

*проф.Перерва П.Г., доц.Кобелева Т.О., ст.викл.Глізнуца М.Ю.*

## **Розділ 7**

# **ЕКОНОМІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

### **7.1 Економічні показники та характеристики інтелектуальної власності**

Інтелектуальна власність відноситься до числа комплексних, міждисциплінарних наукових понять. Деякі автори вважають її особливою технічною, правовою, соціальною, економічною та навіть філософською категорією. Найважливіша специфічна особливість інтелектуальної власності полягає в нерозривному зв'язку її правових та економічних аспектів. Її природа, інакше кажучи, має взаємопов'язаний економіко-правовий характер. З одного боку, інтелектуальна власність - предмет правового регулювання, з нею пов'язана розвинена область українського законодавства і міжнародного права. Від ступеня юридичного захисту права інтелектуальної власності багато в чому залежать інтенсивність інноваційного процесу та ефективність використання ресурсів на проведення досліджень і розробок. З іншого - вона має економічні функції, відтворює систему стимулів та інтересів, а реалізація права інтелектуальної власності здійснюється в ринковому обороті.

Вивчення економічної складової інтелектуальної власності набуло особливої актуальності в даний час у зв'язку з необхідністю переходу на інноваційний тип розвитку. Перш ніж аналізувати економічну сутність і ефективність функціонування двох основних інститутів інтелектуальної власності - патентного і авторського права - розглянемо економічний зміст об'єктів інтелектуальної власності в цілому [22].

При всій своїй різноманітності об'єкти інтелектуальної власності мають об'єднуючим ознакою. Їм, очевидно, є ставлення до особливої сфери людської діяльності - інтелектуальної і творчої діяльності, в процесі якої і створюються блага, які беруть згодом властивості інтелектуальної власності. Приводиться Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ) визначення свідчить, що інтелектуальна власність означає творіння людського розуму: винаходи, літературні та художні твори, символіку, назви, зображення та зразки, які використовуються в торгівлі.

Об'єкти інтелектуальної власності - це результати інтелектуальної діяльності, специфіка якої виявляється і в особливостях її результатів, а саме в їх нематеріальній природі. Не маючи матеріальної форми, ідеї, рішення і образи не можуть у своїй безпосередній даності вступати в ринковий оборот. При здійсненні торгових угод вони завжди втілені в якісь матеріальні носії, за допомогою яких і виявляються упередметненими. Це накладає свої особливості на відносини власності, бо придбання матеріального носія ідеї не є володіння власністю на цю ідею.

У чому ж полягають особливі властивості інтелектуальних продуктів як економічних благ?

Інтелектуальні продукти задовольняють потреби людини, колективу, суспільства своєю ідеальною сутністю (змістом). Так, науковий твір містить нову інформацію, яка може включати виклад концепції і методики аналізу; винаходи як технічні рішення прикладних задач стають основою створення нових виробів і технологій. Речові блага мають інше призначення - вони задовольняють матеріальні потреби.

При споживанні інтелектуального продукту:

а) його корисність, на відміну від корисності матеріальних благ, може бути використаний необмеженим колом споживачів;

б) його цінність може зрости (так, обмінюючись ідеями, вчені нічого не втрачають, а лише набувають).

В силу своєї нематеріальної природи інтелектуальний продукт не піддається фізичному зносу (амортизації), але з плином часу може піддаватися зносу моральному, тобто втрати новизни і втрати цінності, коли, наприклад, науково-технічна інформація, яка лежить в його основі, застаріває.

Кожен інтелектуальний продукт по-своєму унікальний і передбачає наявність конкретних творців. Творці - це перш за все фізичні особи - автори, творчою працею яких отримані, наприклад, нові знання або систематизовані вже наявні. Якщо у створенні інтелектуального продукту брало участь кілька осіб, то всі вони, при внесенні особистого творчого вкладу, є його авторами.

Крім того, в силу феномена рідкості інтелектуального продукту його розповсюджувачі в ринковій економіці виявляються в своєрідному, в деякому сенсі монопольному, положенні. На традиційному ринку монополіст, прагнучи отримати максимальний прибуток, обмежує виробництво, використовуючи при цьому політику цінової дискримінації (диференціації). Стосовно до результатів інтелектуальної діяльності механізм дискримінаційних цін призводить, навпаки, до зростаючого задоволенню потреб суспільства. Розповсюджувач інтелектуального продукту отримає максимальний прибуток саме при найбільшому обсязі продажів, що пов'язано, зокрема, з низькими витратами копіювання.

Нематеріальний характер об'єктів обміну на ринку інтелектуальних продуктів не є перешкодою для визнання їх товаром і віднесення до сфери товарних відносин. Як відомо, об'єкти інтелектуальної власності промислового призначення створюються і комерціалізуються з метою використання при виробництві як продуктів кінцевого вжитку, так і факторів виробництва. Тобто інтелектуальні продукти призначені для задоволення певних виробничих потреб, що дозволяє стверджувати, що вони можуть володіти корисністю – однією з необхідних ознак товару. Потреби в інтелектуальних продуктах безпосередньо пов'язані з потребами конкретного

виробництва і визначаються рівнем науково-технічної оснащеності даного виробництва і його цілями відносно певних ринкових позицій. Корисність інтелектуального продукту головним чином визначається споживчими характеристиками, які лежать в основі результатів інтелектуальної діяльності. Проте, потенційна корисність інтелектуального продукту сама по собі не може забезпечити цінність даного блага. Для цього необхідна інша ознака – рідкість, або оригінальність, неповторність інтелектуального продукту, що перетворює природну корисність блага в економічну цінність. Рідкість, оригінальність, неповторність – необхідні характеристики економічного блага. Загальнодоступні, необмежені блага, що не володіють оригінальністю, не представляють економічного інтересу, оскільки потреба в них у міру задоволення вичерпується, набуваючи, кінець кінцем, мінімального (нульового) значення. Результати інтелектуальної діяльності – потенційно необмежені блага через їх нематеріальну природу і здібність до необмеженого тиражування (поширення). Лише інститут інтелектуальної власності дозволяє додати об'єктам інтелектуальної власності ознаку рідкості. Тобто істотною ознакою інтелектуального продукту як товару має бути наявність інституту (права) інтелектуальної власності, що визначає рідкість і, відповідно, економічну цінність даного товару.

Разом з тим, було б неправомірно декларувати певну тотожність товарних ознак матеріального та нематеріального продуктів. Нематеріальні активи, зокрема інтелектуальні продукти, мають суттєві специфічні ознаки, на які, на наш погляд, слід звернути особливу увагу, так як вони істотним чином впливають на характер і форму ринкової поведінки власників та потенційних споживачів інтелектуальних продуктів. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що специфіка інтелектуального продукту як товару у відношенні до ринку може мати як позитивний (розширюючи ринкові можливості товару), так і негативний (звужуючи ринкові можливості товару) характер (рис.7.1).

Частіше всього *матеріально-витратні* характеристики специфічних особливостей інтелектуального товару, не визивають питань. Наприклад, інвестиційний характер інтелектуального товару передбачає залучення певних інвестицій з метою здобуття в майбутньому доходів від використання створеного з їх допомогою інтелектуального продукту. З іншого боку, інтелектуальний товар може сам виступати в деяких випадках в якості інвестиційного ресурсу (внесок в уставний капітал підприємства, гарантія інвестиційних зобов'язань і т.п.). Важливим також є потенційна можливість одночасного використання одного інтелектуального продукту багатьма суб'єктами без матеріальних витрат на його тиражування, що означає наявність тільки для інтелектуального продукту потенційної або фактичної множинності власників майнових прав, що створює додаткові ринкові можливості даного товару.

Специфічним особливостям інтелектуального продукту, які обмежують його ринкові можливості в наявних дослідженнях приділяється значно менше уваги. Практично не звертається увага на можливість встановлення режиму державної чи корпоративної таємниці на інтелектуальний продукт (що відбувається досить часто), а цей фактор істотно обмежує ринкові можливості і можливості комерціалізації даного інтелектуального продукту. Також важливим є той факт, що при тиражуванні чи дистрибуції об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) вже недостатня участь двох суб'єктів: продавця (правовласника) і покупця (особи, зацікавленої в придбанні повної або часткової сукупності прав на ОІВ). Обов'язковою є участь в процесі комерціалізації ОІВ і автора - володаря права на авторську винагороду від будь-якого використання його творіння. В характеристиках специфічних особливостей інтелектуального товару, що пропонується нами на рис.7.1, пропонуємо звернути особливу увагу на абсолютний характер прав на інтелектуальний товар.

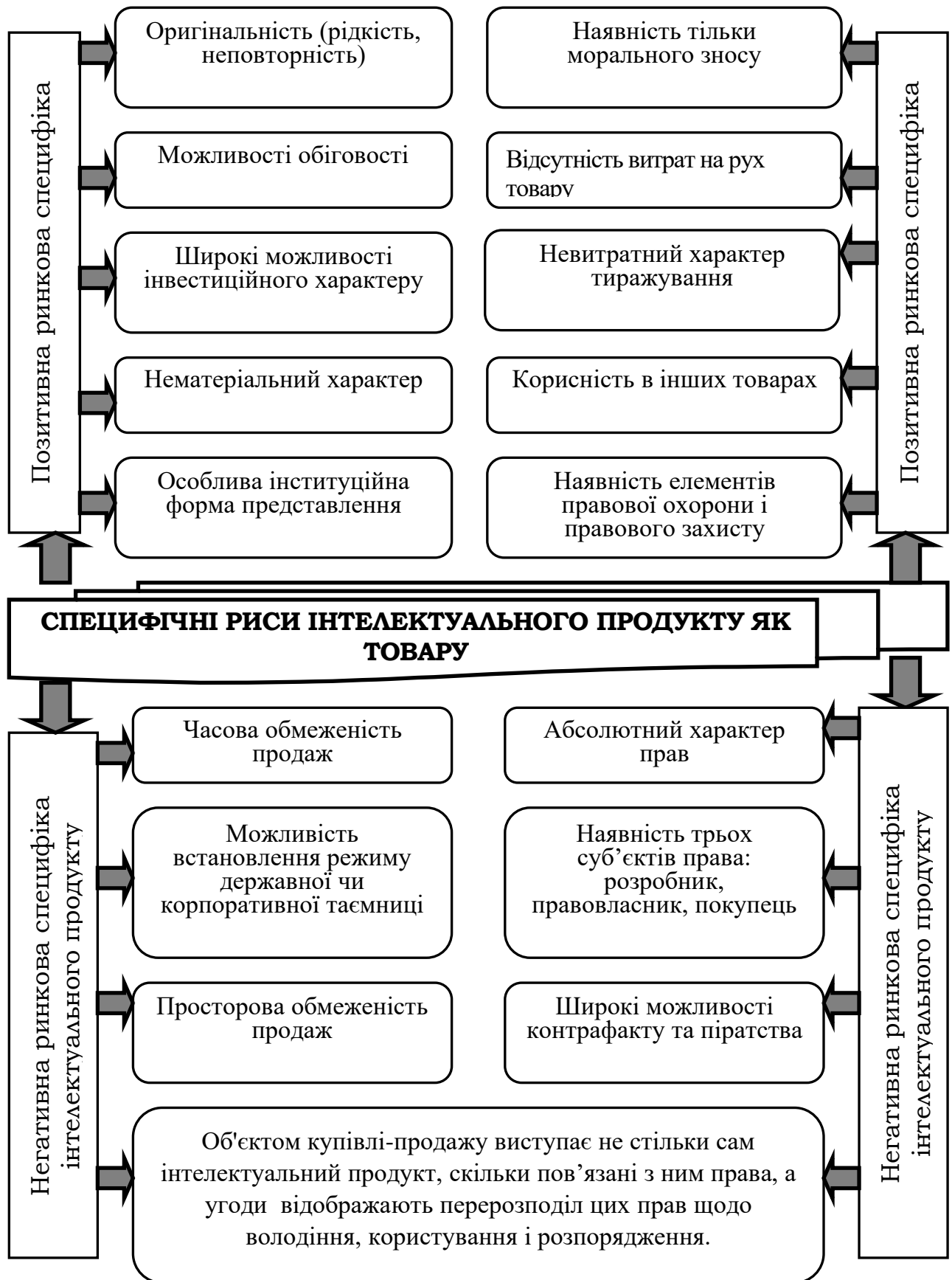


Рисунок 7.1 - Характеристика специфічних особливостей інтелектуального товару з точки зору їх відношення до ринкового супроводу

Це означає, що права діють проти будь-кого, хто бажає скористатися правами на інтелектуальний товар без дозволу правовласника. Виключення з цього правила складає ноу-хау, право на яке носить так званий «квазіабсолютний характер». Це пояснюється тим, що один і той же результат може бути отриманий декількома самостійними суб'єктами і, за умови збереження ними даного результату в режимі комерційної таємниці, кожен з них володітиме винятковими правами на один і той же результат, не порушуючи права один одного, тобто сукупне виняткове право стає «відносно абсолютним», оскільки виключає всіх третіх осіб, окрім добросовісних творців такого ж результату.

Виходячи з викладених посилок, будемо стверджувати, що становлення та розвиток ринково-товарних відносин характерно і для ринку інтелектуальних продуктів, не зважаючи на їх нематеріальну природу та наявність цілої низки специфічних особливостей. В цьому сенсі слід погодитися з тим, що інтелектуальна власність в процесі виробництва виступає в якості фактора виробництва, а в процесі обміну – в формі товару, а це означає, що в ринкових умовах інтелектуальний продукт об'єктивно становиться предметом товарно-грошових відносин між ринковими суб'єктами, тобто набуває товарної форми, стає товаром.

Інтелектуальні товари в тій чи іншій мірі виявляють риси суспільних благ, які характеризуються:

а) неконкурентним використанням, тобто споживання блага одною особою не зменшує його цінності для іншої особи;

б) невинятковістю в споживанні, коли неможливо виключити з ужитку блага навіть тих, хто не заплатив за це споживання (проблема «безбілетника»).

Як суспільне благо, інтелектуальний продукт втілює властивий їй суспільний початок, властивість бути предметом «для всіх». В кінцевому підсумку, будь-який результат інтелектуальної та творчої діяльності з часом стає суспільним надбанням і знаходиться в режимі вільного використання.

Підкреслимо, що внаслідок проблеми «безбілетника» у виробництві і розподілі суспільних благ повинна бути велика роль держави (громадського, некомерційного сектора економіки). Невинятковість доступу до споживання інтелектуальних продуктів обумовлює необхідність державної підтримки фінансовими, матеріальними та інформаційними ресурсами інтелектуальної діяльності, і в першу чергу тих її видів, де результати мають високий ступінь неконкурентності (наприклад, фундаментальні наукові дослідження).

Будь-яке економічне благо стає товаром в умовах суспільного поділу праці і специфіковані права власності. І інтелектуальний продукт тут - не виняток. Як зазначив найбільший фахівець з економічного аналізу права Р.Познер, економіст «не відчуває відчуття зміни теми при переході від фізичної власності до інтелектуальної». Дійсно, на певному етапі науково-технічного розвитку суспільства відбулося відокремлення інтелектуальної праці в особливий вид діяльності, продукти якої починають набувати значну економічну цінність і залучаються до ринкової оборот, якщо права власності на них визначені і захищені.

Економічно права власності реалізуються, коли почнуть приносити прибуток. Так, для авторів результатів інтелектуальної діяльності цей дохід приймає форму авторської винагороди; корпорації, що використовують результати інтелектуальної діяльності у виробництві, отримують конкурентні переваги на ринку і додатковий прибуток (монопольну ренту).

Права власності припускають, що власники мають одночасно всією повнотою прав: правами володіння, користування і розпорядження. Але ця традиційна для речового (майнового) права тріада повноважень «не працює» в повній мірі стосовно до результатів інтелектуальної діяльності з огляду на їх зазначених раніше специфічних відмінностей від будь-яких матеріальних об'єктів. Звідси виникає необхідність використання принципів виняткового права.



За власником результату інтелектуальної діяльності законодавчо закріплюється, таким чином, виняткове право на його використання. Оскільки об'єкти інтелектуальної власності мають властивість невбивчої корисності в процесі споживання, а їх копіювання порівняно недороге, запобігти несанкціонованому копіюванню можливо тільки юридичними нормами.

У такому контексті патенти, наприклад, інтерпретуються як юридичне закріплення на обмежений термін прав інтелектуальної власності на винаходи з метою їх економічного використання. Існування патентів економічно виправдовується співвідношенням витрат і вигод, що виникають у суб'єктів даного ринку. Так, за інших рівних умов сукупні витрати у набувача патенту повинні бути нижче, ніж до впровадження винаходу в виробничий процес. Винахіднику, що має патент на свій винахід, продаж права його використання повинно виявитися більш вигідною з точки зору компенсації витрат, пов'язаних із здійсненням даного науково-технічного відкриття і специфікацією прав власності на нього, ніж збереження винаходу в секреті. Саме тому в світі, позбавленому патентів, діяльність винахідників буде зміщена до таких винаходів, які можуть бути збережені в таємниці.

Традиційний економічний підхід до аналізу функціонування патентної системи має на увазі, що патент надає обмежену за часом монополістичну владу його власнику. Отже, в разі, коли винахід захищений патентом, для винахідника встановлюється ринкова монополія на обмежений термін. Він може отримати монополю високий дохід і відшкодувати витрати, пов'язані з дослідженнями та розробками. Ці витрати, як правило, не можуть бути відшкодовані іншим способом, окрім встановлення монопольного становища патентовласника.

В рамках концепції обмеженою монополії патентів, громадська вигода від надання патентного захисту полягає в додатковому стимулюванні винаходів, викликаному

перспективою отримання патенту, а суспільні витрати - в обмеженні на використання винаходів, надане патентом. У цьому контексті постає питання про оптимальний термін дії виключного права інтелектуальної власності.

Економічні моделі оптимальної життя патенту вперше були узагальнені Е.Кауфером. У найбільш простій з них розглядається фірма, яка виробляє в умовах недосконалої конкуренції якийсь продукт з лінійною від обсягу випуску функцією повних витрат. Винахідник розробляє вдосконалену технологію, яка знижує виробничі витрати, і хотів би продати ліцензію на запатентований процес даній фірмі. Допускаючи, що у ймовірного ліцензіата немає альтернативної можливості зробити винахід, найвищий ліцензійний платіж (роялті) може бути встановлений рівним величині скорочених витрат виробництва. У підсумку виходить, що оптимальний термін дії патенту, який максимізує суспільну для виробників і споживачів, вигоду, тим коротше, чим більше величина скорочення витрат [22].

Необхідно підкреслити, що патенти формують не тільки монопольний, але і конкурентний стимул винаходу. Конкурентна роль патентів проявляється наступним чином. Патенти, створюють монополію на винахід, але не встановлюють миттєву монополію на ринку товару, який утворився задовго до появи на ньому нового, заснованого на винаходу продукту. Але в перспективі фірма-інноватор має всі передумови стати монополістом. Тому всі інші фірми в даній галузі посилюють винахідницьку діяльність. В результаті жодна з фірм не отримує монопольного становища, а всі вони зберігають конкурентоспроможність за допомогою введення на ринок інноваційних продуктів.

Патентна система має низку важливих економічних переваг. Перш за все, вона гарантує оприлюднення та поширення нового знання при збереженні стимулу для приватних інвестицій в його виробництво. Крім того, вона створює можливості передачі права на знання іншим агентам для його використання. Нарешті, вартісна оцінка

інтелектуального продукту відтермінується патентом на майбутнє, коли користувачі самі вирішують, платити за нього чи ні.

Однак при всіх цих явних перевагах патентна система не завжди приваблива. Існує кілька причин небажання фірм і окремих винахідників отримувати патенти [22].

*По-перше*, існуючі патентні системи не враховують різницю галузей економіки. У деяких з них (виробництво одягу, взуття і т.д.), де впровадження інновацій відбувається дуже швидко, затримка з отриманням патенту може виявитися вирішальною. Тому тут використовують більш слабкі права інтелектуальної власності (на кшталт зареєстрованого промислового зразка), які можна отримати швидше і легше. З іншого боку, в галузях, де процес виходу товарів на ринок займає багато часу, (наприклад, фармацевтична промисловість), тривалість монополії виявляється занадто короткою.

*По-друге*, отримання патенту займає багато часу і коштів, але не завжди гарантує ефективний захист права інтелектуальної власності. Так, у багатьох країнах власник патенту повинен сам виявити порушника і подати на нього в суд. Крім того, ефективність патентної системи у великій мірі залежить від якості правового середовища тієї чи іншої країни.

Патентній системі притаманні також істотні недоліки. Вона все-таки не є ідеальним механізмом узгодження приватної і суспільної вигоди. Збільшуючи очікуваний прибуток від інновації, патент стимулює приватні інвестиції в виробництво знання. Однак, надаючи виняткові права, він фактично обмежує використання нового знання. Проблема полягає в тому, що володіє знаннями індивід, який не завжди в змозі їх ефективно використовувати.

Застосування патентів найбільш ефективно в галузях з високою вартістю досліджень і розробок, але низькою вартістю виробництва кінцевого продукту. Такі умови характерні для фармацевтичної промисловості, де патенти

надають вельми позитивний ефект на інновацію. З іншого боку, патенти надають швидше негативний ефект в галузях, де відбувається кумулятивна інновація, поширені нематеріальні стимули до виробництва знань, існують сильні мережеві зовнішні ефекти.

Економічний аналіз авторського права багато в чому аналогічний вивченню патентної системи. Його основи були закладені У.Лендс і Р.Познером, які вважали головною і характерною особливістю авторського права те, що його об'єкти мають властивості суспільного блага. Ця особливість підкреслює можливість копіювання об'єктів авторського права з незначними витратами. У той час, як вартість створення роботи, що є об'єктом авторського права, - наприклад, книги, кінофільму, пісні, балету, літографії, карти, бази даних або комп'ютерної програми, - часто висока, вартість репродукування роботи, виробленого самим творцем або тими, кому робота стала доступною, - часто низька. І як тільки копії стають доступні іншим, виготовлення додаткових копій стає зовсім недорого для таких користувачів.

Тоді в умовах нерегульованого ринку ціна такої авторської роботи встановилася б на рівні величини граничних витрат її копіювання, що значно менше витрат на створення твору. У цій ситуації «виробництво» об'єктів авторського права економічно не вигідно і відповідні суспільні вигоди будуть також втрачені. Звідси виникає необхідність юридичного закріплення права власності на такі об'єкти. Але виняткові права, поряд з сприянням створенню продуктів творчої діяльності, можуть також обмежувати їх поширення. Тому захист авторського права в першу чергу висуває компромісний вибір між витратами на обмеження доступу до твору і вигодами від забезпечення стимулів створити твір. Досягнення правильного балансу між доступом і стимулами - центральна проблема в законі про авторське право.

Для оцінки оптимального терміну дії авторського права зіставляються суспільні вигоди та витрати, які беруться в

двох періодах: період захисту, під час якого діє авторське право, і період, під час якого продукт є загальним надбанням. Чим довше термін дії авторських прав, то більша приведена вартість потоку доходу від даного продукту. Як тільки продукт створений, суспільний добробут в режимі конкуренції перевищує аналогічний показник при монополії.

Якщо термін захисту буде збільшений, то суспільство втрачає певні доходи від конкуренції. З іншого боку, продовження терміну дії авторських прав сприяє підвищенню прибутковості виробництва інтелектуальної власності, стимулюючи таким чином зростання пропозиції цієї продукції. Оптимальний термін захисту врівноважує вплив обох ефектів. Іншими словами, при оптимальному терміні захисту авторських прав гранична цінність інтелектуального продукту буде дорівнювати суспільним витратам, які виникли через те, що доступ до вже створеної продукції все ще утруднений.

В даний час основна частина інформації створюється в електронній формі і її легко копіювати і поширювати. Але існують моделі бізнесу, які можуть виявитися ефективними, якщо авторські права погано захищені. Коротко обрисуюмо дві з них.

*Робіть оригінал дешевше копії.* Якщо мають місце значні трансакційні витрати копіювання, то можна встановити таку ціну, яка буде досить низькою, щоб копіювання перестало бути привабливим.

*Робіть копію дорожче оригіналу.* Витрати на копіювання знаходяться частково під контролем продавця, який може скористатися системою управління електронними авторськими правами, якою-небудь спеціальною технологією, що утрудняє копіювання, або загрозою юридичних санкцій, які підвищують витрати копіювання і, таким чином, підвищують ціну, що стягується за даний продукт.

Слід розраховувати на те, що поєднання традиційного авторського права і певних моделей бізнесу адекватно задовольнить попит на інтелектуальну продукцію.

## **7.2. Методи вартісної оцінки прав інтелектуальної власності**

### **7.2.1 Загальна характеристика методів до оцінки інтелектуальної власності**

Правові основи у всьому світі надійно захищають загальноприйняті види інтелектуальної власності (інтелектуальні технології, патенти, авторські права, торгові марки і т.д.), в зв'язку з тим, що значно більша частина власності світових корпорацій зосереджена якраз в нематеріальних активах. За останні п'ятдесят років в світі спостерігається зміна парадигми власності не на користь матеріальних носіїв, в результаті чого інтелектуальні активи, такі як інтелектуальна власність, людський капітал, організаційні можливості розглядаються як вирішальний фактор ефективності бізнесу та економічного зростання. Структура власності провідних компаній світу в останні десятиріччя суттєво змінилися. Якщо в 70-х роках минулого сторіччя співвідношення матеріальних та нематеріальних активів відомих в світі підприємств було паритетним (тобто 1 до 1), то вже на початку XXI сторіччя це співвідношення стало 6 до 1 на користь нематеріальних активів. А у деяких відомих корпораціях це співвідношення є навіть суттєво більшим. Наприклад, по оцінкам американських економістів Gordon V.Smith та Russel L.Parr, доля нематеріальних активів у вартості корпорації Johnson & Johnson складає 87,9%; Proctor & Gamble- 88,5%; Merck – 93,5%; Microsoft – 97,8%; Yahoo! – 98,9% [8, 9]. Такий стан активів зобов'язує фірми з більшою активністю використовувати наявні нематеріальні активи з метою визначення та обґрунтування шляхів підвищення ефективності процесів їх комерціалізації на власному підприємстві чи за його межами.

Надзвичайно відповідальною складовою механізму комерціалізації технологічних продуктів є оцінка вартості її об'єктів, яка складає відповідну основу для визначення та обґрунтування економічної ефективності введення інтелектуальних технологій у господарський обіг. Оцінювання інноваційної продукції, прогресивних науково-технічних розробок, результатів творчої праці представляє собою одну з найбільш важливих економічних категорій. Вартісна оцінка різного роду об'єктів та результатів виробничо-підприємницької діяльності наділена великим значенням, разом з концепціями збереження капіталу оцінка визначає облікову модель; наявність дозволених альтернативних варіантів оцінки дозволяє в межах облікової політики варіювати показником прибутку. Правильне вимірювання та оцінка результатів господарської діяльності є основною метою бухгалтерського обліку, визначення об'єктивних результатів виробничої діяльності промислового підприємства.

Проведений аналіз свідчить про те, що на сьогодні в економічній літературі розглядаються декілька підходів до визначення оцінки, серед яких основними виступають економічний і бухгалтерський. Економічний підхід передбачає оцінку за ринковими цінами, максимально наближену до реальності. Бухгалтерський підхід полягає в розрахунку оцінки на основі затратного способу. Економічний підхід є корисним для розуміння сутності оцінки, бухгалтерський – для розуміння логіки та порядку їх практичного обчислення. Сьогодні розробка теоретико-методологічних засад оцінки вартості вважається одним із найважливіших завдань у теорії бухгалтерського обліку. Одним з найактуальніших, і в той же час найбільш дискусійних питань, є оцінка вартості об'єктів прав інтелектуальної власності. Особливе значення це питання має при продажі ОІВ (трансферу, комерціалізації) та наукомістких об'єктів. Наприклад, вартість продажу фірми “Ролс-Ройс” фірмі “БМВ”, яка відбулася в квітні 1998 р., склала 1 млрд. 5 млн. доларів США, з яких 560 млн. складає

вартість прав на об'єкт інтелектуальної власності – фірмовий знак “Ролс-Ройс” [8, 9].

Проведене дослідження методичних підходів та реальної практики визначення вартісної оцінки інтелектуальних технологій свідчить про те, що на сьогодні ще не існує всіма признаної методики розрахунку вартості інтелектуального продукту, яка використовується за всіх умов до кожного з об'єктів інтелектуальної власності. Разом з тим, теорія та практика інтелектуально-інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та організацій напрацювала ряд класичних методичних підходів до визначення вартісної оцінки продуктів інтелектуальної праці, в основі яких знаходяться об'єкти інтелектуальної власності. Ми можемо стверджувати, що частіше всього використовуються три основні підходи і в їх рамках ціла низка методів розрахунку вартості об'єктів інтелектуальної власності. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що така різноманітність зумовлена специфікою формування та використання інтелектуальних технологій.

В більшості випадків для вартісної оцінки інтелектуальних технологій Національний стандарт 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності», затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 03.10.2007 р. №1185 рекомендує використовувати признані в національній та міжнародній практиці методичні підходи [8, 9]: витратний, ринковий або порівняльний, прибутковий або дохідний, комбінований. Ці методичні підходи в даний час отримали свій методичний розвиток в багатьох наукових працях вітчизняних та зарубіжних авторів. Детальне представлення кожного з цих підходів представлено на рис.7.2.

Практичне використання кожного із представлених на рис.7.2 підходів, в більшості випадків приводить до отримання різних за величиною значень вартості оцінюваного об'єкта та дозволяє врахувати основні технічні і економічні характеристики об'єкта оцінки. З метою визначення переваг та недоліків кожного з підходів



вважаємо за необхідне навести їх функціональні та розрахункові характеристики.



Рисунок 7.2 - Методична база вартісної оцінки інтелектуальних технологій

### 7.2.2. Аналіз методів витратного підходу до оцінки інтелектуальної власності

**Витратний підхід** до оцінки інтелектуальних технологій заснований на економічних принципах заміщення і рівноваги цін. В основному він передбачає розрахунок такої суми коштів, яка компенсує ліцензіару майбутні вигоди від можливого володіння інтелектуальною технологією. Ці кошти продавець (ліцензіар) може витратити на компенсацію в

майбутньому можливостей даного інтелектуального продукту. Якщо ціна технології при таких вихідних посилках буде встановлена на рівні, який перевищує поточну вартість майбутніх економічних вигод покупця (ліцензіата) від володіння технологічним продуктом, то такий продукт не знайде свого попиту. І навпаки, якщо розмір майбутніх вигод перевищує ціну, то попит на інтелектуальну технологію буде значним і ринок спровокує встановлення кращої відповідності між ціною технології і майбутніми економічними вигодами від її використання. Таким чином, комерційний потенціал даного технологічного активу формується на засадах відповідності майбутньої економічної вигоди від володіння ним.

Оскільки інтелектуальна власність, як правило, не продається на ринку як матеріальні активи, у нас немає можливості розглядати діючі ринкові ціни як певний трамплін для використання витратного підходу. Тому цей підхід передбачає проведення підприємством розрахунків з відновлення та відтворення запатентованої технології, яка підлягає оцінці:

- вартість відтворення - це вартість створення точної копії запатентованої технології;
- вартість заміни – це вартість технологічного продукту з еквівалентною даній технології корисністю, який виконує ті ж самі функції, але може виконати необхідні завдання по-іншому.

Економічний зміст цього підходу полягає у визначенні сучасної (поточної) ринкової вартості оцінюваної власності з урахуванням всіх витрат, необхідних для її створення, включаючи прибуток розроблювача. Згідно цим економічним принципам ліцензіат (інвестор) заплатить за оцінюваний нематеріальний актив не більше, ніж складають витрати на отримання за допомогою інвестицій інтелектуальної технології такої ж корисності.

Базова аналітична залежність, з використанням якої можна визначити вартість інтелектуальної технології в рамках витратного підходу може мати наступний вигляд:

$$B_{\text{витр}}^{OIB} = K_{\text{мор}} \times K_{\text{знач}} \times \sum_{t=0}^{t=T} C_t^{OIB} \times I \times (1 + q)^t, \quad (7.1)$$

де  $B_{\text{витр}}^{OIB}$  - вартісна оцінка інтелектуальної технології (об'єкта інтелектуальної власності), яка визначається з використанням витратного підходу;  $K_{\text{мор}}$  - коефіцієнт, який відтворює ступінь морального старіння інтелектуальної технології ( $K_{\text{мор}} = T_{\text{факт}}/T_{\text{повн}}$ );  $T_{\text{факт}}$  - фактичний термін споживання інтелектуальної технології;  $T_{\text{повн}}$  - повний (розрахунковий, нормативний) термін споживання інтелектуальної технології;  $K_{\text{знач}}$  - комплексний коефіцієнт наукової корисності (значимості), який в більшості випадків визначається з використанням експертних оцінок;  $t$  - рік, в якому проводилося здійснення витрат ( $t = 1 \dots T$ );  $T$  - весь період часу, на протязі якого проводилися роботи по створенню (розробці) інтелектуальної технології;  $C_t^{OIB}$  - витрати на розробку інтелектуальної технології (фінансування розробником НДДКР, технологічної підготовки виробництва, виготовлення дослідних зразків і т.ін.) в  $t$ -му році (зазвичай в  $C_t^{OIB}$  включаються і витрати на правову охорону результатів творчої праці);  $I$  - індекс, який враховує інфляцію (визначається як відношення індексу цін на дату оцінки до індексу цін в  $t$ -му році);  $q$  - розмір ставки приведення (ставка прибутковості за альтернативними інвестиціями).

Витратний підхід застосовується у відношенні до тих інтелектуальних технологій, які розроблені самим продавцем (він є одночасно і розробником і власником технології), для яких не існує ефективного ринку (науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки, програмні продукти спеціального призначення й ін.). Витратний підхід також використовується при оцінці вартості інтелектуальних технологій, якщо неможливо знайти об'єкт - аналог, відсутній

який-небудь досвід реалізації подібних об'єктів або прогноз майбутніх доходів не стабільний. Середовище реалізації таких інтелектуальних продуктів дуже невизначене і успіх залежить від великої кількості чинників. Витратний підхід припускає визначення вартості інтелектуальних технологій на основі калькуляції витрат, необхідних для їхнього створення або придбання, охорони, виробництва і реалізації інтелектуальних технологій на момент проведення вартісної оцінки.

Наприклад, такі технологічні продукти, якими є інформаційні бази даних, що підпадають під визначення інтелектуальної технології, створюються впродовж досить тривалого періоду, і витрати на їх формування найчастіше фіксуються за витратними статтями. Створені інформаційні масиви можуть бути надзвичайно цінними для використання (а в деяких випадках вони представляють собою основний інтелектуальний актив підприємства), якщо це підприємство – науково-дослідна установа, інститут або вищий навальний заклад. Але оцінити ступінь участі цього активу в створенні інших, а відповідно і частку в майбутніх доходах практично неможливо. Активи подібного роду оцінюються, як правило, методом вартості створення, тобто з використанням витратного підходу, без урахування можливих прибутків при їх споживанні.

Як виходить з даних рис.7.2, на практиці найбільш розповсюдженими методами витратного підходу до оцінки інтелектуальних технологій є такі:

– *метод вартості заміщення* застосовується для оцінки майнових прав інтелектуальної власності, заміщення яких можливе та економічно доцільне. Сутність оцінки полягає в визначенні витрат на створення ОІВ, аналогічного об'єкту оцінки, в ринкових цінах, існуючих на дату проведення оцінки, з урахуванням зносу об'єкту оцінки. Розрахунок ґрунтується на передбаченні, що покупець не заплатить за об'єкт більше, ніж коштує інший об'єкт аналогічної корисності. Тому в цьому випадку в основу вартості кладуть

видатки (з урахуванням прибутку) на створення об'єкта, що володіє корисністю, аналогічною об'єкту оцінки. Тобто метод вартості заміщення припускає, що в сучасних умовах за теперішніми цінами створюється інтелектуальна технологія, яка не є повністю ідентична вихідній технології, але функціонально є достатньо аналогічна їй;

– *метод відновної вартості* полягає у визначенні поточної вартості витрат в ринкових цінах, існуючих на дату оцінки, на створення об'єкту, ідентичного об'єкту оцінки, із застосуванням ідентичних матеріалів і технологій, з урахуванням зносу об'єкту оцінки. Виходячи з цього, у розрахунок приймаються видатки (з урахуванням прибутку) на створення ідентичного об'єкта в сучасних умовах (у сучасних цінах). Метод прямого відтворення припускає, що інтелектуальна технологія має бути відтворена за теперішніми цінами, тобто усі витрати калькуюються за їх станом на теперішній час, щоб відтворити ідентичний технологічний продукт в сучасних умовах;

– *метод початкових (історичних, вихідних) витрат* полягає в підсумовуванні історичних (первинних) витрат, перерахованих на момент оцінки інтелектуальної технології з урахуванням індексу зміни цін в даній галузі і з урахуванням фактору інфляційних або дефляційних очікувань. Цей метод припускає необхідність калькулювання витрат, що фактично були понесені на створення інтелектуальної технології, доведення її до експлуатаційного стану і амортизацію;

– *метод коефіцієнтів* - ґрунтується на застосуванні оцінюючих коефіцієнтів значущості об'єктів інтелектуальної власності (коефіцієнт ефекту, коефіцієнт корисності, коефіцієнт широти використання, коефіцієнт зносу та ін.) та індексів економічного стану середовища споживання інтелектуального продукту (індекс інфляції (дефляції), коефіцієнт дисконтування та ін.);

– *метод виграшу в собівартості* включає в себе елементи як витратного, так і порівняльного підходу. Вартість

технологічного продукту за цим методом визначається за допомогою розрахунку економії на витратах при його споживанні в умовах експлуатації. Цей метод застосовується лише в тих випадках, коли йдеться про два близьких за своїми техніко-економічними показниками види продукції або про два способи виробництва (технологічні процеси) однієї і тієї ж продукції. Отримані величини прибутку приводяться до розрахункового року - моменту оцінки з використанням коефіцієнта дисконтування. Модель визначення вартості інтелектуальної технології, яка оцінюється, має наступний вигляд:

$$B_{\text{вигр}}^{OIB} = \Pi_{OIB} - \Pi_{\text{баз}}, \quad (7.2)$$

де  $\Pi_{\text{баз}}$  - прибуток, який одержано в базових умовах виробництва без використання інтелектуальної технології;  $\Pi_{OIB}$  - прибуток, який одержано на виробництві з використанням інтелектуальної технології.

Розмір прибутку  $\Pi_i$  по  $i$ -му товару, який буде визначатися як  $\Pi_{\text{баз}}$  або як  $\Pi_{OIB}$ , що використовується в моделі (7.2) рекомендується визначати з використанням наступної залежності:

$$\Pi_i = \sum_{t=1}^{t=T} \left[ \frac{\Pi_{it}}{(1+\lambda)^t} \right] = \sum_{t=1}^{t=T} \left[ \frac{(C_{it} - C_{it}) N_{it}}{(1+\lambda)^t} \right], \quad (7.3)$$

де  $\Pi_{it}$  - прибуток, який отримало підприємство в  $t$ -му році від виробництва та реалізації  $i$ -го товару;  $C_{it}$ ,  $C_{it}$  - відповідно, ціна та собівартість одиниці  $i$ -го товару в  $t$ -му році;  $\Pi_{it}$  - обсяг реалізації  $i$ -го товару в  $t$ -му році;  $\lambda$  - коефіцієнт дисконтування;  $T$  - термін виробництва та реалізації  $i$ -го товару.

Характеризуючи витратний підхід і його методи в цілому, слід зазначити, що вони дозволяють визначити вартість інтелектуальної технології досить точно, оскільки підраховують те, що було реально витрачено на її розробку. Причому, це єдиний підхід, який дозволяє здійснити по

елементну оцінки витрат на розробку ОІВ. Витратний підхід, на наш погляд, слід використовувати у відношенні до технологічних продуктів, які не передбачають отримання прибутку, які є унікальними і не продаються. Методи витратного підходу широко застосовуються при визначенні бази для оподаткування, вони можуть бути ефективними при оцінці окремих частин бізнесу, при ліквідації компаній та їх страхуванні, під час приватизації державних підприємств. Цей підхід дає можливість поставити об'єкти оцінки на бухгалтерський облік та внести до балансу, що істотно підвищує ринкову вартість підприємства, оскільки нематеріальні активи мають високу вартість. Визначення вартості за даним підходом є менш ризиковим, оскільки він базується на фактичних витратах, а не на порівнянні продажів аналогічних об'єктів, оскільки дана інформація в основному є закритою, і не на визначенні майбутнього доходу, оскільки об'єкт може не виправдати сподівань і підприємство отримає менший дохід ніж очікує [6, 8, 9].

Існує домка, що витратний підхід до оцінки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності є найефективнішим, тому що вартість ОІВ складається з фактичних витрат понесених на їх створення. Такий висновок нівелюється низкою складнощів і протиріч, які притаманні цьому підходу. До основних недоліків витратного підходу до оцінки вартості інтелектуальних технологій, на наш погляд, слід віднести наступне:

- балансова вартість нематеріального активу практично ніколи не відповідає її ринковій вартості;
- оцінка вартості за цим підходом відтворює лише витрати, без прибутку;
- не враховуються майбутні переваги та вигоди від використання інтелектуального продукту, практично не використовується інформація про ринкові перспективи ОІВ;
- досить часто виникають суттєві складнощі з розрахунком морального зносу об'єкту оцінки, особливо в тих

випадках, коли технологічний продукт вже використовується достатньо довгий період часу (зазвичай, більше 5 років);

- не враховуються ризик отримання ліцензіатом економічних переваг технологічного продукту;

- не враховуються соціальні стандарти та демографічні тенденції;

- в ряді випадків виникають проблеми невідповідності витрат на створення нового об'єкту оцінки і вартістю відтворення старого об'єкту, тобто розробити новий об'єкт дешевше ніж відновити старий;

- методи витратного підходу непридатні для використання при виробництві принципово нової продукції, в якій використовується оцінювана ОІВ.

Фактична наявність суттєвих недоліків витратного підходу значно звужує сферу та ефективність використання його до вартісної оцінки ОІВ.

### **7.2.3. Аналіз методів дохідного (прибуткового) підходу до оцінки інтелектуальної власності**

В рамках **дохідного (прибуткового) підходу** вартість ОІВ оцінюється як поточна вартість майбутніх економічних доходів, пов'язаних з володінням інтелектуальним продуктом протягом його очікуваного залишкового корисного терміну служби та визначається шляхом розрахунку приведеної до теперішнього моменту вартості прогнозованих майбутніх вигод. До економічного доходу можуть бути віднесені грошові надходження, які отримані завдяки інтелектуальному продукту, в тому числі роялті, а також економія витрат у виробництві продукції з використанням даної інтелектуальної технології. Різні методи оцінки залежатимуть від характеру нематеріального активу, від стійкості і природи доходу, від об'єктивних умов та обставин споживання технологічного продукту (див. рис.7.2).

Суть прибуткового (дохідного) підходу полягає у визначенні вартості інтелектуальних технологій як поточної



вартості майбутніх доходів від використання даної інтелектуальної технології. Застосування прибуткового підходу ґрунтується на визначенні розміру прибутку, що асоціюється з активами, які оцінюються; ставок капіталізації (чи дисконту), які враховують ризик, пов'язаний з дохідністю відповідних інтелектуальних технологій та остаточного економічного терміну їх служби. В основі даного підходу, крім інших, лежить принцип внеску: здобуваючи додатковий виробничий ресурс ОІВ підприємець розраховує на одержання додаткового доходу або прибутку від його використання у власному виробництві. Цей дохід буде частиною загального доходу від використання всієї сукупності факторів виробництва (трудових ресурсів, основних коштів і т.п.). Причому додатковий дохід від використання ОІВ може бути викликаний двома причинами. З одного боку, використання ОІВ може привести до поліпшення якості продукції, що дозволить підняти ціну продукції і при незмінному рівні витрат одержати, відповідно, додатковий прибуток. З іншого боку, приросту доходу або прибутку можна домогтися й без росту ціни, шляхом зниження собівартості (внаслідок підвищення продуктивності праці, економії матеріальних ресурсів і т.п.) [6, 8, 9].

У формалізованому виді модель розрахунку вартості інтелектуальної технології на основі дохідних методів має наступний вигляд:

$$B_{\text{дохід}}^{\text{ОІВ}} = \sum_{t=1}^{t=T} (\Pi_t - B_t) \times (1+i)^{-t}, \quad (7.4)$$

де  $B_{\text{дохід}}^{\text{ОІВ}}$  - вартість інтелектуальної технології, розрахована на основі дохідного підходу;  $\Pi_t$  - величина чистого прибутку (після оподаткування), що приходить на використання інтелектуальної технології, в  $t$ -му році;  $B_t$  - витрати, пов'язані з використанням інтелектуальної технології (видатки на підтримку діючого охоронного документа, витрати на доробку інтелектуальної технології, для товарних знаків –

витрати на рекламу й ін.);  $t$  - порядковий номер року одержання доходу від використання інтелектуальної технології;  $i$  - ставка дисконтування;  $T$  - термін дії права ОІВ при купівлі-продажу патенту (при купівлі-продажу ліцензії - термін дії ліцензійного договору).

Базова модель дохідного підходу (7.4) в практичній діяльності в залежності від об'єктивних обставин створення та споживання інтелектуальної технології може трансформуватися в ряд різновидностей в залежності від конкретного методу розрахунку, який використовується в рамках дохідного підходу:

*Метод прямої капіталізації частки прибутку*, який приходить на використання інтелектуальної технології, заснований на припущенні про рівність щорічних грошових потоків. Вартість інтелектуальної технології  $B_{\text{дохід}_{\text{кан}}}^{\text{OIB}}$  у цьому випадку розраховується з використанням наступної моделі:

$$B_{\text{дохід}_{\text{кан}}}^{\text{OIB}} = (П^{\text{OIB}} - B_{\text{серед}}^{\text{OIB}})K_{\text{кан}}, \quad (7.5)$$

де  $П^{\text{OIB}}$  - величина чистого прибутку (після оподатковування), що доводиться на використання інтелектуальної технології;  $B_{\text{серед}}^{\text{OIB}}$  - середні видатки, пов'язані з використанням інтелектуальної технології (видатки на підтримку в чинності охоронного документа, видатки на доробку інтелектуальної технології, для товарних знаків - видатки на рекламу та ін.);  $K_{\text{кан}}$  - ставка капіталізації.

У методі дисконтування майбутнього грошового потоку (*метод непрямой капіталізації*) (Discounted Cash Flow - DCF) розраховуються грошові надходження для всіх майбутніх періодів. Ці надходження конвертуються у вартість шляхом застосування ставки дисконтування і використання техніки розрахунку вартості, приведеної до теперішнього моменту. Метод непрямой капіталізації використовується для інтелектуальних технологій, які мають конкретні терміни служби. Прийнятий період часу зазвичай є коротший з двох

термінів служби інтелектуальних технологій – економічного або юридичного.

Дисконтований грошовий потік – ДГП (DCF), розраховується з використанням наступної моделі:

$$\begin{aligned} \text{ДГП} &= \frac{\text{ГП}_1}{(1+d_1)^1} + \frac{\text{ГП}_2}{(1+d_2)^2} + \frac{\text{ГП}_3}{(1+d_3)^3} + \dots + \frac{\text{ГП}_n}{(1+d_n)^n} = \\ &= \sum_{t=1}^{t=T} \frac{\text{ГП}_t}{(1+d_t)^t} = \sum_{t=1}^{t=T} \frac{(N_t C_t)}{(1+d_t)^t} \end{aligned} \quad (7.6)$$

де ДГП – сума (вартість) інтелектуальної технології через  $T$  років;  $d_t$  – норма дисконтування грошового потоку в  $t$ -му році;  $\text{ГП}_t$  – потік вигод (грошовий потік) в  $t$ -му році від використання;  $N_t$  – обсяг виробництва продукції, виробленої з використанням ОІВ в  $t$ -му році;  $C_t$  – ціна одиниці продукції, виробленої з використанням інтелектуальної технології в  $t$ -му році.

Практика показує, що ризик не досягнення рівня доходу від нематеріальних активів вищий, ніж ризик, визначений для матеріальних активів і чистого оборотного капіталу. Тому ставки дисконтування або капіталізації, які використовуються для конвертації грошових потоків в ринкову вартість, на наш погляд, повинні бути вищими, ніж ті, які використовуються в оцінці бізнесу.

В практиці вартісної оцінки нематеріальних активів використовуються деякі різновиди методу непрямой капіталізації. До них в першу чергу слід віднести метод надлишкового прибутку, метод роялті та метод звільнення від роялті.

*Метод надлишкового прибутку (доходу)* заснований на припущенні того, що продукція, яка виготовлена з використанням об'єкта інтелектуальної власності, приносить додатковий прибуток в порівнянні з продукцією, яка виготовляється без використання цього об'єкта інтелектуальної власності. Цей метод заснований на розрахунку економічних вигод, пов'язаних з отриманням прибутку за рахунок інтелектуальних продуктів, які не

відображені на балансі наукової організації і забезпечують їй прибуток на активи або власний капітал вище середнього рівня. Метод надлишкового прибутку, як правило, використовується при оцінці патентів і ліцензій, торгової марки, франшизи, майнових прав і т.п.

Розрахунок вартості інтелектуального продукту з використанням даного методу  $B_{\text{дохід}_{\text{надл}}}^{OIB}$  проводиться наступним чином:

$$B_{\text{дохід}_{\text{надл}}}^{OIB} = \sum_{t=1}^{t=T} \Pi_{\text{надл}_t}^{OIB} \frac{1}{(1 \pm i)^t} \quad (7.7)$$

де:  $T$  - розрахунковий період використання інтелектуальної технології;  $\Pi_{\text{надл}_t}^{OIB}$  - надлишковий прибуток (грошовий потік) грошовий потік (надлишковий прибуток) в періоді  $T$ ;  $i$  - ставка дисконтування.

Як певний різновиди методу надлишкового прибутку часто використовується метод частки ліцензіара в прибутку та метод «дроблення прибутку» (правило 25%), заснований на виділенні з прибутку від реалізації продукції, виробленої з використанням інтелектуальної технології частки, яка приходить на використання інтелектуального продукту, з використанням пайового коефіцієнта, отриманого емпіричним шляхом. Так, за даними численних джерел, ця частка звичайно приймається рівної від 10 до 30 % [8, 9].

У цьому випадку:

$$\Pi_{\text{добрл}}^{OIB} = \beta \Pi_{\Sigma}^{OIB} \quad (7.8)$$

де:  $\Pi_{\text{добрл}}^{OIB}$  - прибуток ліцензіата від використання інтелектуальної технології;  $\beta$  - частка прибутку від використання інтелектуальної технології у загальному прибутку підприємства від реалізації продукції, виробленої з використанням інтелектуальної технології;  $\Pi_{\Sigma}^{OIB}$  - загальний (повний) прибуток від реалізації продукції, виробленої з використанням інтелектуальної технології.

За час існування патентної охорони сформувалася певна традиція, згідно з якою споживач технологічного продукту

виявляв готовність платити патентовласнику 25% очікуваного валового прибутку, заробленого ним завдяки ліцензії. За умови застосування цього методу оцінки інтелектуальної технології ліцензіат не зацікавлений у розкритті своїх потенційних показників, тому оцінити діапазон прибутку можна на період не більше двох років. При цьому для нової сфери бізнесу і невизначеного розміру прибутку пропорції розподілу прибутку слід збільшувати на користь ліцензіата, так як він піддається підвищеному ризику.

За умови застосування цього методу оцінки інтелектуальної технології ліцензіат не зацікавлений в розкритті своїх потенційних показників, тому оцінити діапазон прибутку можна на період не більше двох років. При цьому для нової сфери бізнесу і невизначеного розміру прибутку пропорції розподілу прибутку слід збільшувати на користь ліцензіата, оскільки він піддається підвищеному ризику.

*Метод роялті* (від англ. *royalty* – авторський гонорар) визначає вартість інтелектуальної технології

як частку від бази роялті (доходу, прибутку, вартості основної сировини). Розмір цієї частки має назву ставки роялті:

$$V_{\text{дохід}_{\text{роялті}}}^{OIB} = \sum_{t=1}^{t=T} \Gamma\Pi_t^{OIB} R, \quad (7.9)$$

де:  $\Gamma\Pi_t^{OIB}$  - грошовий потік (база роялті), грн.;  $R$  - ставка роялті, %.

*Метод звільнення від роялті.* Базується на оцінці сум, які треба було б виплатити в тому випадку, коли б права на використання інтелектуальної технології належали б іншому підприємству. В зв'язку з тим, що інтелектуальна технологія насправді є власністю її дійсного власника, йому не потрібно платити роялті - звідси назва методу - «звільнення від роялті». При проведенні розрахунків  $V_{\text{дохід}_{\text{зв.роялті}}}^{OIB}$  майбутні суми роялті зводяться до сьогоденної оцінки шляхом дисконтування.

$$V_{\text{дохід з роялті}}^{OIB} = \sum_{t=1}^{t=T} \Gamma \Pi_t^{OIB} R \frac{1}{(1+i)^t}, \quad (7.10)$$

де:  $i$  - ставка дисконтування.

Модель 7.10 частіше всього відтворює потенційно можливий дохід ліцензіара на основі паушального платежу, який являє собою певну фіксовану суму, що виплачується у вигляді одноразового платежу або частинами в кілька прийомів: при вступі ліцензійного договору в силу, в момент передачі ліцензіату технічної документації та після випуску перших зразків продукції за ліцензією. Загальна сума паушальних платежів за весь період споживання може відтворювати вартість інтелектуальної технології.

Складнощі використання методу звільнення від роялті, на наш погляд, пов'язані з можливостями отримання інформації для розрахунків, яка є, зазвичай, надзвичайно закритою і конфіденційною. Найбільшу складність, на наш погляд, визивають питання про розмір ставка роялті (відсотку відрахувань), а також про базу роялті, тобто про ту суму коштів з якої повинні ці відсотки відраховуватися. Стосовно бази роялті – то тут можуть бути різні варіанти: економічний ефект, прибуток, обсяг реалізації в грошовому виразі або натуральних показниках, вартість сировини, що переробляється і т.ін. і т.п. Проведені дослідження свідчать про те, що в світовій практиці комерціалізації ОІВ найбільш поширеною базою роялті є обсяг реалізованої продукції у вартісному обчисленні (зазвичай цей показник називають обсягом продаж продукції). Звідси виходить ще одна проблема – цінова. Ціни на товарному ринку, як правило, схильні до коливань, підчас досить сильних. Для усунення цієї проблеми прийнято при обчисленні обсягів продажу використовувати середні ціни товарного ринку на дану продукцію. Для сировинних товарів це біржове котирування, для інших - довідкові індекси цін, які періодично публікуються зарубіжними кон'юнктурними виданнями.

Прибуток ліцензіата, як база для розрахунку роялті, залежить від багатьох як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників. Споживач інтелектуальної технології може отримати менший чи більший прибуток, провівши вдалу чи невдалу рекламну кампанію, вчасно чи не зовсім вчасно вийшовши на ринок зі своїми товарами, суттєвий вплив на прибуток має товарна марка і т.п. Враховуючи ці чинники, варіант розрахунку роялті виходячи з фактичного прибутку набагато більш вигідний для покупців. Але і продавець ліцензії (ліцензіар) намагається більш надійно захиститися від можливих маркетингових та інших помилок її покупця (ліцензіата). Власнику патенту значно вигідніше взяти за базу роялті обсяг продаж продукції або встановити мінімальний фіксований платіж - конкретну суму, відраховану з кожної одиниці виробленої або проданої продукції.

Значна кількість факторів впливає також і на ставку (відсоток) роялті. В першу чергу - це обсяг патентної охорони, якість складання формули винаходу. Світовий досвід говорить, що найбільші ставки роялті досягалися при продажу ліцензій на винаходи, надійно захищені цілим блоком патентів (до 30% щорічних відрахувань). Навпаки, ліцензія на ноу-хау автоматично знижує ставку роялті, оскільки зберегти незапатентовану інформацію дуже важко, особливо, коли йдеться не про технологічний процес, а, наприклад, про механічний пристрій. У останньому випадку безпатентна ліцензія, як правило, лише доповнює патентну. На розмір ставки роялті впливає вид ліцензійного договору і терміни його дії. Природно, найдорожча - це повна і виняткова ліцензія, а найдешевша - проста ліцензія; чим більше термін дії договору, тим нижче ставка роялті.

Зручність методу звільнення від роялті полягає в тому, що типова величина ставок роялті може бути відносно легко визначена виходячи з аналізу ринку. Так наприклад, в різних джерелах наводиться інформація про стандартні ставки роялті залежно від виду діяльності компанії або продукту, що випускається. Проведені дослідження свідчать про те, що

галузева ставка роялті коливається, як правило, в межах 1-12%. При цьому усереднене значення ставки роялті по більшості галузей наближається до рівня у 4-6%. Для деяких галузей існують емпіричні шкали середньостатистичних ринкових роялті [8, 9, 17], часто званих ринковою ціною ліцензії (табл.7.1).

Проте середня ціна роялті може сильно коливатися по країнах світу. Так, для фармацевтичної промисловості США діапазон роялті складає 3-10%, в Німеччині: 2-10%, у Франції: 4-5%. Можливість контролювати випуск продукції за ліцензією також впливає на ставку роялті. У тих випадках, коли контроль ускладнений (хімічне або фармацевтичне виробництво, виготовлення комплектуючих для подальшої збірки на інших підприємствах) ставка автоматично підвищується.

Таблиця 7.1 - Стандартні ставки роялті (% від ціни одиниці продукції)

№ п/п	Об'єкти застосування ставок роялті	Роялті, %
Галузі промисловості		
1	<i>Авіаційна</i>	6 - 10
2	Автомобільна	1- 3
3	Інструментальна	3-5
4	Металургійна	5 – 8
5	Споживчих товарів тривалого користування	5
6	Споживчих товарів масового попиту з малим строком використання	0,2 - 1,5
7	Верстатобудівна	4,7 - 7,5
8	Текстильна	3 – 6
9	Фармацевтична	2 – 5
10	Хімічна	2 – 4
11	Хімічного машинобудування	4 – 7
12	Електронна	4 -10
13	Електротехнічна	1 – 5
14	Сільськогосподарське машинобудування	4,5
15	Будівного машинобудування	4,5
16	Інтернет-індустрія та програмне забезпечення	9-12,5
17	Медіа та розваги	8-12,8
18	Пиво і напої	2-10
19	Суднобудівна	3-5
20	Легка	2-4
21	Залізнична	3-5
22	Ливарне виробництво	1,5-2
23	Харчова	4



Наприклад, якщо для ліцензій на машини і устаткування середня ставка роялті складає 5-7% від обсягу продажів, то для авіаційного або електронного виробництва вона складає до 10-12%. Ставка роялті також залежить від того, якими серіями випускається продукція, тобто для таких областей, як літакобудування і т.п. ставка вища, ніж в легкій промисловості. Існують зведені таблиці по середніх ставках роялті, вживаним в різних галузях промисловості. Проте, у зв'язку з тим, що на ставку впливає цілий ряд причин у кожному конкретному випадку вона може досить істотно відрізнитися від середньої. Результати досліджень доводять можливе використання ковзаючої ставки роялті, залежної від обсягів виробництва або продажів продукції ліцензіатом. Так, при збільшенні обсягів виробництва продукції роялті зменшуються, а при скороченні обсягів виробництва вона збільшується.

Крім того, ставки роялті іноді поділяються (класифікуються) відповідно до творчого рівня результату інтелектуальної діяльності, який лежить в основі ОІВ. Відповідно до такого роду класифікації, революційний рівень задовольняє давно відчутну потребу або створює нову галузь промисловості. Головне удосконалення дає значну перевагу у виробництві існуючого продукту або обслуговування. Незначна перевага створює деяку перевагу в існуючому продукті або обслуговуванні. Відповідно до досліджень компанії Degnam, діапазони ставок роялті в залежності від рівня результату творчої діяльності розділяються таким чином (табл.7.2).

Таблиця 7.2 - Класифікація ставок роялті в залежності від творчого рівня результатів

Вид роялті	Революційний рівень	Головне удосконалення	Незначна перевага
Середнє значення роялті	7-13%	4-8%	2-5%
Медіанне значення роялті	5-10%	3-7%	1-4%

Разом з тим, методичні підходи до оцінки ОІВ, які побудовані на роялті, на наш погляд, мають декілька важливих недоліків. Зокрема, галузева статистики в нашій країні не в повній мірі враховує всі умови створення і споживання ОІВ. Ціла низка важливих параметрів залишається поза увагою статистичних органів. Для ефективного використання методу звільнення від роялті необхідно мати доступ до закритої та конфіденційної інформації (що недоступно більшості дослідників) або вести свою власну накопичену базу даних. Крім того, на нашу думку, отримана за цим методом величина вартості ОІВ не в повній мірі відтворює в собі унікальну цінність даного ОІВ, так як просто копіює переваги його попередника (аналога).

Узагальнюючи аналіз методів дохідного (прибуткового) підходу, можемо констатувати той факт, що цей методичний підхід універсальний, теоретично обґрунтований і дозволяє визначити саме ту вартість активу (ринкову, інвестиційну тощо), яка має бути визначена відповідно до типу здійснюваної трансакції і цілями оцінки. Переваги дохідного підходу, на наш погляд, в тому, що з його допомогою є можливість оцінити майбутню дохідність ОІВ, а також оцінювати ринкові перспективи продукції, виробленої з використанням ОІВ. Крім того, цей підхід дозволяє привести грошові потоки в поточну вартість (капіталізація), враховувати зміну вартості грошей (дисконтування) та реально оцінювати можливості отримання доходу від споживання ОІВ (врахування різного роду ризиків).

Основний недолік дохідного підходу – складність отримання вихідної інформації для розрахунків. Крім того, до недоліків дохідного підходу, на нашу думку, слід також віднести його патологічну спрямованість в майбутнє (недостатнє врахування поточної ситуації), високу ступінь суб'єктивізму при врахуванні ризиків отримання доходу, недостатню обґрунтованість методів розрахунку ставок доходу і витрат в перспективному періоді.

Разом з тим, на наш погляд, якраз дохідний підхід є одним з найбільш перспективних для широкого використання підходів при визначенні вартісної оцінки інтелектуальних технологій. Ефективність підходу суттєво підвищується при стабільному розвитку економіки.

#### **7.2.4. Аналіз методів порівняльного (ринкового) підходу до оцінки інтелектуальної власності**

**Ринковий підхід** до оцінки інтелектуальних технологій являє собою процес оцінки ринкової вартості шляхом аналізу схожих нематеріальних активів, проданих або ліцензованих в недавній час, і їх подальшого порівняння з оцінюваним нематеріальним активом. Необхідну інформацію передбачається отримувати після аналізу аналогічних ринкових угод з технологічними продуктами. В принципі, на нашу думку, такий підхід був би ідеальним, якби вказана інформація мала місце. Проведені нами дослідження свідчать про те, що, по-перше, трансфертні угоди з співставними ОІВ на технологічному ринку, як правило, обмежуються рамками двох трьох підприємств або навіть підрозділів одного підприємства; по-друге, трансфертні ціни, зазвичай, складають комерційну таємницю і не підлягають розголосу або офіційному оприлюдненню; по-третє, в зв'язку з наявністю специфічних рис ОІВ знайти для них ринкові аналоги (угоди, пов'язані з подібною технологією, з подібними ринковими умовами, аналогічними економічними характеристиками підприємств ліцензіара та ліцензіата) частіше за все є досить складною задачею, а іноді просто не представляється можливим.

Разом з тим, не дивлячись на наявність низки обмежуючих чинників, на наш погляд, ринкова вартість інтелектуальних технологій - це найбільш імовірна ціна, за якою інтелектуальний об'єкт оцінки може бути відчужений на відкритому ринку в умовах конкуренції. Таке визначення дозволяє враховувати імовірнісний характер вартості

інтелектуальних технологій, який залежить від безлічі факторів, що динамічно змінюються. Ринкові умови визначення ціни цілком відповідають умовам комерціалізації інтелектуальних технологій шляхом купівлі-продажу (ліцензування) на відкритому ринку. Виходячи з цих посилок, встановлення ціни на інтелектуальні технології доцільно робити на базі ринкової вартості, яка безпосередньо пов'язана з розвитком ринку інтелектуальних технологій і забезпечує діючий механізм реалізації науково-технічних досягнень у формі інтелектуальної власності. Офіційна статистика свідчить про подальше зростання активності у поданні заявок на ОІВ [16, 17, 24], що створює надійну основу для розвитку ринку інтелектуальних продуктів.

Дослідження питань розвитку ринку інтелектуальних технологій, дозволяє зробити висновок про те, що їхня ринкова вартість повинна визначатися з урахуванням ринкових категорій: попиту, пропозиції, конкуренції, кон'юнктурних відношень та інших ринкових факторів, які прямо чи опосередковано впливають на процеси ціноутворення, включаючи специфічні ціноутворюючі фактори, характерні для інтелектуальних технологій. Серед них в першу чергу слід виділити «справедливу» оцінку цінності інтелектуального блага, в другу чергу відмітити той факт, що ринкова вартість передбачає величину коштів, яку можна одержати при найбільш ефективному (найбільш вигідному і для продавця і для покупця) використанні даного інтелектуального ресурсу.

Як свідчить практика визначення ринкової вартості багатьох видів матеріальних і інтелектуальних активів промислових підприємств (нерухомості, машин, устаткування та ін.) ринковому (порівняльному) підходу залежить почесне місце, так як він заснований на принципі заміщення. Виходячи з цього принципу об'єкти оцінки з аналогічною корисністю повинні мати близьку за значенням вартість. Порівняльний підхід для свого практичного використання потребує інформацію про найбільш важливі техніко-

економічні характеристики на аналогічні об'єкти. Причому для отримання об'єктивних (вірогідних) результатів необхідна адекватна інформація про досить велику кількість угод з технологічними продуктами (інакше вибірка, на основі якої і буде прийматися відповідне рішення не буде репрезентативною).

Враховуючи вказану обставину, можна відзначити, що у відношенні інтелектуальних технологій порівняльний підхід не має надто широкого використання: більшість інтелектуальних технологій унікальні за визначенням, рівень розвитку ринку інтелектуальними технологіями недостатній - кількість угод з аналогічними інтелектуальних технологій не занадто велика, та й сама інформація про угоди, що вже укладені та про їх ціни практично недоступна. Проте, відзначимо важливість і цінність даного підходу, тим більше, що стосовно деяких видів інтелектуальних технологій даний метод ефективно використовується. Так, наприклад, на такому специфічному ринку, яким є ринок програмних продуктів (як ми вже відзначали, за деякими позиціями він близький до ринку інтелектуальних технологій) при оцінці окремих видів програм можна одержати достатній обсяг інформації для ефективного застосування порівняльного підходу.

Узагальнюючи відмічені положення, можемо констатувати, що ринковий (порівняльний) підхід передбачає визначення вартості інтелектуальних технологій на основі вартості технології-аналога, скорегованої на ряд корегуючих коефіцієнтів, що враховують відмінності між оцінюваним об'єктом і аналогом. Базова модель визначення вартісної оцінки інтелектуальних технологій з використанням порівняльного (ринкового) підходу може бути представлена в наступному вигляді:

$$B_{\text{порівн}}^{OIB} = B_{\text{аналог}}^{OIB} \times K_1 \times K_2 \times \dots \times K_n, \quad (7.11)$$

де  $B_{\text{порівн}}^{OIB}$  - вартість інтелектуальної технології, розрахована на основі ринкового (порівняльного) підходу;  $B_{\text{аналог}}^{OIB}$  - вартість

аналогічної інтелектуальної технології;  $K_1, K_2 \dots K_n$  - поправочні коефіцієнти, які враховують специфічні особливості даної та аналогічної технології.

При ринковому підході використовується *метод порівняння продаж*, коли даний інтелектуальний актив порівнюється з аналогічними об'єктами інтелектуальної власності, які були комерціалізовані на цільовому ринку.

*Методи експертної оцінки* передбачають прогнозування вартості інтелектуальних технологій на основі досягнення згоди групою експертів. Існує досить велика кількість методів отримання експертних оцінок. У одних випадках з кожним експертом працюють окремо, він навіть не знає, хто ще є експертом-колегою, і тому виказує свою думку незалежно від існуючих авторитетів. При використанні інших методів - експертів збирають разом для підготовки матеріалів, при цьому експерти обговорюють проблему один з одним, вчаться один у одного, і невірні думки відкидаються. При цьому, кількість експертів може бути фіксованою але такою, щоб статистичні методи перевірки узгодженості думок і потім їх усереднювання дозволяли ухвалювати обґрунтовані рішення.

Як свідчить проведений нами аналіз, порівняльний підхід до оцінки інтелектуальних технологій має свої переваги і недоліки [6, 8, 9, 24]. Основною перевагою порівняльного підходу є те, що оцінювач орієнтується на фактичні ціни купівлі-продажу аналогічних об'єктів. У даному випадку ціна визначається ринком, так як оцінювач обмежується тільки коригуваннями, що забезпечують порівняльність аналога з оцінюваним об'єктом. При використанні інших підходів оцінювач визначає вартість на основі розрахунків. Порівняльний підхід базується на ретроспективній інформації і, таким чином, відображає фактично досягнуті результати здійснення угод на ринку, в той час як прибутковий - орієнтований на прогнози щодо майбутніх доходів. Іншою перевагою порівняльного підходу є реальне відображення попиту і пропозиції на даний об'єкт, оскільки

ціна фактично досконалої операції максимально враховує ситуацію на ринку.

Разом з тим порівняльний підхід має ряд істотних недоліків, що обмежують його використання в оцінній практиці:

- наявність складнощів при пошуку ринкової інформації про укладені угоди з аналогічними чи в достатній мірі схожими між собою продуктами;

- поняття порівняльності між двома та більше угодами трансфертними угодами з ОІВ може бути оскаржено в багатьох випадках: для цього, зазвичай, є чимало об'єктивних та суб'єктивних підстав;

- базою для розрахунків є досягнуті в минулому фінансові результати, отже, ігноруються перспективи розвитку даної технології в майбутньому;

- порівняльний підхід можливий тільки за наявності досить різнобічної ринкової, виробничої та фінансової інформації не тільки по оцінюваному об'єкту, але і по великому числу схожих об'єктів, відібраних оцінювачем як аналоги; на практиці ця інформація рідко є досить повною для прийняття обґрунтованого рішення щодо вартісного оцінювання технологічного продукту;

- оцінювач повинен робити складні коригування, вносити поправки в підсумкову величину і проміжні розрахунки, що вимагають серйозного обґрунтування. Це обумовлено тим, що на практиці не існує абсолютно однакових інтелектуальних технологій.

Недоліком цього підходу є той факт, що функціональна сутність інтелектуальних технологій вже сама по собі передбачає унікальність цього об'єкту, його неповторність. Це створює складнощі при пошуку на ринку аналогів для порівняння і певним чином обмежує сферу його використання.

У силу специфіки і різноманітності інтелектуальних технологій, а також недостатнього розвитку ринку інтелектуальної власності в нашій країні, порівняльний підхід практикуючими оцінювачами практично не застосовується, використовуються тільки окремі елементи порівняння. Економічна сторона угод по інтелектуальним технологіям, як

правило, є комерційною таємницею. В даний час правомірно використовувати даний підхід для оцінки:

- програмних продуктів, оскільки їх можна уніфікувати і база даних по їх обороту накопичується досить активно у зв'язку з швидким їх старінням;

- інших об'єктів авторських прав, оскільки вивчення ринку може виявити наявність об'єктів авторського або суміжного права аналогічного типу;

- товарних знаків (ринок цього типу ОІВ росте дуже активно останнім часом, а отже, можна спробувати підібрати аналогічні угоди).

Проведені нами дослідження свідчать про те, що до застосування порівняльного підходу для оцінки об'єктів промислової власності треба ставитися вкрай обережно, тому що необґрунтоване перенесення показників з порівнянного ОІВ на оцінюваний може привести до помилкових результатів. З урахуванням ситуації, що склалася на сучасному етапі розвитку економіки країни, застосовувати статистичний аналіз в порівняльних технологіях аналізу продажів об'єктів інтелектуальної власності буде не зовсім правильним. Тут швидше за все необхідно використовувати методи експертних оцінок, які базуються на залученні до цієї роботи досвідчених експертів, думки яких можна було б використовувати для прийняття рішень про остаточну величину вартості інтелектуального продукту.

Вищеописані методичні підходи є базовими для визначення вартості інтелектуальних технологій у різних цілях і при різних формах комерціалізації. Разом з тим, специфіка тієї або іншої форми комерціалізації, природно, знаходить своє відбиття у факторах ціноутворення й, відповідно, у розрахунках вартості інтелектуальних технологій на базі описаних методів.

Слід зазначити, що практика використання різного роду методичних підходів до визначення вартості ОІВ багато в чому залежить від конкретного об'єкту оцінки. Наприклад, вартість управлінських технологій більш точніше



визначається з використанням витратного підходу, вартість патентів і виробничих технологій – дохідного, а технології захисту від недобросовісної конкуренції – ринкового підходу. Практичні рекомендації по переважному використанню найбільш широко вживаних підходів до вартісної оцінки ОІВ наведено нами в табл. 7.3 [8, 9].

Таблиця 7.3 - Рекомендації щодо використання методичних підходів до вартісної оцінки різних видів ОІВ

Об'єкти інтелектуальної власності	В першу чергу	В другу чергу	Рідко
Об'єкти авторського та суміжного права	дохідний	ринковий	витратний
Патенти і технології	дохідний	ринковий	витратний
Кваліфікована робоча сила (навчений персонал)	витратний	дохідний	ринковий
Товарні знаки та бренди	ринковий	дохідний	витратний
Інформаційне програмне забезпечення менеджменту	витратний	ринковий	дохідний
Права копіювання	дохідний	ринковий	витратний
Компонування інтегральних мікросхем	ринковий	дохідний	витратний
Наукові відкриття	дохідний	ринковий	витратний
Дистриб'юторські мережі	витратний	дохідний	ринковий
Захист від недобросовісної конкуренції	ринковий	дохідний	витратний
Права по франчайзингу	дохідний	ринковий	витратний
Біології та біотехнології	витратний	ринковий	дохідний
Раціоналізаторські пропозиції	дохідний	ринковий	витратний
Корпоративна практика і процедури	витратний	дохідний	ринковий
Програмні продукти	дохідний	ринковий	витратний
Базові депозити (Core deposits)	дохідний	ринковий	витратний

### **7.2.5 Аналіз методів комбінованого (системного) підходу до оцінки інтелектуальної власності**

**Комбінований (системний) підхід** до визначення вартості різних інтелектуальних технологій інтегрує в собі три основні підходи (витратний, дохідний і ринковий), в кожному

з яких використовується уніфікований набір оцінних принципів. З урахуванням різноманіття специфічних характеристик об'єктів науково-технічної діяльності, областей та умов їх використання на практиці доцільно проводити розрахунок вартості інтелектуальних технологій за декількома методиками на основі інтеграційного узагальнення показників комерційної привабливості інтелектуальних технологій та їх впровадження. Аналіз показує, що створення комбінованих (комплексних) методів врахування всіх чинників при вартісній оцінці ОІВ може дати значний економічний ефект при їх комерціалізації [8, 9, 24].

Найбільш популярний варіант комбінованого підходу передбачає органічне поєднання базових методичних підходів – витратного, ринкового та дохідного. Особливість в цьому випадку полягає в тому, що отримані в результаті застосування названих методів оцінки з боку покупця й продавця порівнюються шляхом зважування відповідних результатів, тобто, шляхом присвоєння вагових коефіцієнтів –  $\gamma_c$ ,  $\gamma_p$ ,  $\gamma_m$  з урахуванням наступних факторів: а) надійності вихідної інформації, що використалася при проведенні розрахунків кожним підходом; б) кількості й характеру використаних допущень (явних і неявних), які можуть не відповідати дійсному стану речей (наприклад, при прогнозуванні майбутніх доходів, при визначенні ставки дисконту, ставки роялті та т.п.).

У підсумку одержується зважена ринкова вартість наукового продукту:

$$C = C_e \gamma_e + C_d \gamma_d + C_n \gamma_n, \quad (7.12)$$

де  $C$  - ринкова вартість ОІВ;  $C_e$ ,  $C_d$ ,  $C_n$  - вартість ОІВ, розрахована на основі відповідно витратного, дохідного та порівняльного підходів;  $\gamma_c$ ,  $\gamma_p$ ,  $\gamma_m$  - вагомість результатів, отриманих відповідно на основі витратного, дохідного та порівняльного підходів ( $\gamma_c + \gamma_p + \gamma_m = 1$ ).

Ідея моделі (4.12) в певній мірі очевидна, але складність і в певній мірі суб'єктивізм визначення вагових коефіцієнтів  $\gamma_c$ ,

$\gamma_p, \gamma_m$ , на наш погляд, не надають цій моделі впевненості в кінцевому результаті.

Більш ускладнену модель комбінованого підходу пропонує А.В.Косенко [6], який представляє базову модель (4.12) в такому ж вигляді, але коефіцієнти вагомості  $\gamma_c, \gamma_p, \gamma_m$  заміняє на відповідні коефіцієнти реалістичності  $a_1, a_2, a_3$ . Тут також ( $a_1 + a_2 + a_3 = 1$ ). Значення коефіцієнтів реалістичності автор пропонує розраховувати з урахуванням трьох складових: коефіцієнту переваги, коефіцієнту інформаційного забезпечення та коефіцієнта відповідності методичного підходу меті оцінки. В постановочному плані такий підхід, на нашу думку, може викликати певну цікавість, але практична реалізація є не найкращою. Наприклад, коефіцієнт переваги пропонується визначати наступним чином: якщо використовується дохідний підхід – цей коефіцієнт дорівнює 1,0, ринковий підхід – 0,66; витратний підхід – 0,33. Очевидно, що апріорі автор визначає першість дохідного підходу і надає останнє місце витратному в усіх випадках, що, на нашу думку є навіть не дискусійним, а просто помилковим.

Цікавою представляється системна модель визначення вартості інтелектуальних технологій з використанням комбінованого підходу  $B_{комбін}^{OIB}$ , яка передбачає уточнення результату оцінки, отриманого з використанням різних підходів ( $j$  – вид методичного підходу до оцінки: витратний, ринковий, прибутковий)  $O_{OIB}^j$ , з використанням інтегрального коефіцієнту  $K_{інтегр}^i$ :

$$O_{OIB}^{компл} = K_{інтегр}^i O_{OIB}^j, \quad (7.13)$$

Система розрахунку інтегрального коефіцієнта впливу кількісних і якісних факторів на вартість інтелектуальних технологій, що включає в себе поділ за видами інтелектуальних технологій та враховує особливості конкретного підходу до оцінки, може включати в себе різну кількість вихідних коефіцієнтів. Наприклад, Е.К.Родіонова

розглядає можливість використання 13 вихідних позицій [8, 9, 24], які, в залежності від методичного підходу та його різновиду можуть об'єднуватися в більші або менші кількісні коефіцієнтосполучення (табл.7.4).

Таблиця 7.4 - Методичні рекомендації з визначення інтегрального коефіцієнту при розрахунку вартості ОІВ з використанням різних методичних підходів

ОІВ	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>	K <sub>8</sub>	K <sub>9</sub>	K <sub>10</sub>	K <sub>11</sub>	K <sub>12</sub>	K <sub>13</sub>	$K_{інтегр}^i$
<i>Витратний підхід</i>														
Винахід	+	+	+											$K_{інтегр}^{випр} = K_1 K_2 K_3$
Корисна модель	+	+	+											$K_{інтегр}^{випр} = K_1 K_2 K_3$
Промисловий зразок	+	+		+										$K_{інтегр}^{випр} = K_1 K_2 K_4$
<i>Порівняльний підхід</i>														
Винахід	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+			$K_{інтегр}^{порівн} = K_1 K_2 K_3 K_5$ $K_6 K_7 K_8 K_9 K_{10} K_{11}$
Корисна модель				+	+									$K_{інтегр}^{порівн} = K_4 K_5$
Промисловий зразок				+	+			+	+		+	+	+	$K_{інтегр}^{порівн} = K_4 K_5 K_8$ $K_9 K_{11} K_{12}$
<i>Прибутковий підхід</i>														
Винахід					+		+	+	+		+			$K_{інтегр}^{приб} = K_5 K_7 K_8 K_9 K_{11}$
Корисна модель					+		+	+	+		+			$K_{інтегр}^{приб} = K_5 K_7 K_8 K_9 K_{11}$
Промисловий зразок				+	+			+				+	+	$K_{інтегр}^{приб} = K_4 K_5 K_8 K_{12} K_{13}$

**Примітка.** K<sub>1</sub> - коефіцієнт морального старіння ОІВ; K<sub>2</sub> - коефіцієнт функціонального старіння ОІВ; K<sub>3</sub> - коефіцієнт складності та актуальності технічного рішення; K<sub>4</sub> - коефіцієнт складності та адаптованості художньо-конструкторського рішення до промислового виробництва; K<sub>5</sub> - коефіцієнт ринкової затребуваності; K<sub>6</sub> - коефіцієнт техніко-економічної значимості; K<sub>7</sub> - коефіцієнт новизни й унікальності ОІВ; K<sub>8</sub> - коефіцієнт надійності правової охорони; K<sub>9</sub> - коефіцієнт обсягу та території дії виняткових прав; K<sub>10</sub> - коефіцієнт виробничої готовності; K<sub>11</sub> - коефіцієнт ризику промислового освоєння; K<sub>12</sub> - коефіцієнт оригінальності та естетичного сприйняття промислового зразка; K<sub>13</sub> - коефіцієнт обсягу випуску.

Система поправочних коефіцієнтів, що враховуються при розрахунку інтегрального коефіцієнта впливу кількісних і якісних факторів на розмір вартісної оцінки інтелектуальних технологій, визначається в основному на підставі експертних

оцінок і коливається в межах 0...2 в залежності від економічної суті коефіцієнта. Лише значення коефіцієнту  $K_1$  визначається шляхом проведення аналітичних розрахунків з використанням фактичного ( $T_f$ ) та номінального ( $T_n$ ) терміну дії охоронного документу на даний інтелектуальних технологій на час виконання оціночних розрахунків:  $K_1 = (T_n - T_f) / T_n$ . Деякі з коефіцієнтів не можуть в принципі перевищувати значення «1», так як відтворюють понижуючий ефект фактора (коефіцієнту) на значення оцінки інтелектуальних технологій.

Наприклад, чим більше рівень функціонального старіння інтелектуальних технологій, тим менше відповідний коефіцієнт ( $K_2=0..1$ ); чим менше обсяг випуску продукції з використанням даного ОІВ, тим менше значення коефіцієнту ( $K_{13} = 0,2...1,0$ ); чим менш надійна правова охорона інтелектуальних технологій, тим менше його вартість ( $K_8=0,6...1,0$ ); чим більше ризик промислового освоєння інтелектуальних технологій, тим менше його вартість ( $K_{11} = 0,3...1,0$ ). Інші коефіцієнти відтворюють підвищуючий ефект вартості ОІВ і коливаються в межах від «1» і вище (не більше «2»). Наприклад, підвищує вартість інтелектуальних технологій складність і актуальність технічного рішення ( $K_3=1...2$ ); аналогічну дію виконує складність та адаптованість художньо-конструкторського рішення до промислового виробництва ( $K_4=1...1,6$ ); чим більше техніко-економічна значущість інтелектуальних технологій, тим більше його вартість ( $K_6=1...2$ ) і т.п. Особливий статус, на наш погляд, має коефіцієнт новизни і унікальності ОІВ, який має двосторонній вплив на значення вартісної оцінки інтелектуальних технологій ( $K_7=0,4...1,2$ ).

Комбіновані методи оцінки вартості інтелектуальних технологій є найбільш важливими та найбільш перспективними при розробці нових та удосконаленню існуючих методичних підходів та методів вартісної оцінки інтелектуальних продуктів. Перспективним виглядає методичний підхід, який не буде обмежуватися однозначним

(крапковим) визначенням вартості технологічного продукту. Більш важливим, більш точним та більш обґрунтованим представляється визначення хоча б дворівневої оцінки вартості (мінімальне та максимальне значення), що дозволяло б визначати рівень комерційного потенціалу інтелектуальних технологій. Такий підхід надавав би можливість власнику і споживачу інтелектуальної технології розробляти і впроваджувати заходи з покращення стану справ з даним інтелектуальним продуктом, наближаючи його вартісну оцінку до найбільш бажаного значення.

Проведений авторський аналіз існуючих методичних підходів до визначення вартісної оцінки інтелектуальних технологій показав, що наявна методична база потребує свого розвитку та вдосконалення. Кожний з аналізованих методів дозволяє встановити крапкову оцінку, яка не завжди є в достатній мірі достовірною. На наш погляд, подальший розвиток методичної бази вартісної оцінки ОІВ слід пов'язувати з використанням інтервальної оцінки, яка, на нашу думку, є, по перше, більш гнучкою при встановленні трансферних цін в умовах мінливого конкурентного середовища, по друге, в змозі врахувати більшу кількість факторів впливу на вартість і ціну ОІВ, по третє, надає більше можливостей для ефективного проведення перемовин між розробником технології та її потенційним споживачем при укладенні трансферних та ліцензійних угод.

Крім того, існуюча методична база встановленні вартості і ціни патентів не враховує такі їх важливі характеристики як патентний пошук, імідж патенту у середовищі винахідників та споживачів, рівень цитування патентних заявок в інших патентах та в наукових публікаціях. На наш погляд, визначення вартості патенту з урахуванням індексу його цитування є досить привабливим напрямком, використання та розвиток якого дозволить патентовласникам та потенційним ліцензіатам більш об'єктивно приймати рішення при укладанні угод з комерціалізації патентів.

## **7.3. Трансфер та комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності**

### **7.3.1. Сутність трансферу та комерціалізації результатів творчої праці**

Задача вдосконалення механізму комерційної реалізації результатів інтелектуальної діяльності відноситься до числа найважливіших теоретичних і практичних аспектів економічного розвитку. Треба констатувати той факт, що створення інновацій – це тільки половина справи і не завжди більша. Друга половина з точки зору досягнення кінцевого результату інноваційної діяльності – це отримати певний ефект для розробника або власника початкового результату інноваційної діяльності. В більшості випадків мова йде про представлення отриманого результату на ринку і його продаж. В цьому сенсі спочатку слід вести мову про упровадження інноваційної розробки. Це може відбутися на комерційній основі, тобто за гроші. В цьому випадку мова йде про процес, який прийнято називати комерціалізацією або комерційним трансфером. Упровадження інноваційної розробки може бути і без грошей (наприклад, соціальні, екологічні розробки) – це буде некомерційне упровадження, або некомерційним трансфером. З цієї точки зору широко вживаний термін «трансфер технологій» є більш широким поняттям в порівнянні з терміном «комерціалізація», на що буде звернута більш детальна увага нижче.

**Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності** – це процес перетворення результатів науково-технічної та інноваційної діяльності в товар і їх ефективна реалізація в промислових масштабах. Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу.

Термін „комерціалізація” походить від слова „комерція” латинського походження “commercium” – торгівля. З точки зору лінгвістично-етимологічного аналізу термін

“комерціалізація” побудований за продуктивною словотвірною моделлю як віддієслівний іменник. І, фактично, вказує на нерозривність процесу та результату.

Процес комерціалізації в залежності від стадії втілення комерційної ідеї може приймати *проектну* або *реальні* форми (стадії). Об'єктами комерціалізації можуть бути ресурси, виробничі процеси, результати виробничого процесу (табл.7.5).

Представлені в табл.7.5 види комерціалізації надають можливість сформулювати концептуальну основу для застосування процесів комерціалізації в інноваційній діяльності.

Процеси, що пов'язані з *комерціалізацією ресурсів* для здійснення інноваційної діяльності не є актуальними і не відповідають її цілям. Комерціалізація ресурсів більш пов'язана з оптимізацією оперативної і фінансової сфери діяльності підприємства. Тому, ці види комерціалізації (проектна та реальна її форми) до інноваційної діяльності мають опосередковане відношення.

Таблиця 7.5 - Класифікація видів комерціалізації за стадіями втілення комерційної ідеї та виду об'єкта комерціалізації

Види об'єкта комерціалізації	Стадії втілення комерційної ідеї	
	Проектна	Реальна
Ресурси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) ресурсів	Комерціалізація ресурсів
Процеси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) процесів	Комерціалізація процесів
Результати	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) результатів	Комерціалізація результатів

Проекти по комерціалізації *результату інноваційної діяльності* не розглядаються окремо від бізнес-процесів, так як вони є логічним завершенням інноваційного бізнесу. Тому, їх подання разом з проектом бізнесу є взаємодоповнюючим. У



випадку купівлі-продажу бізнесу, проекти по комерціалізації результату інноваційної діяльності не зменшують його цінності, а, навпаки, сприяють зменшенню рівня ризику та збільшенню рівня довіри у клієнта.

В залежності від цілей підприємця інноваційної сфери діяльності, слід виділити наступні види *процесів комерціалізації*, які доцільно сформуванати у такі три групи:

- комерціалізація проекту процесу (бізнесу, технології) створення результатів інноваційної діяльності;
- комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності;
- комерціалізація результатів інноваційної діяльності.

*Комерціалізація проекту процесу по створенню результатів інноваційної діяльності* передбачає виведення на ринок з метою повного або часткового продажу проекту по створенню процесу, що реалізує комерційну ідею. Частковий продаж означає залучення до проекту інвесторів та кредиторів (опосередковані споживачі) на взаємовигідних умовах.

*Комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності* – виведення на ринок з метою повного або часткового продажу процесу, що реалізує комерційну ідею.

*Комерціалізація результатів інноваційної діяльності* – процес виведення на ринок комерційної ідеї у формі нового ресурсу, товару (послуги) чи процесу (технології) з метою їх продажу прямим (кінцевим) споживачам.

Система комерціалізації продуктів інноваційної діяльності складається не тільки з оцінки процесу комерціалізації але й трансферу. Методи, механізми трансферу прямо впливають на формування стратегії продажу об'єктів комерціалізації. Тому, умови трансферу мають бути також дослідженими, оптимізованими та відображеними в стратегії комерціалізації результатів інноваційної діяльності.

Слід відзначити, що поняття «комерціалізація інновацій» з'явилося в вітчизняній економічній літературі недавно і прямо пов'язано з переорієнтацією на ринкові відносини в більшості сфер людської діяльності. Часто його вживають в тісному взаємозв'язку з іншим поняттям – «трансфер інновацій (новацій, продуктів, технологій)», хоча смисловий зміст цих понять неоднаковий. Процес трансферу є більш широким і більш загальним, чим процес комерціалізації, так як здійснює передачу об'єкта до споживача і при наявності комерційної складової і без неї. Комерційна складова при трансфері технологій часто відсутня при впровадженні соціальних та екологічних новацій. Трансфер завершує процес комерціалізації результатом - фактом купівлі-продажу. Тому комерціалізація є складовою процесу трансферу, а процес комерціалізації є складовою інноваційного процесу. Система управління комерціалізацією результатів інноваційної діяльності складається з об'єкта управління та управляючої системи і є складовою системи управління новаційно-інноваційної діяльності.

Термін «трансфер» (від англ. - transfer) – передача, переміщення успішно замінило термін «упровадження», яким при плановій економіці характеризували процеси втілення в життя інноваційної пропозиції. Проте це не просте заміщення, а істотне перетворення значення процесу. Замість терміну «упровадження» (який передбачає активний або пасивний опір середовища, в яке упроваджується щось чужорідне), трансфер передбачає не тільки передачу інформації про новину, але і її освоєння при активній позитивній участі і джерела цієї інформації (наприклад, автора винаходу), і реципієнта, приймача і реалізатора інформації про інновацію, і кінцевого споживача продукту, який виробляється за допомогою цієї інновації. Тому основний акцент при трансфері інновацій робиться не стільки на новий продукт або технологію, скільки на суб'єктах - учасниках цього процесу.

Таким чином, в першому наближенні відмінність між трансфером і комерціалізацією можна укласти в два пункти:

а) комерціалізація інновацій передбачає обов'язкове отримання прибутку і не обов'язково пов'язана з підключенням третіх осіб (окрім джерела інновації і кінцевого споживача);

б) трансфер інновацій передбачає обов'язкову передачу технології реципієнту, який і здійснює її промислове освоєння, але це не обов'язково пов'язано з отриманням прибутку як власником інновації, так і її реципієнтом (зокрема, це відноситься до соціальних або екологічних технологій).

Останнє твердження для суб'єкта ринкової економіки може виявитися незвичним, оскільки в більшості публікацій на цю тему при трансфері інновацій також передбачається саме отримання прибутку власником інновації. Втім, поняття прибутку іноді включає і такі нематеріальні поняття як «добре ім'я», репутація, позитивний імідж, що в ряді випадків коштує значно більше прямих доходів від продажу.

В структурі управління комерціалізацією результатів новаційно-інноваційної діяльності важливою є організаційна структура системи інноваційної діяльності. Вона складається із системи виробництва нововведень, системи експертно-правового оформлення результатів новаційно-інноваційної діяльності та системи комерціалізації новинок (проектної документації, ліцензій тощо) і нововведень (готової продукції, послуг, робіт).

*Сфера виробництва нововведень* відноситься до інноваційної діяльності й по суті є тиражуванням, серійним (масовим) створенням нововведень на базі новинок. Відображає процес масового випуску нововведень в результаті успішної апробації новинок на ринку. Особливість цього процесу полягає у тому, що тут не створюються новинки, а виробляються тільки ті, які вже знайшли свого споживача і мають високий рівень попиту, тобто перейшли в ранг нововведень.

Системи експертно-правового оформлення результатів інноваційної діяльності та комерціалізації готової продукції

інноваційної діяльності частіше всього відноситься до обслуговуючих, а не до організаційних, так як вони завершують формування новаційного продукту, нововведення.

*Система експертно-правового оформлення результатів* поділяється на такі три групи: система патентування та ліцензування; система сертифікації, стандартизації та акредитації; експертно-консалтингова система.

*В системі комерціалізації продуктів новаційно-інноваційної діяльності (об'єктів інтелектуальної власності)* умовно здійснено поділ на підсистеми в яких проводиться оцінка маркетингового середовища об'єкта та умов комерціалізації, формуються стратегії його продажу та здійснюється трансфер результатів інноваційної діяльності. На рис.7.3 представлено схему організаційно-економічного механізму управління процесом комерціалізації ОІВ на підприємстві.

В її основу покладено принцип постановки завдання комерціалізації і досягнення їх вирішення за допомогою організаційних рішень по створенню і реалізації різного роду відповідних служб (відділів).

Слід зазначити, що певні структурні підрозділи та організаційні рішення в цей час часто зустрічаються на промислових підприємствах, але родзинкою наших пропозицій є їх комплексний характер, що дозволяє проводити процеси комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на високому рівні і з високим рівнем ефективності.

Організаційний механізм комерціалізації продуктів об'єктів інтелектуальної власності (інноваційної діяльності) складається не тільки з механізму комерціалізації, а й механізму трансферу. Методи, механізми трансферу прямо впливають на формування стратегії продажу об'єктів комерціалізації. Тому, умови трансферу мають бути також дослідженими, оптимізованими та відображеними в стратегії комерціалізації результатів інноваційної діяльності.

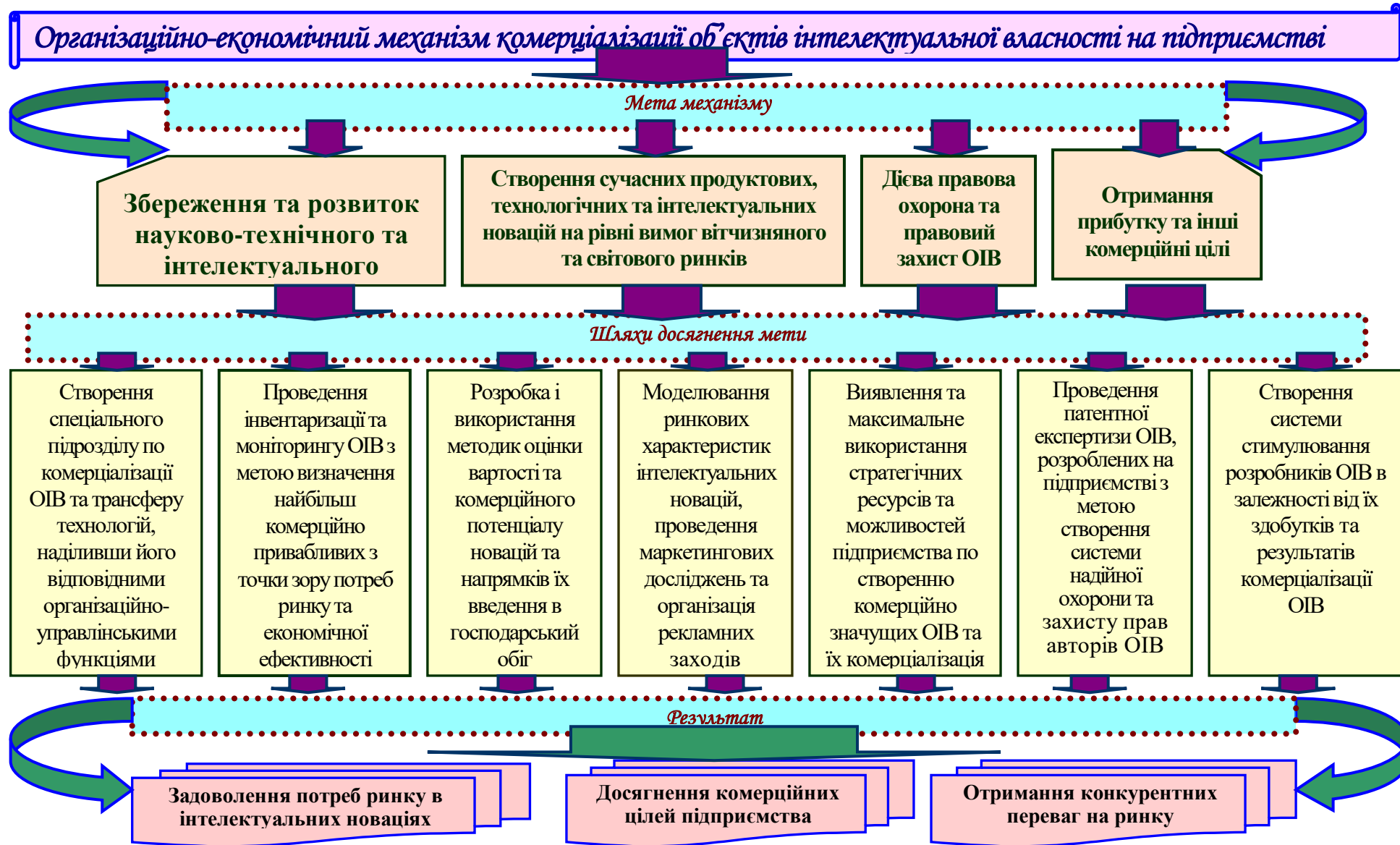


Рисунок 7.3 - Принципова схема організаційно-економічного механізму комерціалізації ОІВ

### **7.3.2. Механізми комерціалізації інтелектуальної власності**

Всі організаційні форми комерціалізації інтелектуальної власності можуть бути зведені до трьох найбільш поширених в промисловості України форм:

- повна передача виняткового права на ОІВ;
- ліцензування;
- передача ноу-хау.

В разі повної передачі виняткового права на ОІВ від одного суб'єкта іншому переходить повне виняткове право на використання ОІВ (право інтелектуальної власності) без обмеження терміну (зрозуміло, в межах терміну дії цього права відповідно до законодавства) і без обмеження території (в межах території дії виняткового права, що передається). Тобто відбувається зміна патентовласника (володаря виняткового права на використання ОІВ) відносно певного ОІВ. Така форма реалізації ОІВ дуже схожа з операціями купівлі-продажу матеріальних об'єктів (у обох випадках відбувається зміна власника як володаря виняткового права) з врахуванням вищезгаданої специфіки (передається не право власності, а право на використання ОІВ, сам об'єкт не передається). Тому досить часто при укладенні договорів на передачу права інтелектуальної власності ведуть мову про операції купівлі-продажу ОІВ або патенту як еквіваленту виняткового права на даний ОІВ [6].

Організаційна форма комерціалізації ОІВ з використанням ліцензійних угод, або ліцензування є складнішою і багатограннішою, чим попередня, і в практичному, і в теоретичному плані. З точки зору практики, ліцензування ускладнюється множинністю видів ліцензійних договорів. З точки зору теорії, проблемою є відсутність єдиної думки відносно економічної сутності ліцензування. В той же час ліцензування є більш поширеною формою комерціалізації.

Згідно із статистичними даними кількість операцій на базі ліцензування істотно перевищує аналогічний показник відносно операцій по повній передачі прав на ОІВ.

Слід зазначити, що ліцензійні договори і договори по повній передачі прав на ОІВ мають бути в обов'язковому порядку зареєстровані в Українському інституті промислової власності (Укрпатенті). Інакше ці договори визнаються недійсними зі всіма правовими і економічними наслідками, які з цього виходять.

1 Аналіз показує, що у визначенні сутності ліцензійного договору досить часто виникають суперечності і неузгодженості. На наш погляд, таке положення пояснюється об'єднанням багатьма авторами в поняття ліцензійного договору двох, як нам представляється, різних видів операцій з ОІВ: ліцензійні операції і передача ноу-хау. Як показує світовий досвід ліцензійної торгівлі, передача ноу-хау, як правило, є складовою частиною ліцензійної операції, але може здійснюватися і окремо. Так, ноу-хау передається по більш ніж 85% ліцензійних угод, що укладаються: більше 50% одночасно з винаходами і більше 35% лише на ноу-хау. Те, що договори на ноу-хау укладаються практично нарівні з класичними ліцензіями, має в достатній мірі зрозуміле пояснення. Патентний опис (формула винаходу, істотні ознаки промислового зразка) зазвичай складаються таким чином, що розкривши сутність запатентованого результату інноваційної діяльності, патентовласник, проте, залишає нерозкритою значну частину інформації про промислове впровадження даного ОІВ (опис технологічного процесу, нюанси промислового освоєння і т.д.). У зв'язку з цим, ліцензіат вимушений, отримуючи дозвіл на використання ОІВ, що охороняється, набувати також і засекречене ноу-хау, інакше він буде не в змозі упровадити даний ОІВ з таким же економічним ефектом, що і патентовласник.

Вищесказане підкреслює значущість ноу-хау і його тісний взаємозв'язок з ОІВ, що охороняються, але не означає, що

ліцензійні операції і передача ноу-хау мають однакову природу. Відмінність між названими операціями, на наш погляд, настільки істотна, що дані трансакції можна розглядати як самостійні організаційні форми комерціалізації ОІВ, не дивлячись на те, що досить часто вони оформляються одним документом. Такий висновок пояснюється, на наш погляд, наявністю деяких специфічних рис трансакцій по передачі такого ноу-хау. Ряд економістів [1, 2, 8, 24, 25] звертають увагу на фактично безповоротний характеру передачі знань, досвіду і так далі. Це означає, що, отримавши одного дня ноу-хау, визнавши його, ліцензіат може використовувати його без обмежень в часі і в просторі. Тим більше що монополія на ноу-хау, за визначенням, не має тимчасових обмежень і діє до тих пір, поки дотримуються умови конфіденційності на відміну від тих ОІВ, що охороняються законом, монополія на яких обмежується терміном дії охоронного документа. У зв'язку з цим складається враження, що в принципі не може йти мова про тимчасовий характер договору на передачу ноу-хау.

Разом з тим, на наш погляд, насправді, існує можливість забезпечення тимчасового використання ноу-хау. Повернути ноу-хау, звичайно, не можна, але можна «повернути» право, що було передане на його використання, шляхом обмеження терміну використання ноу-хау стороною-одержувачем. Ця обставина ще раз доводить, що предметом договору на передачу ноу-хау є не лише само ноу-хау, але і право на його використання, без якого неможливо було б забезпечити тимчасовий характер використання ноу-хау, і договір ноу-хау у будь-якому випадку носив би характер купівлі-продажу даного ОІВ.

Вочевидь, вищеописаний механізм діє перш за все на користь продавця технології. В той же час на практиці існує декілька прийомів, що забезпечують дотримання і інтересів покупця, для якого припинення використання ноу-хау



означає досить часто значні економічні втрати. До таких прийомів відносяться наступні заходи:

- ліцензіат не приймає включення в договір пункту про перетворення виробництва продукції за ліцензією після закінчення терміну угоди; ліцензіар часто з цим погоджується, але ставить питання про додаткові платежі;

- у ліцензійній угоді передбачається право сторін на її продовження;

- при визначенні терміну угоди ліцензіат враховує період дії патентів, що залишився, а також термін морального старіння розробки;

- як показує досвід, значна частина патентовласників відмовляються від підтримки в силі своїх патентів через 3-4 роки після їх здобуття.

На умови передачі ноу-хау, а також на розмір винагороди велике значення надає форма його передачі. Так, ноу-хау може передаватися у вигляді:

- технічної документації, включаючи креслення, робочі проекти, монтажні схеми, техніко-економічні обґрунтування, технологічні карти, методики, статистичні розрахунки, діаграми і т.д.;

- усної інформації, демонстрацією, що супроводиться, в процесі якої повідомляються технічні відомості, і передається виробничий досвід і майстерність, навички і прийоми роботи;

- виготовлених зразків технічних об'єктів, виробів в цілому або їх елементів, ознайомлення з якими розкриває закладені в них конструктивні або рецептурні рішення.

На особливу увагу в даних операціях заслуговує чіткий опис змісту ноу-хау, оскільки у відсутність чіткого визначення суті секрету в договорі фактично передана, але документально не зафіксована інформація може бути використана поза рамками даної угоди, без дотримання її обмежувальних умов, тобто фактично буде втрачена для ліцензіара.

Обов'язковою умовою договору на передачу ноу-хау є

також дотримання режиму конфіденційності, оскільки головною умовою підтримки монопольного положення відносно ноу-хау є саме збереження його в таємниці. Як тільки відбувається вихід даної інформації, ноу-хау втрачає у вартості рівно настільки, наскільки доступною стала ця інформація третім особам, яке коло осіб виявилось присвячене в секрет виробництва.

Пропонується загальна схема представлення ОІВ до комерціалізації, основні положення якого представлені на рис.7.4 та можуть бути зведені до наступних взаємозалежних та взаємообумовлених етапів. Їх суть і коротка характеристика приведена нижче.



Рисунок 7.4 - Організаційна схема представлення ОІВ до комерціалізації

Формалізація запропонованого організаційного механізму представлення ОІВ до комерціалізації на практиці дозволить уникнути помилок при здійсненні угод з інтелектуальними активами і в цілому підвищити ефективність процесу комерціалізації продуктів інтелектуальної праці.

Слід зазначити, що певні проблеми комерціалізації ОІВ є і в існуючому в цей час механізмі обліку нематеріальних активів, що також нагально потребує певної уваги і вдосконалення.

Сучасна практика господарювання в Україні передбачає такий порядок дій з ОІВ. Спочатку власник ОІВ визначається в шляхах ефективного комерційного використання цього ресурсу в господарській діяльності, а потім, якщо буде вибрано напрямок самостійного використання ОІВ, розглядає можливість включення даного об'єкту в активи підприємства, тобто постановку на бухгалтерський облік до складу нематеріальних активів або включає в статутний капітал.

Деякі економісти вважають, що більш доцільно включати ОІВ в нематеріальні активи, послідовно відповідаючи на наступний перелік питань:

- які права інтелектуальної власності можна врахувати у складі нематеріальних активів?
- які права в принципі можна включати до складу нематеріальних активів як окремі облікові одиниці?
- які права слід відображати на бухгалтерському рахунку "Нематеріальні активи" (НМА) з окремими вартісними оцінками, тобто включати до складу нематеріальних активів як окремі облікові одиниці?

У загальному вигляді відповіддю на всі ці питання буде твердження, що включати до складу нематеріальних активів слід будь-які права на ОІВ, які володіють обіговістю. Ця

властивість інтелектуальної власності, на думку автора, може мати місце лише при наявності наступних характеристик:

- винятковості, що означає заперечення загальнодоступності;
- відчужувані, що означає можливість передачі від однієї особи до іншого на основі ліцензійних авторських або інших договорів;
- універсальності, що означає здатність обмінюватися на будь-які ринкові товари (наявністю ринкової цінності).

Щоб переконатися в правильності цієї точки зору, необхідно розглянути випадки використання ОІВ, в яких вони демонструють свою обіговість:

- купівля-продаж права на ОІВ по ліцензійних угодах і т.п.;
- постановка створених на підприємстві ОІВ на його баланс;
- формування статутного капіталу підприємства з включенням в нього ОІВ;
- передача прав на ОІВ як застава при кредитуванні;
- мінімізація прибутку оподаткування;
- оцінка часток власності при злитті і роз'єднанні підприємств і організацій;
- страхування майна і майнових прав, що містять ОІВ;
- спадкоємство прав правонаступниками.

Даний перелік можна доповнити ще одним істотним моментом. Так, відповідно до законодавства України, автором ОІВ визнається фізична особа, працею якої цей об'єкт створений, і право авторства є невідчужуваним особистим правом. Закон «Про авторське право і суміжні права» визначає право автора як особисте немайнове і указує на те, що воно зберігається за ним у разі поступки виняткових прав на використання ОІВ. Таким чином, можна зробити висновок, що на стадії отримання нововведення всі права на даний об'єкт, як майнові, так і немайнові, належать авторові - індивідууму, а даний ОІВ є "ноу-хау". Необхідність

передачі частини прав (майнових) може бути викликана існуючими зовнішніми умовами, наприклад, такими як відносини з роботодавцем. Дані відносини регулюються авторським договором, згідно якому автор може поступатися своїми майновими правами на ОІВ. Можна говорити про те, що українське законодавство не забороняє авторові при передачі прав на отримання патенту роботодавцеві вести розмову про реальну вартість даного об'єкту і розмір авторської винагороди за поступку майнових прав. Таким чином, дана передача прав на ОІВ наглядно демонструє обіговість ОІВ або, точніше, економічні переваги, що виникають при використанні ОІВ в господарській діяльності. Дане уявлення розширює розуміння питань про доцільність включення і участі ОІВ у виробничо-комерційній діяльності підприємства.

Вирішуючи проблему доцільності участі ОІВ в господарському обороті, слід виходити з позиції, що *включати в господарський оборот потрібно будь-які права на ОІВ, які мають економічну значущість*. Виявлення економічної значущості ОІВ можливо через проведення оцінки ринкової вартості даного об'єкту, тобто, якщо вона присутня, це може служити фактом можливості отримання на основі даного об'єкту доходу або економічних переваг в бізнесі.

Разом з тим, проблема полягає в можливості врахування даного активу за ринковою вартістю і відповідного списання зносу. З цього приводу ми пропонуємо на розгляд два методичних підходи по залученню ОІВ в господарський оборот підприємства.

В рамках **першого підходу** пропонується включати вартість ОІВ до складу майна підприємства за *ринковою вартістю*. Українське законодавство передбачає включення в собівартість продукції (робіт, послуг) амортизації нематеріальних активів, що використовуються в процесі здійснення статутної діяльності, по нормах амортизаційних

відрахувань, розрахованих організацією, виходячи з первинної вартості і терміну їх використання. Нормативна база бухгалтерських розрахунків визначає, що оцінка майна за ринковою вартістю для віддзеркалення в бухгалтерському обліку і бухгалтерській звітності в грошовому виразі можлива тільки для майна, отриманого безоплатно. Створене і придбане майно враховується у розмірі проведених витрат.

Постановка на бухгалтерський облік ОІВ є завершальною ланкою в роботі по створенню або придбанню ОІВ, визначенню його наукової і економічної значущості. Сама постановка на бухгалтерський облік немає ніякого сенсу, якщо об'єкт не має цінності для комерційної діяльності.

В рамках **другого підходу** процедуру ринкової оцінки вартості ОІВ, як досить складну і недостатньо обґрунтовану, могла б зняти відповідна переоцінка нематеріальних активів.

Сьогодні українське законодавство в основному передбачає подібну норму тільки для основних засобів підприємства, проте, реально беруть участь в господарській діяльності зазнають зміни і нематеріальні активи. Результатом проведення переоцінки нематеріальних активів на підприємстві стало б віддзеркалення на балансі підприємства ОІВ за вартістю, визначеною виходячи з найбільш ефективного їх використання. Можливість проведення переоцінки нематеріальних активів сприяла б необхідності здійснення інвентаризації ОІВ. Це дозволило б підняти цілий пласт активів, неврахованих у складі майна, розібратися в їх приналежності і встановити їм належний захист.

Результати інвентаризації дозволили б визначитися в попередній вартості ОІВ, визначеній витратами на створення ОІВ, якщо вони мали місце. В тому разі, якщо витрати не мали місця, то ОІВ оцінювався б за символічною вартістю, наприклад, одна гривня. Подібна практика широко застосовується за кордоном. Надалі ОІВ переоцінюються для віддзеркалення у складі нематеріальних активів за ринковою або інвестиційною вартістю.

Промисловим підприємствам, на наш погляд, необхідно надати право не частіше за один раз на рік разом з переоцінкою основних фондів переоцінювати нематеріальні активи за вартістю, яка визначається незалежним оцінювачем виходячи з найбільш ефективного використання об'єкту інтелектуальної власності на даному підприємстві з віднесенням виникаючих різниць на додатковий капітал організації. Розміри оплати послуг по оцінці інтелектуальної власності є інформаційно-консультаційними і повинні відноситися на витрати підприємства-замовника послуг.

Розроблені підходи залучення ОІВ в господарський оборот підприємств дозволять вирішити на українських підприємствах проблеми збереження і розвитку науково-технічного потенціалу, формувати інвестиційну привабливість і джерела фінансування капітальних вкладень.

Що стосується безпосередньо організаційних форм комерціалізації (трансферу) результатів НТД, то при їх виборі ми будемо спиратися на останні світові досягнення в цій галузі. Дослідження, проведені нами в з цього приводу дозволили, класифікувати відомий перелік можливих варіантів трансферу технологій по двом напрямкам (табл.7.6).

Таблиця 7.6 - Класифікація організаційних форм комерціалізації науково-технічних досягнень

Організаційні форми комерціалізації (трансферу) ОІВ	
<i>ОІВ невіддільні від свого носія</i>	<i>ОІВ віддільні від свого носія</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• технічні послуги;</li> <li>• аналітичні послуги;</li> <li>• конструкторські послуги;</li> <li>• інжиніринг;</li> <li>• виконання замовлень на НДДКР;</li> <li>• консультаційні послуги;</li> <li>• освітні послуги;</li> <li>• аутсорсинг;</li> <li>• тільки власне використання ОІВ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ліцензування прав на ОІВ;</li> <li>• передача ноу-хау;</li> <li>• повний продаж прав на ОІВ;</li> <li>• франчайзинг;</li> <li>• спільні підприємства;</li> <li>• виробництво і продаж продукції;</li> <li>• створення "spin-out" фірм для здійснення подальшого трансферу (комерціалізації) ОІВ;</li> <li>• використання як застави;</li> <li>• вклад в статутний капітал.</li> </ul>

**Перший напрямок** пов'язаний з інтелектуальним (кадровим) і техніко-технологічним ресурсом підприємства. При цьому науково-технічні досягнення не можуть бути відділені від їх носія, тобто персоналу або загально технологічного ресурсу, які і створили ці досягнення. Наприклад, своєрідною формою трансферу знань є навчання: носії цього ресурсу (професорсько-викладацький склад університетів, співробітники наукових підрозділів і т.п.) разом з можливо унікальним лабораторним обладнанням можуть готувати прекрасних фахівців в різних галузях економіки. Разом з тим, передані ними знання студентам, майбутнім фахівцям, не мають в нових носіях знань тої цінності, яка закладена в інтелектуальному потенціалі ВНЗ, вони невіддільні від конкретного університету, де готують цих фахівців. Фактично, це інтелектуальний трансфер, який спирається на кваліфікацію працівників підприємства та його загальний технологічний ресурс. Не всі дослідники відносять таку діяльність до трансферу технологій.

Це пояснюється тим, що при виконанні цих послуг оплачується лише праця працівників (виконавців), організаційні і матеріальні витрати. При розумній позиції замовника за ним можуть залишитися виняткові права на всі реальні і потенційні об'єкти інтелектуальної власності, що виникають при цьому, а також їх комерційне використання. Наприклад, кафедра електричних машин НТУ „ХПІ” виконувала госпдоговірну НДР, присвячену розробці тиристорного блока управління гірничими електровозами, на замовлення ВАТ „Електромашина”. При цьому в угоді, що була складена, вказувалось, що всі права на комерційне використання науково-технічних досягнень, які будуть отримані в ході виконання цієї НДР, будуть повністю належати ВАТ „Електромашина”. Згідно цієї домовленості, права на три патенти, які були зареєстровані в ході виконання НДР повністю перейшли до підприємства-замовника наукової роботи.



Разом з тим, згадані організаційні форми комерційної діяльності значимі для дослідницьких організацій, і в даний час саме тут зосереджена найбільша кількість зв'язків з промисловістю. Зважаючи на складність і велику наукомісткість робіт по просування цих послуг, вони володіють істотною специфікою. Найбільш значимими особливостями їх маркетингу є забезпечення і демонстрація значних загально-технологічних можливостей – якості дослідницького устаткування, технологій і методик дослідження, а також управління загально-технологічними ресурсами і їх розвитком відповідно до наявних і прогнозованих потреб ринку. Також необхідне забезпечення сили кадрового складу і демонстрацію цієї сили.

**Другий напрямок** організаційних форм комерціалізації науково-технічних досягнень заснований на наявності права на ОІВ і пов'язаний з можливістю відділення носія науково-технічних досягнень від самих досягнень в тому сенсі, що права власності на створені певними особами або колективами ОІВ можуть належати іншій організації і служити джерелом доходу і засобом участі в процесі обміну науково-технічними досягненнями. Наприклад, права на патент України №51814 Н02Д0 17/34, який пов'язаний з вдосконаленням асинхронних електродвигунів в ВАТ „Укрелектромаш”(автори Мішин В.І., Чуєнко Р.М. та ін.), отриманий винахідниками в 2002 році, були повністю передані (продані) ВАТ „Владимирський електромеханічний завод” (Російська Федерація) в 2005 році і тепер в ВАТ „Укрелектромаш” і в самих винахідників немає ніякого права на використання цього винаходу, хоча безпосередньо факт авторства за ними зберігається.

Наші дослідження показують, що передача прав на ОІВ може бути здійснена: в щойно організовані фірми – «spin-out», основним завданням яких є робота по комерціалізації (трансферу) переданим їм науково-технічних досягнень; спільним підприємствам; діючим фірмам; дослідницьким

організаціям для проведення подальших досліджень на більш високому рівні. Зазначимо, що остання організаційна форма є найбільш значима, так як тут мова йде про збільшення дослідницьких ресурсів і закріпленню стратегічних переваг. У всіх інших випадках передачі ОІВ можна вести мову тільки про коротко часовий фінансовий вигравш, який розробник отримає в вигляді роялті чи паушального платежу.

При розробці, виборі та обґрунтуванні організаційного механізму комерціалізації науково-технічних досягнень (ОІВ) слід мати на увазі той факт, що на кожному етапі їх просування на ринок способи комерціалізації ОІВ можуть бути принципово різними. Наприклад, після етапу НДР мова йде про передачу прав на винахід, тобто про ліцензування, то після стадій створення прототипу, випуску і продаж дослідної партії - мова вже йде про продаж малого інноваційного підприємства або його частки. Тому без відповідного прогнозного сценарію організаційної форми (або форм) комерціалізації ОІВ істотно погіршуються можливості цілеспрямованого пошуку потенційного покупця. Без цього не можна і побудувати розумної оцінки вартості ОІВ.

### **7.3.3. Ліцензійні угоди, їх структура та класифікація**

Найбільш поширеними договорами на використання об'єктів інтелектуальної власності є ліцензійні угоди. Світова практика при застосуванні достатньо їх удосконалила, накопичений великий досвід їх використання. Назва цих договорів походить від латинського слова *licentia* - дозвіл. У даному випадку - це дозвіл на використання об'єкта інтелектуальної власності, що оформляється договором.

**Ліцензійна угода** — це правочин, на підставі якого власник (володар) запатентованого або незапатентованого винаходу (ліцензіар) надає фізичній або юридичній особі (ліцензіатові) дозвіл на здійснення у певному місці і протягом

певного терміну однієї або кількох дій, на які має виключні права ліцензіар, а ліцензіат зобов'язується сплатити винагороду за надання права на використання винаходу. При цьому, незважаючи на обсяг прав, переданих за договором, ліцензіар залишається власником патенту. Ліцензійну угоду умовно можна порівняти з угодою оренди.

Вищевказані угоди складаються за узгодженням сторін, але повинні містити в собі ряд обов'язкових положень, установлених нормативними актами.

Угода про передачу права й ліцензійний договір набувають чинності з моменту їхнього підписання сторонами й не вимагають обов'язкового нотаріального засвідчення або державної реєстрації. Однак Закон України «Про охорону прав винаходи й корисні моделі» передбачає можливість реєстрації подібних угод за бажанням сторін.

Ліцензування — це процес видачі дозволу на здійснення певної діяльності. Розрізняють два основні види ліцензування, що стосуються конкурентної політики уряду:

а) ліцензування конкретних видів діяльності, пов'язане з наданням юридичним або фізичним особам права займатись певним видом професійної чи виробничої діяльності, надавати певні послуги тощо;

б) ліцензування у сфері інтелектуальної власності, за якого власники прав на об'єкти авторського права чи промислової власності надають дозвіл на їх використання іншим особам в обмін на фіксований гонорар чи частку отриманого прибутку.

*Ліцензіар* — продавець ліцензії, юридична або фізична особа, яка зобов'язується передати права на використання об'єкта інтелектуальної власності за певну винагороду відповідно до передбачених ліцензійною угодою умов.

*Ліцензіат* — покупець ліцензії, юридична або фізична особа, яка купує права на використання об'єктів інтелектуальної власності у межах, передбачених ліцензійною угодою.

Об'єктами ліцензійних угод можуть бути: авторські права; програми для ЕОМ і бази даних; товарні знаки; патентні права; ноу-хау, інжинірингові послуги тощо.

**Ліцензія** (від лат. licentio — свобода, право) — дозвіл на використання об'єкта інтелектуальної власності, що надається на підставі ліцензійного договору.

Специфічними ознаками ліцензійного договору є такі: запропонований до продажу інтелектуальний продукт є нематеріальним; ліцензіат набуває права на використання визначених договором майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності; матеріальні об'єкти, що передаються за ліцензійним договором, є лише носіями інформації, що є інтелектуальною власністю; основний елемент об'єкта ліцензії — патентне право, не стає майновою власністю покупця, а передається йому в тимчасове користування на певний термін; власник патенту в разі видачі ліцензії зберігає за собою майнові права на об'єкт інтелектуальної власності.

Реєстрацію угод здійснює у встановленому порядку Державний департамент інтелектуальної власності. Угоду на реєстрацію може подавати як одна, так і інша сторона, а також будь-яка довірена особа сторони (сторін). При цьому сторони зобов'язані надати один екземпляр (оригінал) угоди для Держдепартаменту.

Процедура реєстрації угоди займає біля 2-х місяців. У результаті реєстрації в Держреєстр вносяться відомості про угоду, які відразу публікуються в офіційному бюлетені «Промислова власність»

Залежно від предметів ліцензійних угод, способів правової охорони предметів цих угод, розподілу прав на предмет ліцензії між ліцензіаром і ліцензіатом, зв'язку з товарним експортом і взаємозалежності сторін угоди ліцензії можна класифікувати за такими групами: за предметом ліцензування; за способом правової охорони; за обсягом прав,

що передаються; за зв'язком з товарним експортом; за ступенем взаємозалежності сторін.

У ЦК України передбачені такі види ліцензій за обсягом прав: виключна, одинична, невиключна, а також інші види, що не суперечать закону.

**Виключна ліцензія** видається лише одному ліцензіату і виключає можливість використання ліцензіаром об'єкта права інтелектуальної власності у сфері, що обмежена цією ліцензією, та видачі ним іншим особам ліцензій на використання цього об'єкта у зазначеній сфері.

**Одинична ліцензія** видається лише одному ліцензіату і виключає можливість видачі ліцензіаром іншим особам ліцензій на використання об'єкта права інтелектуальної власності у сфері, що обмежена цією ліцензією, але не виключає можливості використання ліцензіаром цього об'єкта у зазначеній сфері.

**Невиключна ліцензія** не виключає можливості використання об'єкта інтелектуальної власності у сфері, що обмежена цією ліцензією, та видачі ним іншим особам ліцензій на використання цього об'єкта у зазначеній сфері.

За згодою ліцензіара, наданою у письмовій формі, ліцензіат може видати письмове повноваження на використання об'єкта права інтелектуальної власності іншій особі (субліцензію).

Ліцензійний договір може передбачати право ліцензіата видавати (укладати) субліцензійний договір, за яким субліцензіат надає іншій особі (субліцензіату) субліцензію на використання об'єкта права інтелектуальної власності. У цьому разі відповідальність перед ліцензіаром за дії субліцензіата несе ліцензіат, якщо інше не встановлено ліцензійним договором.

Чинне законодавство України передбачає ще кілька видів ліцензійних договорів. Кілька видів вироблені міжнародно-правовою практикою. Серед останніх слід назвати передусім так звану повну ліцензію, що являє собою купівлю-продаж

об'єкта інтелектуальної власності. Слід наголосити на тому, що ліцензійний договір - це продаж дозволу на використання об'єкта інтелектуальної власності.

Отже, **повна ліцензія** - це дозвіл на використання запатентованого об'єкта на весь строк чинності патенту і на використання об'єкта в повному обсязі. По суті це є продаж самого об'єкта, проте з юридичної точки зору між продажем патенту і наданням повної ліцензії існує принципова відмінність. При продажі патенту на умовах, наприклад, щорічних відрахувань із суми продажу запатентованих виробів неуплата покупцем чергового платежу не спричиняє відновлення прав на патент у продавця. Якщо ж йдеться про договір повної ліцензії, укладений на таких самих умовах, то неуплата ліцензіатом чергового платежу спричиняє припинення чинності договору.

За договором виключної ліцензії ліцензіар передає право на використання об'єкта інтелектуальної власності ліцензіату в повному обсязі, на визначеній території і на обумовлений строк. Ліцензіару залишається та частина права на об'єкт, яка не охоплена виключною ліцензією. При цьому ліцензіар не має права надавати ліцензії на використання об'єкта інтелектуальної власності іншій особі на цій самій території в обсязі наданих ліцензіату прав.

Чинне законодавство України про промислову власність містить ще одну - так звану **відкриту ліцензію**, за якою власник патенту (свідоцтва) на об'єкт промислової власності (крім патентів на секретні об'єкти промислової власності) має право подати до Установи для офіційної публікації заяву про готовність надання будь-якій особі дозволу на використання запатентованого об'єкта промислової власності. Тобто власник патенту оголошує відкриту ліцензію для будь-якої особи, яка забажає скористатися цим запатентованим об'єктом. Для стимулювання відкритих ліцензій у законодавстві встановлена певна пільга для власників патентів - збір за підтримання чинності патенту в такому разі зменшується

наполовину, починаючи з року, наступного за роком публікації такої заяви.

Особа, яка виявила бажання скористатися зазначеним дозволом, зобов'язана укласти з власником патенту договір про платежі. Спори, що виникають під час виконання цього договору, вирішуються в судовому порядку.

Проте може статися так, що жодна особа не виявила бажання скористатися оголошеним дозволом. Тоді власник патенту може подати до Установи письмове клопотання про відкликання своєї заяви. У такому разі річний збір за підтримання чинності патенту сплачується в повному обсязі починаючи з року, наступного за роком публікації такого клопотання.

**Примусова ліцензія.** Чинне законодавство України про промислову власність містить припис, за яким у разі невикористання об'єкта промислової власності без поважних причин протягом трьох років, починаючи від дати публікації відомостей про видачу охоронного документа, або від дати, коли використання об'єкта промислової власності було припинено, на цей об'єкт може бути видано так звану примусову ліцензію. Будь-яка особа, яка має бажання і виявляє готовність використовувати даний об'єкт, може звернутися до суду із заявою про надання їй дозволу на його використання. Суд може прийняти рішення про надання такого дозволу (примусової ліцензії) за таких умов:

а) із власником охоронного документа не вдалося досягти угоди про укладення ліцензійної угоди;

б) власник охоронного документа не зміг довести, що факт невикористання об'єкта зумовлений поважними причинами;

в) примусова ліцензія надається на умовах невиключної ліцензії.

Чинне законодавство України про промислову власність знає ще одну ліцензію - так звану **залежну**. Її сутність полягає в тому, що за певних умов власник одного патенту

може просити дозволу використати об'єкт промислової власності, патент на який належить іншій особі.

Власник патенту зобов'язаний дати дозвіл (видати ліцензію) на використання об'єкта промислової власності власнику пізніше виданого патенту за таких умов:

а) такий дозвіл (залежна ліцензія) видається власнику пізніше виданого патенту;

б) залежна ліцензія видається власнику раніше виданого патенту;

в) об'єкт промислової власності, призначений для досягнення іншої мети, захищений пізніше виданим патентом;

г) пізніше захищений об'єкт промислової власності має значні техніко-економічні переваги;

д) зазначений об'єкт не може використовуватися без порушення прав власника раніше виданого патенту.

Дозвіл (залежна ліцензія) надається в обсязі, необхідному для використання об'єкта промислової власності власником пізніше виданого патенту.

При цьому власник раніше виданого патенту в свою чергу має право отримати ліцензію на прийнятних умовах для використання об'єкта промислової власності, що охороняється пізніше виданим патентом.

У ліцензійному договорі зазначаються вид ліцензії, сфера використання об'єкта права інтелектуальної власності (конкретні права, що надаються за договором, способи використання зазначеного об'єкта, територія та строк, на які надаються права, тощо), розмір, порядок і строки виплати плати за використання об'єкта права інтелектуальної власності, а також інші умови, які сторони вважають за доцільне включити у договір.

Якщо в ліцензійному договорі не зазначено виду ліцензії, то вважається, що надається невиключна ліцензія.



#### 7.3.4. Економічна ефективність ліцензування

Ціна на ліцензію повинна забезпечувати покупцеві, незважаючи на всі його витрати при придбанні, включаючи оплату ліцензії, капітальні вкладення на її впровадження, трудові, часові витрати та ін., Можливість в кінцевому підсумку отримати прибуток, що перевищує прибуток від реалізації на ринку продукції, виготовленої з аналогічним технологіям, і досить стабільну протягом тривалого періоду. Це можливо за умови, якщо впровадження технології впливає або на підвищення продуктивності праці, або на здешевлення застосовуваних матеріалів, або на підвищення якості виробів (на створення якісно нового виду продукції), або здатне викликати сумарна дія цих чинників.

В Україні розроблена методика розрахунку ціни ліцензії, заснована на світовому досвіді ліцензійної торгівлі. При цьому ціна ліцензії або, як її називають, винагорода, що виплачується покупцем продавцю за використання технології та втрату ринків, представить собою частину прибутку покупця, одержуваної при використанні технології. Згідно з міжнародною практикою, частка продавця технології в прибутку покупця зазвичай коливається в межах від 10 до 35%.

Найбільш часто зустрічаються формами виплати ліцензійної угоди є роялті і паушальні платежі.

**Роялті** - це ліцензійна винагорода у формі періодичних відрахувань (частки від прибутку або суми продажів продукції, виробленої за ліцензованої технології). У чистому вигляді або в поєднанні з іншими видами виплати зустрічається в переважній більшості (до 90%) всіх ліцензійних угод. Роялті виплачується зазвичай у кінці кожного року дії угоди, починаючи з моменту випуску готової продукції. Форма розрахунку від суми продажів застосовується тоді, коли визначення реального прибутку ліцензіата пов'язано зі складнощами. Коливання цін на

світовому ринку можуть зменшити прибуток ліцензіата і зробити обтяжливою виплату роялті в твердо установленому розмірі. Тому при довгострокових угодах застосовуються диференційовані ставки, що змінюються по роках. Питоме зниження ставок по мірі зростання продажів використовується для стимулювання ліцензіата до розширення обсягів виробництва.

**Паушальний платіж** являє собою виплату твердо зафіксованої суми ліцензійної винагороди одноразово або в 2-3 прийоми. Ця форма зустрічається досить рідко, зазвичай при продажу прав на патенти або при розробці технології на рівні ідеї.

На практиці найчастіше зустрічаються **комбіновані платежі**, що передбачає виплату паушального платежу (10-13% від загальної ціни ліцензії) при підписанні угоди і щорічну виплату роялті після того, як угода вступає в силу. У деяких країнах досить поширеними є так звані "ковзаючі роялті", при яких ліцензіар і ліцензіат беруть на себе ризики впровадження товару на ринок і не мають вигоди в цей період. Виплати починаються після сприйняття товару ринком.

Економічна доцільність ліцензування визначається ефектом, отриманим ліцензіатом та споживачами ліцензійної продукції.

Ціна ліцензії є монопольною ціною, пов'язаної з передачею майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності; залежить від об'єкта і виду угоди, терміну дії патенту, обсягів товарообігу ліцензіата, технічної, інформаційної та іншої допомоги, яку надає ліцензіар.

Слід враховувати, що на величину доходу ліцензіата впливають не тільки ефект, отриманий від використання об'єкта інтелектуальної власності, і конкуренція з боку виробників альтернативної продукції, а й виробничий і комерційний ризики, пов'язані з непередбачуваністю можливих наслідків впровадження інновацій. Тому питання

визначення ціни ліцензії є складним і неоднозначним. На сьогоднішній день немає єдиної загальноприйнятої методики визначення ціни ліцензії. Як правило, учасники ліцензійної угоди зіставляють декілька можливих методів, враховуючи вики ціл, що склалися в певній області.

**Економічна ефективність** придбання ліцензій має визначатися з урахуванням ефекту, який досягається у ліцензіатів та у споживачів ліцензійної продукції. Це є основною вимогою до оцінки економічної ефективності закупівлі ліцензій. Існує ще ціла низка вимог до ефективності ліцензійних договорів, які мають забезпечувати безперечність і переконливість висновку про перевагу того чи іншого варіанта нової техніки через придбання ліцензії або на базі власних досліджень і розробок. Для оцінки необхідно враховувати достатню кількість факторів, умов і наслідків. Наприклад, варто брати до уваги, що придбання ліцензії, з одного боку, дає можливість швидко задовольнити потребу у необхідній продукції, яка відповідає найвищим вимогам, а з іншого боку, зумовлює уповільнення темпів науково-технічного прогресу через скорочення або відмову від проведення власних НДДКР, спричиняє втрату можливості надбання технологічного чи організаційного досвіду. У розрахунках повинні знайти відбиток усі альтернативні варіанти, що протистоять придбанню ліцензії, у яких має бути відображено властиві кожному альтернативному варіанту втрати і набутки.

Зазвичай, альтернативні варіанти «ліцензія — власні розробки» відрізняються розміром необхідних капіталовкладень, термінами розробки, створення і освоєння нововведення, а найчастіше і результатами, які досягаються за їхньої реалізації. При цьому найспецифічнішою особливістю розглянутих альтернатив є різниця в часі вкладення коштів і досягнення ефекту за обома варіантами. Розрахунки мають базуватися на доступності й можливості реально одержати висхідну інформацію. При визначенні

сумарного економічного ефекту від придбання ліцензії має бути забезпечено порівнянність варіантів з того самого складу продукції, річного обсягу виробництва, якості продукції, тих самих термінів її одержання, зі схожих умов праці тощо.

При визначенні порівняльної економічної ефективності придбання ліцензій замість проведення власних досліджень і розробок варто забезпечити однакові методи розрахунку показників і однаковий ступінь точності.

На всіх стадіях опрацювання ліцензійної теми — патентні і кон'юнктурні дослідження, контроль за фактичною ефективністю придбання і використання ліцензій — розрахунок повинен здійснюватися на єдиних методологічних принципах. Тобто на кожній наступній стадії проводиться новий самостійний розрахунок, а корекція й уточнення первинного розрахунку провадиться з надходженням додаткової і більш точної інформації.

При цьому необхідно враховувати той факт, що вартість упредетненого товару визначається кількістю праці, затраченої на виробництво, а вартість придбання результатів науково-технічної діяльності (у тому числі ліцензій) визначається передовсім величиною ймовірних економічних набутків, які досягаються за їхнього практичного втілення.

#### **Питання для самоконтролю**

1. Економіка інтелектуальної власності як інтелектуальна економіка.
2. Економічні відносини власності.
3. Форми та види власності.
4. Економічна теорія прав власності. Специфікація і диференціація прав власності.
5. Види та результати інтелектуальної діяльності. Інтелектуальна власність як результат творчої діяльності.
6. Шляхи забезпечення інтеграції наукового, виробничого та фінансового сектору економіки.
7. Еволюція інтелектуальної власності в Україні. Проблеми та перспективи розвитку інтелектуальної власності в Україні.
8. Суб'єкти інтелектуальної власності.
9. Об'єкти інтелектуальної власності як економічна категорія.
10. Життєвий цикл об'єкту інтелектуальної власності.
11. Протиріччя інтелектуальної власності.

12. Роль держави у формуванні та ефективному використанні інтелектуальної власності.
13. Ефективність державного регулювання інтелектуальної власності як основа реалізації технологічних знань.
14. Класифікація економічних систем за ступенем технологічного розвитку.
15. Інформація та знання як вирішальні чинники постіндустріального розвитку. Особливості інформації та знань, напрями їх реалізації в економічній діяльності.
16. Особливості інтелектуальної власності в умовах мережевої взаємодії.
17. Нематеріальні активи: сутність та специфічні властивості.
18. Класифікація нематеріальних активів підприємства.
19. Джерела нематеріальних активів фірми.
20. Плата за користування нематеріальними активами: роялті, паушальний, комбінований і компенсаційний платіж.
21. Юридичний та економічний термін служби нематеріальних активів.
22. Цілі та особливості оцінки нематеріальних активів.
23. Методи оцінки вартості нематеріальних активів.
24. Первісна та справедлива вартість нематеріального активу. Амортизація нематеріальних активів.
25. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності: мета та основні способи.
26. Інтелектуальна власність як товар.
27. Ринок інтелектуальної власності.
28. Ринкова вартість інтелектуальної власності. Специфіка вартісного оцінювання об'єктів інтелектуальної власності.
29. Провідна роль ліцензійних угод у комерціалізації інтелектуальної власності. Економічна ефективність ліцензування.
30. Інтелектуальна власність як капітал. Особливості інвестицій у інтелектуальну власність.
31. Статутний капітал і інтелектуальна власність. Оцінка майнових прав інтелектуальної власності, що вносяться до статутного капіталу.
32. Інтелектуальний капітал підприємства, його структура та вартість. Методи оцінки інтелектуального капіталу.
33. Інфраструктура та посередники комерціалізації інтелектуальної власності.
34. Економічна ефективність інтелектуальної власності: сутність, показники. Ринкова вартість підприємства.
35. Мотивація учасників процесу міжнародної передачі прав власності. Форми передачі об'єктів інтелектуальної власності.
36. Міжнародний ринок інтелектуальної власності.
37. ТНК на ринку об'єктів інтелектуальної власності.
38. Трансфертне ціноутворення на об'єкти інтелектуальної власності.
39. Міжнародні установи з охорони інтелектуальної власності.
40. Україна в системі міжнародної передачі прав інтелектуальної власності.

### Література

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: Підручник / В.Д. Базилевич. – К.: Знання, 2008. – 431 с.
2. Бутнік-Сіверський О.Б. Економіка інтелектуальної власності: конспект лекцій для студентів спеціальності 7.000002 «Інтелектуальна власність». - К.: Ін-т ін тел. власн. і права, 2003. – 296 с.

- 3.** Гладенко І.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.А. ТОВАЖНЯНСКИЙ, Т.А. Кобелева // Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2009. – № 36-1. – С. 12-22.
- 4.** Гладенко І.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В.Гладенко, П.Г.Перерва, В.А.ТОВАЖНЯНСКИЙ, Т.А.Кобелева // Вісник НТУ «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2009. – № 36-1. – С. 12-22.
- 5.** Ілляшенко С.М.Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія // за ред. С.М.Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2008.- 615 с.
- 6.** Косенко А. В. Розробка ринково-орієнтованих методів вартісної оцінки об'єктів інтелектуальної власності / А. В. Косенко // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 5. – С. 151-157.
- 7.** Косенко О. П. Економічна сутність та методичні основи визначення рівня потенціалу виробничої системи / О. П.Косенко, А.І.Яковлев // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2011. – № 2. – С. 172–179.
- 8.** Косенко О.П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П.Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с
- 9.** Косенко О.П. Оцінка комерційного потенціалу технологій [Монографія] / О.П.Косенко, І.В.Долина, А.В.Косенко // Під заг. ред. доц. О.П.Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 506 с.
- 10.** Косенко, А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.
- 11.** Курегян С.В. Интеллектуальная собственность: экономический аспект / С.В.Курегян. – Минск : Выш. шк., 2013 . – 95 с.
- 12.** Перерва П.Г. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 50-54. – 52 с.
- 13.** Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Екон. науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
- 14.** Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 3. Управление ассортиментом продукции / П.Г.Перерва. – М. : НПО "РИМ", 1991. – 77 с.
- 15.** Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 6. Управление сбытом промышленной продукции в системе маркетинга / П.Г.Перерва. – Москва : НПО "РИМ", 1992. – 91 с.
- 16.** Перерва П.Г. Розвиток організаційних структур трансферу технологій в ВНЗ (комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності) / П.Г.Перерва, А.В.Косенко, О.П.Косенко // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 4, т. 2. – С. 147-154.
- 17.** Перерва П.Г. Розвиток організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на основі функціонального підходу / П.Г.Перерва, А.В.Косенко // Економіка розвитку. – 2009. – № 1. – С. 11-16.

**18.** Перерва П.Г. Анализ финансового состояния предприятия / П.Г.Перерва, О.Н.Савенкова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2002. – № 11-2. – С. 118-121.

**19.** Перерва П.Г. Исследование рынка промышленной продукции / П.Г.Перерва. – М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991. – 96 с.

**20.** Перерва П.Г. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174.

**21.** Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу [Текст] / П.Г.Перерва, А.П.Косенко, А.В.Косенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2012. – № 51(957). – С. 68-73.

**22.** Сергеев А.М. Экономический анализ интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. URL: [http://bmpravo.ru/show\\_stat.php?stat=711](http://bmpravo.ru/show_stat.php?stat=711).

**23.** Цибульов П.М. Основи інтелектуальної власності / Навчальний посібник. – К.: "Інст. інтел. власн. і права", 2005. – 108 с.

**24.** Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.

**25.** Nagy Szabolcs Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S.Nagy, P.Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.

**26.** Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Verés Somosi, T.O.Kobieliéva // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В.Манойленко, Є.М.Строков. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

**27.** Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Verés - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

**28.** Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія / П.Г.Перерва, А.С.Марчук // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

**29.** Марчук А.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства / А.С.Марчук // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.

**30.** Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства / П.Г.Перерва // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.

**31.** Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.

**32.** Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові / П.Г.Перерва // Вісник Національного

технічного університету “Харківський політехнічний інститут” (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2018. – № 37(1313). – С. 27-32 .

**33.** Перерва П. Г. Системний підхід до дослідження цінових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції / П. Г. Перерва, А.В.Косенко, Т.О.Кобелева, М.В.Маслак // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.

**34.** Перерва П. Г. Ефективність як економічна категорія / П.Г.Перерва, А.В.Кравчук // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.

**35.** Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.

**36.** Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності / П.Г.Перерва [та ін.] // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.

**37.** Kobieliava T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring / P.G.Pererva, T.O.Kobieliava // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 41-44

**38.** Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві / Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.

**39.** Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства / Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.

**40.** Перерва П.Г. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць – Х. : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.

**41.** Перерва П.Г. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць – Х. : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.

**42.** Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres - Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI", 2019.- 689 p.

**43.** Nagy Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine / S.Nagy // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.