

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

Оценка интеллектуальной собственности в современной экономике

Бижанова Е.А.¹, Чистохина А.С.²

*1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Финансово-экономический факультет, 2 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Финансово-экономический факультет, Москва, Россия
E-mail: al-taya@mail.ru*

*Научный руководитель
к.э.н. Сагайдачная Ольга Викторовна*

В современной экономике, основанной на знаниях, компании должны уделять большое внимание нематериальным активам для того, чтобы быть конкурентоспособными. Большое значение при оценке бизнеса имеет оценка стоимости товарных знаков, патентов, авторских прав, промышленных образцов и моделей, т.к. именно они дают компании преимущества по сравнению с конкурентами, открывая новые возможности для роста и развития.

В качестве иллюстрации размеров бизнеса и значения оценки интеллектуальной собственности можно привести анализ 10 наиболее ценных мировых брендов, основанный на рейтинге мировых брендов, составленных Interbrand. Первые 10 брендов 2013 года (с 1 места по 10 соответственно): Coca-Cola, Apple, IBM, Google, Microsoft, GE, McDonald's, Samsung, Intel, Toyota. Первые 10 брендов 2012 года: Apple, Google, Coca-Cola, IBM, Microsoft, GE, McDonald's, Intel, Samsung, Toyota. Стоимость брендов в 2013 году соответственно (в млн. \$): 98 316, 93 291, 79 213, 78 808, 59 546, 46 947, 41 992, 39 610, 37 257, 35 346. Стоимость брендов в 2012 году в соответствии с рейтингом 2013 года (в млн. \$): 76 568, 69 726, 77 839, 75 532, 57 853, 43 682, 40 062, 32 893, 39 385, 30 280. Прирост стоимости брендов в 2013 году по сравнению с 2012 годом (%): 28, 34, 2, 4, 3, 7, 5, 20, -5, 17.[1]

Данный рейтинг базируется на оценке текущих инвестиций и бренд-менеджмента как нематериального актива. Учитываются все преимущества, которые бренд приносит компании за счет привлечения, поддержания лояльности и удовлетворения ожиданий клиентов. Interbrand делает акцент на трех основных аспектах: финансовые показатели компании – производителя товаров и услуг, влияние бренда на принятие клиентами решения о покупке и силе торговой марки.

Первые 10 наиболее ценных брендов представляют собой основных игроков на мировом рынке интеллектуальной собственности. Страной происхождения 8 брендов является США, что может свидетельствовать о том, что именно в этой стране компании придают большое значение созданию и поддержанию бренда. 7 из 10 топ-брендов – это IT-компании, в деятельности которых интеллектуальные разработки играют первостепенную роль. В 2013 году произошли некоторые изменения в позициях компаний. Первое место заняла компания Apple, сместив Coca-Cola, которая занимала 1 место в течение 13 лет. С 4 места в 2012 на 2 место в 2013 поднялась компания Google. Обе эти компании делают ставку на инновации, благодаря которым их стоимость растет.

Данное исследование показывает важность понимания ценности бренда, в основе которого лежит идея правильной реализации и защиты результатов интеллектуальной деятельности. Интеллектуальные разработки – это драйвер развития компании и повышения ее цены, поэтому необходима квалифицированная и справедливая оценка стоимости интеллектуальной собственности.

Также стоит рассмотреть статистику ежегодной регистрации интеллектуальной собственности 2010 года (последние доступные данные). Патенты: в 2009 году в мире зарегистрировано 1 846 000, в 2010 году – 1 979 000, прирост 7,2%. В РФ зарегистрировано в 2009 году 38 564, в 2010 году – 42 500, доля в мировом объеме (2010 г, %) – 2,1%, прирост за 2010 г. – 10,2%. Полезные модели: в 2009 году в мире зарегистрировано 399 000, в 2010 году – 496 000, прирост 24,3%. В РФ зарегистрировано в 2009 году 11 153, в 2010 году – 12 262, доля в мировом объеме (2010 г, %) – 2,5%, прирост за 2010 г. – 9,9%. Торговые марки: в 2009 году в мире зарегистрировано 5 185 000, в 2010 году – 5 588 000, прирост 7,8%. В РФ зарегистрировано в 2009 году 185 812, в 2010 году – 206 963, доля в мировом объеме (2010 г, %) – 3,7%, прирост за 2010 г. – 11,4%. Промышленные образцы: в 2009 году в мире зарегистрировано 587 000, в 2010 году – 669 000, прирост 14%. В РФ зарегистрировано в 2009 году 3 740, в 2010 году – 3 997, доля в мировом объеме (2010 г, %) – 0,6%, прирост за 2010 г. – 6,9%.[2]

64% зарегистрированной интеллектуальной собственности в 2010 году – это торговые марки. Стоит отметить, что наибольший прирост в 2009-2010 регистрации интеллектуальной собственности в мире отмечен в регистрации полезных моделей (24,3%). В Российской Федерации наибольший прирост показала регистрация торговых марок (11,4%). Данный показатель выше значения прироста по миру (7,8%). Также в Российской Федерации отмечен значительный прирост зарегистрированных патентов (10,2%). Данный анализ ярко показывает, что интеллектуальная собственность активно развивается как в мире, так и в России, поэтому ее оценка является актуальной, особенно в условиях перехода нашей экономики на инновационный путь развития.

Оценка интеллектуальной собственности используется для следующих целей[3]:

1. Оценка потенциальных кандидатов для слияния или поглощения
2. Определение приоритетных активов, которые определяют стоимость компании
3. Укрепление позиций в переговорах по передаче технологий
4. Принятие обоснованных финансовых решений
5. Оценка перспектив на ранней стадии исследований и разработок
6. Определение приоритетов научно-исследовательских проектов и оценка их результатов
7. Получение кредита

В зависимости от выбранной цели оценки используют те или иные подходы к оценке объектов интеллектуальной собственности.

Подходы к оценке стоимости интеллектуальной собственности в российской и зарубежной практике практически одинаковы, однако существуют небольшие различия.[4] [5]

В российской и европейской практике оценки интеллектуальной собственности существуют по 4 подхода. Так, в российской практике выделяют доходный подход, затратный подход, сравнительный (рыночный) подход и инжиниринговый подход. В европейской практике также существуют доходный, затратный и рыночный подходы, но еще выделяется метод выбора.

Для того, чтобы выявить основные различия в практике оценки интеллектуальной собственности в разных странах, сравним представленные выше подходы.

Доходный подход в обоих случаях определяется как совокупность методов оценки интеллектуальной собственности, при использовании которой или при возможности ее последующей продажи можно определить соответствующую стоимость будущих доходов.

Однако в российской практике выделяется больше используемых методов, чем в зарубежной. Так, российская практика выделяет шесть методов доходного подхода, а именно:

1. Метод дисконтированных денежных потоков;
2. Метод рыночной капитализации;
3. Экспресс-оценка;
4. Метод стоимости роялти;
5. Метод освобождения от роялти;
6. Метод основанный на «правиле 25%».

В зарубежных странах, особенно в Европейском Союзе, наиболее распространенную практику имеют только два метода доходного подхода: метод дисконтированных денежных потоков и метод освобождения от роялти.

Затратный подход, определяющий стоимость интеллектуальной собственности исходя из затрат на ее создание, в разных странах имеет разные методы не только по количеству, но и по значению.

В практике ЕС выделяются:

- Метод воспроизводства – оцененная стоимость объекта интеллектуальной собственности складывается из всех затрат по созданию или покупке, а также развитию данного объекта;
- Метод замещения – стоимость оценивается исходя из объема затрат, необходимых для создания аналогичного объекта интеллектуальной собственности, обладающего аналогичными функциями или назначением.

В российской практике выделяют три метода затратного подхода для оценки интеллектуального капитала:

- Метод чистых активов – стоимость предприятия равняется разности всех активов и обязательств, то есть сумме всех чистых активов;
- Метод ликвидационной стоимости – используется при ликвидации или банкротстве предприятия;
- Метод накопления активов – на основании расчета рыночной стоимости всех активов и пассивов рассчитывается разность между всеми активами и обязательствами, которая и составляет стоимость компании.

При сравнительном (рыночном) подходе в обеих практиках предполагается сравнение компании или отдельного объекта интеллектуальной собственности с аналогичным ему путем сравнения по ряду заранее определяемым показателям.

Если рассматривать бизнес как объект интеллектуальной собственности, то в ЕС компании просто сравниваются по ряду показателей, в то время как в России в рамках сравнительного подхода выделяются три метода:

Метод компании-аналога - стоимость компании определяется на основе информации о ценах реально выплаченных за акции сходных компаний;

Метод следок – стоимость компании определяется исходя из стоимости приобретения компании-аналога или ее контрольного пакета акций.

Метод отраслевых коэффициентов – стоимость определяется на основании использования рекомендованных для отраслей соотношений цены бизнеса и определенными финансовыми параметрами.

Оставшиеся подходы, то есть инжиниринговый подход в российской практике и метод выбора в европейской практике, различны.

Инжиниринговый подход и его методы считаются прогрессивными и основываются на составлении балансов по структурным группам, на основании которых определяется стоимость оцениваемого объекта. В рамках структурных групп выделяют потребительский капитал, структурный капитал, человеческий капитал и интеллектуальный капитал. При оценке интеллектуального капитала составляется интеллектуальный производный балансовый отчет.

Инжиниринговые методы позволяют определять чистые интеллектуальные активы по их балансовой и рыночной стоимости, а также чистые интеллектуальные пассивы по справедливой рыночной стоимости.

Метод выбора, используемый в европейской практике, учитывает всевозможные варианты оценки, с учетом инвестиционных возможностей. Данный подход основывается на моделях ценообразования опционов на акции для расчета стоимости конкретного объекта интеллектуальной собственности.

Таким образом, в зависимости от специфики деятельности предприятия можно выдрать те или иные методы для расчета стоимости объектов интеллектуальной собственности.

Различия в подходах и методах оценки интеллектуального капитала в российской и европейской практике объясняются тем, что, во-первых, в обоих регионах наблюдается разный уровень развитости оценочной деятельности, а во-вторых – разные итоги оценки. В российской практике результаты оценки максимально детализируются исходя из применяемых для оценки методов, в то время как в Европе оценочная деятельность менее детальна.

Литература

1. Best Global Brands 2012, 2013 Interbrand
2. WIPO IP Facts and Figures 2012
3. Susan Chaplinsky, Graham Payne. Methods of Intellectual Property Valuation / University of Virginia Darden School Foundation, Charlottesville, VA, 2002
4. European IPR Helpdesk. Fact Sheet: Intellectual Property Valuation – June 2013. – <http://www.iprhelpdesk.eu>
5. Пудеян Л.О. Подходы к оценке интеллектуальной собственности / Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ», №4, 2012.