бизнес ньюс медиа», владелец газеты «Ведомости», через суд требовала от агентства РБК компенсации в 282 млн руб. за перепечатку более 100 статей, а после двухлетнего разбирательства получила 2,8 млн руб.
- 29.04.2009 г. Газета «Спорт-экспресс» через Арбитражный суд Москвы требует от интернет-проекта Sports.ru 5 млн руб. компенсации за несанкционированное размещение на ресурсе трех статей.

³⁴ SAP: капитализация (на момент возмещения) – \$57 млрд; выручка – \$15,3 млрд; чистая прибыль – \$2,5 млрд.

³⁵ Oracle: капитализация (на момент возмещения) – \$139,5 млрд; выручка – \$26,8 млрд; чистая прибыль – \$6,1 млрд.

- 25.09.2009 г. Производители сериала «Улицы разбитых фонарей» выиграли в суде иск, отсудив 1,7 млрд руб. за нарушение авторских прав. Заплатить должны создатели сериала «Опера», использовавшие тех же героев и тех же актеров.

История развития авторского права в отношении программ для ЭВМ и баз данных занимает не такой длинный период. Первая компьютерная программа была представлена на регистрацию в качестве объекта авторского права в США в 1961 году. В 1980 г. были внесены дополнения к Закону об авторском праве США о применимости авторского права к компьютерным программам, а в 1985 г. аналогичные изменения внесли в свое законодательство Франция, Германия, Япония и Великобритания (Канада – в 1988 г.). На этом фоне Закон о программах для ЭВМ и базах данных, принятый в 1992 г. в России в совокупности со всем законодательством по ИС, не является большим отставанием.

В настоящее время в соответствии с 4 частью ГК РФ (ст. 1261) программой для ЭВМ является представленная в объективной форме совокупность данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств в целях получения определенного результата, включая подготовительные материалы, полученные в ходе разработки программы для ЭВМ, и порождаемые ею аудиовизуальные отображения.

Преимущество данной формы охраны заключается в общедоступности и демократичности авторского права.

Правообладатель может по своему желанию (но не обязан) зарегистрировать свои права в течение срока действия авторского права в федеральном органе исполнительной власти по ИС.

Базы данных подлежат охране, если они представляют собой результат творческого труда по подбору и организации данных. Правовая охрана распространяется на базы данных независимо от того, являются ли данные, на которых они основаны или которые они включают, объектами авторского права.

Интеллектуальный и творческий характер компьютерной программы порождает двойственность ее правового режима. На программу для ЭВМ (как результат интеллектуального труда) правообладатель приобретает «исключительные права», а вещные права (в том числе и право собственности) возникают на материальные носители программы, а не на ее содержание.

Затраты на приобретение программы для ЭВМ иногда ошибочно относят к нематериальным активам предприятия. Однако к нематериальным активам относятся только права, возникающие из *авторских договоров* на программы для ЭВМ и базы данных.

Нужно отметить, что распространение действия норм авторского права на программы для ЭВМ не является лучшим и окончательным решением, избавляющим от всех проблем.

Так как авторское право распространяется на форму воплощения, а не на содержание произведения, то объектом правовой охраны оказывается форма воплощения программы, а не заложенные в ней идеи.

Это вынужденное решение законодательства, подталкиваемое развитием технического прогресса. Основной недостаток авторско-правовой системы заключается в том, что охрана является неполной, так как обеспечивается только защита от копирования программ, но не защищаются лежащие в их основе алгоритмы.

В связи с тем, что защита программного обеспечения ЭВМ авторским правом не решает всех задач полноценной охраны компьютерных и интернет-технологий, все более актуальным становится решение практических проблем их патентования. Дискуссия о патентоспособности программ для ЭВМ длится более 20 лет, поскольку уникальная природа данного объекта вызывает споры о критериях его патентоспособности в рамках устоявшегося патентного законодательства.

Поскольку неприемлемой является охрана алгоритмов и программ в режиме ноу-хау (первый же проданный экземпляр программного продукта раскрывает все его секреты) и по нормам законодательства о недобросовестной конкуренции (требуется заключение соглашения, предусматривающего неразглашение информации без согласия ее владельца), одним из реальных выходов является патентная охрана. И такие страны как США (с 1996 г.) и Япония (с 1997 г.) считают патентоспособными машиночитаемые носители с записанными на них программами и базами данных. Этому способствует отсутствие в патентном законе этих стран записи о непатентоспособности компьютерных алгоритмов и программ, и они издали соответственно новые правила экспертизы подобных заявок на изобретения. Такие патенты даже получили особое название софтверные патенты (патенты на программное обеспечение – софт).

В этой ситуации высказываются предположения о появлении нового вида права – компьютерного, которое должно стать институтом гражданского законодательства, регулирующего товарно-денежные отношения. Уровень охраны в этом случае приближается к патентной с небольшим сроком регистрации объектов для предоставления такой охраны и небольшим сроком правовой защиты с учетом опыта компьютерной индустрии.

2.3.2. Патентное право

Объектами патентных прав согласно ГК РФ являются результаты интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере (изобретения и полезные модели) и результаты интеллектуальной деятельности в сфере художественного конструирования (промышленные образцы).

Существует принципиальное отличие между патентным и авторским правом. Если авторским правом охраняется форма произведения, то па-

тентом защищается результат технического решения. В авторском праве вопрос о достоинстве произведения не ставится, права возникают в момент создания произведения и не требуют оформления никаких формальных процедур, авторское право охраняет их по факту создания. В патентном же праве наряду с требованием новизны существует еще необходимость доказательства определенного качественного уровня технического решения. Кроме того, для охраны объектов промышленной собственности необходимо осуществить регламентированную процедуру патентования и получения охранного документа, без которого патентное право не действует.

Первые охранные грамоты на «изобретения» выдавались импортным конструкторам и владельцам технологий. Под «изобретением» в большинстве случаев предполагался импорт технологий, а не создание новых. Большинство историков связывают рождение подобной практики со средневековой Венецианской Республикой. Еще в 1332 году власти создали специальный фонд для финансирования иностранных конструкторов ветряных мельниц, которые предлагали свое мастерство городу. В XIV веке англичане также начали практиковать широкие привилегии для иностранных ремесленников, копируя систему Венецианской Республики. Первый патентный закон был принят в Англии при короле Якове Стюарте. Стали выдаваться первые патенты как право на монополию в соответствии со «Статутом о монополиях», принятом в 1623 г. Этим законом провозглашалось исключительное и независимое от воли короля право каждого, кто создаст и применит техническое новшество, монопольно пользоваться в течение 14 лет выгодами и преимуществами, доставляемыми таким новшеством.

Название «патент» происходит от словосочетания «Letters Patent», что в переводе означает «открытая грамота», в те времена охранный документ не скреплялся печатью, как письмо, а печать находилась в нижней части листа бумаги.

В России вплоть до принятия в 1812 году манифеста «О привилегиях на разные изобретения и открытия в ремеслах и художествах», скопированного с французского законодательства, как такового института патентов не существовало. При Петре Первом появилась практика выдачи привилегий за новые технологии, однако вплоть до 1870 года существовала неясность как по необходимым условиям для выдачи патента, так и по органам, ответственным за это. Единое патентное бюро появилось только в 1896 году. В Российской империи более 80% привилегий было выдано иностранцам (часто вместе с подданством Империи), что косвенно говорит о приоритете импорта технологий.

Патентный закон в РФ был введен в 1992 г. в период резкой перестройки организационной и экономической системы, сопутствующего

этому спада производства. В связи с этим произошло резкое снижение заявок на изобретения, поданных российскими изобретателями, так, если в 1989 г. их было подано 200 000, то в 1993 г. – 28 000. Связано это и с повышением требований, предъявляемых к выбору изобретений для получения патента, с необходимостью оплаты системы патентования, и с тем, что до 1992 г. выдавались в основном не патенты, а свидетельства на авторские изобретения. Поскольку этот документ бессрочный к этому периоду их накопилось 1,5 млн.

Первоначально в социалистических странах изобретения могли защищаться авторскими свидетельствами или патентами. Заявитель, как правило, мог выбирать между патентом и авторским свидетельством. Однако в некоторых странах граждане, если они работали в государственных организациях и получали помощь от своих работодателей в процессе работы над изобретением, обычно могли получить только авторское свидетельство. Патенты формировали только незначительную часть (около 8%) из всего числа защищающих документов и были предоставлены, как правило, иностранным гражданам.

Требования к изобретению, на которое выдается авторское свидетельство, обычно те же, что и к изобретению, на которое выдается патент. Разница между ними состоит в том, что у запатентованного изобретения один владелец, а у изобретения по авторскому свидетельству два – государство и изобретатель. Искл​ючительное право на использование изобретения имеет государство, изобретатель имеет право лишь на фиксированное вознаграждение, которое зависит от величины экономического эффекта от внедрения его изобретения или от иного положительного результата.

Таким образом, авторское свидетельство на изобретение не является интеллектуальной собственностью, его нельзя признавать нематериальным активом компании (например, вносить в качестве вклада в уставный капитал).

Патент удостоверяет приоритет, авторство и исключительное право. Он действует только на территории страны, выдавшей его, и только в течение определенного нормативного срока.

Право на изобретение подтверждает патент, срок действия которого 20 лет, считая с даты поступления заявки (даты приоритета).

В качестве изобретения охраняется техническое решение в любой области, относящееся к продукту (в частности, устройству, веществу, штамму микроорганизма, культуре клеток растений или животных) или способу (процессу осуществления действий над материальным объектом с помощью материальных средств).

Традиционными объектами изобретения являются: устройство, способ, вещество. Наибольшее количество патентов выдается на устройства. Относительно новыми объектами изобретений являются: штамм микроорганизма, культуры клеток растений и животных.

Критериями (условиями) патентоспособности изобретения во всем мире и в соответствии с ГК РФ являются:

- новизна, новым признается изобретение, которое не было известно ранее до даты подачи заявки ни из одного источника информации, причем новизна должна быть мировой;
- изобретательский уровень, он исследуется в сравнении с аналогами, с техническими решениями уже известными на дату подачи заявки;
- промышленная применимость, любое изобретение должно быть промышленно применимо и в этом – основа экономической оценки данных объектов ИС.

Патент на полезную модель используется для охраны технических решений, относящихся к устройству, имеющих короткий срок службы, так как срок службы патента, который подтверждает права на полезную модель 10 лет (может быть продлен по ходатайству патентообладателя еще на 3 года).

Кроме отсутствия критерия изобретательского уровня для полезной модели, требования по новизне также являются гораздо ниже, чем для изобретения. Патентование полезных моделей дает возможность быстрого получения патента, так как проводится только формальная экспертиза, а экспертиза по существу – нет.

Права на промышленный образец подтверждает патент, который действует в течение 15 лет, считая с даты поступления заявки, и может быть продлен по ходатайству патентообладателя еще на 10 лет.

В качестве промышленного образца охраняется художественно-конструкторское решение изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства, определяющее его внешний вид.

Промышленные образцы играют значительную роль в производственном процессе предприятия, так как потребитель отдает предпочтение тем или иным товарам, руководствуясь, прежде всего, их внешним видом. Доходы компаний существенно зависят от внешнего вида выпускаемых продуктов.

Селекционные достижения признаются в нашей стране, как и в большинстве стран мира, особыми объектами интеллектуальных прав, которые подтверждаются патентом, однако правовой режим которых не совпадает с охраной изобретений, несмотря на значительное внешнее сходство.

Следует заметить, что за поддержание в силе патентов ежегодно платится государственная пошлина. Однако в условиях глобализации международной торговли и соглашений ВТО, требующих и отечественным и зарубежным заявителям предоставить «национальный режим» (одинаковый размер пошлин), приводит к тому, что страны с высоким уровнем жизни оказываются в привилегированном положении, они получают для себя патентование за рубежом по низким ценам, международное патентование для развивающихся стран становится разорительным.

2.3.3. Секрет производства (ноу-хау)

В соответствии со ст. 1465 IV ч. ГК секретом производства (ноу-хау) признаются сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и др.), в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную и потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и в отношении которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны.

Из этого определения вытекают следующие основные характерные черты ноу-хау:

1. Ноу-хау – это сведения любого характера, наиболее ценными из которых являются технические знания и практический опыт, которые могут появляться на всех стадиях жизненного цикла объекта техники: научные исследования, инженерные расчеты, конструкторские разработки и проектирование, монтаж, производство, эксплуатация оборудования и его ремонт.

Материальными носителями технических ноу-хау являются чертежи, инструкции, технологические регламенты, рецептуры, программы для ЭВМ, алгоритмы и другая научно-техническая документация.

2. Они имеют действительную и потенциальную коммерческую ценность в силу их неизвестности третьим лицам.

3. Они практически применимы в производстве и профессиональной деятельности.

4. По отношению к ним обладатель вводит режим коммерческой тайны, и поэтому у третьих лиц к ним нет свободного доступа на законном основании.

5. В отличие от объектов патентного права они не имеют охранного документа (патента).

IV ч. ГК устанавливает исключительное право использования на секрет производства. При этом обладатель секрета может распоряжаться этим исключительным правом. Специфика ноу-хау состоит в том, что исключительное право на него основывается лишь на фактической монополии правообладателя в силу конфиденциальности этих сведений, то есть носит ограниченный характер. Так, например, если какое-либо лицо самостоятельно разработало ноу-хау, то оно не будет нарушать прав других владельцев такого же ноу-хау. Исключительное право на ноу-хау прекращается с момента утраты конфиденциальности этих сведений.

Вообще засекречивание первоначально является самым главным способом правовой охраны и торопиться с патентованием стоит только в

том случае, если к этому побуждают планы бизнеса по выпуску на рынок готовой продукции. Если речь идет о более ранней стадии разработки, то раскрытие накопленной информации в патенте может только ослабить позицию на рынке.

2.3.4. Права на средства индивидуализации товаров, услуг и их производителей

У предприятия может быть множество товарных знаков, которые оно использует для различия своих товаров и услуг, но только одно фирменное наименование.

Фирменное наименование – это индивидуальное название юридического лица, которое фиксируется в его учредительных документах. Согласно ГК РФ, фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на организационно-правовую форму (ЗАО, ООО и т.п.).

Под товарными знаками и знаками обслуживания понимают обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. С юридической точки зрения знаки обслуживания приравнены к товарным знакам.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. У товарного знака нет автора.

Известный бренд «галочку» Nike придумала в 1971 г. американская студентка Каролина Дэвидсон, получив за работу \$35. В 2010 г. бренд Nike занял 25-е место в рейтинге Interbrand с оценкой в \$13,7 млрд.

Правовая охрана товарного знака в Российской Федерации предоставляется на основании его государственной регистрации, которую осуществляет федеральный орган исполнительной власти по ИС.

Регистрация товарного знака действует в течение 10 лет, считая с даты подачи заявки. После этого срок регистрации может быть продлен по заявлению владельца, поданному в течение последнего года ее действия, каждый раз на 10 лет. Таким образом, права на товарный знак могут поддерживаться владельцем сколь угодно долго.

На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство.

В России в год подается около 50 тыс. заявок на регистрацию ТЗ, однако это несравненно меньше, чем в развитых странах, так, например, в США – 400 тыс. заявок. Следующий график демонстрирует количество поданных заявок на регистрацию в национальные патентные ведомства.

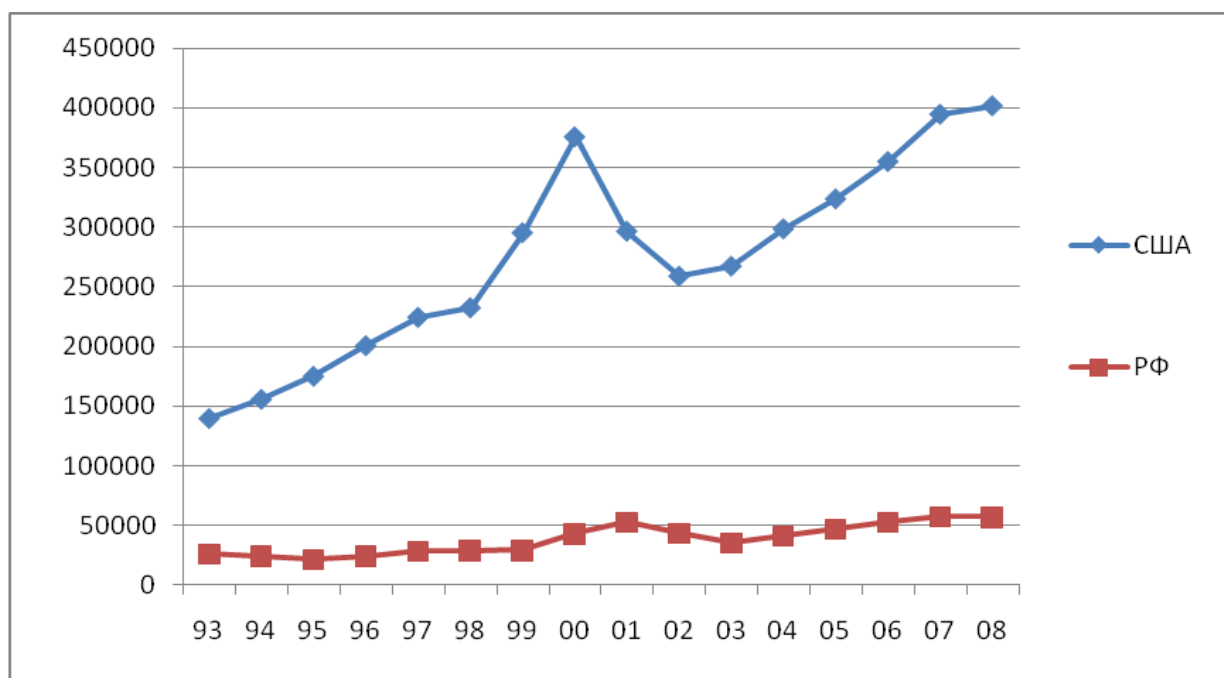


Рис. 2.5. Динамика подачи заявок на регистрацию товарных знаков в РФ и США в 1993–2008 гг.

Иностранные фирмы также показывают стабильную заинтересованность в защите своих товаров на российском рынке: 64 страны мира регистрируют свои торговые марки в России.

ГК РФ предусматривает ответственность за незаконное использование товарного знака (ст. 1515). Правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров. А также вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

1) в размере от десяти тысяч до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;

2) в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака.

Система регистрации товарных знаков в других странах может отличаться от российской. Так например, в США исключительные права на ТЗ приобретаются путем их использования. Доказательства этого использования должны быть предоставлены в Ведомство по патентам и товарным знакам США в течение 5-го года после регистрации, а также при продлении регистрации каждые 10 лет.

Таблица 2.17

Сравнение системы регистрации товарных знаков в США и РФ

Признак сравнения	РФ	США
Момент возникновения прав на ТЗ	С момента регистрации в Роспатенте РФ	С момента использования в торговле
Основная цель регистрации ТЗ	Защита от несанкционированного использования	Оповещение третьих лиц о наличии в хозяйственном обороте соответствующего знака
Признак нарушения прав на ТЗ	Использование товарного знака, принадлежащего третьему лицу	Введение в заблуждение потребителя

Таким образом, в РФ действует принцип приоритета производителя-владельца товарного знака, в США – принцип приоритета потребителя.

Поскольку в отечественном законодательстве отсутствует условие фактического использования знака заявителем на момент регистрации, эта норма активно эксплуатировалась в мошеннических действиях отечественных фирм, так, например, регистрация товарного знака «Боржом» на имя компании «Лукошкина и К⁰», которая к моменту регистрации не разлила ни одной бутылки настоящего «Боржом». Законодательство разрешает не использование товарного знака в течение 3-х лет. В то время как в США (и в Японии) регистрируются только фактически используемые знаки.

Но даже если мы пройдем процедуру регистрации с соблюдением всех юридических формальностей, само по себе это мало поможет нам создать актив, обладающий какой-либо стоимостью. Чтобы товарный знак приобрел ценность, он должен завоевать признание у некоторого количества людей, его нужно возвращать, а это требует значительных издержек.

ГК РФ в качестве индивидуализации юридических лиц предусматривает также наименование места происхождения товара (выдается свидетельство в Роспатенте) и коммерческое обозначение.

2.5. Идентификация объектов интеллектуальной собственности, формирование портфеля прав ИС на предприятии

В соответствии с Методическими рекомендациями по инвентаризации прав на результаты научно-технической деятельности от 22.05.02 г. предприятие должно проводить не только обязательную инвентаризацию (например, при приватизации), но и инициативную. В результате инвента-

ризации выявляются исключительные права на результаты научно-технической деятельности, которыми обладает данное предприятие, или потенциально охраноспособные результаты, или результаты научно-технической деятельности, не являющиеся объектами исключительных прав (могут быть права третьих лиц, которые данное предприятие использует по договору).

Строго говоря, формирование портфеля прав – дело правообладателя. Формирование портфеля прав интеллектуальной собственности начинается с идентификации объекта правовой охраны. Если для бизнесмена или экономиста это может быть изделие или технология, то объектом правовой охраны будут являться только конкретные изобретения, промышленные образцы, программы для ЭВМ или иные объекты ИС. Выделить эти охраноспособные решения и обеспечить их правовую защиту – отдельная сложная задача.

Часто правообладатель имеет широкий выбор по идентификации объектов правовой охраны (будет это один патент, или несколько, или какая-то иная форма). К этому выбору должны быть привлечены профессионалы (юристы, патентоведы и т.п.), ни сам предприниматель, ни оценщик, как правило, собственными силами сделать этого не могут. Важно правильно выделить те технические решения, которые могут стать объектами патентного права. Грамотный и правильный выбор объекта патентной защиты поможет сэкономить и время, и деньги, которые потребуются на получение патента.

Идентификация по отношению к ноу-хау означает, что оно должно быть описано и зарегистрировано таким способом, который дает возможность проверки выполнения критериев секретности и существенности.

Если нужно обеспечить патентную защиту сложного изделия или технологии, то на этапе выявления объектов вырабатывается стратегия патентной защиты. Выбираются применяемые виды объектов промышленной собственности, выстраивается последовательность подачи заявок на них.

Соответственно и оценка ОИС возрастает многократно, если это не отдельное изобретение, а целый пакет изобретений.

Иногда выбор, патентовать или не патентовать, зависит от традиций, бытующих в данной отрасли. Преимущества патентования очевидны: это и право на установленную законом монополию, и погашение части средств на НИОКР за счет получения лицензионных платежей, и возможность проникновения на новые рынки. Недостатки также имеются, что рассмотрено ранее. Для того чтобы принять правильное решение о патентовании, необходимо задавать этот вопрос на каждой стадии разработки новой техники. Приоритеты патентов, защищающих научно-технические направления, должны быть существенно более ранними или хотя бы соот-

ветствовать началу каждой технологической операции выхода наукоемкой продукции на товарный рынок.

Еще в 1982 г. для отечественных разработок был введен специальный стандарт «Порядок проведения патентных исследований» ГОСТ 15.011-82, который сейчас действует в редакции 1996 г. и содержит формы отчетных документов, в том числе форму, которая должна отражать оценку новизны и патентно-правовой защиты разработки.

Первоначально любую информацию, связанную с НИОКР, защищают юридически через контракты со специалистами, через положение о коммерческой тайне, через разработку определенного рода документов, через ограничения, подписку о неразглашении сведений. Все, что создается на фирме, должно оформляться соответствующим образом. Далее уже будет приниматься решение о патентовании, что на сегодня будет выгодно для фирмы и в какой форме.

В компании Xerox создано подразделение, задача которого заключается в анализе всего корпоративного портфеля патентов и технологий с тем, чтобы решить, как их лучше «расфасовать», прорекламировать и продать. Вместо обычной патентной охраны это подразделение призвано занимать наступательную позицию и рассматривать патенты как источник доходов. Один из возможных примеров такой деятельности – группировка патентов, которые можно затем лицензировать едиными пакетами. Для этого анализируются ссылки на патенты Xerox в патентах других фирм.

Другое направление деятельности подразделения – безотлагательная подача исков против нарушителей патентов, принадлежащих компании. Выплата внушительных штрафов первыми правонарушителями вынудит других исправно делать соответствующие лицензионные отчисления. В Xerox создана специальная лаборатория экспертизы продукции других фирм на предмет возможного нарушения ее патентов. Это позволило предъявить главному конкуренту компании – Hewlett Packard и некоторым другим компаниям иски в связи с нарушением патентов, касающихся цветной струйной печати [75].

Однако процессы, связанные с получением, обменом и хранением информации, являются высоко затратными процессами – это реклама, поиск и доступ к информации в Интернет; защита своей информации от несанкционированного доступа и использования; проверка благонадежности своих, российских и зарубежных партнеров и клиентов; представительство и членство в различных национальных и международных организациях; участие в представительных выставках, форумах, семинарах и прочее.

Регулярная инвентаризация ОИС, имеющихся у предприятия, их оценка с новых конъюнктурных позиций и меняющейся стратегии предприятия, может принести и новые дивиденды. Практика показывает, что

жизненный цикл, а значит, и стоимость некоторой научной и конструкторско-технологической документации может быть гораздо больше срока действия патента на изобретение и жизненного цикла конкретного изделия.

Портфель ОИС – это пакет патентов и охранных документов, защищающих ряд научно-технических направлений, в рамках которых создан наукоемкий товарный продукт.

Существуют следующие подходы к формированию портфеля ОИС:

- конструкционный и функциональный подходы к создаваемой наукоемкой продукции (конструкционный подход связан с особенностями конструкции изделия, то есть с объектами, относящимися к устройствам, а функциональный подход – с выполнением действий над материальными объектами, то есть с объектами, относящимися к способу);

- технологический подход (связан с особенностями производства наукоемкой товарной продукции); в обязательном порядке рассматривается необходимость патентной защиты технологического оборудования, то есть объектов, относящихся к устройствам, а также способов изготовления или производства тех или иных узлов, входящих в его состав;

- подход, связанный с реализацией выбранной технологии продаж на товарном рынке; формированием и монополизацией крупного сектора товарного рынка.

Предприятие, используя законодательство об интеллектуальной собственности, грамотно выбрав объект и способ правовой охраны, может выбрать следующие стратегии:

1. Стратегия защиты от конкурентов. Получение монопольных прав на новую продукцию на период выведения ее на рынок. Также патент может выступать щитом и от будущих нападков крупных конкурентов.

В 1998 г. небольшая дизайнерская фирма S3, сознавая, что рано или поздно она станет объектом нападков со стороны Intel, разработала план по обходу ожидаемых притязаний этого промышленного гиганта. Действуя анонимно, S3 приобрела за \$10 млн патент у обанкротившегося производителя микропроцессоров Exponential Technologies (ET), который опережал по срокам подачи заявки аналогичные патенты компании Intel и мог затормозить выпуск ее микропроцессоров нового поколения. Такой смелый ход S3 себя окупил: когда стало известно, что фирма владеет патентами компании ET, Intel оказалась вынужденной заключить перекрестное лицензионное соглашение, получив доступ к патентам S3 в обмен на обещание S3 не опротестовывать патенты Intel [75].

2. Стратегия вытеснения конкурентов с рынка. Стратегия «меча». Получение монопольных прав на результаты исследований и разработок заставляет всех, кто использует аналогичные, но незащищенные результаты интеллектуальной деятельности, приобрести у их владельца разрешение (лицензию) на продолжение использования.

3. Стратегия организации дочерних предприятий путем формирования уставного капитала за счет ОИС предприятия. Согласно п. 1 ст. 66 Гражданского кодекса РФ вкладом в имущество хозяйственного общества или товарищества могут быть любые имущественные права, которые можно оценить. Для начинающего предпринимателя особенно актуальна возможность формирования уставного капитала при создании новых предприятий или вклада в совместную деятельность путем передачи объектов интеллектуальной собственности без отвлечения денежных средств. Это помогает, не располагая материальными ресурсами для формирования большого по размерам уставного капитала, занять активную позицию на рынке с точки зрения платежеспособности, ликвидности, кредитоспособности.

Денежная оценка вклада в уставной капитал производится по соглашению сторон (учредителей-участников). Если стороны считают, что стоимость превышает 200 МРОТ, то согласно действующему законодательству оценку должен произвести независимый оценщик.

4. Стратегия создания рекламного имиджа. Эта стратегия уже стала использоваться российскими предприятиями. Например, те из них, которые начинают активно работать с известными зарубежными фирмами, оформляют свои права на их товарные знаки, укрепляя свою позицию на рынке и предохраняя себя от одностороннего разрыва контракта с именитым партнером.

Несколько лет назад компании Avery Dennison удалось превратить свое затухающее предприятие в крупное процветающее. Анализ ситуации показал, что дальнейшее развитие производства старой продукции станет сильно тормозиться переполнившимся рынок конкурентами. Поэтому руководство продало предприятие вместе с его патентами и перевело инвестиции на программу маркировки продукции Duracell, которая только начинала разворачиваться. За внешне бесприбыльной сделкой скрывался обмен одряхлевшего предпринимательства на бизнес с высокими показателями добавленной стоимости.

5. Стратегия оптимизации финансово-хозяйственной деятельности предприятия связана с возможностями учета различных операций с нематериальными активами, например, путем снижения налога на прибыль в связи с уменьшением налогооблагаемой базы на величину амортизации нематериальных активов и величину затрат на создание объектов интеллектуальной собственности. Не облагаются налогом и лицензионные платежи, чем пользуются крупные холдинги используя внутреннее лицензирование.

На западе фирмы могут получить и определенные льготы от сделок с нематериальными активами.

Пример стратегии по сокращению корпоративных расходов: в 1999 г. компания Dupont передала в дар университетам и бесприбыльным организациям 23 своих неиспользуемых патента. В результате вместо затрат на поддержание этих патентов в силе компания заслужила списание налогов на сумму \$64 млн [75].

6. Использование правовой охраны интеллектуальных ресурсов для повышения доходности предприятия. Передача прав на ОИС (частичная или полная) может принести предприятию существенную прибыль.

Перечень подобных конкретных действий по использованию возможностей правового механизма интеллектуальной собственности для уменьшения издержек производства и получения дополнительного дохода далеко не исчерпан.

Если фирма регулярно проводит работу по охране своей промышленной интеллектуальной собственности, то это, безусловно, улучшает ее репутацию и снижает возможности ее конкурентов.

Так, японская фирма Matsushita Electric Co подает около 12 тысяч национальных заявок на изобретения в год, около 1 тысячи заявок на промышленные образцы, около 3 тысяч заявок на товарные знаки и около 6 тысяч международных заявок на изобретения.

После отбора среди накопленных результатов исследований и разработок коммерчески значимых интеллектуальных ресурсов и определения стратегии их правовой охраны в соответствии со стратегией планируемого бизнеса возникает вопрос о правовом статусе той информации, которую решено превратить в объекты интеллектуальной собственности. При формировании портфеля прав необходимо провести спецификацию оборотоспособных прав, то есть точно определить правообладателя – лица, которое может распоряжаться правами на объекты интеллектуальной собственности без разрешения или с разрешения других лиц.

Чаще всего права на ИС передаются не по отдельности, а в сочетании с другими правами или услугами, обеспечивающими в совокупности монополию на производство нового продукта или на использование новой технологии. То есть они передаются в составе портфеля прав на ОИС. Как правило, оценка портфеля прав ИС или бизнеса в целом получается более достоверной, чем оценка отдельных прав, входящих в данный портфель.

Л.И. Лукичева так характеризует основные этапы формирования портфеля прав ИС в рамках разработанной патентной стратегии [91, с. 516]:

1. Определить множество научно-технических направлений, которые полностью перекрывают все направления, используемые в той или иной мере в полном технологическом цикле создания наукоемких изделий и их выходом на товарный рынок.

2. Выделить области пересечения научно-технических направлений, которые дублируются при создании разных образцов техники.

3. Разработать общую стратегию формирования портфеля объектов ИС, основное предназначение которой – монополизировать ряд конкурентоспособных научно-технических направлений на интеллектуальном рынке.

4. Оптимизировать формируемые пакеты патентов в рамках общего портфеля объектов ИС с целью минимизации числа патентов в пересекающихся научно-технических направлениях.

5. Сформировать портфель объектов ИС в рамках разработанной научно-технической стратегии.

Патенты не являются ценными бумагами, однако они имеют общие свойства с акциями, а именно:

- порядок выпуска (эмиссия ценных бумаг, выдача патента);
- правообладание (удостоверение прав, патентообладание);
- сферу действия прав (территория);
- сроки действия.

С учетом выше изложенного, патенты могут быть также объектом инвестиций и имеют вполне определенную стоимость.

Права, вытекающие из патентов на изобретения, – это исключительные права работы в определенном секторе товарного рынка, имеющие надежные характеристики и действующие на территории страны в течение 20 лет.

«Пакет» патентов в виде портфеля ОИС, также как и пакет акций, является объектом инвестирования, а также инструментом регулирования товарного рынка. Соответственно, характеристики портфеля патентов:

- доходность портфеля;
- риск.

Используя эти характеристики, инвестор может реализовывать в своей деятельности существенно различающиеся стратегии в решении задачи формирования по минимальному риску портфеля с заданным уровнем дохода, а, соответственно, влиять на стоимость компании.

Доходность портфеля патентов можно определить по формуле:

$$E = \sum_{i=1}^n A_i \times p_i ,$$

где E – доходность портфеля патентов;

A_i – доходность i -го патента;

p_i – вероятность события (риск i -го патента).

Риск состоит из $p_i = p_{\text{получ}} + p_{\text{конц}} + p_{\text{испол}}$,

где $p_{\text{получ}}$ – вероятность получения патента по данной заявке на выдачу патента (0,5-0,6);

$p_{\text{конц}}$ – вероятность концентрации патентов в конкретном научно-техническом направлении, преобладающем в наукоемкой продукции (0,8-0,9 – для фирм, имеющих опыт, и 0,2-0,3 – для набирающих опыт);

$p_{\text{испол}}$ – вероятность использования патентов (0,03-0,05).

Таким образом, риски инвестиций в наукоемкие технологии могут быть существенными, и они тем выше, чем меньше внимания уделяет конкретное предприятие вопросам патентной защиты своих интеллектуальных разработок и необходимости оптимизации имеющегося у предприятия портфеля патентов.

Особую роль в портфеле прав ИС могут играть ноу-хау. Спецификацией прав на ноу-хау является составление перечня информации, являющейся коммерческой тайной для фирмы, подтверждением прав являются документы, в которых это ноу-хау подробно описывается, а также документы, которые регламентируют режим коммерческой тайны на фирме в отношении этого ноу-хау.

В соответствии со ст. 1542 ГК РФ введено понятие «Единой технологии» как сложного объекта, который представляет из себя единый «портфель» официально оформленных прав (патентов) и ноу-хау.

Единой технологией признается выраженный в объективной форме результат научно-технической деятельности, который включает в том или ином сочетании изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для ЭВМ или другие результаты интеллектуальной деятельности, подлежащие правовой охране, и может служить технологической основой определенной практической деятельности в гражданской или военной сфере. В состав единой технологии могут входить также результаты интеллектуальной деятельности, не подлежащие правовой охране, в том числе технические данные или другая информация.

Право использования единой технологии принадлежит лицу, организовавшему ее создание на основании договоров с обладателями исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, входящие в состав единой технологии.

Практической практики применения и распространения такого сложного объекта интеллектуальных прав как единая технология еще не наблюдается, так как не прописаны основные регламентирующие аспекты, такие как регистрация в Роспатенте, постановки на баланс предприятий и т.п.

Право на технологию, созданную с привлечением бюджетных средств и средств других инвесторов, может принадлежать одновременно Российской Федерации, субъекту Российской Федерации, другим инвесторам проекта, в результате осуществления которого создана технология, исполнителю и иным правообладателям.

Механизм участия государства в обороте результатов интеллектуальной деятельности, полученных при бюджетном финансировании, в разных странах имеет свои особенности и реализуется как без создания специализированных органов (США, Германия), так и с возложением соответствующих функций на специальные агентства (Великобритания, Франция, Япония).

В США вопрос о правах на интеллектуальную собственность, созданную использованием средств федерального бюджета, относится к коренным вопросам государственной научно-технической политики. Рассмотрение этой проблемы является основным содержанием законодательных и нормативных актов, принятых в США за последние двадцать лет в сфере научно-технической деятельности, в том числе в области создания и передачи новых технологий.

Опыт зарубежных стран показывает, что вопрос о роли государства как крупнейшего инвестора в сфере науки и технологии носит законодательный уровень решения и требует учета экономических условий в стране, что возможно при постоянном совершенствовании законодательства в этой области.

В США в этой области законодательные акты усовершенствуются через каждые 1,5–2 года и составляют целый свод законов о так называемых «федеральных технологиях», который включает в себя более 30 законодательных актов и многочисленные инструкции Министерства обороны, Агентства по атомной энергии и НАСА, обновляемые по мере выхода законодательных актов.

В отечественной практике в 4 часть ГК РФ вносятся дополнения об ограничении роли государства по владению и распоряжению правами ИС, признавая его неэффективным собственником. Количество действующих патентов на изобретения, полезные модели и свидетельства на программы для ЭВМ, выданных на имя Российской Федерации к 2010 г. составило 1139. Часто в случаях, когда исключительные права на РИД, созданные при выполнении работ по государственным (муниципальным) контрактам, переходят к государству, соответствующие разработки и технологии государством не используются и, соответственно, оказываются не вовлеченными в развитие инновационной экономики. Законопроектом предлагается создать систему, при которой ненужные государству, не вовлеченные в экономику РИД, полученные по выполненным госзаказам, будут переданы лицам, которые заинтересованы в их коммерциализации.

Выводы

1. Понятие ИС определено законодательно и несколько различается составом объектов по различным странам. Институт интеллектуальной собственности в современный период развития экономики имеет далеко не бесспорный статус. Исторически возникающие противоречия положительных и отрицательных аспектов данного вида собственности в настоящее время обострились. ИС, хотя и имеет часто решающее значение для предприятий в конкурентной рыночной борьбе, претерпевает существенное изменение с развитием новых виртуальных отраслей экономики.

2. Оценка состава, структуры, и тенденций формирующегося рынка ИС в РФ позволяет сделать вывод о его недостаточном развитии как по количественным, так и по качественным показателям по сравнению с зарубежными странами.

3. Анализ ретроспективы и современного состояния рынка ИС в России позволил сделать вывод о наличии трех периодов его развития, начиная с 1992 г. Современный третий этап связан с курсом экономики страны на модернизацию и инновационное развитие. Для преобразования инновационных достижений в конкурентный научно-технический продукт необходимо развитие всей инфраструктуры инновационной деятельности. В этих условиях особое значение отводится роли и значению ИС. Переход от затратной экономики к новой стоимостной экономике представляет собой продолжительный организационно-экономический процесс, который требует особого регулирующего воздействия со стороны органов государственной власти.

4. Предлагаемая классификация результатов интеллектуальной деятельности (интеллектуальных прав) основана на принципиальном различии авторского и патентного права, соответственно, разделении объектов, охраняемых этими видами права, и выделении новых объектов, введенных 4 частью ГК РФ.

5. Возвращаясь в данной главе к вопросу идентификации прав ИС (понятие идентифицированных НМА рассмотрено в главе 1), мы отмечаем исключительную важность данной проблемы, в том случае, когда мы имеем дело с неосязаемыми активами. Формирование портфеля прав интеллектуальной собственности начинается с идентификации объекта правовой охраны: выделение охраноспособных решений и обеспечение их правовой защиты. На этапе выявления объектов вырабатывается стратегия патентной защиты, в соответствии с этим предложены ряд возможных стратегий для предприятия. Регулярная инвентаризация ОИС, имеющихся у предприятия, их оценка с новых конъюнктурных позиций и меняющейся стратегии предприятия, может принести и новые преимущества.

ГЛАВА 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ (НМА)

Проблемы измерения стоимости НМА по-прежнему существуют, в экономической литературе и среди практиков существует два противоположных мнения. С одной стороны, мнение консерваторов, которые подчеркивают сложность доказательства того, что НМА обладают действительно приписываемой им стоимостью, которые выражают сомнение в достоверности соответствующих данных в связи с отсутствием реального рынка данных активов и большого разброса стоимости. С другой стороны, сторонники прогресса пытаются идентифицировать НМА и рассчитать стоимость, приписываемую отдельным видам НМА. «Компаниям следует брать за основу наименьший из всех рассчитанных показателей стоимости НМА, вместо того, чтобы уклоняться от оценки под тем предлогом, что точности здесь все равно добиться невозможно. Уж лучше быть приблизительно правым, чем точно ошибаться» [1, с. 24].

Нематериальные активы, в том числе интеллектуальная собственность, могут подлежать оценке как самостоятельные активы, принадлежащие физическим и юридическим лицам, могут быть оценены в составе отдельного предприятия или бизнеса. В данной главе будут рассмотрены методологические аспекты оценки ИС и НМА скорее как самостоятельных активов, участвующих в бизнесе.

3.1. Нематериальные активы как оценочная категория. Факторы, влияющие на стоимость НМА

В соответствии с Гражданским кодексом РФ, к объектам гражданских прав относятся вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; информация; результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них (интеллектуальная собственность); нематериальные блага.³⁶

Таким образом ИС и НМА могут являться, как объекты гражданских прав, объектами оценки.

Как уже отмечено выше, в качестве оценки НМА может применяться бухгалтерская оценка, профессиональная стоимостная оценка, инвестиционно-финансовая оценка, оценка стратегическими менеджерами компании или маркетологами. В данном контексте нами будет рассмотрена профессиональная стоимостная оценка ИС и НМА.

³⁶ Ст. 128 ГК РФ (часть 1).

Оценка стоимости ИС и НМА – это комплекс мероприятий юридического, экономического и организационно-технического характера, направленных на установление стоимости объекта оценки как товара.

Деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по проведению оценки как услуги третьим лицам, в частности, по установлению рыночной стоимости объекта оценки, регулируется Федеральным законом от 29 июля 1998 г. № 135 «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» (с последующими изменениями и дополнениями).

«Оценщик – говорящий рынок» – отмечает А.Н. Козырев [159]. Оценочная стоимость, в общем случае, берется из рыночных цен путем применения математических методов обработки информации и моделирования. Однако в отсутствие рынка ИС и НМА оценщик поставлен в сложные условия. В условиях развивающейся новой экономики знаний, основанной на возрастающей отдаче от масштаба, нет еще накопленного соответствующего опыта для оценки как инновационных компаний, так и отдельных их активов. То есть не всегда оценщик может выполнять только рыночно-отражательную (измерительную) функцию, так как фактически открытого рынка ИС и НМА нет. Часто оценщик должен выносить свое суждение об оценочной стоимости НМА как объекта оценки, используя основы системного подхода и теории принятия решений.

Необходимо рассматривать НМА как элемент общей системы, моделируя и объект оценки, и внешнюю среду в соответствии с законами системного анализа. Обладая определенным инструментарием в виде конкретных методов стоимостной оценки, оценщик выстраивает гипотетическую рыночную стоимость НМА, выполняя уже ценообразующую функцию. Понятно, что уровень погрешности в данном случае достаточно высокий. Однако суждение исследователя – это необходимая составляющая объективного результата. Оценщик высказывает суждение, то есть, он выступает в роли лица, принимающего решение о стоимости НМА, и отвечает за это по закону.

Таким образом, оценку НМА можно определить как науку прикладного экономического анализа. Оценщик, используя системный подход и моделирование стоимости НМА на основе скорее не конкретных рыночных цен, а изучения объекта оценки, соответствующего рынка, факторов ценообразования, принимает обоснованное решения о стоимости, как наиболее вероятной прогнозной цены НМА.

Однако, как отмечают отдельные исследователи [81], даже в случае оценки стоимости недвижимости оценка является вероятностной (неопределенной) величиной, она не может рассматриваться как точное значение рыночной стоимости. В процессе формирования цен на рынке действует множество неконтролируемых и непредсказуемых факторов. Случайные продавцы, случайные покупатели, столкновение разных интересов участ-

ников рынка – случайный механизм формирования цен сделок. Кроме того, текущая рыночная стоимость связана с ожиданиями рынка, она зависит от того, насколько те или иные прогнозы «раздуваются» в средствах массовой информации, влияющих на коллективное поведение участников рынка. Все это неизбежно приводит к тому, что оценка рыночной стоимости, какими бы точными и надежными методами ее бы не получили, всегда содержит некоторую неопределенность (размытость, неоднозначность), и не может рассматриваться как точное значение рыночной стоимости. Ситуация усугубляется тем, что во многих случаях процесс продажи оцениваемого объекта не может быть ассоциирован с рынком, который хотя бы отдаленно напоминал свободный, конкурентный рынок. В этих условиях само понятие «рыночная стоимость» носит условный характер (далее данный аспект будет исследован более подробно).

Таким образом, проблемы оценки НМА можно выделить в следующие группы:

- определение понятийного аппарата;
- проблемы измерения, применяемый экономико-математический инструментарий (точность результата, получение достоверного результата);
- НМА является имущественным активом, элементом общей системы бизнеса, и его оценочная стоимость является как частью оценки бизнеса, так и результатом влияния специфических факторов. Соответственно проблемы связаны как с выделением самостоятельного НМА из бизнеса, так и с выявлением роли его влияния на общую стоимость бизнеса;
- роль субъективного мнения оценщика в оценке ИС и НМА: оценщик не внешний наблюдатель, не просто «говорящий рынок», он формирует цену НМА и оказывает влияние на принятие экономических управленческих решений.

Особенности оценки стоимости результатов интеллектуальной деятельности (РИД), средств индивидуализации и других НМА определяются их спецификой товаров особого рода. Они обладают рядом принципиальных особенностей, отличающих их от продукта, имеющего вещественно осязаемую материальную форму. Можно выделить следующие факторы, влияющие на стоимость ИС и НМА:

- Нематериальность.

Владение интеллектуальным продуктом означает обладание правом на его использование. Продукты интеллектуального труда в отличие от материальных объектов, если они не обеспечиваются специальной правовой охраной со стороны государства, не в состоянии приносить их владельцам сколько-нибудь гарантируемой прибыли. Отсюда вытекает и следующее отличие интеллектуальной собственности: вещественный объект может быть использован на основе права собственности только одновременно самим собственником, владельцем объекта; нематериальный объект

интеллектуального труда может быть одновременно использован многими субъектами хозяйствования.

- **Полезность.**

Это совокупность характеристик объекта, которые определяют его стоимость. ИС и НМА не имеют стоимости, если не обладают полезностью. Для создания значительной стоимости должна присутствовать ограниченность предложения. ИС является объектом с ярко выраженным индивидуальным характером, а, следовательно, это есть довольно ограниченный ресурс. Однако потребительная стоимость продукта интеллектуального труда носит потенциальный характер и часто реализуется позже с учетом условий производства или потребления.

- **Разнородность, уникальность, неповторимость.**

Нет двух абсолютно одинаковых полученных результатов интеллектуальной деятельности. Продукт интеллектуального труда не воспроизводим, то есть его воспроизводство в принципе возможно, но экономически – нецелесообразно, так как представляет собой дублирование, вторичное расходование средств.

- **Срочность.**

Поскольку владение интеллектуальной собственностью – это обладание правом на нее, большинство объектов оценки имеют конечный срок службы, что определено законодательством.

- **Потеря стоимости с течением времени (износ).**

Непосредственно термин «износ» не совсем подходит для НМА именно в силу отсутствия их физической формы. Однако с течением времени данные активы как и материальные уменьшаются в стоимости по различным причинам. Продукт интеллектуального труда является непотребляемым продуктом в том смысле, что в процессе потребления он не исчезает наподобие вещественному, материальному продукту, а существует постоянно как абсолютная ценность. НМА не подвержены физическому износу, для них определяется функциональное и экономическое (по внешним причинам) устаревание.

- **Необходимость управления.**

Любой объект нуждается в постоянном управлении. ИС и НМА могут приносить владельцу существенную прибыль, при грамотном управлении работать на рост стоимости предприятия.

- **Низкий уровень ликвидности.**

Нельзя быстро реализовать данные активы за наличные деньги. Сложным является и процесс передачи прав собственности ИС с условием обязательной регистрации.

Поскольку продукты интеллектуального труда как производственный ресурс используются в хозяйственном обороте, требуют своего пра-

вового регулирования, выступают как собственность, участвуют в экономических процессах, приносят прибыль и оказывают воздействие на все факторы производства, они являются товаром и полноправно участвуют в рыночных отношениях.

Купля-продажа лицензий, патентов, товарных знаков и других НМА свидетельствует о существовании рынка данных активов и, кажется, что можно просто применять стандартные рыночные методы оценки, такие, как метод сравнительного анализа продаж и т.п. Однако в силу неразвитости данного рынка и специфики данных объектов оценки, на практике традиционные рыночные методы не применяются.

Трудности и специфика оценки ИС и НМА:

- сфера применения полученных РИД часто не может быть узко и четко определена заранее;
- РИД могут служить источниками создания новых интеллектуальных продуктов, что ведет к возрастанию их полезности, причем вероятность дальнейших разработок имеет, как правило, большую степень неопределенности;
- будущая доходность нематериальных активов в значительной степени не определена;
- достижение эффекта от применения нематериальных активов требует соответствующего материального обеспечения, следовательно, доходность нематериальных активов определяется возможностью инвестирования;
- используя в расчетах экономические параметры конкретного объекта бизнеса, содержащего ИС, следует учитывать, что прибыль и доход от этого объекта получены не только за счет использования данной ИС, но также за счет многих других активов и связанных с ними факторов.

Несмотря на то, что оценка выполняется, как правило, по заказу, она должна быть системной и взвешенной, учитывающей все особенности нарождающегося рынка ИС и НМА, а также рынка продукции, в которой использованы данные активы, особенности бизнеса и основные факторы, влияющие на стоимость самих нематериальных активов.

3.2. Основные принципы оценки стоимости ИС и НМА

Теоретической основой системного подхода к оценке являются принципы, формулирующие наиболее важные внешние и внутренние взаимосвязи.

Общепринятой практикой при оценке стоимости является последовательное рассмотрение и анализ объекта с 4-х позиций, причем каждой позиции соответствует своя группа принципов [169].

В результате классификация принципов оценки имеет следующий вид:

- 1) принципы, отражающие точку зрения пользователя;
- 2) принципы, связанные с рыночной средой;
- 3) принципы, отражающие взаимоотношения компонентов собственности;
- 4) принцип наиболее эффективного использования собственности.

Не все принципы оценки равнозначны при оценке стоимости ИС и НМА по сравнению с оценкой материальных активов. Исследуем наиболее значимые из них.

В основе позиции, отражающей точку зрения пользователя, лежат следующие принципы (1-я группа):

- принцип полезности,
- принцип замещения,
- принцип ожидания.

Принцип полезности – ОИС обладает стоимостью, если он может быть полезен потенциальному владельцу, то есть может в конечном итоге принести ему прибыль.

Принцип замещения – заключается в том, что максимальная цена ОИС определяется минимальной суммой, за которую может быть приобретен другой объект аналогичной полезности. В этом принципе заложен принцип осмотрительности и консерватизма, которые необходимы при оценке нематериальных активов. Консерватизм иногда необходим, чтобы компенсировать излишний оптимизм владельцев прав и менеджеров.

Принцип ожидания – характеризует точку зрения пользователя на будущие выгоды. Этот принцип, на котором строится вся методология доходного подхода в профессиональной оценке, при оценке ИС и НМА играет особую роль. Как известно ни затратный, ни сравнительный подходы при оценке данных объектов не позволяют получать убедительные и достоверные результаты, и оценка чаще всего строится на применении не менее, чем двух процедур доходного подхода. Стоимость объекта ИС, приносящего доход, определяется величиной денежного потока, ожидаемого от использования оцениваемого объекта, а также суммой, ожидаемой от его перепродажи. При выполнении оценки ИС речь не может идти о каком-либо гипотетическом использовании. Прогнозируемые денежные потоки должны происходить от уже начавшегося применения ИС во вполне определенном бизнесе или исходя из реального инвестиционного проекта и его бизнес-плана (еще раз осмотрительность и консерватизм).

В основе позиции, отражающей точку зрения рынка, лежат следующие основные принципы (2-я группа):

- зависимости,
- соответствия,
- спроса и предложения,
- изменения стоимости.

Принцип зависимости говорит о том, что стоимость оцениваемой интеллектуальной собственности зависит от характера и стоимости окружающей собственности. Например, объект ИС, созданный в стенах крупного промышленного объединения, имеет большие потенциальные возможности по широкомасштабному внедрению, чем объект ИС, созданный индивидуальным изобретателем. Различные факторы внешней среды могут оказывать влияние на стоимость объекта ИС, например, проводимая политика государства в области интеллектуальной собственности, степень правовой защиты национальным и международным законодательством и др. Но, следует отметить, что и созданные ОИС в свою очередь могут влиять на рыночную инфраструктуру и стоимость окружающих объектов.

Принцип соответствия заключается в том, что объект ИС, не соответствующий существующим в настоящее время рыночным стандартам, имеет меньшую стоимость. Иногда объекты ИС опережают в своем развитии возможности конкретных рыночных условий и могут стоить значительно больше позднее. Максимальная стоимость возникает тогда, когда уровень научно-технической значимости, характер использования объекта интеллектуальной собственности соответствует потребностям и ожиданиям рынка.

Принцип спроса и предложения утверждает, что цена ОИС определяется взаимодействием спроса и предложения. Причем, следует отметить, что спрос на объекты ИС более подвержен колебаниям, чем предложение, так как он более изменчив. Спрос на инновации (а, следовательно, и на РИД) в настоящее время формируется в основном государством через госконтракты и научные учреждения. А предложение, вследствие уникальности объектов, существенно ограничено. Особенности формирования данного рынка рассмотрены в главе 1.

Принцип изменения отражает факт непостоянства стоимости ОИС во времени. Изменение стоимости может происходить как за счет изменения самого объекта ИС (например, функциональный износ), так и в результате изменения внешних условий, которые учитываются колебаниями прогнозных денежных потоков и процентных ставок. Данный принцип реализуется в профессиональном стандарте оценки – фиксировать конкретную дату оценки.

3-я группа принципов, отражающих взаимоотношения компонентов собственности, наверное, наименее значима для оценки ИС и НМА, когда они оцениваются как самостоятельные единицы, в свою очередь она более значима при оценке ОИС как части общего бизнеса. Такие принципы, как сбалансированности (пропорциональности) или экономического разделения (оптимального разделения имущественных прав) могут быть существенно важны для оценки объектов ИС. Так как при оценке прав в силу нематериальности объектов принцип оптимального разделения имущественных прав в данном случае может звучать и как принцип оптимального

объединения прав при идентификации и формировании объекта оценки. Это зависит от цели и стратегии, поставленных при идентификации объекта, возможно формирование «пучка прав» или «портфеля прав», или сложного объекта в качестве единой технологии.

И, наконец, 4-й принцип оценки стоимости – принцип наиболее эффективного использования (НЭИ) собственности. В оценке материальных активов, и прежде всего, недвижимости, это основной принцип оценки, объединяющий все предыдущие, отражающий возможное наиболее эффективное использование объекта, обеспечивающее ему наивысшую текущую стоимость на дату оценки.

Конечно, мы можем рассмотреть все возможные альтернативные ситуации использования оцениваемых нематериальных активов (ИС).

Например:

- использовать объекты ИС в собственном производстве на предприятии, возможно продолжить дальнейшие разработки и усовершенствования;
- образовать дочернее предприятие путем вноса прав ИС в уставный капитал;
- образовать совместное предприятие с другими инвесторами;
- передать лицензию (исключительную или неисключительную) на свою ИС заинтересованным инвесторам (причем лицензии могут отличаться также по срокам и территориям их использования);
- продать полностью объект ИС (осуществить отчуждение прав).

Наилучшим вариантом будет использование ИС, приносящее самый высокий доход. Однако следует помнить о том, что реальное использование объекта ИС возможно при наличии у предприятия инвестиций или реального инвестора.

Ю.Б. Леонтьев по поводу использования принципа НЭИ для оценки ИС и НМА, замечает, что интеллектуальная собственность не обладает спецификой, присущей недвижимости. Нет в её составе элементов, постоянно обладающих рыночной стоимостью, ценность которых нужно сверять с текущим состоянием рынка. Именно поэтому до сих пор никому из западных авторов не приходило в голову строить оценку рыночной стоимости ИС на принципе НЭИ.

Поэтому в Методических рекомендациях Комитета по оценочной деятельности Торгово-промышленной палаты РФ принцип НЭИ формулируется более конкретно:

«Наилучшее и наиболее эффективное использование НМА, приводящее к его максимальной стоимости, должно быть легитимно, физически возможно и осуществимо с точки зрения финансовых возможностей владельца оцениваемой собственности и поддерживающих его инвесторов»³⁷.

³⁷ Методические рекомендации по оценке рыночной стоимости нематериальных активов предприятий, ТПП РФ. – М., 2003.

3.3. Нормативно-правовая база оценки

Для оценщика любого вида собственности существуют два основных нормативных документа, на которые он ориентируется в своей деятельности. Это Федеральный закон «Об оценочной деятельности в РФ» от 29.07.98 г. и федеральные стандарты оценки (ФСО), обязательные к применению субъектами оценочной деятельности РФ, утвержденные правительством РФ в 2007 г. Однако данные документы являются общими для всех объектов оценки, отдельно нематериальные активы в них не выделяются.

Кроме этого существуют Международные Стандарты Оценки (МСО), принятые Международным комитетом по стандартам оценки (МКСО), которые состоят из стандартов и руководств по их применению. Международное руководство по оценке № 4 (МР 4) посвящено нематериальным активам «Оценка стоимости неосязаемых (нематериальных) активов». В европейских стандартах оценки TEGOVA нематериальные активы изложены в методическом руководстве № 8 «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности».

Стандарты оценки являются основными нормативно-методическими документами, на основании которых производится процедура оценки и составляется отчет; они представляют собой комплекс взаимоувязанных норм и правил, способствующих осуществлению профессиональной деятельности оценщиков.

Министерством имущественных отношений РФ приняты и согласованы с Роспатентом, Минэкономики РФ и Минпромнауки РФ Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности (26.11.2002 г.), которые являются первым шагом в формировании методологической базы стоимостной оценки ИС и НМА. После принятия данного документа возникает необходимость в конкретизации и более содержательном изложении известных и в целом приемлемых методов для оценки интеллектуальной собственности и других нематериальных активов в рамках каждого из подходов.

В 2012 г. Минэкономразвития РФ принято в состав Международного совета по стандартам оценки в качестве институционального члена, что даст возможность своевременно получать актуальную информацию по Международным стандартам в оценочной деятельности, кроме того, обеспечит координацию с Международным советом по стандартам оценки в области формирования национальной системы стандартов оценки.

С 1.01.2008 г. действует IV часть ГК РФ по ИС и с этого же периода введены в действие новые правила бухгалтерского учета нематериальных активов (ПБУ 14/2007). Отечественные правила бухгалтерского учета не соответствуют Международным стандартам финансовой отчетности

(МСФО), хотя и имеют ссылки на них в некоторых ситуациях. Уже достаточное количество российских предприятий ведет свой бухгалтерский учет по МСФО; это и совместные предприятия, и предприятия, чьи акции обращаются на фондовом рынке, и просто предприятия, которые хотят видеть динамику своих финансовых показателей по сравнению с западными компаниями.

Нематериальным активам посвящен МСФО 38 (IAS 38). Кроме данного стандарта интересен МСФО 3 «Объединение бизнеса» (IFRS 3 «Business Combinations»), введенный с 2004 г., где описан гудвилл, как НМА компании.

Оценщик не вправе заниматься оценочной деятельностью без заключения договора страхования независимо от того, какой именно объект он оценивает. Наличие страхового полиса является обязательным условием для заключения договора об оценке объекта (ст. 17 Закона «Об оценочной деятельности в РФ»).

Таковы в кратком изложении основные нормативно-методические документы, на которые опирается в своей деятельности профессиональный оценщик. Дальнейшая разработка стандартов оценки по конкретным видам объектов в настоящее время возложена на саморегулируемые организации оценщиков. Автор в рамках работ по стандартизации, выполняемых СРОО «Сообщество профессионалов оценки», осуществляет разработку Стандарта оценки нематериальной собственности и Методических рекомендаций по оценке нематериальной собственности.

3.4. Цель оценки и Виды стоимости НМА

Целью оценки в соответствии с Федеральными стандартами оценки является определение стоимости объекта оценки, вид которой определяется в задании на оценку. Результат оценки, которым является итоговая величина стоимости объекта оценки, может использоваться в различных случаях.

В практической деятельности проблема оценки ИС и НМА часто встает в следующих случаях:

- добровольная частичная передача или полное отчуждение прав интеллектуальной собственности и других НМА (купля-продажа);
- внесение вклада в уставный капитал;
- оценка бизнеса в целом или выделение доли, приходящейся на ИС и НМА;
- акционирование, приватизация, слияние, поглощение, разделение, выделение, реорганизация, ликвидация предприятия;
- оценка в качестве залога;

- оценка нематериальных активов предприятия, проводимая в целях внесения изменений в финансовую отчетность;
- оценка ИС и НМА, выявленных в результате плановой или инициативной инвентаризации;
- перевод отчетности на МСФО;
- IPO (первичное размещение акций на фондовом рынке);
- возмещение ущерба от незаконного использования объектов ИС по суду;
- принудительное лицензирование и определение компенсации за неисключительную лицензию на интеллектуальную собственность.

Круг коммерческих операций, связанных с ИС, постоянно расширяется. К ним относятся: покупка или продажа предприятия (бизнеса); реструктуризация действующего предприятия; определение доли интеллектуальной собственности в инвестиционных и других проектах; страхование имущества, содержащего ИС; дарение и наследование прав на ИС; определение размера компенсации в случае использования изобретения в период временной правовой охраны; повышение эффективности использования активов предприятия; определение размера вознаграждения авторам ИС и лицам, содействующим их использованию, и т.д.

В некоторых случаях, использование результатов оценки может быть сформулировано в общем виде, как принятие дальнейших управленческих решений, когда заказчик хочет знать стоимость его ИС и НМА, однако он еще четко не определил направление дальнейшего использования оцениваемых объектов.

Ряд экономистов признает, что понятие «стоимость» не является кристально ясным, прозрачным и неизменным и имеет множество значений. Это лишь оболочка живого процесса мышления, и она может существенно количественно изменяться в зависимости от обстоятельств и времени использования. Стоимость, цена и издержки – разные понятия, хотя иногда (крайне редко) они численно могут совпадать.

В советской экономической науке понятия «затраты» (издержки) и «стоимость» отождествлялись. Поскольку в основе лежала марксистская теория, по которой стоимость – овеществленный в товаре труд (то есть затраты). Цена же была денежным выражением стоимости.

В настоящее время стоимость является денежным выражением ценности имущества, товаров или услуг для покупателя и для продавца. В оценочной теории стоимость является не фактом, а оценочным суждением, выносимым на основе доступных фактов и используемого инструментария (методов оценки).

Экономическое понятие стоимости выражает рыночный взгляд на выгоду, которую имеет обладатель данного товара или клиент на момент оценки стоимости. Уплаченная цена может не совпадать со стоимостью, приписываемой этому объекту другими людьми, поскольку ценой являет-

ся денежная сумма, требуемая, предлагаемая или уплаченная в зависимости от финансовых возможностей, мотивов или особых интересов конкретных покупателя и продавца.

Альфред Маршал, представитель неоклассического направления в науке дал теоретическое обоснование различия между ценой и стоимостью. Он указал на существование краткосрочного и долгосрочного периодов функционирования рынка товаров: так как в краткосрочном периоде предложение является неэластичным (фиксированным), спрос является фактором, определяющим цены; в долгосрочном периоде предложение становится главным фактором, определяющим стоимость. В связи с этим, стоимость рассматривается как идея (концепция), которую следует определить, а цена исторический (свершившийся) факт.

Первым учебником по оценке имущества в США, стала книга М. Бабкока «Оценка недвижимости», вышедшая в 1932 году, и в которой наряду с описанием трех подходов в оценке стоимости было выделено различие между ценой и стоимостью. В ней автор отмечал: «Следует различать...стоимость и рыночную цену. Понятие о «стоимости» будет использовано, чтобы обозначать концепцию, которая подразумевает наличие полностью информированного покупателя, а выражение «рыночная цена» – чтобы обозначать цену, которую имущество фактически имеет на реальных рынках» [35, с. 21].

Таким образом, стоимость постоянно меняется во времени с ростом или уменьшением будущих выгод от владения. Суждение о стоимости может быть сделано только применительно к определенному моменту времени. Величина будущих выгод от владения зависит от того, кто именно владеет имуществом и в каких целях будет использоваться оценка.

Для обладания стоимостью объекты оценки должны быть полезны, охраноспособны, отчуждаемы, на них должен быть спрос и ограниченное предложение на рынке.

Профессиональные оценщики не употребляют просто термин «стоимость», а обычно конкретизируют, какая эта стоимость, так как в зависимости от решения различных прикладных задач можно различать разные виды стоимости.

Стоимость не присуща конкретному объекту изначально, а является результатом проявления вышеизложенных свойств, так как:

- объект не имеет стоимости, если он не обладает полезностью;
- если на товар нет спроса, то понятие стоимости не реализуется;
- предложение товара должно быть ограниченным, иначе стоимость станет предельно малой величиной;
- если объект не может участвовать в обмене, то в этом случае понятие стоимости не реализуется, юридическая возможность передачи прав на интеллектуальную собственность является условием возникновения стоимости.

Существует несколько видов стоимости, определения которым даны в ФСО 2:

- рыночная стоимость;
- инвестиционная стоимость;
- ликвидационная стоимость;
- кадастровая стоимость.

Очевидно, что последний вид стоимости для НМА и ИС не приемлем.

При расчете стоимости ИС затратным подходом в случае отсутствия исторических затрат оценщик определяет либо стоимость замещения, либо стоимость восстановления объекта оценки.

Стоимость замещения объекта оценки – сумма затрат на создание объекта, аналогичного объекту оценки, имеющего эквивалентную полезность, в рыночных ценах, существующих на дату проведения оценки, с учетом возможной потери стоимости на эту дату.

Стоимость воспроизводства (восстановительная стоимость) объекта оценки – сумма затрат в рыночных ценах, существующих на дату проведения оценки, на создание объекта, идентичного объекту оценки (точной копии), с применением идентичных материалов и технологий, с учетом возможной потери стоимости на эту дату.

При принятии ИС в качестве нематериального актива на баланс предприятия определяется фактическая (первоначальная) стоимость НМА, в качестве которой признается сумма (в соответствии с ПБУ 14/2007), исчисленная в денежном выражении, равная величине оплаты в денежной и иной форме или величине кредиторской задолженности, уплаченная или начисленная организацией при приобретении, создании актива и обеспечении условий для использования актива в запланированных целях.

Многие деловые люди считают бухгалтерскую (балансовую) стоимость определенной формой стоимости, однако это не так. Это просто форма отчетности и учета затрат, причем методы учета во всех странах разные, и бухгалтерский учет не отражает в полной мере текущую стоимость. Полностью амортизированное имущество списывается и исчезает из бухгалтерских записей, тогда как в действительности оно может еще использоваться и может быть реализовано, то есть иметь какую-то стоимость. Бухгалтерская амортизация редко полностью соответствует уменьшению стоимости во времени. Даже если первоначальные затраты представляли собой стоимость в какой-то предшествующий момент, то за минусом амортизации вряд ли будут равны текущей стоимости. Кроме того, для определения балансовой стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов, созданных на самом предприятии, применяется метод прямого суммирования фактических затрат без учета време-

ни их совершения, то есть без учета изменения стоимости денег во времени. Возможно в государственных предприятиях (организациях) бухгалтерские затраты и важны, но во всех других случаях они могут служить лишь ориентиром стоимости.

Различия в стандартах оценки и бухгалтерского учета заключаются в том, что денежное выражение стоимости, применяемой при оценке имущества, является не историческим фактом, а оценкой полезности НМА в конкретный момент времени в соответствии с выбранным определением понятия стоимости. Эта оценка может отличаться от реальных цен, зафиксированных в тех или иных сделках и отраженных в системе бухгалтерского учета.

Рыночная стоимость НМА является выражением его полезности именно с точки зрения рынка, а не его отвлеченного физического статуса.

Для определения ориентиров в финансовом рынке существует понятие «фундаментальная стоимость», которую некоторые специалисты пытаются применить в теории оценки [139]. Однако по нашему мнению фундаментальной стоимости нематериальные активы не содержат.

С точки зрения терминологии используются понятия «справедливая стоимость», «рыночная стоимость», «истинная стоимость» и т.п., или как маркетологи используют при оценке стоимости брендов – «абсолютная рыночная стоимость» и «относительная рыночная стоимость».

Понятие «справедливая рыночная стоимость» (fair market value) используют бухгалтеры, экономисты, оценщики, управленцы, но каждый вкладывает в это понятие свои особенности.

Справедливая стоимость (fair value) – денежная сумма, за которую можно было бы обменять актив или погасить обязательство в коммерческой сделке между хорошо осведомленными заинтересованными сторонами. Справедливая стоимость в финансовых отчетах может использоваться в качестве показателя как рыночной, так и нерыночной стоимости. Они могут быть эквивалентны, когда справедливая стоимость удовлетворяет всем требованиям определения рыночной стоимости.

Существует два общепризнанных определения «справедливой рыночной стоимости». Одно из них формулируется с точки зрения условий обмена, то есть активного рынка (именно оно приведено в ФСО РФ). Второе определение формулируется с точки зрения экономических критериев, возможности получения будущих экономических выгод. Согласно ему справедливая рыночная стоимость тождественна приведенной стоимости будущих экономических выгод от владения [32, с. 35]. Оба этих определения создают полезные ориентиры для самого процесса оценки.

А.Н. Козырев [159], например, считает, что не надо вообще «биться» над понятием и определением стоимости, а по аналогии с математикой, принять основные аксиомы, лежащие в основе оценки.

В федеральных стандартах оценки РФ под *рыночной стоимостью* понимается наиболее вероятная цена объекта оценки, по которой он может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства, то есть когда:

- одна из сторон сделки не обязана отчуждать объект оценки, а другая сторона не обязана принимать исполнение;
- стороны сделки хорошо осведомлены о предмете сделки и действуют в своих интересах;
- объект оценки представлен на открытом рынке посредством публичной оферты, типичной для аналогичных объектов оценки;
- цена сделки представляет собой разумное вознаграждение за объект оценки, и принуждения к совершению сделки в отношении сторон сделки с чьей-либо стороны не было;
- платеж за объект оценки выражен в денежной форме.

Элементы данного определения имеют следующее толкование:

наиболее вероятная цена ... – наибольшая из достижимых по разумным соображениям цен для продавца и наименьшая из достижимых по разумным соображениям цен для покупателя. Во внимание не принимаются цены, завышенные или заниженные вследствие особых условий или обстоятельств сделки, таких как нетипичная форма взаиморасчетов, специальные компенсации и скидки и т.п.;

И.Д. Грачев уточняет [159], что подразумевается некое многомерное распределение вероятностей и экстремум является наиболее вероятной ценой – рыночной стоимостью.

... может быть отчужден ... – подчеркивает тот факт, что стоимость объекта оценки является величиной именно расчетной, нежели предопределенной заранее или реальной ценой продажи;

... на открытом рынке ... – означает, что предложение объекта оценки доступно без ограничений для всех потенциальных покупателей, как на внутреннем, так и на внешнем рынке;

... в условиях конкуренции ... – означает существование конкуренции продавцов и покупателей и конкурентное формирование цены;

... стороны сделки действуют разумно ... – означает, что каждая из них действует в своих интересах разумно, пытаясь достичь цены, наилучшей для ее позиции в сделке;

... располагая всей необходимой информацией ... – означает, что как покупатель, так и продавец в достаточной степени информированы о сущности и характеристиках объекта сделки, его существующем использовании и потенциальном применении, а также о состоянии рынка на дату оценки, спросе на предлагаемый к продаже объект, учитывая альтерна-

тивные предложения, его слабые и сильные стороны относительно этих предложений. В сделках с ИС особенно важным является условие максимальной информированности продавца и покупателя ввиду того, что объект — низколиквидный актив и максимальную выгоду пользователю может приносить только при определенных условиях;

... не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства ... — означает, что сделка должна носить коммерческий характер и совершаться добровольно, между покупателем и продавцом нет никаких особых, специфических взаимоотношений (как, например, между материнской и дочерней компанией), которые могут выразиться в нетипичной цене.

Несомненно одно, что данную трактовку рыночной стоимости нельзя признать удачной и подходящей для всех случаев оценки. Например, она не подходит для многих рыночных трансакций, когда сделки происходят на ограниченном рынке (узкоспециализированном), когда в условиях банкротства необходимо также определять рыночную стоимость, когда имущество используется продавцом для одной цели, а покупатель приобретает его для другой.

Не подходит данное определение «рыночной стоимости» и для объектов ИС, так как для них, как правило, не существует активного рынка. У объектов ИС, как правило, не бывает одновременно несколько покупателей, а значит, не возникает и конкуренция. Продукты интеллектуальной деятельности обладают свойством уникальности, и, следовательно, цены на них формируются скорее как монопольные цены, а отнюдь не как равновесные цены конкурентного рынка. Это вытекает из особенности экономики нематериальных (неосязаемых) активов. Покупатель и продавец редко бывают в равной степени информированы об истинных достоинствах и недостатках данного объекта, а потому их равноправие в сделке весьма проблематично. А также в отличие от недвижимости ИС никогда ни в нашей стране, ни за рубежом не выставляется по заранее определенной цене.

Из этого следует, что применение понятия «рыночная стоимость» к ИС не всегда может быть правомерным. Особенно это касается оценки в ходе приватизации, разъединения или слияния предприятий, банкротства, организации совместных предприятий с иностранными партнерами, когда продавец и покупатель лишены свободного выбора партнера по сделке, права ИС являются объектом, не имеющим аналога, спрос и предложение ограничены, а цену нельзя с чем-то сопоставить. В этих случаях, изучив функциональные возможности ИС, спрогнозировав прибыль от ее практического использования, можно рассчитать базовую рыночную стоимость ИС, которую правомерно считать исходной стартовой для других расчетов капитала бизнеса.

НМА и ИС редко продаются отдельно от предприятия, частью которого они являются. Это связано с тем, что сами по себе они часто обладают незначительной или нулевой стоимостью. Если нет покупателя на ИС, независимо от затрат на его разработку, текущая рыночная стоимость данного объекта равна нулю. Если спроса нет, то нет и стоимости. Рыночная стоимость является объективной, независимой от желания отдельных участников рынка интеллектуальной собственности и отражает реальные экономические условия, складывающиеся на данном рынке.

А.Н. Козырев отмечает, что «нет рынка и нет рыночной стоимости в том смысле, как это определяется в законе или в стандарте. Даже на бытовом уровне понятно, что ее нет, потому что есть огромный диапазон возможных решений, одно из которых принимается, но не в силу того, что это рынок продиктовал. Существуют очень разные механизмы принятия решений» [159].

Однако в ФСО 2 определены случаи обязательного расчета рыночной стоимости, что создает для оценщика соответствующие трудности:

- при изъятии имущества для государственных нужд;
- при определении стоимости объекта залога, в том числе при ипотеке;
- при определении стоимости неденежных вкладов в уставный (складочный) капитал;
- при определении стоимости имущества должника в ходе процедур банкротства;
- при определении стоимости безвозмездно полученного имущества.

В методических рекомендациях³⁸ отмечается, что при определении рыночной стоимости интеллектуальной собственности следует учитывать:

- нематериальный, уникальный характер объекта оценки;
- текущее использование интеллектуальной собственности;
- возможные отрасли использования, наиболее вероятные емкость и долю рынка, издержки на производство и реализацию продукции, выпускаемую с использованием интеллектуальной собственности, объем и временную структуру инвестиций, требуемых для освоения и использования интеллектуальной собственности в той или иной отрасли;
- риски освоения и использования интеллектуальной собственности в различных отраслях, в том числе риски недостижения технических, экономических, эксплуатационных и экологических характеристик, риски недобросовестной конкуренции и другие;

³⁸ Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности. Утв. Министерством имущественных отношений РФ от 26.11.2002 г. // Российский оценщик. – 2002. – № 5.

- стадии разработки и промышленного освоения интеллектуальной собственности;
- возможность и степень правовой защиты;
- объем передаваемых прав и других условий договоров о создании и использовании интеллектуальной собственности;
- способ выплаты вознаграждения за использование интеллектуальной собственности;
- другие факторы.

Федеральный стандарт оценки предусматривает возможность использования кроме рыночной стоимости инвестиционную и ликвидационную.

В связи с вышеизложенными трудностями определения рыночной стоимости ИС и в связи с тем, что данные активы редко меняют своих владельцев, для большинства объектов актуальным является определение именно инвестиционной стоимости.

Инвестиционная стоимость ИС – стоимость ИС для конкретного инвестора исходя из его доходности при определенных целях инвестирования. Поэтому расчет инвестиционной стоимости производится исходя из ожидаемых данных инвестором доходов и конкретной ставки капитализации. При определении инвестиционной стоимости, в отличие от определения рыночной стоимости, учет возможности отчуждения по инвестиционной стоимости на открытом рынке не обязателен. Как показывает опыт российских специалистов по оценке ИС, всегда предполагается использовать данный актив в конкретной технологии, в конкретном инвестиционном проекте.

Ликвидационная стоимость ИС – стоимость объекта оценки в случае, если объект оценки должен быть отчужден в срок меньше обычного, стоимость имущественных прав при их вынужденной продаже. Данный вид стоимости определяется в том случае, если объект ИС может быть продан отдельно от остальных активов предприятия. Здесь важен срок полезного использования (оставшийся срок полезного использования) объекта оценки.

Это фактически вид остаточной стоимости, то есть, стоимости объекта оценки в конце прогнозного периода, рассматриваемого в рамках проводимого анализа; капитализация дохода является весьма распространенной процедурой оценки остаточной стоимости. Для этой цели ликвидационная стоимость определяется как цена, за которую владелец/пользователь объекта интеллектуальной собственности сможет продать этот объект по окончании дискретного периода анализа. Иными словами, ликвидация просто означает процесс (1) перехода права собственности на объект от продавца к покупателю и (2) обращения стоимости объекта в наличные [141]. В рамках анализа других видов имущества (например, не-

движимости, материального движимого имущества) ликвидационная стоимость часто синонимична утилизационной стоимости. Остаточная утилизационная стоимость обычно считается минимальной стоимостью этих видов имущества. Утилизационная стоимость материального движимого имущества может подразумевать переплавку объекта и его продажу в форме металлолома или пластмассового утильсырья.

В конце дискретного периода анализа владелец обычно имеет в распоряжении многочисленные альтернативные варианты ликвидации (или обращения в наличные) объекта ИС. Он может передать объект интеллектуальной собственности в порядке добровольной ликвидации. При добровольной ликвидации владелец будет держать этот объект на соответствующем вторичном рынке в течение нормального периода экспозиции и нести затраты времени и средств, необходимые для поддержания этого объекта (юридического и коммерческого).

Нормальный период экспозиции – это количество времени, необходимое для информирования возможных потенциальных покупателей о планируемой продаже объекта ИС. При добровольной ликвидации владелец подождет, пока не появится возможность продать данный объект покупателю по максимальной цене.

Наконец, по окончании дискретного периода анализа владелец может передать объект ИС в порядке аукционной ликвидации. Аукционная ликвидация иногда называется вынужденной ликвидацией. Однако этот термин не подразумевает, что ликвидация (или передача в обмен на наличные) является навязанной владельцу, он может осуществить аукционную ликвидацию объекта интеллектуальной собственности добровольно. Скорее, при ликвидации «вынужденным» является срок экспозиции на рынке. Нормальный срок экспозиции для соответствующего вида интеллектуальной собственности искусственно сокращается до определенного периода проведения аукциона.

При определении ликвидационной стоимости, в отличие от определения рыночной стоимости, учитывается влияние чрезвычайных обстоятельств, вынуждающих продавца продавать объект оценки на условиях, не соответствующих рыночным.

При отсутствии юридических (и других) ограничений владелец передаст объект ИС с использованием варианта, который обеспечит для него максимальную сумму чистой выручки. Стоит отметить, что ликвидационной стоимостью интеллектуальной собственности является ее продажная цена (а не сумма чистой выручки продавца) [141].

В международных стандартах оценки (МСО) определены и другие виды стоимости. МСО регулярно изменяются и пересматриваются. К основным изменениям в восьмом издании МСО (2007) относится и обширный пересмотр МСО 2 «Базы оценки, отличные от рыночной стоимости»:

- были введены четыре новых определения: база стоимости (*basis of value*), справедливая стоимость (*fair value*), специальный покупатель (*special purchaser*), синергитическая стоимость (*synergistic value*) (которая заменила термин «стоимость слияния» (*marriage value*));

- два термина были объединены (инвестиционная стоимость или ценность (*investment value or worth*), и специальная стоимость (*special value*);

- семь других определений были удалены (стоимость в использовании (*value in use*); стоимость действующего предприятия (*going concern value*); страховая стоимость (*insurable value*); стоимость для целей налогообложения или налоговая (налогооблагаемая) стоимость (*assessed, rateable or taxable value*), утилизационная стоимость (*salvage value*), ликвидационная стоимость или стоимость вынужденной продажи (*liquidation or forced sale value*); и стоимость ипотечного кредитования (*mortgage lending value*).

В пересмотренном МСО 2 базы, отличные от рыночной стоимости, объединены в три группы:

- базы, специфические для предприятия;
- базы стоимости, специфические для сторон в сделке;
- определения стоимости, основанные на законодательстве или контракте.

Применение конкретной базы оценки может быть далее разъяснено путем определения допущений, характеризующих особую ситуацию на предприятии, владеющим имуществом (например, действующее предприятие, предприятие в стадии ликвидации и т.д.).

Принятые в большинстве стран с развитой экономикой стандарты оценки предполагают определение рыночной стоимости тремя подходами, результаты расчетов по которым подлежат заключительному согласованию.

3.5. Затратный подход в оценке ИС и НМА

Многие экономисты считают, что возмещение затрат на разработку ОИС не может служить ценообразующим принципом, поскольку измерить затраты уникального интеллектуального труда не представляется возможным. Затратный подход имеет один, но очень существенный недостаток. Получаемая при этом подходе оценка, как правило, не имеет отношения к реальной ценности ОИС. Исключение составляет позиция государства, которое может стремиться возместить затраты интеллектуального труда, руководствуясь внерыночными целями.

Все затратные методы основаны на посылке, что вклад ОИС в прибыль предприятия превышает затраты на воссоздание ОИС.

Тем не менее контролирующие и налоговые органы, как у нас в стране так и за рубежом, как правило, настаивают на затратных методах расчета стоимости НМА.

Например, Служба внутренних доходов Казначейства США (US Treasury) одобрила три метода оценки стоимости ИС [1, с. 24]:

- на основе восстановительной стоимости;
- на основе платежей, внесенных за пользование ИС в аналогичных ситуациях (если невозможно точно подсчитать восстановительную стоимость);
- на основе дохода от действительного лицензирования (если невозможно точно подсчитать восстановительную стоимость).

Несмотря на то, что аналогичных методических рекомендаций для оценки отечественных ИС и НМА нет, нашим контролирующим и налоговым органам также наиболее близок и понятен доходный подход в оценке.

Затратный подход может применяться для оценки ОИС, не участвующих в формировании будущих доходов и не приносящих прибыли в настоящее время, если эти активы имеют социальное значение или участвуют в подобных программах, если сферой их применения являются социальная сфера, космос, оборонные программы, другие программы безопасности, государственного и регионального устройства.

Возможна оплата по затратной модели при приобретении ОИС с малой степенью доработанности на стадии аванс-проекта или эскизного проекта. В этом случае в расчет будут приниматься и затраты по доведению их до стадии готовности, присущих рабочему проекту (то есть доведение до стадии практического применения с отработкой необходимых «ноу-хау», технологического оснащения, испытательной базы и т.д.). Базой (критерием) для определения стоимостной оценки приобретения ОИС в этом случае является сумма затрат, связанных с получением аналогичного результата собственными силами или по заказу у другого исполнителя (контрагента), иными словами, выполнение прикладных исследований.

На практике затратные методы оценки ОИС в качестве нематериальных активов используются, например, в случаях оценки авторских прав на программы для ЭВМ, разработанных для конкретного инвестора или оценки конструкторской документации в качестве ноу-хау.

Расчет стоимости объекта оценки методом суммирования фактических затрат применяется и для определения балансовой (бухгалтерской) стоимости результатов интеллектуальной деятельности для целей постановки их на бухгалтерский учет и отражения стоимости ОИС на балансе предприятия в качестве его имущества на дату постановки этого имущества на бухгалтерский учет или на дату его ввода в эксплуатацию. В этом случае производится прямое суммирование фактических затрат без учета времени их совершения, то есть без учета изменения стоимости денег во времени. Обязательным условием использования данного метода оценки (особенно для целей бухгалтерского учета) является наличие первичных бухгалтерских документов, подтверждающих фактические расходы.

Однако в данных случаях затраты, на наш взгляд, рассматриваются именно как издержки, а не как стоимость. Определяя стоимость затратным подходом учитываются не просто прямые издержки на создание объекта, также косвенные издержки, потраченные средства на доведение объекта до состояния использования, изменение стоимости потраченных денег во времени, потеря стоимости объекта оценки с течением времени, предпринимательская прибыль, как величина наиболее вероятного вознаграждения за инвестирование капитала в создание ИС и НМА.

Затратный подход к оценке рыночной стоимости объектов интеллектуальной собственности и нематериальных активов основан на определении затрат, необходимых для восстановления или замещения объекта оценки, возможно использование и исторических затрат.

Определение рыночной стоимости с использованием затратного подхода включает следующие основные процедуры:³⁹

- определение суммы затрат на создание нового объекта, аналогичного объекту оценки;
- определение величины износа объекта оценки по отношению к новому аналогичному объекту оценки;
- расчет рыночной стоимости объекта оценки путем вычитания из суммы затрат величины износа объекта оценки.

Хотя НМА, как правило, не подвержены «износу», тем не менее они также могут обесцениваться со временем, так что в какой-то момент от стоимости не остается и следа.

Уменьшение стоимости может быть связано со следующими причинами [190]:

- передовыми технологиями, выводящими на рынок более эффективные, дешевые или более выгодные продукты;
- экономическими условиями, сокращающими потребительский спрос и порождающими в отрасли избыточные производственные мощности.

Таким образом, можно определить функциональное и экономическое (внешнее) обесценение НМА, если оно произошло.

Часто для определения обесценения НМА используют формулу морального старения, которая приведена во многих учебниках [2]:

$$K_c = 1 - \frac{T_{\phi}}{T_n},$$

где K_c – коэффициент морального старения;

T_{ϕ} – фактический срок действия охранного документа на дату оценки;

T_n – нормативный срок действия охранного документа.

³⁹ Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности. Утв. Министерством имущественных отношений РФ от 26.11.2002 г. // Российский оценщик. – 2002. – № 5.

Исходя из данной формулы обесценение актива происходит пропорционально сроку его использования, то есть практически как амортизация. Однако нематериальные активы от использования не изнашиваются, некоторые даже увеличиваются, например, товарные знаки, хотя в этом случае автор встречал в практических примерах оценки изменение минуса в формуле на плюс.

Нам представляется, что определить обесценение неосязаемых активов без анализа рыночных условий, ценообразующих факторов невозможно. Обесценение активов при определении рыночной стоимости это не просто их бухгалтерская амортизация. Некоторые патенты, например, могут вначале не приносить доход своим владельцам, но в последствии быть высоко доходными по разным причинам, иногда находится новое применение запатентованному изобретению. *Так, Клоуд, изобретатель неоновой рекламы, имел несколько коммерчески удачных патентов в области холодильной техники. А вот от своего «неонового» патента в течение первых 12 лет его действия он не получил практически никаких доходов. В последующие пять лет полученные им роялти составили несколько миллионов долларов.*

3.6. Доходный подход в оценке ИС и НМА

Доходный подход является главным подходом при оценке ИС и НМА. Этому есть целый ряд объективных причин, излагаемых ниже.

- Доходный предусматривает, что никто не вложит свой капитал в приобретение того или иного объекта нематериального характера, если такой же доход можно получить другим способом, в такой же предполагаемый отрезок времени, а именно ИС и НМА обладают высокой доходностью. Годовые темпы роста мирового промышленного производства не превышают 2,5–3%, то мировая торговля лицензиями на право использования промышленной собственности и технологии растет темпами, достигающими 12% в год.
- Затратный подход, как было рассмотрено ранее, не может быть объективным и достоверным в определении результата оценки стоимости ИС и НМА.
- Рынок данных активов не развит, в связи с чем нет возможности применения рыночного (сравнительного) подхода к оценке.

Достоинство доходного подхода в том, что он универсален, теоретически обоснован и позволяет определить именно ту стоимость актива (рыночную, инвестиционную и т.п.), которая должна быть определена в соответствии с типом совершаемой сделки и целями оценки. Основной недос-

таток доходного подхода – сложность получения необходимой исходной информации для расчетов ввиду отсутствия у нас необходимых баз данных.

Однако оценка рыночной стоимости, построенная на одной единственной процедуре, не может быть признана удовлетворительной, в условиях, когда вынужденно применяется только один подход к оценке ИС и НМА, множественность мнений о стоимости объекта может быть организована путем использования различных методов оценки доходного подхода. Чем сложнее оцениваемая собственность и чем меньше доступной информации об условиях продажи объектов аналогичного назначения и сравнимой полезности, тем большее число методов оценки должно быть использовано для построения убедительного оценочного заключения.

При доходном подходе необходимо определить три важные составляющие:

- объем потока доходов, который может быть получен от использования нематериального актива;
- предположение относительно продолжительности потока доходов;
- предположение относительно риска, связанного с получением предполагаемого дохода.

Точки зрения на то, что считать денежным потоком, приносимым НМА, в экономической литературе несколько разнятся. А.Н. Козырев [65] считает, что если рыночная оценка НМА больше, чем прибыль с капитала, которая может быть получена в случае альтернативного наименее рискованного вложения капитала, то у покупателя есть мотивация для приобретения данного актива, а у владельца стимул к вложениям в него. Соответственно разность между этими стоимостями и есть оценка НМА.

Доходом от использования интеллектуальной собственности является разница за определенный период времени между денежными поступлениями и денежными выплатами, получаемая правообладателем за предоставленное право использования интеллектуальной собственности.

Выгоды от использования оцениваемой интеллектуальной собственности определяются на основе прямого сопоставления величины, риска и времени получения денежного потока от использования интеллектуальной собственности с величиной, риском и временем получения денежного потока, который получил бы правообладатель, при не использовании интеллектуальной собственности.⁴⁰

С нашей точки зрения, при определении денежного потока, приносимого именно оцениваемым нематериальным активом, можно построить

⁴⁰ Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности. Утв. Министерством имущественных отношений РФ от 26.11.2002 г. // Российский оценщик. – 2002. – № 5.

реальный денежный поток, основанный на реальном экономическом преимуществе владельца данного актива или гипотетический денежный поток, который может принести НМА, определяемый с помощью косвенных показателей.

При формировании денежного потока встает вопрос: какой именно денежный поток использовать для оценки стоимости ИС и НМА – чистый, освобожденный от налогов или денежный поток до налогообложения.

А.Н. Козырев и В.Л. Макаров [67, с. 49] отмечают, что в качестве денежного потока НМА можно использовать прибыль до налогообложения, после налогообложения или денежный поток.

А. Дамодаран [36, с. 21]: «Если дисконтируются денежные потоки после выплаты процентов и основных платежей, то речь идет о денежных потоках на собственный капитал, и в качестве ставки дисконтирования должна использоваться стоимость собственного капитала. Если же дисконтируются денежные потоки до уплаты процентов и основных платежей, то обычно речь идет о денежных потоках, поступающих в фирму», то есть в расчете на собственный и заемный капитал.

На наш взгляд, если мы рассчитываем инвестиционную стоимость (а по факту оценки ИС и НМА именно этот вид стоимости «маскируется» у нас под рыночную), то необходимо при расчете использовать чистый денежный поток после уплаты налогов, так как инвестора интересуют чистые деньги, особенно при оценке бизнеса и ОИС.

Следующая составляющая доходного подхода – определение прогнозного периода получения дохода от ИС и НМА.

Определение прогнозного периода связано с одной стороны со сроком нормативного действия прав на ОИС, с другой – со сроком полезного использования объектов оценки. Если существует нормативный срок действия прав на оцениваемый объект (например, патенты), то прогнозный период не может быть больше остаточного срока службы объекта. Некоторые объекты, хотя и имеют установленные сроки, но для целей оценки они не применимы, например, сроки действия авторских прав – всю жизнь автора и 70 лет после его смерти. Особенно если мы соотнесем это с авторскими правами на компьютерные программы и базы данных, которые устаревают достаточно быстро. Многие объекты оценки вообще не имеют нормативных сроков действия прав (например, ноу-хау).

Непростыми объектами с точки зрения определения прогнозного периода являются и товарные знаки. С одной стороны они могут являться бессрочными активами компании, так как по истечении 10 лет права на товарный знак могут продлеваться бесконечное число раз. Таким образом, при определении прогнозного периода появляется и постпрогнозный период. Но товарные знаки с течением времени могут как расти в цене (что бывает чаще), так и «умирать». Кроме того, у компании есть большое ко-

личество номенклатурных товарных знаков в зависимости от ассортимента продукции, которые она может и не продлевать.

Таким образом, определение прогнозного и постпрогнозного периодов зависит прежде всего от специфики самого нематериального объекта оценки. Необходимо кроме нормативных условий, учитывать реальные рыночные условия, в некоторых случаях обычаи делового оборота. Например, прогнозный период в случае оценки ноу-хау не может быть достаточно большим из-за возможности раскрытия секрета производства и в любом случае должен зависеть от надежности охраны данного секрета. А прогнозный период в случае оценки авторских прав на компьютерную программу массового спроса не может быть больше 5, а в некоторых случаях 3-х или даже 2-х лет, исходя из обычаев делового оборота (времени обращения компьютерных программ на рынке), так как новая версия компьютерной программы является новым объектом.

Следующей проблемой оценки стоимости нематериальных активов является определение ставки дисконтирования для приведения будущих денежных потоков, приносимых НМА и ИС к дате оценки.

В экономическом смысле ставкой дисконта может выступать ставка дохода по имеющимся альтернативным вариантам инвестиций с сопоставимым уровнем риска на дату оценки.

В соответствии с теорией оценочной деятельности ставка дисконта должна рассчитываться с учетом, как минимум, трех факторов:

- наличия различных источников привлекаемого капитала, с различным требуемым уровнем доходности;
- роста стоимости денег во времени;
- риска, связанный с вложением денег в конкретный ОИС.

Специально организованный экспертный опрос 124 ведущих специалистов 37 разнопрофильных уральских предприятий позволил установить, что средняя доходность объектов интеллектуальной собственности в 2,4 раза выше средней доходности материальных активов. Однако следует помнить, что экономика нематериальных активов это наиболее доходный, но и наиболее рискованный сектор экономики.

Оценка конкретного объекта ИС или НМА может быть тесно связана с оценкой бизнеса, и тогда ставка дисконтирования для данного объекта является такой же как для оценки всего бизнеса. Если же нематериальный актив оценивается как самостоятельный объект, то в этом случае могут учитываться специфические риски, свойственные для использования именно данного объекта.

В Методических рекомендациях по определению рыночной стоимости ИС отмечено, что при расчете ставки дисконтирования для денежных потоков, создаваемых ОИС, следует учитывать:

- безрисковую ставку отдачи на капитал как ставку отдачи при наименее рискованном вложении капитала;

- величину премии за риск, связанную с инвестированием капитала в оцениваемый ОИС;
- ставку отдачи на капитал аналогичных по уровню риска инвестиций.

Существуют известные методы определения ставки дисконтирования: метод средневзвешенной стоимости капитала (WACC), метод рыночной экстракции и различные модификации моделей для собственного капитала: модель оценки капитальных активов (CAPM), кумулятивное построение, квалитетическая модель.

Все они имеют свои достоинства и недостатки.

WACC отражает текущую стоимость совокупности источников, используемых для финансирования обычных для данной компании капиталовложений, и при выходе за рамки обычной для организации деятельности (что нередко бывает при использовании ОИС), инвестиции подвергаются совершенно иным рискам, в связи с чем WACC в ряде случаев не может использоваться в качестве требуемой нормы доходности, так как не учитывает различие в рисках разных инвестиций.

Метод рыночной экстракции основан на анализе норм прибыли, получаемых владельцами сопоставимых объектов. Данный метод является самым надежным и доказательным из перечисленных выше методов, поскольку отражает процессы, непосредственно происходящие на рынке ОИС, но для его использования необходима достоверная информация о достаточном количестве реальных сделок.

Однако настоящий этап развития экономики РФ характеризуется:

- отсутствием развитого рынка купли-продажи ОИС и (НМА);
- спецификой экономики РФ, заключающейся в её закрытости в целом (хозяйствующие субъекты неохотно раскрывают информацию, о чём бы то ни было);
- спецификой объектов ИС и НМА, которые зачастую сами собой предоставляют конфиденциальную информацию: секреты производства, коммерческую тайну, государственную тайну, что не позволяет получить необходимую информацию для расчетов;
- отсутствием централизованной базы данных, накапливающей не только информацию о характеристиках объектов ИС (НМА), но и об их стоимости и о доходах от обладания ими.

Всё вышеперечисленное говорит о том, что, в настоящее время применение данного метода возможно только в исключительных случаях, когда оценщику удастся получить необходимую информацию для расчета. По мере развития рынка купли-продажи ОИС и НМА данный метод может стать одним из основных, так как он обладает самым необходимым свойством для оценки – высокой достоверностью и основывается на рыночной информации.

Модель оценки капитальных активов используется в том случае, если акции фирмы котируются на фондовом рынке, что для российских инновационных и научно-технических организаций на данный момент времени не характерно.

Этот метод основан на следующей посылке: инвестору необходим дополнительный доход, превышающий возможный доход от полностью застрахованных от риска ценных бумаг. Дополнительный доход является компенсацией инвестора за вложения в рискованные активы. По существу, этот метод основан на анализе рынка ценных бумаг и может давать достаточно объективные результаты для ставки дисконтирования, которая применяется для оценки инвестиционных проектов, сравнимых с вложениями в ликвидные акции обществ открытого типа.

Отметим, что данная модель выведена У. Шарпом при целом ряде допущений, основными из которых являются предположение о наличии эффективного рынка капитала и совершенной конкуренции инвесторов.

Однако в российской практике данный метод определения ставки дисконтирования применяется не только для компаний, акции которых котируются на фондовом рынке, но и для любых открытых компаний.

Кумулятивный метод предполагает определение ставки дисконтирования на основе последовательного учета большого числа составляющих, отражающих в той или иной мере риски, присущие оцениваемому объекту. Обычно расчет начинают с безрисковой ставки, к которой добавляются дополнительные риски, отражающие премии инвестора за вложения в рискованные активы.

В соответствии с исходным «методом кумулятивного построения ставки дисконтирования», опубликованным в журнале *Business valuation Review*, December. 1992; «The Adjusted Capital Asset Pricing Model for Developing Capitalization Rates: An Extension of Previous Build-Up Methodologies Based Upon the CAPM», учитываются следующие факторы риска, принимающие значение от 0% до 5%:

- Ключевая фигура в руководстве; качество руководства.
- Размер компании.
- Финансовая структура (источники финансирования компании).
- Товарная и территориальная диверсификация.
- Диверсификация клиентуры.
- Доходы: рентабельность и предсказуемость.
- Прочие особые риски.

Если при оценке НМА ставка дисконтирования может быть аналогична ставке дисконтирования всего бизнеса, тогда использование данных факторов риска правомерно. Однако, если мы оцениваем самостоятельный объект, возможно для целей купли-продажи, факторы риска должны быть несколько иными.

В числе специфических факторов риска инвестирования ОИС, выделяемых в рамках метода кумулятивного построения ставки дисконта, можно оценивать следующие риски:

- риск, связанный с возможностью нарушения прав на ОИС;
- риск, связанный с предсказуемостью доходов от использования ОИС;
- риск, связанный с более ранней стадией разработки ОИС, с недостаточной проработанностью инвестиционного проекта и т.д.;
- риск, связанный с низкой ликвидностью ОИС и пр.

Способы нахождения, состав и количественные характеристики этих составляющих различны у каждого исследователя, что позволяет субъективно варьировать значение ставки произвольным образом в широких пределах и значительно снижает достоверность результата. Тем не менее, это обстоятельство не должно служить основанием для того, чтобы пренебрегать методом кумулятивного построения хотя бы в качестве вспомогательного инструмента.

Минимизировать субъективизм кумулятивного построения ставки дисконтирования возможно при помощи факторного анализа.⁴¹

Его сущность состоит в том, что имеются факторы, влияющие на тот или иной показатель метода кумулятивного построения, которые можно выразить в односложных вопросах с ответами «да», «нет», «нет данных» (т.е. «не знаю»). Таким образом, для того чтобы достоверно рассчитать ставку дисконтирования, необходимо обладать достоверной исходной информацией об оцениваемом бизнесе и в соответствии с ней ответить на ряд простых вопросов, понятных и неспециалисту в оценочной деятельности. Это позволяет избежать:

- возможность «подгонки» результата под требования заказчика, т.к. правильность ответов на поставленные вопросы может проверить практически любой внешний пользователь отчета об оценке;
- применение «экспертного» мнения оценщика, снижающего достоверность итоговых результатов;
- лишних трудозатрат по поиску необходимой достоверной информации для точного расчета ставки дисконтирования иными методами.

Согласно методу факторного анализа каждый фактор риска вложения в оцениваемый нематериальный актив можно определить, исходя из его разложения на составляющие, от которых будет зависеть его значение.

Подводя итог, следует отметить, что все рассмотренные методы определения ставки дисконтирования несут в себе элемент неопределенности. Возникает закономерный вопрос о том, каким методом для ее определения следует пользоваться и какое значение ставки считать корректным. При этом, каким бы методом мы ни попытались определить величину ко-

⁴¹ <http://www.appraiser.ru/default.aspx?SectionId=189&Id=2373>

эффициента дисконтирования, всегда может возникнуть ситуация, при которой этот самый коэффициент различен для разных инвесторов. Выбор корректного значения коэффициента дисконтирования должен, безусловно, базироваться на основных теоретических подходах к его определению. Однако искусство финансового аналитика, занимающегося оценкой инвестиционного проекта с использованием ОИС, заключается в его умении учесть как характерные особенности конкретного оцениваемого объекта, так и реальные условия проведения сделки (характер и форму будущих экономических выгод, приобретаемых инвестором, его альтернативные издержки и т.д.). Дополнительные усилия, затраченные на проработку указанных нюансов, повысят достоверность выполненных расчетов, их доказательность для заказчика и, в случае необходимости, обеспечат более сильные позиции во время переговоров о цене сделки с будущим инвестором. При выборе ставки дисконта для установления инвестиционной стоимости вклада в виде прав на ОИС в конкретный инвестиционный проект обычно используется единая ставка дисконта для проекта в целом.

Инвестиции в технологии, находящиеся на стадии становления, связаны с гораздо большим риском, вплоть до полной потери первоначальных вложений. Когда будущая разработка представляет собой только идею на бумаге, сложно представить себе уровень возможных рисков пока она дойдет до стадии лабораторных, опытных работ или производства. Корпоративные венчурные инвесторы готовы брать на себя технологический риск, инвестируя в исследования и разработки стартапов, и вкладывать средства в интеллектуальную собственность (получая право ее использовать). В этих условиях ставки доходности, требуемые инвесторами, рискнувшими вложить свои средства в венчурные компании, намного выше самого рискованного, но уже налаженного бизнеса.

С развитием венчурного проекта меняется восприятие риска и требуемая ставка доходности. Ниже представлены возможные ставки дисконтирования на различных стадиях развития проекта [32, с. 341]:

- запуск проекта (идея) – 50%;
- первый этап (опытный образец) – 40%;
- второй этап (коммерческий успех продукции, однако есть трудности с получением кредита на расширение) – 30%;
- третий этап (быстрорастущая компания, но еще ограниченное кредитование) – 25%.

Если мы рассматриваем биотехнологические и фармацевтические проекты, то ставка дисконтирования в зависимости от стадии разработки препаратов может выглядеть следующим образом⁴²:

⁴² Patent Valuation&Royalty Rates. The Relief From Royalty Valuation Method by Russell L. Parr // Business Valuations Guide. – 2007. – № 1. – С. 1.

Стадия развития	Требования к ставке дисконтирования
Открытие	80%
Доклиническая	60%
1 стадия клинических	50%
2 стадия клинических	40%
3 стадия клинических	25%
Применение нового лекарственного препарата	22,5%
Запуск продукта	17,5-15%

Венчурные инвесторы не являются долгосрочными инвесторами. Они планируют такие инвестиции на 5-7 лет и выходят из дела с капиталом, увеличившимся в 3-10 раз. Как правило, при этом они продают венчурную компанию более крупной корпорации или путем выхода на фондовый рынок, то есть осуществляя IPO.

Группа доходных методов оценки стоимости ИС и НМА самая многочисленная. Применение того или иного метода оценки будет зависеть от следующих обстоятельств:

- характера НМА, являющегося предметом оценки;
- устойчивости и природы дохода.

Доходный подход может включать следующие методы:

- метод преимущества в прибыли;
- метод преимущества в расходах;
- метод освобождения от роялти;
- метод разделения прибыли (дохода);
- метод выделения доли прибыли, приходящейся на ОИС (коэффициентный метод, правило 25%);
- метод реальных опционов;
- метод избыточной прибыли, применяемый для оценки стоимости гудвилла или реже товарных знаков и брендов.

Особенности применения данных методов, их достоинства и недостатки, особенности оценки отдельных видов НМА подробно разобраны в авторских учебниках [132; 133].

Выводы

1. Оценку НМА можно определить как науку прикладного экономического анализа, оценщик, используя системный подход и моделирование стоимости НМА на основе скорее не конкретных рыночных цен, а изучения объекта оценки, соответствующего рынка, факторов ценообразования принимает обоснованное решение о стоимости, как наиболее вероятной прогнозной цены НМА.

2. В связи с отсутствием активного рынка ИС и НМА сложно определить рыночную стоимость данных объектов, можно здесь предлагать и специальную терминологию, исходя из специфики этих объектов, например, условная рыночная стоимость, но по сути оценочная стоимость является скорее всего инвестиционной.

3. Затратный подход в оценке ИС и НМА хотя и не является основным, тем не менее занимает свое место при определенных целях оценки. При этом необходимо разделять издержки компании на разработку нематериального объекта и определяемую рыночную стоимость затратным подходом.

4. Основные проблемы доходного подхода сосредоточены в определении денежного потока, приносимого оцениваемым нематериальным объектом, прогнозного периода и ставки дисконтирования. Каждая из этих проблем решается в результате анализа самого объекта оценки, отраслевого рынка и рынка ИС, ценообразующих факторов.

ГЛАВА 4. ВЛИЯНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ

4.1. Факторы создания стоимости компании

Понимание того, из чего складывается бизнес, его стоимость, какие процессы и активы влияют на создание стоимости, становится основой для точного скоординированного движения к намеченной цели – роста стоимости компании. На первый взгляд, кажется, что доход является первым индикатором стоимости, однако реальный рынок опровергает это. Если в 1960–70-х годах около 25% различий в динамике курсов акций компаний могло объясниться разницей в объявленных доходах, то в 1980–1990-х годах это уже менее 10% [80]. Таким образом, получение дохода является возможно важным, но не самым главным и определяющим фактором.

На стоимость компании оказывают влияние различные факторы (факторы стоимости):

- размер компании, состояние производственных площадей;
- обладание передовой технологией;
- инновационная продукция;
- степень вероятности обеспечения прав ИС и получения конкурентных преимуществ;
- ценовая политика предприятия;
- надежность поставщиков;
- имидж компании, ее бренд и продвижение продукции на рынке;
- наличие благоприятных возможностей для расширения бизнеса, возможность создания стратегического альянса с партнером, и пр.

Факторы стоимости можно условно разделить на две группы: внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся те факторы, которые возникают независимо от самой компании и его менеджмента, например, государственное регулирование валютного курса, налогов, ставок, квот, льгот и пр. или, например, цены поставщиков сырья. Внешними факторами нельзя управлять, менеджмент не имеет рычагов непосредственного воздействия на эти параметры, однако необходимо предвидеть события и принимать меры по снижению негативных последствий.

К внутренним факторам относятся те, которые связаны с действием самого менеджмента компании или с состоянием компании. Управление компанией строится путем воздействия на внутренние факторы, среди которых выделяют ключевые, влияние которых на стоимость компании является наиболее значимым. Факторы стоимости могут быть выявлены через разложение показателей, используемых при расчете стоимости компа-

нии, на отдельные составляющие. Строится дерево факторов с различными степенями детализации. Не все факторы однозначно влияют на стоимость компании, изменение некоторых из них может одновременно увеличивать и уничтожать стоимость. Есть факторы первостепенные, есть второстепенные. 80% стоимости определяют 20% факторов [48, с. 89]. Как правило, большинство руководителей уверены, что знают, чем определяется успех бизнеса. Однако это понимание зачастую сосредоточено на краткосрочных целях, ориентированных на результаты текущего отчетного периода, нежели на задаче долгосрочного роста стоимости.

Умение создавать стоимость за счет НМА превращается в новом тысячелетии в источник конкурентного преимущества, который невозможно купить и очень трудно скопировать.

Когда инвестиционных банкиров попросили указать, на какие «нематериальные» аспекты работы компании они обращают внимание при ее оценке, первыми были названы: реализация корпоративной стратегии, доверие к руководству, качество корпоративной стратегии, склонность к инновациям и способность привлекать служащих.⁴³

В данных баланса это не находит своего отражения, таким образом, данные баланса крайне мало говорят о стоимости компании. Существующая система финансовой отчетности глубоко уходит корнями в индустриальную экономику, в условиях которой материальные активы действительно давали хорошее представление об эффективности прошлой работы компании и ее перспективах. Инвесторы, оценивая компанию на рынке, обращают внимание именно на перспективы ее развития, о чем баланс «говорит» крайне мало.

Сегодня мы видим, что стоимость определяется не продавцом, а покупателем, компания стоит столько, сколько готов за нее заплатить инвестор.

Технология не имеет внутренней стоимости [13, с. 86; 177, с. 37]. Знания как таковые вообще не имеют стоимости. Некоторые компании пытаются накапливать знания, предполагая, что чем больше будет знаний, тем успешней они будут работать и будет больше стоимость компании. Однако для того, чтобы с помощью полученных знаний повысить стоимость необходимы и другие НМА, такие как процессы управления, выбранная бизнес-модель создания и продвижения инновационной продукции, создание брендов, имидж и моральные ценности компании и пр. Более слабая технология, но использованная на основе более совершенной

⁴³ Mavrinas S., Siesfeld G.A. Measures That Matter: an exploratory investigation of investor information needs and value priorities // The Economic Impact of Knowledge. 1998. Цитируется по Адриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – С. 19.

бизнес-модели, может принести больше доходности, чем совершенная технология, коммерческое использование которой было осуществлено с помощью плохой бизнес-модели. Вариантом бизнес-модели может быть и создание различных объединений компаний (холдингов, альянсов и пр.), обмен знаниями в рамках которых увеличивает стоимость компаний, интеграцию взаимодополняющих ресурсов, порождает совместное обучение, создание новых продуктов, технологий и услуг.

Многие из знаний, которыми обладает компания, находятся в головах ее служащих. Использование этих знаний – важная задача любой организации. Человеческий капитал, гудвилл персонала являются общепризнанными НМА, влияющими на стоимость компании. В настоящее время разрабатываются различные методы оценки человеческого капитала: с одной стороны с точки зрения затрат, связанных с использованием наемного персонала (расходов на зарплату, обучение и пр), с другой стороны – с точки зрения дохода, который этот персонал генерирует. Однако многие аспекты производственного процесса так взаимосвязаны, что отнести доходы на один какой-либо объект практически невозможно.

4.2. Стратегия стоимостной цепочки

Инновационность в качестве важнейшей черты современной экономики заключается, прежде всего, в способности трансформировать знания в новые продукты, процессы, услуги [55, с. 262].

Именно в процессе удачной трансформации рождается стоимость, процесс это непростой, сопровождается многими рисками, но только в результате воплощения знания в коммерческий продукт возникает стоимость. Иногда знания в виде информации могут быть самостоятельным товаром, но опять же имея в виду потенциал их воплощения в будущем коммерческом продукте или в будущем знании, но в итоге все равно в конечном продукте.

Еще раз вспоминая о многообразии нематериальных активов, которыми обладает компания, приведем несколько модифицированную нами обобщенную их структуру, предлагаемую Тиссенем [1]:

- технология и формализованные знания:
 - патенты (в том числе заявки на патенты), свидетельства;
 - технологические процессы;
 - специализированное компьютерное программное обеспечение;
- навыки и неформализованные знания:
 - персональный гудвилл;
 - ноу-хау;
 - сферы компетенции;

- рыночные нематериальные активы:
 - клиентская база;
 - товарный знак;
 - гудвилл или деловая репутация;
 - сеть поставщиков;
 - обладание стандартами;
 - контракты;
- структурные нематериальные активы:
 - методы руководства и контроля;
 - управленческая информация;
 - разработанное программное обеспечение и базы данных;
- общие моральные ценности и нормы:
 - корпоративная культура;
 - наставничество;
 - ориентация на потребителя, надежность, качество и др.

Некоторые из этих нематериальных активов являются интеллектуальной собственностью компании. Все они в той или иной мере играют определенную роль в создании общей стоимости компании. Для выяснения этой роли необходимо первоначально выделить ключевые сферы компетенции компании.

Чтобы считаться ключевой компетенцией, «любая совокупность навыков», как утверждает Г. Хамел [171], должна отвечать следующим критериям:

- она должна играть решающую роль в повышении ценности продукции компании в глазах покупателя. Благодаря своей ключевой компетенции компания может предоставить потребителю особые преимущества;
- благодаря этой компетенции компания должна быть уникальной, непохожей на своих конкурентов;
- она должна служить ключом к новым рынкам, создавать потенциал на будущее.

В качестве ключевой компетенции может быть и обладание новой технологией и особыми навыками, отличающими данную компанию от остальных на рынке. Может быть и система уникального распространения товара или послепродажного обслуживания. Более подробные инструкции о выборе ключевых компетенций компании можно найти у Д. Андриссена и Р. Тиссена [1].

После определения ключевых сфер компетенции компании необходимо провести анализ имеющихся нематериальных активов (инвентаризацию).

Каждая компания располагает различными НМА, не все из них одинаково важны для компании с точки зрения создания стоимости.

Из множества рассмотренных в главе 1 классификаций НМА, в целях оценки стоимости компаний было выделено деление активов на идентифицируемые и неидентифицируемые. С точки зрения влияния на стоимость компаний предлагалось классифицировать НМА на системообразующие, уникальные и результирующие.

Но даже в разрезе данной классификации необходимо сформулировать прежде всего НМА, необходимые компании, в связи с определенными ключевыми компетенциями. Поскольку даже если компания обладает уникальными НМА, но они не соответствуют ее основной ключевой компетенции, то влияние на стоимость компании будет минимальным (возможно данный актив можно продать по хорошей рыночной цене).

Процесс идентификации объектов ИС, их выявление, оформления прав на РИД в некоторых случаях, определение цели трансформации прав на РИД в НМА, при необходимости постановка на учет, связаны с определенными затратами. Однако стоимость ИС в ее использовании, а не в связанных с ней затратах. Идентифицированные права ИС могут как создавать добавленную стоимость компании, так и не создавать. В связи с этим необходимо проводить отбор объектов с точки зрения их потенциала в получении дохода для компании или других конкурентных преимуществ на рынке. В данном случае мы рассматриваем соответствие прав ИС, которыми обладает компания, ключевой сфере компетенции. Только в этом случае, когда все направлено на единую стратегическую цель, права ИС также работают на конечный результат.

Некоторые аспекты ключевой сферы компетенции могут быть запатентованы, как для дополнительной ее защиты, так и для получения дополнительного дохода. Патентовать можно не только технические процессы и изобретения, но и различные способы, в том числе способы ведения бизнеса. Компания Dell получила 42 патента на свою бизнес-модель. Запатентована не только ее система заказов продукции он-лайн с перестраиваемой конфигурацией, но также способы, с которым данная система встраивается в непрерывный поток процессов производства и поставки в компании. Иногда права ИС могут быть и основными бизнесообразующими единицами.

Всегда можно реализовать права на ИС как самостоятельный НМА, но это может быть просто сопутствующий дополнительный доход, если данный актив не соответствует ключевой компетенции компании. Патенты могут применяться и в качестве обеспечения при перекрестном лицензировании для доступа к новым процессам или экономии при собственном производстве.

Иногда необходимо формировать портфель ИС, включающий выявление РИД, подлежащих правовой охране, форму правовой охраны и степень доступа к информации, содержащихся в конкретных РИД. В стоимо-

ственном отношении портфель ИС может стоить гораздо больше, чем отдельный объект ИС, так как больше покрытие области исключительных прав. Следует заметить, что в целом стоимость портфеля прав возрастает только при активном его использовании, которое соответствует ключевой компетенции компании. В окончательном варианте бритвенного станка «Sensor» воплотилось 22 патентоспособных изобретения. Однако одни и те же знания могут быть бесполезны для одной компании и приносить миллионы для другой.

Рассматривать стоимость НМА необходимо только с точки зрения доходов, которые они могут генерировать. Грамотное управление этими объектами с точки зрения их коммерческого использования может многократно увеличить получаемый доход. Ключевыми критериями принятия управленческих решений становятся знания о том, сколько стоит нематериальный актив, кто может быть его потенциальным потребителем и каким образом он влияет на стоимость продукции и на стоимость компании.

Что касается неформализованных знаний, навыков, норм и моральных ценностей, носителями данных НМА являются люди. Поэтому закрепить данные знания за компанией можно только удержав людей, которые в ней работают. Безусловно в компаниях со значительными НМА необходима новая мотивация служащих. В конечном счете управление знаниями сводится к управлению людьми.

Не всегда можно выделить отдельный НМА из предложенной структуры и определить генерируемый им доход, поэтому имеет смысл определить группу НМА, соответствующих ключевой компетенции компании, и определить тот дополнительный доход, который будет получен благодаря данной сфере компетенции. Причем, даже отобранные НМА, необходимо рассматривать взаимосвязано, поскольку экономическая синергия возникает только тогда, когда они дополняют друг друга.

Таким образом, компании необходимо провести собственную инициативную инвентаризацию (по структурным группам НМА), проанализировать чем владеет компания, насколько имеющиеся НМА соответствуют ключевой компетенции компании и какие НМА (ИС) необходимо дополнительно внедрить или приобрести.

В общем виде цепочка создания стоимости компании за счет НМА может выглядеть следующим образом:

- постановка цели и задачи компании на рынке;
- определение ключевых сфер компетенции;
- определение структуры необходимых НМА в соответствии с ключевыми сферами компетенции;
- идентификация собственных ИС и НМА;
- коммерческое использование в рамках ключевых сфер компетенции;
- получение добавленной стоимости;
- оценка компании на финансовом рынке (капитализация).

На рис. 4.1 показана причинно-следственная связь звеньев в цепочке создания стоимости компании. Возможно мы упрощаем данный процесс, в действительности он многократно сложнее и комплекснее, однако упрощение является общепринятым принципом науки. Современная наука говорит о возможности сведения сложных феноменов к простым, будь то физические системы или компании, что необходимо для понимания и контроля над ними.

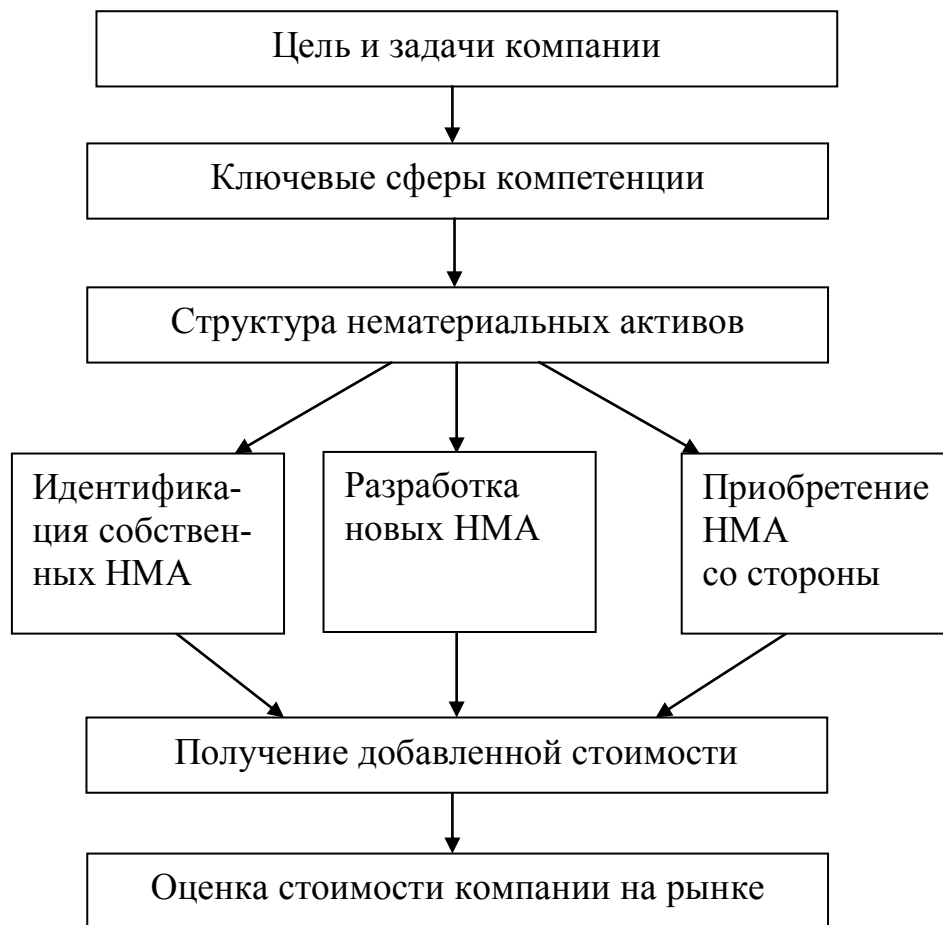


Рис. 4.1. Цепочка создания стоимости компании за счет использования нематериальных активов

Нематериальные активы могут создавать дополнительную стоимость компании различными путями:

- непосредственно участвуя в бизнесе и принося дополнительный доход (иногда основной, в случае, когда НМА является бизнесообразующим);
- являясь неотъемлемой частью выпускаемой продукции (товарный знак, патент, ноу-хау); уникальные НМА (ИС) существенно добавляют стоимость продукции и повышают ее конкурентоспособность;

- сами по себе они также могут обладают определенной стоимостью, их можно реализовывать как самостоятельные активы, причем многократно, в отличие от материальных;
- могут формировать уставный капитал компании.

Однако все эти возможности НМА будут играть определенную роль в формировании стоимости компании только в случае соответствия ключевой компетенции.

Д. Андрессен и Р. Тиссен [1, с. 154] предлагают рассчитывать стоимость ключевой сферы компетенции по следующей формуле:

$$V_{cc} = \left[\sum_{t=1}^S \frac{GP \times (1 + P)^t}{(1 + i)^t} \right] \times R,$$

где V_{cc} – стоимость ключевой сферы компетенции;

S – долговечность в годах (прогнозный период получения прибыли, жизненный цикл существования ключевой компетенции);

GP – валовая прибыль;

P – потенциал на будущее (темп роста в %);

R – устойчивость в %;

i – затраты на капитал (ставка дисконтирования в %);

t – время (в годах).

Получаемые денежные потоки и ожидаемые будущие денежные потоки создают основу для оценки реальной рыночной стоимости компании на финансовом рынке. Иногда кажется, что фондовый рынок близорук и интересуется только сиюминутным эффектом – результатами квартальных отчетов. Однако излишнее внимание к промежуточным отчетам, как правило, идет в ущерб долгосрочному устойчивому созданию стоимости, сокращению расходов на обучение персонала, исследования и разработки и созданию новой продукции. Существует мнение, что наделение служащих акциями, может также привести к росту стоимости компании, так как они должны вести себя как собственники, но практика не подтверждает данное мнение.

Устойчивость компании на рынке, сохранение ее стоимости связаны с теорией жизненного цикла товара. Теория говорит о том, что у каждого товара есть несколько этапов жизни на рынке, начиная с первоначального внедрения, затем роста, насыщения рынка данным товаром и неизбежной утраты интереса потребителей к нему, когда товар необходимо снимать с производства. Поэтому вопрос заниматься или нет вообще инновациями для компаний не стоит, он трансформируется в вопрос – заниматься непрерывными или радикальными инновациями. Риск существует и в том и в другом случае, однако во втором случае риска, конечно, больше. Непрерывные инновации позволяют использовать результаты исследований и

разработок, усилий в области маркетинга и сбыта уже выполняемых в аналогичной предыдущей работе. Тогда как радикальные инновации требуют существенных инвестиций, нового изучения рынка, разработки нового производственного процесса при большей неопределенности.

В сегодняшней экономике научно-технический прогресс развивается настолько быстро, что выигрывают только те компании, которые одновременно занимаются и непрерывными и радикальными инновациями.

Рассмотрим более подробно процесс создания стоимости компании на основе создания принципиально нового НМА.

4.3. Цепочка создания стоимости за счет создания принципиально нового нематериального актива

Следует отметить, что сфера исследований и разработок может как создавать дополнительную стоимость в случае успеха, так и уничтожать ее в случае неудачи.

С точки зрения создания стоимости нематериальный актив компании проходит несколько стадий от идеи до превращения непосредственно в актив и его использования. На рис. 4.2 выделены основные этапы создания стоимости в процессе формирования нового НМА.

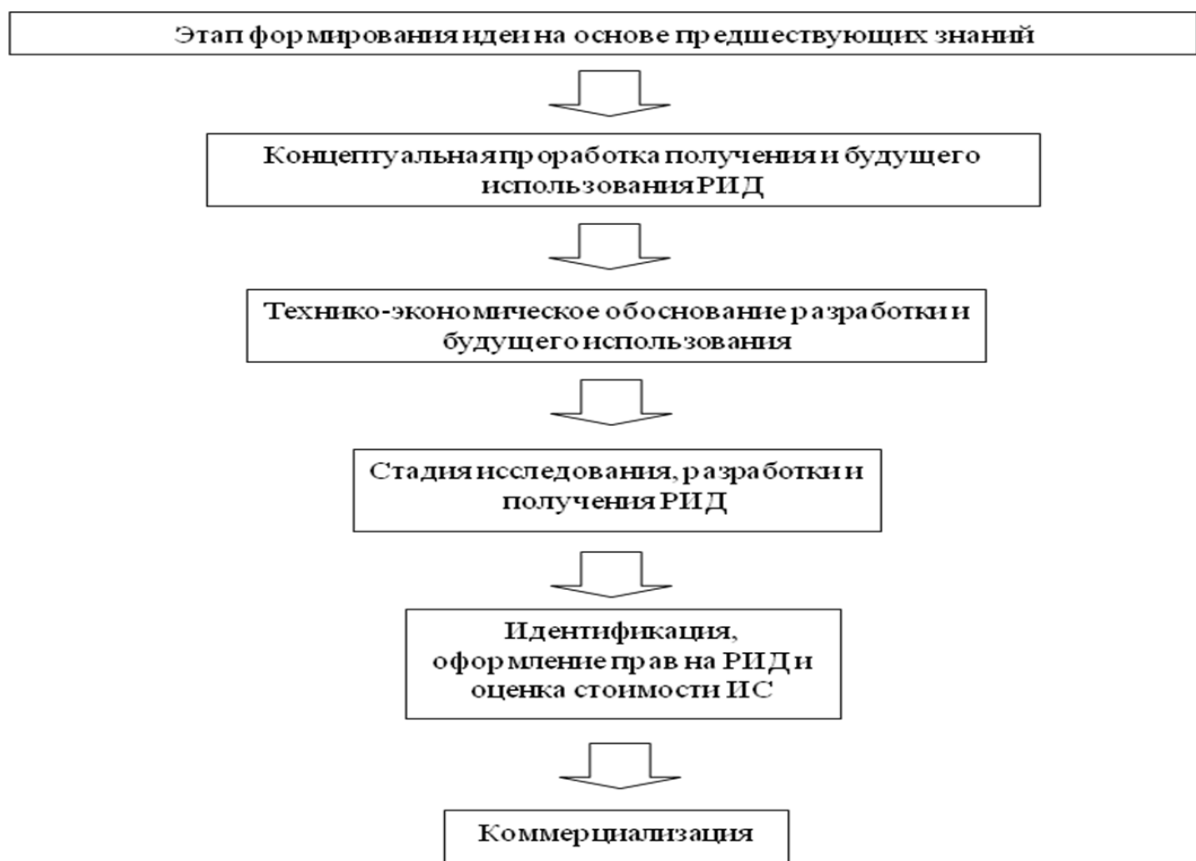


Рис. 4.2. Этапы создания стоимости в процессе формирования нового НМА

Исследуем более подробно создание стоимости на каждом из выделенных этапов.

1. Этап формирования идеи на основе предшествующих знаний.

Множество идей может быть на первой стадии, но к последней их останутся единицы. В экономической литературе в теории управления НИОКР это названо «процессом последовательных ворот» (stage gate process), воронкой или трубой НИОКР.⁴⁴ Строго говоря, это именно «воронка», которая имеет не совсем такую интерпретацию, как на рис. 4.2, а имеет узкое горлышко, то есть наибольший отсев наблюдается именно на данной стадии.

Зарождаются объекты ИС или другие нематериальные активы в функциональных структурных подразделениях компании. Причем, практически в любых подразделениях могут возникнуть идеи, которые в будущем оформятся в нематериальные активы компании и будут приносить ей дополнительный доход и составят основу ее будущей стоимости. Это могут быть и технологические подразделения, и маркетинговые, и подразделения, связанные с подготовкой программного обеспечения, и даже кадровое подразделение, если оно, например, придумает новую уникальную систему рекрутинга или делопроизводства и оформит ее в качестве ноу-хау.

Следует заметить, что ученые-разработчики, как правило, не знают рынка и вряд ли даже отдаленно представляют, как полученные ими научные результаты могут быть трансформированы в рыночный продукт. Они не владеют и экономическими расчетами и финансовыми показателями. Для этого и необходим отбор идей.

Создание стоимости происходит на каждой стадии рис. 4.2. То есть до идентификации непосредственно самого нематериального объекта уже закладывается его будущая стоимость и его роль в компании.

Еще на стадии формирования идей происходит создание стоимости путем выявления области перспективных идей и возможности их трансформирования в РИД и использования в будущей продукции компании. Идеи могут быть как результатом предыдущих исследований, так и возникнуть в любом отделе компании. Создание стоимости, с одной стороны, происходит путем отсеивания неперспективных идей, предотвращения излишних трат компании. С другой стороны использование возможности получения уникальных РИД, создания уникальных продуктов и приращение стоимости компании. Это позволяет также не жалеть об упущенной возможности. Снижение риска (а это будущее повышение стоимости) осуществляется путем диверсификации портфеля выбранных идей.

⁴⁴ Боер Ф.Питер. Оценка стоимости технологий: проблемы бизнеса и финансов в мире исследований и разработок: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. – С. 36; Schonberger R., Knod E. Operations Management. – Boston: Irwin, 1994. – P. 59-61.

На данной стадии важен патентный поиск, определение той ниши, где возможны патентоспособные решения, и, наоборот, определение тех направлений, где средства будут потрачены зря по причине существования патентов по аналогичным РИД. Грамотные патентные исследования позволяют экономить средства компании.

С целью создания будущей стоимости «сырые» идеи должны «просеиваться сквозь сито» для определения их соответствия ключевой компетенции и возможностям компании, а также их потенциальной экономической значимости, уникальности и оригинальности (патентоспособности).

2. Концептуальная проработка получения и будущего использования РИД.

Грамотно выполненная концептуальная проработка идеи также создает дополнительную стоимость компании в будущем. При концептуальной проработке необходимо ответить на следующие вопросы:

- Каков целевой рынок?
- Кто будет заниматься коммерциализацией?
- В чем конкурентное преимущество данного предложения?
- Есть ли вероятность оформления прав ИС?
- Может ли данная идея и полученные РИД дать основу для других инициатив?

На данном этапе к авторам идеи присоединяются группы исследователей разных специальностей: технические специалисты, патентоведы, маркетологи. По данным мировой статистики в среднем в общем затрат на разработку технологии анализ рынка составляет 6,6% [7, с. 57].

Основные критерии прохождения данной стадии отбора:

- фактор времени, быстрый выход на рынок является конкурентным преимуществом, жизненный цикл высокотехнологичных товаров обычно не превышает 3–5 лет;
- наличие финансовых ресурсов;
- наличие технологической базы;
- вероятность коммерческого успеха.

Таким образом ценность идеи или технологии зависит от проработанной бизнес-модели.

3. Техничко-экономическое обоснование разработки и будущего использования.

Если «идея» дошла до стадии технико-экономического обоснования (ТЭО), это говорит о ее перспективности для данной компании. На данной стадии определяются данные о затратах на разработку и возможных результатах, делается детальное предварительное изучение целевого рынка. Определяются объемы работ по проекту, потребности в ресурсах, решение технических вопросов, концепция процесса изготовления. Определяется «дорожная карта» коммерциализации будущих РИД.

Поскольку сроки, затраты и потребности в ресурсах, а также возможные результаты, определены, оценка стоимости становится более определенной. Однако вместе с тем финансовые затраты по проекту растут, а до отдачи еще далеко, поэтому на данной стадии стоит задача не просто создание благоприятных возможностей, но и обеспечение снижения риска. Как отмечено выше, снижение риска также позволяет создавать новую стоимость для компании.

4. Стадия исследования, разработки и получения РИД.

На этом этапе закладывается качественность полученного результата интеллектуальной деятельности и будущая экономическая стоимость НМА. Риски на данной стадии могут быть различны:

- ресурсный риск – обладание необходимыми производственными возможностями, доступность капитала;
- технический риск – соответствие техническим характеристикам, изменение целей получения конкретных результатов;
- предпринимательский риск – чувствительность к факторам стоимости, таким как объем, затраты, капиталоемкость и продолжительность создания НМА.

Не следует считать, что риск – это всегда плохо. Поскольку доходность безрисковых проектов, как правило, не превышает затрат на капитал, они не создают стоимости. Риском следует управлять, его не надо избегать [13, с. 53].

Излишний консерватизм может привести к плохим решениям и разрушению стоимости.

Р. Купер [185, с. 102], который выделяет 5 принципов управления риском в применении к разработке нового продукта, технологии или любого нововведения:

- если определенности велики, то надо «держать ставку низкой»;
- по мере того, как неопределенность уменьшается, «ставки можно поднимать»;
- принимать решения о приростах постепенно и избегать игры во «все или ничего»;
- будь готов платить за информацию, которая требуется для снижения риска;
- создай процесс с многочисленными возможностями выхода из него.

На этом этапе могут заключаются договоры с партнерами, и они берут на себя определенные обязательства по продвижению будущего нового продукта или технологии еще на стадии их разработки. Однако в этом случае также надо помнить, что часть будущей стоимости может «уплыть» к конкурентам.

Затраты на НИОКР на стадии разработки могут быть признаны в качестве НМА по МСФО 38, в отличие от РПБУ⁴⁵, где незавершенные НИОКР не могут быть признаны НМА компании.

Например, разработки по проектированию, конструированию и тестированию допроизводственных образцов и моделей, инструментов, шаблонов и форм для использования новой технологии т.п. [79, с. 66].

В соответствии с МСФО для определения, удовлетворяет ли внутренне созданный НМА критериям признания его активом с точки зрения бухгалтерского учета, процесс создания актива следует разделять на две стадии: стадия исследований и стадия разработки. Затраты на первой стадии не признаются бухучетом НМА, затраты на стадии разработки могут быть признаны НМА, если компания может продемонстрировать:

- техническую осуществимость создания НМА;
- намерение и способность создать НМА, его использовать или продать;
- будущие экономические выгоды, которые получит компания;
- доступность технических, финансовых и других ресурсов для завершения разработки (наличие бизнес-плана);
- способность надежно оценить затраты, относящиеся к НМА.

5. Идентификация, оформление прав на РИД и оценка стоимости.

Данный этап связан с освоением полученных результатов интеллектуальной деятельности в производстве. Прежде чем приступить к использованию полученных РИД, необходимо оформить права ИС или выбрать иную форму защиты прав компании на РИД. Окончательное превращение этих результатов в актив компании осуществляется путем оценки их стоимости и постановки на баланс в качестве НМА.

В целях бухгалтерского учета формируют инвентарный объект НМА, которым признается совокупность прав, возникающих из одного патента, свидетельства, договора об отчуждении исключительного права на РИД или на средство индивидуализации, а также сложный объект, включающий несколько охраняемых РИД (аудиовизуальное произведение, мультимедийный продукт, единая технология).

Для признания затрат в качестве НМА бухгалтерским учетом в соответствии с МСФО необходимо выполнение следующих условий:

- неденежный актив, не имеющий физической формы;
- идентифицируемость – актив может быть отделен от организации для последующей перепродажи, передачи, сдачи в аренду или обмена;
- получение будущих экономических выгод, которые проявляются в увеличении выручки, прибыли, экономии на затратах или других выгод, являющихся результатом использования актива организации;

⁴⁵ ПБУ 14/2007 «Учет НМА».

- контроль – организация имеет право на получение будущих экономических выгод от его использования и может ограничить доступ других организаций к этим выгодам. Проще контролировать будущие выгоды от НМА при наличии юридических прав (права ИС), в отсутствие которых эта задача более трудоемка.

Особые полученные знания, технические или рыночные, могут приводить к появлению будущих экономических выгод, но компания может контролировать их, если они защищены юридическими правами, то есть авторским правом, ограничениями в договоре или юридической обязанностью работников соблюдать конфиденциальность.

Затраты на подготовку персонала могут принести компании будущие экономические выгоды, но в общем случае компания не может их контролировать, так как квалифицированный персонал может уйти в другую компанию. Однако при заключении специальных договоров по найму и проведении специальных программ по обучению, они могут являться НМА компании.

Таким образом, не все НМА компании признаются бухгалтерским учетом и ставятся на баланс, однако могут приносить компании дополнительную стоимость.

В соответствии с МФСО 38 «Нематериальные активы» не признаются в качестве НМА внутренне созданные товарные знаки, издательские права, деловая репутация, списки клиентов и др.

На данном этапе освоения РИД эффект масштаба еще не реализован, затраты на единицу продукции в период освоения в производстве велики и, как правило, превышают соответствующие доходы. Наряду с созданием плацдарма для завоевания рынка, разрешаются проблемы, связанные с производством, обеспечением качества и дизайном. Не следует переходить к данному этапу, пока все риски и проблемы не будут определены. Возможна потеря будущей стоимости из-за ошибок предыдущих этапов, затягивания освоения в производстве, потери времени и упущенной выгоды.

Исходя из основного принципа оценки стоимости «наиболее эффективного использования», определяется вариант, при котором будущая стоимость будет максимальной. Будет ли это внутреннее использование или отделение самостоятельного бизнеса, совместное предприятие или лицензирование, а может быть будущая продажа будущего НМА компании.

На данном этапе существенен рыночный риск, связанный с ненадлежащим исследованием рынка, возникшими изменениями на рынке, с реакцией конкурентов и возникшим государственным регулированием.

6. Коммерциализация.

Получение доходов в соответствии с целями, задачами и ключевой компетенцией компании на рынке, выбранным вариантом коммерциализации НМА. Максимальное использование различных уникальных

свойств НМА, в том числе увеличение стоимости с ростом масштаба производства и сетевых эффектов.

Грамотная проработка предыдущих стадий и создание на каждой стадии своей добавленной стоимости приведет к максимально возможной доходности использования НМА, соответственно максимальной стоимости самого актива и стоимости компании.

4.4. Управление нематериальными активами в компании

Для крупных компаний целесообразно формирование отдельного подразделения, выполняющего полный комплекс работ в данной сфере. В свете современного этапа экономики нематериальных активов, возможно данное подразделение может называться «управление ИС и НМА», куда должен входить «отдел стратегической политики», «отдел правовой охраны и коммерциализации ИС», «отдел финансовых расчетов и определения стоимости» и т.п. Подчиняется данная структура непосредственно руководителю организации или заместителю директора по инновационной работе.

Деятельность данного подразделения может включать следующие функции:

- выработку стратегии компании на основе использования ИС и НМА;
- выявление перспективных и приоритетных направлений развития научно-технической деятельности, проведение маркетинговых исследований по потребностям рынка в РИД, созданных в компании;
- обоснование продвижения инноваций от идей до РИД;
- участие в подготовке планов и программ НИОКР;
- обеспечение правовой охраны созданных в компании РИД;
- проведение и анализ результатов патентных исследований, тенденций развития создаваемых разработок, их патентоспособности и конкурентоспособности;
- разработку научно-методического и нормативного обеспечения внутренних процессов организации, регулирования и контроля выявления, правовой охраны и использования НМА (объектов ИС);
- проведение плановой и инициативной инвентаризации НМА (прав ИС), их оценки и учета;
- организацию и ведение учета и контроля исполнения договоров об отчуждении прав, лицензионных договоров, авторских договоров и иных, касающихся прав ИС;
- контроль за нарушением прав ИС компании третьими лицами;
- стимулирование мотивации научно-технического творчества и инновационной активности.

При создании уникального нематериального актива, соответствующего ключевой компетенции компании, в силу особой его значимости, возможно выделение данного процесса в отдельный проект, назначение межфункциональной группы исполнителей и руководителя для управления данным инновационным проектом.

Для малых предприятий эффективным будет не создание специального подразделения по управлению ИС и НМА, а назначение менеджера с функциями управления ИС и НМА: планирования, организации, создания мотивации, коммерциализации, координации и контроля.

Ассоциация менеджеров провела исследование по инновационной восприимчивости российских компаний. Факторы улучшения данного процесса распределились следующим образом:⁴⁶

68% – введение системы мотивации и поощрения персонала;

46% – проведение корпоративных тренингов, направленных на формирование инновационной культуры в компании;

41% – совершенствование и внедрение системы управления знаниями в компании;

32% – организация дополнительного обучения и повышения квалификации персонала;

3% – другое.

Введение системы мотивации и поощрения персонала непосредственно связано с показателями эффективности инновационной деятельности, созданием стандартов работы менеджеров путем разработки ключевых показателей эффективности (KPI) инновационной активности, а также стандартов компетентности (перечень компетенций и требований к уровню их освоения); инновационная восприимчивость и инновационная инициативность должны быть основными личностными компетенциями. При этом поощряться должны как успехи, так и неудачи инновационных команд и их лидеров.

Важнейшим приоритетом корпоративной политики в сфере ИС должно быть соблюдение экономических интересов всех участников процесса создания, идентификации, правовой охраны, коммерциализации и последующего использования объектов ИС.

Некоторые компании пользуются инновационным индексом, как комплексным показателем, характеризующим в целом способность организации к инновационной активности. Например, компания Dow Corning, мировой производитель продуктов промышленного назначения на кремниевой основе, разработала инновационный индекс, который включает

⁴⁶ Национальный доклад «Организационно-управленческие инновации: развитие экономики, основанной на знаниях» / Под ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2008. – С. 104.

количество выдвинутых новаторских идей, процент вовлеченности персонала в инновационный процесс, рост продаж компании в результате инновационной активности и количество полученных организацией патентов. Максимальное значение индекса 100. Устанавливая начальное значение, компания использовала данные, собранные за предшествующий период работы, а в последствии рассчитывала индекс регулярно, чтобы отслеживать текущее состояние инновационных компетенций компании.

Многие компании разрабатывают собственную систему инновационных метрик. Однако если чрезмерно увлечься этим процессом, показатели могут приобрести абстрактные черты и потерять связь с конечным результатом.

В компаниях иногда в целях лучшего управления коммерциализацией полученных РИД в данной структуре отдельно выделяют подразделение трансферта технологий, хотя оно может быть и объединенным с подразделением ИС.

4.5. Трансферт технологий как способ коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности и получения дополнительной стоимости

В современной экономике в отличие от традиционных подходов представления фирмы на основе производственных возможностей и внутренних ресурсов, возникло представление, что основные ресурсы фирмы находятся за ее пределами и что фирмы, комбинирующие свои ресурсы с ресурсами партнеров, могут обеспечить себе источник создания стоимости и конкурентного преимущества.

Выше описана модель создания стоимости на основе создания нового НМА с использованием собственных средств и ресурсов. Однако в современном мире есть компании, которые используют и другой путь.

Анализ структуры собственных НМА в соответствии с ключевой компетенцией компании может показать «недостаточность» имеющихся НМА для конкурентного существования на рынке и необходимость приобретения новых ключевых НМА (ИС). Одним из непростых путей является трансферт технологий.

Коммерческая передача (трансферт) технологий чаще всего подразумевает деятельность в сфере экспорта-импорта, хотя процесс трансферта с успехом применяется и внутри страны, правда этот рыночный механизм характерен скорее для университетов и исследовательских организаций [7, с. 55].

В рамках трансферта технологий активно развиваются как процессы глобализации, так и регионализации. Мировой опыт показывает, что наи-

более распространенными коммерческими формами трансфера технологий являются:

- патентно-лицензионная торговля правами на ИС;
- формирование заинтересованными партнерами совместных коллективов прикладных исследований, сопровождающихся получением новых технологий;
- сдача в аренду (лизинг) техники (оборудования), воплощающим в себе новую технологию;
- экспортно-импортные операции по оборудованию, товарам и услугам, воплощающим в себе технологии их изготовления.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) оценила относительную важность каналов трансфера технологий.

Таблица 4.1

Относительная важность каналов трансфера технологий
по 8-балльной шкале, баллов

Страна	Покупка патентов, лицензий на изобретения	Информационная связь с другими пред- приятиями	Покупка оборудования	Наем квалифицированного персонала	Использование услуг консультантов	Совместные контракты НИОКР	Покупка предприятия
Австралия	4	2	1	3	5	8	7
Бельгия	4	2	6	1	3	5	7
Дания	3	1	2	5	4	6	7
Франция	2	1	3	6	4	5	7
Германия	5	1	4	2	3	6	7
Ирландия	2	1	4	7	5	3	6
Италия	5	2	1	4	3	6	8
Норвегия	2	1	8	4	3	5	6
Великобритания	2	1	5	3	4	6	7
В среднем	3,2	1,3	3,7	3,9	3,8	5,6	6,9

Источник: National Innovation System: Analytical Findings. – Organization for Economic Cooperation and Development: DSTI. – STP. – TIP (98) 6. – REV1.

Данные таблицы демонстрируют, что совместные контракты на разработку НИОКР и покупка предприятия, владеющего технологией, во всех приведенных странах превалируют как наиболее надежные каналы

трансферта технологий. В этих случаях обеспечивается безусловное владение всеми составляющими технологии (владение правами, ноу-хау, наличие квалифицированного персонала и оборудования) и более быстрое в связи с этим ее освоение. В случае же использования только одного из каналов – найма квалифицированного персонала, консультантов, покупка оборудования или патента (лицензии) на изобретение – имеются не полные условия для освоения новой технологии.

Для эффективно развивающейся экономики в структуре импорта характерно преобладание приобретения патентов, то есть новых наукоемких технологий, а в структуре экспорта – наоборот, доминирование инжиниринговых услуг, то есть сбыт зрелых технологий. В случае обратного соотношения страна неизбежно будет отставать в мировом технологическом развитии.

Исследования, проведенные Е.Д. Житенко⁴⁷ показали, что выбираемая форма трансферта технологии зависит от категории покупателя (продавца), уровня развития технологии (стадии) и уровня развития экономики страны. На момент разработки новой технологии интерес к ней проявляют либо малые динамично развивающиеся на рынке компании, создающиеся специально для внедрения данной технологии и возможно включающие ее авторов и разработчиков. Либо представители крупного бизнеса, монополизирующие рынок в данной отрасли, готовые и дальше диктовать свои условия, укрепив свое положение, или возможно законсервировать новую технологию. В качестве формы трансферта технологии в данном случае выбирается приобретение полного пакета прав на ИС в виде патента (портфеля патентов) или исключительной лицензии, возможен и стратегический альянс в сфере выполнения совместных НИОКР.

С развитием и ростом привлекательности новой технологии ее приобретателями становятся организации среднего бизнеса, стремящиеся не к монопольной власти, но к конкурентному преимуществу. Технология уже отлажена, затраты на производство продукта ниже, финансовых ресурсов необходимо меньше, и она становится доступной для предприятий малого и среднего бизнеса. Здесь применяются и другие формы, кроме лицензирования, трансферта технологии. Чем более зрелая технология, чем она более стандартизирована, тем больше используются консультационные и инжиниринговые услуги, прямые инвестиции в виде приобретения оборудования, ноу-хау и привлечение квалифицированного персонала.

Трансферт технологий компании могут использовать в качестве приобретения внешних факторов создания стоимости.

⁴⁷ Житенко Е.Д. Трансферт технологий: причины успеха. – Режим доступа: www.econom.nsc.ru/eco/arhiv/ReadStatiy/2002_06/Zhitenko.htm

4.6. Модель отраслевой сети создания стоимости

Модель отраслевой сети создания стоимости также является моделью создания дополнительной стоимости компании за счет использования внешних ресурсов. По всему миру появляются компании, которые переводят на этап коммерческого использования новые инновационные товары и услуги, приобретают их на том или ином этапе становления бизнеса или заключают партнерское соглашение. Тем самым, не занимаясь масштабными исследованиями, они получают доступ к лучшим достижениям в области НИОКР.

Такие компании как Intel, Sun, Oracle, Cisco и другие мало занимаются базовыми исследованиями, а иногда и вообще игнорируют это направление деятельности [177, с. 22]. Однако действуют эти компании инновационно, занимаются разработкой и внедрением инноваций на основе открытий, сделанных другими, и стоимость этих компаний растет быстрыми темпами. В этом случае используется модель отраслевой сети создания стоимости.

Если в конце XX века перед руководителями и менеджерами компаний стоял вопрос: самостоятельно разрабатывать и внедрять инновационные новинки или приобрести интеллектуальные права на их производства, то в XXI веке этот вопрос модифицировался: «произвести», «купить» или «вступить в партнерство». Партнерские альянсы приобретают все большую значимость в сфере передачи и управления знаниями и стратегии создания стоимости. Большая часть экономической литературы посвящена вопросам создания, приобретения НМА (основанных на новых знаниях) и создания стоимости внутри компании (что рассмотрено в предыдущем параграфе), однако следует помнить, что дополнительная стоимость может создаваться и за пределами компании в рамках партнерского альянса.

Альянс становится одним из распространенных способов ведения бизнеса. В США наблюдается рост численности альянсов на 25% в год.

Стратегический альянс – это партнерские отношения между двумя или более независимыми организациями, направленные на достижение взаимовыгодных целей в области бизнеса в течение определенного периода времени, пока это представляется экономически рентабельным [59, с. 192].

Примером сложного альянса является многолетний альянс между Intel и Hewlett-Packard, созданный в середине 90-х годов с целью разработки микросхемы следующего поколения. Эти компании интегрировали соответствующие технологии и координировали совместную деятельность групп разработчиков этого сложного продукта. В отличие от краткосрочных партнерств или соглашений между компаниями, которые носят в основном договорной характер, стратегические альянсы предоставляют

компаниям-участницам возможность учиться, получать новые знания, ноу-хау и превращать это в стоимостное преимущество.

Альянс построен на модели отраслевой сети создания стоимости, где партнером может выступать и поставщик, и клиент, производитель дополняющей продукции, конкурент или партнер за пределами отрасли.

Наибольшее распространение альянсы получили в высокотехнологичных отраслях, где растет не только их численность, но средняя стоимость, создаваемая отдельным альянсом.⁴⁸ Такие альянсы, как правило, фокусируются на передаче знаний и технологий в тех отраслях, для которых характерно, как стремительное изменение отраслевой структуры, так и динамика конкуренции. По мнению Хагедорна [186], формированию технологических альянсов способствуют такие факторы, как взаимодополняемость технологий, сокращение времени вывода инноваций на рынок, более широкий доступ к рынку и влияние на его структуру.

В литературе можно найти немало подтверждений тому, что не более 50% альянсов достигают поставленных целей.

Исследовано [59, с. 161], что те альянсы, в которых происходит обмен скрытыми, специализированными ресурсами (которые представляют собой различные права ИС и специализированные нематериальные активы) происходит создание большей стоимости. Важнейшее значение имеет скрытость ресурсов, их специфичность и сложность, это усложняет их копирование и может рассматриваться как источник создания стоимости и конкурентного преимущества.

В контексте альянсов сложность подразумевает степень взаимозависимости партнеров. Высший уровень взаимозависимости имеет место, когда партнеры одновременно обмениваются уникальными знаниями и другими ресурсами (например, соглашение о совместной НИОКР), предоставляются возможности для получения новых знаний и обучения. С точки зрения реляционного представления сложность способствует добавлению стоимости в альянсе, поскольку усиленная взаимозависимость ведет к уникальному сочетанию ресурсов, которое сложно копировать. Часто в таких альянсах участвуют партнеры, объединяющие свои скрытые знания в целях совместной разработки новой продукции или технологий, оба партнера, как правило, получают исключительное право использования данных технологий и продуктов. Нередко партнеры относятся к различным отраслям и объединяют ресурсы с целью развития рынка нового продукта.

В современных условиях находит свое развитие и модель открытой инновации, которая позволяет идеям, не соответствующим ключевой ком-

⁴⁸ Alliance Analyst // Computer Collaboration. – 1995. – May 15. – P. 14-18.

петенции, уходить из компании, чтобы найти более подходящее место для их реализации в стоимостном плане, и наоборот, способствует поступлению в компанию новых идей, предложений и бизнес-моделей.

Открытые инновации – парадигма, согласно которой считается, что фирмы могут и должны наряду с собственными использовать и внешние идеи, а также применять «внутренние» и «внешние» способы выходов на рынок со своими более совершенными технологиями [177, с. 29]. Эта бизнес-модель использует и внешние и внутренние идеи для создания стоимости.

Это наиболее актуально для тех многих инноваций, которые находятся на стыке разных направлений.

Модель открытой инновации снижает вероятность совершения ошибки, когда активных исследователей тормозят, пассивных поддерживают, а потенциально перспективные инновации остаются лежать «на полке» в компании.

В современных условиях существуют многочисленные способы, позволяющие выйти за традиционные границы компании, это связано прежде всего с сетевым бизнесом. Новые технологии предлагают и новые инструменты, помогающие их осуществить. Особая роль здесь принадлежит финансовым инструментам, которые используются для принятия решений, связанных с управлением потоком денежных средств в инновационном процессе, и способствуют созданию добавленной стоимости компании.

Выводы

1. В современных условиях экономики НМА никакая организация не может себе позволить не выполнять расчеты по оценке собственных НМА, которыми она обладает, их потенциала в сфере ключевой компетенции. Основой нематериальных активов компании являются объекты интеллектуальной собственности, открытые инновации и другие неосязаемые активы, как созданные внутри компании, так и приобретенные извне. Для того чтобы повысить стоимость компании и сохранять ее в будущем, необходимо в соответствии с ключевыми компетенциями компании (в рамках основной стратегии развития) обнаружить основные носители стоимости в качестве НМА и увязать их с ключевыми компетенциями. Управленческие решения хороши и грамотны настолько, насколько достоверна информация, на которой они основываются.

2. Цепочки создания стоимости компании могут быть различны: как на основе отбора собственных идей, их инвестирования и запуска в производство, так и на основе приобретения ключевых НМА (ОИС) или даже

целых компаний, обладающих необходимыми правами ИС или технологией, соответствующих ключевой компетенции фирмы. Возможна модель создания стоимости и на основе использования открытых инноваций.

3. Модель отраслевой сети создания стоимости с помощью альянсов предприятий может быть эффективно использована скорее для получения доступа к новым нематериальным ресурсам или замещения ресурсов, но не на получение принципиально новых знаний. В связи с этим данная модель не всегда приводит к созданию добавленной стоимости.

ПЕРЕЧЕНЬ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ И НОРМАТИВНЫХ АКТОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.94 № 51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.94) (ред. от 08.07.99).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995) (ред. от 17.12.1999).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ.
4. Закон РФ от 29.07.98 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» с дальнейшими измен. и доп.
5. Закон РФ от 29.07.04 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» с дальнейшими измен. и доп.
6. Закон РФ от 22.03.91 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» с дальнейшими измен. и доп.
7. Закон РФ от 20.02.1995 № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации»
8. Закон РФ от 21.07.1997 № 123-ФЗ «О приватизации государственного и об основах приватизации муниципального имущества в РФ» (в ред. от 23.06.1999 № 116-ФЗ).
9. Закон РФ от 21.11.1996 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» (в ред. от 23.07.1998 № 123-ФЗ).
10. Закон РФ от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (в ред. от 11.07.1998 г. № 96-ФЗ и 31.12.1998 № 193-ФЗ).
11. Закон РФ от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» (в ред. от 13.06.1996 г. № 65-ФЗ и от 24.05.1999 г. № 101-ФЗ).
12. Об утверждении Федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки (ФСО № 1)»: приказ Минэкономразвития РФ от 20.07.2007 № 256.
13. Об утверждении Федерального стандарта оценки «Цель оценки и виды стоимости (ФСО № 2)»: приказ Минэкономразвития РФ от 20.07.2007 № 255.
14. Об утверждении Федерального стандарта оценки «Требования к отчету об оценке (ФСО № 3)»: приказ Минэкономразвития РФ от 20.07.2007 № 254.
15. Всемирная декларация по интеллектуальной собственности // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. – 2002. – № 4.
16. О порядке инвентаризации и стоимостной оценке прав на результаты научно-технической деятельности. Постановление правительства РФ от 14.01.2002 г. № 7.

17. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007: приказ Минфина РФ от 27.12.2007 № 153н.

18. Методические рекомендации по инвентаризации прав на результаты научно-технической деятельности, утв. 22.05.02 г. Минимуществом РФ, Минпромнауки РФ, Минюстом РФ, № 1272-р/Р-8/149.

19. Методика расчета платежей за использование прав РФ на результаты интеллектуальной деятельности военного, специального и двойного назначения. Минюст РФ. – М., 2000 (проект).

20. Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности. Утв. Министерством имущественных отношений РФ от 26.11.2002 г. // Российский оценщик. – 2002. – № 5.

21. Методические рекомендации по оценке рыночной стоимости нематериальных активов предприятий / Комитет по оценочной деятельности ТПП РФ. – М., 2003.

22. Практическое руководство по проведению оценки активов в рамках проектов, реализуемых с участием Государственной корпорации «Российская корпорация нанотехнологий» в 2-х частях. – М., 2010.

23. Международные стандарты оценки (МСО) 2011 – <http://www.ivsc.org>

24. Европейские стандарты оценки (TEGoVA) 2010 – <http://www.tegova.org/>

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Адриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 293 с.
2. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006.
3. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Вознаграждение за использование интеллектуальной собственности // Московский оценщик. – 2000. – № 7.
4. Аксенов А.П. Нематериальные активы: структура, оценка, управление: Учеб.-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 192 с.
5. Андреев Г.И., Витчинка В.В., Смирнов С.А. Практикум по оценке интеллектуальной собственности. – М.: Финансы и статистика, 2002.
6. Андреева Т., Гутникова Т. Управление знаниями: Хрестоматия. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2009.
7. Асаул А.Н., Капаров Б.М., Перевязкин В.Б., Старовойтов М.К. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул и др. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.
8. Бакшинскас В.Ю., Николаева С.А., Скапенкер М.Ю. Нематериальные активы: Правовое регулирование, учет, налогообложение. – М.: Аналитика-пресс, 1998.
9. Беккер Е.Г., Бурделова Т.Н., Юданов А.Ю. Бренд и экономическая устойчивость вуза. – М.: КноРус, 2012. – 208 с.
10. Белов В.В., Виталиев Г.В., Денисов Г.М. Анализ систем охраны интеллектуальной собственности в России и США // Интеллектуальная собственность. – 1999. – № 2.
11. Блинец И., Леонтьев К. Понятие «интеллектуальной собственности»: формулировка проблемы // ИС. Авторское право и смежные права. – 2002. – № 4.
12. Бовин А.А., Чередникова Л.Е. Интеллектуальная собственность: экономический аспект: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2001.
13. Боер Ф.Питер. Оценка стоимости технологий: проблемы бизнеса и финансов в мире исследований и разработок: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. – 448 с.
14. Боер Ф.Питер. Практические примеры оценки стоимости технологий: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. – 256 с.
15. Вулфел Чарльз Дж. Энциклопедия банковского дела и финансов. – Самара: Корпорация «Федоров», 2000. – 1037 с.
16. Болотин Н., Черницкий А. Объекты ИС в НИР и ОКР // Интеллектуальная собственность. – 1999. – № 2.

17. Борохович Л., Монастырская А., Трохова М. Ваша интеллектуальная собственность. – СПб.: Питер, 2001.
18. Борщевский М., Макдональд Б. Как защищают интеллектуальную собственность в США // Внешняя торговля. – 1997. – № 2.
19. Борщ-Компанеев Н. Тенденции коммерческого использования научных разработок // Интеллектуальная собственность. – 1999. – № 2.
20. Брейли С., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997.
21. Бромберг Г.В. Интеллектуальная собственность: от создания до использования. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2002.
22. Бромберг Г.В., Ковчуго Е.А. Экономика и интеллектуальная собственность. Словарь-справочник. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2001.
23. Бромберг Г.В., Хин В.Ю., Лынный Н.В. Рекомендации по определению стоимости промышленной собственности. – М.: НПО «Поиск», 1993.
24. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2001.
25. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями. Руководство к действию. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 504 с.
26. Валдайцев С.В. Оценка интеллектуальной собственности. – М.: Экономика, 2009. – 472 с.
27. Варфоломеев В.И., Назаров С.В. Алгоритмическое моделирование элементов экономических систем: Практикум. – М.: Финансы и статистика, 2000.
28. Васильева И.В. Оценка стоимости бренда: проблемы и методики (зарубежный и отечественный опыт: монография / И.В. Васильева, Т.Н. Васильева, В.И. Мухопад. – М.: Граница, 2008. – 288 с.
29. Волинец-Руссет Э.Я. Коммерческая реализация изобретений и ноу-хау. – М.: Юристъ, 1999.
30. Гладунов В.Н. Финансовый анализ и оценка риска реальных инвестиций. – М.: Финстатинформ, 1997.
31. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: Учеб. пособие для вузов. – 9-е изд. – М.: Высшая школа, 2003.
32. Гордон В. Смит Оценка товарных знаков. – М.: ИД «Квинто-Консалтинг», 2010. – 384 с.
33. Грибовский С.В. Оценка доходной недвижимости. – СПб.: Питер, 2001.
34. Григорьев В., Островкин И.М. Оценка предприятий. Имущественный подход: Учебно-практическое пособие. – М.: Дело, 1998.
35. Гриссом, В. Терри (Grissom, V. Terry). Определение стоимости: его место в процессе проведения оценки // Вопросы оценки. – 2007. – № 4.

36. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
37. Десмонд Г.М., Келли Р.Э. Руководство по оценке бизнеса: Пер. с англ. – М.: Российское общество оценщиков. Академия оценки, 1996.
38. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001.
39. Дрогобыцкий И.Н. Системный анализ в экономике: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007.
40. Друкер Питер Ф. Бизнес и инновации: Пер. с англ. – М.: ООО «ИД Вильямс», 2007. – 432 с.
41. Друкер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999.
42. Дэвис С.М. Управление активами торговой марки / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001.
43. Дятлов С.А. Информационный императив и глобальный кризис рыночной цивилизации/Экономическая теория на пороге XXI века / Под ред. Ю.М. Осипова, Е.С. Зотовой. – М.: Юрист, 2000.
44. Дятлов С.А. Теория человеческого капитала: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1996.
45. Евдокимова В.Н. Передача технологий: правовое регулирование и правоприменительная практика в РФ. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2001.
46. Евдокимова Е. Правовое регулирование передачи технологий в США // Интеллектуальная собственность. – 2000. – № 3. – С. 15-20.
47. Еременко В.И. Антимонопольное законодательство зарубежных стран. – М.: ВНИИПИ, 1997.
48. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Мирзажанов С.К. Оценка бизнеса и управление стоимостью компаний. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007.
49. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Мирзажанов С.К. Риски в оценке: теория, методы измерения: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 136 с.
50. Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса. – СПб.: Питер, 2010.
51. Есипов В., Пузыня Н. Управление НМА как фактор роста стоимости компании // Топ-менеджер. Для всех, кто руководит: практическая энциклопедия. Т 2 / Под общей ред. В.Л. Уланова; МЦФЭР. – М.: Сменные страницы, 2007.
52. З. Кристофер Мерсер, Трэвис У. Хармс. Интегрированная теория оценки бизнеса. – М.: Маросейка, 2008. – 288 с.
53. Зайцев Ю.С. Поправка к стандартным ставкам роялти на различие уровней рентабельности продукции лицензиатов и производителей в странах – источниках этих ставок // Московский оценщик. – 2001. – № 1.

54. Илышев А., Кузубов С. Проблемы перемещения объектов интеллектуальной собственности через границу // ИС. – 2000. – № 2.
55. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 624 с.
56. Иноземцев В. Постиндустриализм по обе стороны Атлантики: сходства и различия // Социально-экономические модели в современном мире и путь России. Кн. 2. – М.: Экономика, 2005.
57. Ионова О.В., Комиссаров А.А., Малаева Л.З. и др. Правовая охрана деловых секретов за рубежом. – М.: НПО «Поиск», 1993.
58. Казарян К. Патенты – налог на инновации // Интернет в цифрах (www.in-numbers.ru). – 2011. – 3(7).
59. Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value / Составители: Э. Лессер, Л. Пруссак; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 248 с.
60. Как рассчитать цену лицензии. Практическое пособие. – М.: МП «ДжИПЛА лимитед», 1992.
61. Карзаева Н.Н. Оценка и ее роль в учетной и финансовой политике организации. – М., 2002.
62. Кацман В.Е., Косорукова И.В., Родин А.Ю. Оценочная деятельность. Правовые, теоретические и математические основы: учеб. пособие. Кн. 1. – М.: Маркет ДС, 2008. – 256 с.
63. Климов С.М. Интеллектуальные ресурсы организации. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2000.
64. Ковалев А.П. Управление имуществом на предприятии: Учеб. пособие. – М.: Финстатинформ, 2002.
65. Козырев А.Н. Оценка интеллектуальной собственности. – М.: Экспертное бюро-М, 1997.
66. Козырев А.Н. Проблемы оценки интеллектуальной собственности в РФ // Развитие оценочной деятельности в РФ / Тез. X Междунар. конф. 24.06.2002 г.
67. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – М.: Интерреклама, 2003.
68. Коммерциализация интеллектуальной собственности: проблемы и решения. – М.: ЗелО, 1996.
69. Коммерциализация технологий: российский и мировой опыт. – М.: ЗелО, 1997.
70. Конов Ю. Стоимость права на патент, товарный знак и ноу-хау как предмет залога // Интеллектуальная собственность. – 1998. – № 3.
71. Конов Ю.П. Масштабы и основные показатели оценки убытков от нарушения прав на товарные знаки // Интеллектуальная собственность. – 2000. – № 12.

72. Конов Ю.П., Фаткина Л.П. Экономическая оценка использования изобретений: Учеб. пособие. – М.: ВНИИПИ, 1994.
73. Коупленд Т., Коллер Т., Мурин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление: Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 1999.
74. Кравец Л. Охрана интеллектуальной собственности в INTERNET // Интеллектуальная собственность. – 1998. – № 1.
75. Кравец Л. Стабилизационные и антикризисные функции патентов // ИС. Промышленная собственность. – 2001. – № 12.
76. Краюхин Г.А., Головач Л.Г., Шайбакова Л.Ф. Регулирование инновационных процессов в регионе / Под ред. Г.А. Краюхина. – СПб.: Изд-во СПбГИЭА, 1997. – 239 с.
77. Кэхилл Майкл. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса. – М.: Дело и сервис, 2012. – 432 с.
78. Лапин Н. Целенаправленное воплощение знаний в инновации // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 6. – С. 103-114.
79. Лебедева М.Ю. Признание, оценка и капитализация затрат на нематериальные активы в соответствии с МСФО // Имущественные отношения в РФ. – 2012. – № 5. – С. 63-70.
80. Лев Б. Нематериальные активы: управление, измерение, отчетность / Пер. с англ. Л.И. Лопатников. – М.: КВИНТО-КОНСАЛТИНГ, 2003. – 240 с.
81. Лейфер Л.А. Точность результатов оценки и пределы ответственности оценщика // Корпоративный менеджмент. – 2009. – <http://www.cfin.ru/appraisal/accuracy&liability.shtml>
82. Леонтьев Б.Б. Проблемы управления интеллектуальной собственностью и другими нематериальными активами // Междисциплинарные вопросы оценки стоимости / Под ред. В.М. Рутгайзера. – М.: Квинто-Консалтинг, 2000.
83. Леонтьев Б.Б. Цена интеллекта. – М.: Изд-во «Акционер», 2002.
84. Леонтьев Б.Б., Мамаджанов Х.А. Нормативно-методическая база оценки ИС // Имущественные отношения в РФ. – 2003. – № 4.
85. Леонтьев Б.Б., Мамаджанов Х.А. Принципы и подходы к оценке интеллектуальной собственности и нематериальных активов: Учебное пособие. – М.: Изд-во «РИНФО», 2003.
86. Леонтьев Ю.Б. Оценка нематериальных активов. Методология затратного подхода // Вопросы оценки. – 1999. – № 2.
87. Леонтьев Ю.Б. Техника профессиональной оценки интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Октопус, 2005.
88. Леонтьев Ю.Б. Экспресс-оценка собственности // Вопросы оценки. – 1999. – № 4.
89. Лессиг Л. Свободная культура. Как медиаконцерны используют технологии и законы для того, чтобы душить культуру и контролировать творчество: Пер. с англ. – М.: Прагматика культуры, 2007.

90. Лукасевич И.Я. Методы анализа рисков инвестиционных проектов // Финансы. – 1998. – № 9.
91. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом. – М.: Омега-Л, 2007. – 552 с.
92. Лукичева Л.И., Егорычев Д.Н. Внутрифирменное управление интеллектуальными активами. – М.: ОМЕГА-Л, 2004.
93. Лынник Н.В., Шахновская В.Б. Определение ущерба от нарушения патента. – М.: ВНИИПИ, 1996.
94. Майкл Дж. Мард, Джеймс Р. Хитчнер, Стивен Д. Хайден. Справедливая стоимость в финансовой отчетности. – М.: Маросейка, 2010. – 248 с.
95. Мамаджанов Х.А. Методология оформления отчета об оценке и анализ типичных ошибок при оценке ИС // Имущественные отношения в РФ. – 2002. – № 9.
96. Мамаджанов Х.А., Абасова Н.Б., Махкамова М. Жизненный цикл инновации и оценка потерь стоимости ИС // Вопросы оценки. – 2002. – № 2.
97. Макаров В., Козырев А., Микерин Г. Интеллектуальная собственность: правовые и экономические вопросы формирования // Российский экономический журнал. – 2003. – № 5-6.
98. Макарова Т.В., Устинова Л.Н. Методика оценки программного обеспечения. – М.: РИИС, 2000.
99. Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса: Пер. с англ. – М.: ООО «Вершина», 2004. – 272 с.
100. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – М.: Машиностроение, 2004.
101. Методические положения по расчету размеров лицензионных платежей, взимаемых за предоставление права на использование результатов интеллектуальной деятельности / Журицкий Г.И., Егоров А.Ю., Астахов Е.Л. и др. // Московский оценщик. – 2001. – № 3.
102. Мильнер Б.З. Управление знаниями. – М.: ИНФРА-М, 2003.
103. Модильяни Ф., Миллер М. Сколько стоит фирма? Теорема ММ: Пер. с англ. – М.: Дело, 1999. – 272 с.
104. Мокрышев В.В., Алдошин В.М. Управление исключительными правами (интеллектуальной собственностью, нематериальными активами) в конкурентной борьбе. – М.: ИНИЦ, 2002.
105. Мухин В.И. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 335 с.
106. Мухопад В.И. Интеллектуальная собственность в мировой экономике знаний. – М.: РНИИС, 2009. – 256 с.
107. Мухопад В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности. – М.: Инфра-М, 2010. – 512 с.

108. Мухопад В.В., Устинова Л.Н., Суслина И.В. Маркетинг интеллектуальной собственности. – М.: ИНИЦ, 2001.
109. Наука России в цифрах: 2003. Стат. сб. – М.: ЦИСН, 2003.
110. Новосельцев О.В. Метод расчета ставки роялти при нарушении прав интеллектуальной собственности // Вопросы экономики. – 1998. – № 3.
111. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
112. Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник / Под ред. В.И. Кошкина. – М., 2002.
113. Орлова Н.С., Бромберг Г.В., Соловьева Г.М. Порядок учета и рекомендации по стоимостной оценке объектов интеллектуальной собственности: Методическое пособие. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2000.
114. Основы наукоемкой экономики: Учебник / Под ред. И.А. Максимцева. – М.: Изд-во «Креативная экономика», 2010. – 456 с.
115. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой. – М.: Финансы и статистика, 1998.
116. Оценка бизнеса: Учебное пособие / Под ред. В.Е. Есипова, Г.А. Маховиковой. – СПб.: Питер, 2010.
117. Оценка интеллектуальной собственности / Под ред. С.А. Смирнова. – М., 2002.
118. Оценка и управление собственностью: Учеб пособие / Под ред. В.И. Бусова и Б.Л. Межирова. – М.: ГУУ, 2003. – 172 с.
119. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учебное пособие / Под ред. Н.А. Абдулаева, Н.А. Колайко. – М.: Изд-во «ЭКМОС», 2000.
120. Оценочные технологии в экономических процессах: II Международный науч.-практ. конф. 20-21 марта 2003 г.: Тез. докл. – СПб.: СПбГИЭУ, 2003.
121. Пингл Х., Томсон М. Энергия торговой марки / Пер. с англ.; под ред. И.В. Крылова. – СПб.: Питер, 2001.
122. Подцероб М., Авшалумова Р. Зачем компании объявляют себя инновационными // Vedomosti.ru 30.05.2012
123. Пратт Шеннон П. Оценка бизнеса. – 2-е издание. – М.: Издание Института экономического развития Всемирного Банка, 1993.
124. Преображенская В.В. Учет нематериальных активов. Комментарий к ПБУ 14/2007. – М.: Бухгалтерский учет, 2009. – 160 с.
125. Просвирина И.И. Теория неосязаемых активов бизнеса. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2004. – 284 с.
126. Пряничников Д. Финансирование инновационных компаний – от государственной поддержки до IPO // ЭКО. – 2012. – № 5. – С. 74-82.

127. Пузыня Н.Ю. Особенности оценки гудвилла как стоимости деловой репутации фирмы // Имущественные отношения в РФ. – 2006. – № 2(53). – С. 41-48.

128. Пузыня Н.Ю. Изменение стоимости нематериальных активов (интеллектуального капитала) компании в условиях кризиса // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. Науч. сессия профессорско-преподавательского состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2008 г.: Сборник лучших докладов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.

129. Пузыня Н.Ю. Интеллектуальные ресурсы как основная составляющая инновационной экономики // Управление трудом и человеческими ресурсами: Науч. сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2010 г. Март-апр. 2011 г.: Сб. докл. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.

130. Пузыня Н.Ю. Нематериальные активы и рыночная капитализация компании // Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. Науч. сессия профессорско-преподавательского состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2006 г.: Сб. лучших докладов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007.

131. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000. – 119 с.

132. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2005. – 352 с.

133. Пузыня Н.Ю. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 204 с.

134. Пузыня Н.Ю. Роль инноваций и ИС в условиях глобальной экономики // Роль финансово-кредитной системы в реализации приоритетных задач развития экономики. Материалы 4-й междунар. науч. конф. 17-18 февраля 2010 г.: Сб. докл. Т. 1. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.

135. Пузыня Н.Ю. Современные методы стоимостной оценки брендов (товарных знаков) // Вестник ИНЖЭКОНа. – 2008. – № 2(21).

136. Пузыня Н.Ю. Учет рисков при оценке стоимости результатов интеллектуальной деятельности // Управление стоимостью бизнеса и подготовка кадров по ценообразованию и оценочной деятельности. Науч.-практ. конф. Март 2010 г.: Сборник докладов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.

137. Пузыня Н.Ю. ИРО как способ преобразования нематериальных активов в материальные // Ценообразование и оценочная деятельность в РФ: теория и практика: Сб. науч. трудов / Под ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006.

138. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
139. Ревуцкий Л.Д. Ценность и стоимость предприятия: понятия и показатели. – М.: Аудиторские ведомости. – 2009. – № 1. – С. 77-84.
140. Рейли Роберт, Швайс Роберт Оценка бизнеса – опыт профессионалов. – М.: ИД «Квинто-Консалтинг», 2010. – 408 с.
141. Рейли Роберт Ф., Швайс Роберт П. Оценка остаточной стоимости ИС // BUSINESS VALUATIONS GUIDE. – 2007. – № 2.
142. Рейли Р. Оценка нематериальных активов / Р. Рейли, Р. Швайс. – М.: Квинто-Консалтинг, 2005.
143. Рош Дж. Стоимость компании: от желаемого к действительному: Пер. с англ. – Минск: Гревцов Пабlishер, 2008. – 352 с.
144. Руус Й. Интеллектуальный капитал: практика управления / Пер. с англ.; под ред. В.К. Дерманова / Й. Руус, С. Пайк, Л. Ферстрем. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Изд. дом С.-Петерб. ун-та, 2008. – 436 с.
145. Рыбаков Ю.В., Петрова Т.В., Савиловская Е.В., Пантюхина А.М. Теория оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности. – СПб., 2000.
146. Сайфиева С.Н. Основные показатели развития экономики знаний в России // Теория и практика институциональных преобразований в России. Выпуск 10. – М.: ЦЭМИ РАН, 2008.
147. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или история будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999.
148. Санников А.Г. Оценка брендов и товарных знаков: от теории к практике. – М.: ВНИИПИ, 1997.
149. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Велби: Проспект, 2006.
150. Сигел Дж., Шим Дж.К. Словарь бухгалтерских терминов. – М., 2001.
151. Скоробогатых И.И., Чиняева Д.А. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4-6.
152. Скорняков Э.П. Как оценить коммерческую значимость изобретений. – М.: ВНИИПИ, 1996.
153. Скорняков Э.П. Маркетинговые исследования на основе патентной информации. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2000.

154. Скотт М. Факторы стоимости: Руководство для менеджеров по выявлению рычагов создания стоимости: Пер. англ. – М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2000. – 432 с.
155. Словарь терминов по профессиональной оценке. – М.: Финансовая академия при правительстве РФ, 1999.
156. Словарь по экономике COLLINS: Пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 1998.
157. Соловьев Э. Коммерческая тайна и ее защита. – М.: Изд-во «Ось-89», 2001.
158. Старкова Н.О. Формирование внутрифирменной системы управления интеллектуальными активами: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар, 2001.
159. Стенограмма Круглого стола ЦЭМИ РАН «Теоретические основы оценочной деятельности», 2008. – www.labrate.ru
160. Стоимостная оценка и управление интеллектуальной собственностью: Учеб. пособие / А.И. Попеско, Ю.Г. Кобалдин, А.В. Ступин и др. – М.: ООО «Российское общество оценщиков», 2004.
161. Судариков С.А., Грек Н.Г., Бахренькова К.А. Экономика и интеллектуальная собственность. – М.: Изд-во деловой и учеб. лит., 2004. – 512 с.
162. Сучкова И.В. Совершенствование управления использованием объектов нематериальной собственности в промышленности: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Челябинск, 1999.
163. Такер Р. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.
164. Тулубьева И. Взыскание компенсации за нарушение авторских и смежных прав // ИС. Авторское право и смежные права. – 2001. – № 8.
165. Тэпман Л.Н. Риски в экономике. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
166. Устинова Л.И. Оценка интеллектуальной собственности при рыночной экономике. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2001.
167. Фишмен Дж. и др. Руководство по оценке стоимости бизнеса. – М.: ЗАО «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ», 2000.
168. Форстман В.А. Обоснование ставки роялти при лицензировании высокорентабельной технологии // Вопросы оценки. – 2002. – № 1.
169. Фридман Дж., Ордуэй Ник. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: Пер. с англ. – М.: Дело, 1997.
170. Хаббард Д. Как измерить все что угодно. Оценка стоимости нематериального в бизнесе: Пер. с англ. – М.: Олимп-бизнес, 2009. – 298 с.
171. Хамел Г., Прохалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. – М.: Олимп-бизнес, 2002.
172. Хендриксен Э.С., Ван Бреда М.Ф. Теория бухгалтерского учета. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 577 с.

173. Хитчнер Джеймс Р. Новые сферы использования методов оценки стоимости бизнеса. – М.: Маросейка, 2009. – 362 с.
174. Хитчнер Джеймс Р. Оценка стоимости нематериальных активов / Под ред. В.М. Рутгайзера. – М.: Маросейка, 2008.
175. Хомутский Д. Как измерить инновации? // Управление компанией. – 2006. – № 2.
176. Цухло С. Создавать новое по-прежнему трудно // Управление компанией. – 2007. – № 5.
177. Чесбро Г. Открытые инновации: Пер. с англ. – М.: Поколение, 2007. – 336 с.
178. Шаститко А. Неоинституциональный подход к анализу средств индивидуализации продукции // Вопросы экономики. – 1999. – № 3.
179. Шатраков А.Ю. Управление интеллектуальной собственностью и исключительными правами промышленных предприятий / А.Ю. Шатраков, А.А. Мерсиянов, В.М. Алдошин, С.К. Колганов. – М.: ЗАО «Изд-во “Экономика”», 2007. – 190 с.
180. Шерер Ф.М., Рос Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1997.
181. Штенберг Р.Дж. Интеллект, приносящий успех: Пер. с англ. – Минск: ООО «Попурри», 2000.
182. Эдвинссон Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях. – М.: ИНФРА-М, 2005.
183. Эклз Роберт Дж., Герц Роберт Х., Киган Э. Мэри, Филипс Дейв М.Х. Революция в корпоративных финансах: Как разговаривать с рынком капитала на языке стоимости, а не прибыли / Пер. с англ. Н. Барышниковой. – М.: Олимп-бизнес, 2002.
184. Янсен Феликс. Эпоха инноваций: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002.
185. Cooper Robert G. Winning at New Products. – New York: Addison Wesley, 1993.
186. Hagedoorn J. Understanding the Rationale of Strategic Technology Partnering: Interorganizational Modes of Cooperation and Sectoral Differences // Strategic Management Journal. – 1993. – № 14.
187. Romer P.M., Kurtzman J. The Knowledge Economy // Handbook on Knowledge Management 1: Knowledge Matters. Berlin: Springer-Verlag, 2004. (Рус. пер.: Ромер П.М. Экономика знаний // Управление знаниями: Хрестоматия / Под ред. Т.Е. Андреевой, Т.Ю. Гутниковой. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2009).
188. Sullivan Patrick H. Value-driven Intellectual Capital. How to convert intangible corporate into market value. – John Willey & Sons, Inc, 2000.
189. Small Firms and Technology: Acquisitions, Inventor Movement and Technology Transfer. – SBA Office of Advocacy, 2004.

190. Smith G.V., Parr R.L., Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets, 3rd Edition, John Willey & Sons, Inc. 2000.
191. Smith G.V. Trademark, John Willey & Sons, Inc. Valuation 1997.
192. Stiglitz Joseph E., *Economic Foundations of Intellectual Property Rights*, 57 Duke Law Journal (1695). – 2008.
193. Teece D. J. Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for Know-How, and Intangible Assets // California Management Review. – 1998. – Vol. 40. – № 3. – P. 55-79.
194. Journal of Intellectual Capital. – 2000-2012.

Научное издание

Пузыня Наталия Юрьевна

**ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ
НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ КОМПАНИИ**

Редактор *Т.И. Рубцова*

Подписано в печать 19.04.13. Формат 60х84 1/16.
Усл. печ. л. 11,25. Тираж 50 экз. Заказ 176. РТП изд-ва СПбГЭУ.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.